

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO
“BENEDICTO XVI”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN



MARKETING DIGITAL Y POSICIONAMIENTO EN UNA EMPRESA
AGRÍCOLA DE VIRÚ -LA LIBERTAD, 2025

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA

Br. Rodriguez Romero, Liz Veronica

<https://orcid.org/0000-0002-5533-7554>

ASESORA

Ms. Ramírez Arrascue, Catherine Ivette

<https://orcid.org/0000-0001-6552-0494>

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing y venta

TRUJILLO – PERÚ

2026

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD

Señor Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas:

Yo, Catherine Ivette Ramírez Arrascue con DNI N° 72653205, como asesora del trabajo de investigación titulado “Marketing digital y posicionamiento en una empresa agrícola de Virú -La Libertad, 2025”, desarrollado por la egresada Liz Veronica Rodriguez Romero con DNI N° 76142220 del Programa de estudios de Administración; considero que dicho trabajo reúne las condiciones técnicas y científicas, las cuales están alineadas a las normas establecidas en el Reglamento de Estudiantes y de Grados y Títulos de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI y en la normativa para la presentación de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Por tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente para que sea sometido a evaluación por los jurados designados por la mencionada facultad.



Ms. Catherine Ivette Ramírez Arrascue

Asesora

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

EXCMO. MONS. GILBERTO ALFREDO VIZCARRA MORI, SJ

Arzobispo Metropolitano de Trujillo

Gran Canciller

Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

DR. MARCOANTONIO PACHERRES TORREJÓN

Rector de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

DRA. SILVIA ANA VALVERDE ZAVALA

Vicerrectora Académica

DRA. GINA GENARA ZAVALA ESPEJO

Vicerrectora de Investigación

MG. VICTOR MANUEL JIMENEZ UBILLUS

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

DRA. TERESA SOFÍA REÁTEGUI MARÍN

Secretaria General

DEDICATORIA

El trabajo de investigación que a continuación se expone se lo dedico primero a Dios, quien me brindó la sabiduría y fortaleza en todo este camino para terminar esta meta en la vida que me propuse.

A mi familia, que son mi apoyo y motivación día a día, quienes gracias a su esfuerzo me dieron la oportunidad de realizar el proyecto más importante de mi vida, que son mis estudios.

A mi persona, por ser resiliente, por motivarme constantemente a seguir adelante a pesar de las dificultades y no rendirme.

A todos ellos dedico mi tiempo y esfuerzo desarrollado en este trabajo de investigación.

La Autora.

AGRADECIMIENTO

Primero a Dios, por ser mi guía, brindarme sabiduría, mucha fortaleza y salud en la culminación de esta presente investigación.

A mis queridos padres, que son las personas más importantes en mi vida, quienes me apoyaron y fueron mi soporte emocional en todo momento. Su ejemplo de perseverancia y esfuerzo son mi mejor motivación para cumplir mis objetivos personales.

A mis hermanos, que con su presencia y cariño me motivan constantemente a cumplir todos mis proyectos que inicio.

A mi pareja, quien estuvo presente desde el comienzo de mis estudios universitarios, apoyándome y motivándome en todo momento.

A todos ustedes, gracias por su apoyo incondicional y cariño; sin ustedes, este objetivo no habría sido posible lograrlo.

La Autora.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Liz Veronica Rodriguez Romero con DNI N° 76142220, egresada del **Programa de estudios** de Administración de la **Universidad Católica de Trujillo “Benedicto XVI”**, doy fe que he seguido rigurosamente los procedimientos académicos y administrativos establecidos por la **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas** para la elaboración y sustentación del informe de tesis titulado: **“Marketing digital y posicionamiento en una empresa agrícola de Virú -La Libertad, 2025”**, el cual consta de un total de **113 páginas**, incluyendo tablas y figuras, y **50 páginas en anexos**.

Dejo constancia de la **originalidad y autenticidad** de la mencionada investigación y declaro, bajo juramento y en cumplimiento de los principios éticos, que el contenido del documento es **de mi exclusiva autoría** en cuanto a redacción, organización, metodología y diagramación. Asimismo, garantizo que los fundamentos teóricos están debidamente sustentados en fuentes bibliográficas, asumiendo la responsabilidad de cualquier omisión involuntaria en la citación de autores.

En este sentido, declaro que el uso de herramientas de inteligencia artificial en el presente trabajo se ha limitado exclusivamente a la mejora de la redacción y corrección de errores gramaticales y sintácticos, sin que ello haya influido en la generación del contenido, análisis o interpretación de los resultados de la investigación.

