



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Marketing digital y posicionamiento de la empresa de belleza Cyzone,
Chepén - 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORAS:

Mezones Vergara, Karen (ORCID: 0000-0003-2304-8245)

Neria Urbina, Laura Brigitte (ORCID: 0000-0002-3308-4680)

ASESORES:

Mg. Aguilar Chávez, Pablo Valentino (ORCID: 0000-0002-8663-3516)

Mg. Parraguez Carrasco, Marcos Benito (ORCID: /0000-0002-1604-8098)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

CHEPÉN - PERÚ

2020

DEDICATORIA

La familia es una de las joyas más valiosas que podemos tener en la vida, sin ella uno no puede obtener las fuerzas necesarias para poder lograr nuestras metas, este trabajo es un esfuerzo importante que involucra a muchas personas allegadas a mí, por lo cual dedico esta tesis a mi madre Emerita, a mi hermana Katherine y principalmente a mi hijo Alejandro, que son el motor que me motiva funcionar y ser cada día mejor.

Karen

Con empeño y dedicación todo se puede lograr, todos los resultados no son sorpresa, son la dedicación y esfuerzo para terminar nuestros proyectos. Esta tesis es dedicada a mis padres porque sé muy bien todo el esfuerzo que hicieron para poder sacarme adelante junto con mis hermanos, ellos son mi principal aliento para seguir luchando por mis sueños.

Laura

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios nuestro creador por ser mi principal fortaleza en mi vida y carrera profesional, por darme los conocimientos y habilidades para afrontar los obstáculos y retos que se presentaron y por darme vida para ser la mujer que hoy en día soy.

A mi madre y hermanas por siempre estar presentes en los momentos más importantes de mi vida y por apoyarme cuando las necesitaba, por darme el aliento de seguir día a día en el transcurso de mi carrera profesional.

Al Mg. Pablo Aguilar Chávez por sus enseñanzas de estadísticas y por compartir sus conocimientos, y brindarme una amistad sincera y por ser un gran maestro, y ante todo por amar su trabajo. Lo considero como un buen amigo.

A mi compañera de tesis, Laura Brigitte Neria Urbina, por brindarme su amistad a lo largo de estos 5 años, por su compromiso, firmeza y paciencia, por confiar en mi para en este último paso importante de nuestras vidas, espero que sigamos adelante y siendo siempre las mejores amigas.

Karen

Principalmente doy gracias a Dios, por ser el inspirador y darme la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados en mi vida.

A mis padres, hermanos y familia por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a su apoyo logré llegar hasta aquí y convertirme en lo que hoy soy.

A los docentes que nos apoyaron, al Mg. Pablo Aguilar Chávez que en el trayecto de los ciclos nos compartió sus conocimientos y nos alentó para seguir superándonos día a día.

A mi compañera de tesis, Karen Viviana Mezones Vergara, por su apoyo, paciencia y por convertirse en una buena amistad que confió en mi para culminar una de nuestras etapas más importantes, espero lleguemos a ser muy exitosas y siempre conservemos esta linda amistad.

Laura

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	12
3.2. Variables y operacionalización	13
3.3. Población, muestra y muestreo.....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	15
3.5. Procedimientos	17
3.6. Método de análisis de datos	18
3.7. Aspectos éticos.....	18
IV. RESULTADOS	19
V. DISCUSIÓN.....	27
VI. CONCLUSIONES:.....	32
VII. RECOMENDACIONES:	34
REFERENCIAS	36
ANEXOS	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Validadores del cuestionario de Marketing digital y Posicionamiento	16
Tabla 2: Pruebas de normalidad	18
Tabla 3: El marketing digital y su relación con el posicionamiento en la empresa de belleza Cyzone, Chepén - 2020	19
Tabla 4: El marketing digital en la empresa de belleza Cyzone, Chepén - 2020	20
Tabla 5: El posicionamiento en la empresa de belleza Cyzone, Chepén - 2020	21
Tabla 6: La dimensión flujo y su relación con el posicionamiento en la empresa de belleza Cyzone, Chepén - 2020.	22
Tabla 7: La dimensión funcionabilidad y su relación con el posicionamiento en la empresa de belleza Cyzone, Chepén - 2020	23
Tabla 8: La dimensión FeedBack y su relación con el posicionamiento en la empresa de belleza Cyzone, Chepén – 2020	24
Tabla 9: La dimensión fidelización y su relación con el posicionamiento en la empresa de belleza Cyzone, Chepén – 2020	25

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: El marketing digital en la empresa de belleza Cyzone, Chepén - 2020	20
Figura 2: El posicionamiento en la empresa de belleza Cyzone, Chepén – 2020	21

RESUMEN

La investigación tuvo como propósito determinar la relación entre el marketing digital y el posicionamiento de la empresa de belleza Cyzone de Chepén. Estudio de tipo aplicado con diseño no experimental y de nivel correlacional; con una muestra de 275 pobladores mujeres entre 59 y 14 años, de los sectores D, C, B, se usó como instrumentos dos cuestionarios, uno para el marketing digital y otro para el posicionamiento.

Los resultados se procesaron con la estadística descriptiva e inferencial, usando el programa Excel 2019 y el paquete estadístico SPSS v 26 para identificar la correlación existente entre las variables objeto de estudio, se observó que Rho de Spearman = 0,828, hallándose una correlación positiva y significativa, con significancia = 0,000 inferior al 5%; es decir, que el marketing digital se relacionó significativamente con el posicionamiento en la empresa de belleza Cyzone, Chepén. Contrastándose la hipótesis alterna.

Palabras Claves: Marketing digital, posicionamiento

ABSTRACT

The purpose of the research was to determine the relationship between digital marketing and the positioning of the beauty company Cyzone de Chepén. Applied type study with non-experimental design and correlation level; With a sample of 275 female residents between 59 and 14 years old, from sectors D, C, B, two questionnaires were used as instruments, one for digital marketing and the other for positioning.

The results were processed with descriptive and inferential statistics, using the Excel 2019 program and the SPSS v 26 statistical package to identify the existing correlation between the variables under study, it was observed that Spearman's Rho = 0.828, finding a positive and significant correlation, with significance = 0.000 less than 5%; In other words, digital marketing was significantly related to positioning in the beauty company Cyzone, Chepén. Contrasting the alternative hypothesis.

Keywords: Digital marketing, positioning