Del mismo modo, reconozco que cualquier vulneración a los derechos de autor derivada del presente trabajo será de mi exclusiva responsabilidad, asumiendo las consecuencias académicas y legales que pudieran derivarse conforme a la normativa vigente.

La Autora



Liz Veronica Rodriguez Romero
DNI 76142220

ÍNDICE

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD	2
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	6
ÍNDICE	7
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
I. 12	
II. 28	
2.1. 28	
2.2. 28	
2.3. 29	
2.4. 30	
2.5. 31	
2.6. Aspectos éticos en la investigación	32
III. 33	
IV. 48	
V. 52	
VI. 54	
VII.56	
ANEXOS	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	33
Tabla 2	34
Tabla 3	35
Tabla 4	36
Tabla 5	37
Tabla 6	38
Tabla 7	39
Tabla 8	40
Tabla 9	41
Tabla 10	42
Tabla 11	43
Tabla 12	44
Tabla 13	45
Tabla 14	46
Tabla 15	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	29
Figura 2	33
Figura 3	34
Figura 4	35
Figura 5	36
Figura 6	37
Figura 7	38
Figura 8	39
Figura 9	40
Figura 10	41

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre el marketing digital y el posicionamiento en una empresa agrícola de Virú -La Libertad, durante el periodo 2025. El estudio fue de tipo básico-correlacional, con un enfoque cuantitativo, de nivel de profundidad descriptivo, diseño no experimental y transversal en su corte. La población estuvo constituida por 250 clientes de la empresa agrícola de Virú que fueron extraídos de la base de datos, seleccionándose mediante una muestra censal a 70 clientes habituales. Asimismo, para la recolección de datos se aplicaron como instrumentos dos cuestionarios en escala Likert, los cuales fueron validados por expertos y se obtuvo altos índices de confiabilidad al analizarlos (Alfa de Cronbach de 0.983 para marketing digital y 0.978 para posicionamiento). Se obtuvo como resultados, en cuanto al análisis estadístico descriptivo, que los clientes perciben el marketing digital como regular (45.7%) y la mayoría percibe como bajo el posicionamiento (38.6%); en cuanto al análisis inferencial, se determinó que existe una correlación directa y muy fuerte entre marketing digital y posicionamiento de la empresa agrícola en Virú, con un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de $Rho = 0.934^{**}$ y $Sig. = 0.000 (<0.05)$ respaldando la validez y relevancia del análisis realizado. Los resultados evidenciaron que fortalecer las estrategias de marketing digital mejora significativamente el valor percibido del posicionamiento, destacando con ello, la relevancia que tiene el flujo, la funcionalidad, el feedback y la fidelización como factores claves para mejorar la visibilidad y competitividad de la empresa en el mercado. Por último, se recomendó a la empresa agrícola una gestión activa y constante en las plataformas digitales que maneja para comunicar, promocionar o vender, ya que es el nuevo escenario de competitividad en este sector agrícola.

Palabras clave: Marketing digital, posicionamiento, fidelización, diferenciación, marca.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the relationship between digital marketing and positioning in an agricultural company in Virú, La Libertad, during the year 2025. The study was basic-correlational in nature, with a quantitative approach, descriptive level of depth, non-experimental design, and cross-sectional data collection. The population consisted of 250 clients of the Virú agricultural company who were drawn from the database, with 70 regular customers selected via a census sample. Likewise, for data collection, two Likert-scale questionnaires were used as instruments; they were validated by experts, and high reliability coefficients were obtained upon analysis (Cronbach's alpha of 0.983 for digital marketing and 0.978 for positioning). The results of the descriptive statistical analysis showed that customers perceive digital marketing as average (45.7%) and most perceive positioning as low (38.6%); in the inferential analysis, it was determined that there is a direct and very strong correlation between digital marketing and the positioning of the agricultural company in Virú, with a Spearman's rho correlation coefficient of $\rho = 0.934^{**}$ and Sig. = 0.000 (< 0.05), supporting the validity and relevance of the analysis conducted. The results showed that strengthening digital marketing strategies significantly improves the perceived value of positioning, highlighting the importance of flow, functionality, feedback, and loyalty as key factors for improving the company's visibility and competitiveness in the market. Finally, the agricultural company was recommended to actively and consistently manage the digital platforms it uses to communicate, promote, and sell, as this is the new competitive landscape in this agricultural sector.

Keywords: Digital marketing, positioning, loyalty, differentiation, brand.

Anexo 9: Reporte de Turnitin

CATHERINE IVETTE RAMIREZ ARRASCUE RODRIGUEZ ROMERO LIZ VERONICA

 REPORTE 10

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trrcoid::3117:552837882

Fecha de entrega
4 feb 2026, 10:49 GMT-5

Fecha de descarga
4 feb 2026, 10:53 GMT-5

Nombre del archivo
RODRIGUEZ ROMERO LIZ VERONICA.docx

Tamaño del archivo
7.9 MB

113 páginas

19.025 palabras

108.330 caracteres




19% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 15%  Fuentes de Internet
- 5%  Publicaciones
- 17%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)




Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 15%  Fuentes de Internet
- 5%  Publicaciones
- 17%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo on 2025-09-03	2%
2	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	2%
3	Trabajos del estudiante	Universidad Catolica de Trujillo on 2025-10-17	2%
4	Internet	hdl.handle.net	2%
5	Trabajos del estudiante	PREGRADO on 2025-09-30	1%
6	Internet	repositorio.uct.edu.pe	<1%
7	Internet	repositorio.autonoma.edu.pe	<1%
8	Trabajos del estudiante	Universidad Cesar Vallejo on 2022-08-09	<1%
9	Trabajos del estudiante	Universidad Catolica de Trujillo on 2025-10-10	<1%
10	Trabajos del estudiante	Universidad Catolica de Trujillo on 2025-10-14	<1%
11	Internet	repositorio.uileam.edu.ec	<1%

Anexo 10: Reporte de escritura de inteligencia artificial

CATHERINE IVETTE RAMIREZ ARRASCUE RODRIGUEZ ROMERO LIZ VERONICA

 REPORTE 10

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trrcoid::3117:552837882

Fecha de entrega
4 feb 2026, 10:49 GMT-5

Fecha de descarga
4 feb 2026, 10:54 GMT-5

Nombre del archivo
RODRIGUEZ ROMERO LIZ VERONICA.docx

Tamaño del archivo
7.9 MB

113 páginas

19.025 palabras

108.330 caracteres

*% detectado como IA

La detección de IA incluye la posibilidad de que haya falsos positivos. Aunque cierto texto en esta entrega se generó probablemente con IA, los puntajes inferiores al umbral del 20 % no aparecen porque tienen una mayor probabilidad de falsos positivos.

Precaución: Se necesita revisión.

Es esencial comprender los límites de la detección de IA antes de tomar decisiones acerca del trabajo del estudiante. Te alentamos a obtener más información acerca de las funciones de detección de IA de Turnitin antes de usar la herramienta.

Aviso legal

Nuestra evaluación de escritura con IA está diseñada para ayudar a los académicos a identificar texto que podrían haberse preparado mediante una herramienta de IA generativa. Es posible que nuestra evaluación de escritura con IA no siempre sea precisa (existe la posibilidad de que identifique erróneamente redacciones probablemente generadas por humanos como generadas por IA, y redacciones probablemente generadas por IA como generadas por humanos), por lo que no debe usarse como único fundamento para aplicar sanciones a un estudiante. Para determinar si es un caso de deshonestidad académica, se necesita de un escrutinio mayor y el juicio humano, junto con la aplicación de las políticas académicas específicas de la organización.

Preguntas frecuentes

¿Cómo debería interpretar los falsos positivos y el porcentaje de escritura con IA de Turnitin?

El porcentaje que se muestra en el reporte de escritura con IA es la cantidad del texto calificado en la entrega que el modelo de detección de escritura con IA de Turnitin determina se generó probablemente con IA desde un modelo de lenguaje de gran tamaño.

Los falsos positivos (que marcan incorrectamente alertas de texto escrito por humanos como generado con IA) son una posibilidad en los modelos de IA.

Los puntajes de detección de IA inferiores al 20 %, que no aparecen en reportes nuevos, tienen una mayor probabilidad de ser falsos positivos. Para reducir la probabilidad de malinterpretación, no se atribuye ningún puntaje o resaltado y se indican con un asterisco en el reporte (*%).

El porcentaje de escritura con IA no debe ser el único fundamento para determinar si ha ocurrido una mala conducta. El revisor/instructor debería usar el porcentaje como un medio para iniciar una conversación formativa con sus estudiantes o usarlo para examinar el ejercicio entregado según las políticas de la escuela.

¿Qué significa 'texto calificado'?

Nuestro modelo sólo procesa texto calificado en la forma de escritura de formato largo. La escritura de formato largo se refiere a los enunciados individuales en párrafos que constituyen una parte más grande del trabajo escrito, como un ensayo, una disertación, un artículo, etc. El texto calificado que se ha determinado que se generó probablemente con IA se resaltará en color cian en la entrega.

El texto no calificado, como viñetas, bibliografías comentadas, etc., no se procesará y puede crear disparidad entre los puntos destacados de la entrega y el porcentaje mostrado.

