

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO**

**BENEDICTO XVI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**

**ECONÓMICAS**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN**



**MARKETING DIGITAL Y POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE  
TRANSPORTES SERVICIOS GENERALES Y TURISMO MILAGRITOS  
SAC, TRUJILLO**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO  
EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

Br. Noé Rogers Castillo Echeverría

**ASESORA:**

Mg. Silvia Ana Victoria Vega Polo

**LINEA DE INVESTIGACIÓN**

Marketing

**TRUJILLO- PERÚ**

**2022**

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**Mons. Dr. Héctor Miguel Cabrejos Vidarte, OFM**

Arzobispo Metropolitano de Trujillo  
Fundador y Gran Canciller de la  
Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

**Dr. Luis Orlando Miranda Díaz**

Rector de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

**Dra. Silvia Ana Valverde Zavaleta**

Vicerrectora Académica

**Dr. Francisco Alejandro Espinoza Polo**

Vicerrector de Investigación (e)

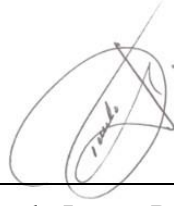
**Dr. Jaime Roberto Ramírez García**

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

**Dra. Teresa Sofia Reategui Marin**

Secretaria General

**VISTO DEL JURADO**



---

Mg. Tinedo Lopez Pedro David  
Presidente



---

Mg. Pino Vasquez Miluska Zulema  
Secretario



---

Vocal - Asesor

## **APROBACIÓN DEL ASESOR**

Yo Mg. VEGA POLO SILVIA ANA VICTORIA, con DNI N° 44993552, como asesora del trabajo de investigación “MARKETING DIGITAL Y POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES SERVICIOS GENERALES Y TURISMO MILAGRITOS SAC, TRUJILLO.” desarrollado por el bachiller CASTILLO ECHEVERRIA NOÉ ROGERS con DNI N° 40951218, egresado del programa de estudios de Administración, considero que dicho trabajo de titulación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponden con las normas establecidas en el reglamento de titulación 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 la comisión de la clasificación designado por el Decano de la Facultad Dr. Jaime Roberto Ramírez García.



---

**Mg. Vega Polo Silvia Ana Victoria**

Asesora

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Noé Rogers Castillo Echeverría, con DNI N° 40951218, egresado 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 emanados por la Facultad Ciencias Administrativas y Económicas, para la elaboración y sustentación del trabajo de investigación titulado: “MARKETING DIGITAL Y POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES SERVICIOS GENERALES Y TURISMO MILAGRITOS SAC”, el cual consta de un total de 110 páginas, en las que incluyen 14 tablas y 8 figuras. Así mismo el nivel similitud es de 12%, dicho porcentaje está permitido por la universidad.

Dejo constancia de la originalidad y autenticidad de la mencionada investigación y declaro bajo juramento en razón a los requerimientos éticos, que el contenido de dicho documento, corresponde a la autoría respecto a redacción, organización, metodología y diagramación. Asimismo, garantizo que los fundamentos teóricos están respaldados por el referencial bibliográfico, asumiendo un mínimo porcentaje de omisión involuntaria respecto al tratamiento de cita de autores, lo cual es de mi entera responsabilidad.

Se declara también que el porcentaje de similitud o coincidencia es de 12%, el cual es aceptado por la Universidad Católica de Trujillo.

*El autor*



---

**DNI: 40951218**

# MARKETING DIGITAL Y POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES SERVICIOS GENERALES Y TURISMO MILAGRITOS SAC, TRUJILLO

## INFORME DE ORIGINALIDAD

12%

INDICE DE SIMILITUD

12%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

6%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	repositorio.uct.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
5	doaj.org Fuente de Internet	<1%
6	docplayer.es Fuente de Internet	<1%
7	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.unajma.edu.pe Fuente de Internet	<1%



## Acta de Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis para obtener la Titulación Profesional

En la ciudad de Trujillo, a los 22 días del mes de noviembre del 2022, siendo las 16:30 horas se reunieron los miembros del Jurado designado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas para evaluar la tesis de Titulación Profesional en

ADMINISTRACIÓN

(Indicar el Programa de Estudios)

Especialidad: \_\_\_\_\_  
(De ser el caso)

mediante la Modalidad de Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis de(l) (la)

**Bachiller:** CASTILLO ECHEVERRIA NOÉ ROGERS  
(Apellidos y Nombres)

quien desarrolló la Tesis Titulada:  
MARKETING DIGITAL Y POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES SERVICIOS GENERALES Y TURISMO MILAGRITOS SAC, TRUJILLO.

Concluido el acto, el Jurado dictaminó que el (la) mencionado(a) Bachiller fue APROBADO por UNANIMIDAD  
(Aprobado o desaprobado (\*\*)) (En caso de ser aprobado: Unanimidad o mayoría o grado de excelencia (\*\*))  
emitiéndose el calificativo final de DIECISIETE 17  
(Letras) (Números)

Siendo las 17:30 horas concluyó la sesión, firmando los miembros del Jurado.

**Presidente:** Mg. Tinedo Lopez Pedro David  
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres) \_\_\_\_\_ (Firma)

**Secretario:** Mg. Pino Vasquez Miluska Zulema  
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres) \_\_\_\_\_ (Firma)

**Vocal:** Mg. Vega Polo Silvia Ana Victoria  
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres) \_\_\_\_\_ (Firma)

(\*) Desaprobado: 0-13; Aprobado: 14-20

(\*\*) **Mayoría:** Dos miembros del jurado aprueban; **Unanimidad:** todos los miembros del jurado aprueban; **Grado de excelencia:** promedio 19 a 20

**FORMULARIO DE CESIÓN DE DERECHOS PARA LA PUBLICACIÓN DIGITAL  
DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Moche, 25 de enero de 2023

A: Dr. Jaime Roberto Ramírez García

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

**Nombres y apellidos del investigador (a):**

Noé Rogers Castillo Echeverría

**Autor de la investigación titulada:**

MARKETING DIGITAL Y POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTES  
SERVICIOS GENERALES Y TURISMO MILAGRITOS SAC

Sustentada y aprobada el 22 de noviembre del 2022, para optar el Grado Académico/ Título Profesional de:

**Licenciado en Administración**

**CEDO LOS DERECHOS** a la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI para publicar por plazo indefinido la versión digital de esta tesis en el repositorio institucional y otros, con los cuales la universidad firme convenio, consintiendo que cualquier tercero podrá acceder a dicha obra de manera gratuita pudiendo visualizarlas, revisarlas, imprimirlas y/o grabarlas siempre y cuando se respeten los derechos de autor y sea citada correctamente. En virtud de esta autorización, la universidad podrá reproducir mi tesis en cualquier tipo de soporte, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la tesis o trabajo de investigación es una creación de mi autoría, y me encuentro facultada(o)(s) a conceder la presente autorización y además declaro bajo juramento que dicha tesis no infringe los derechos de autor de terceras personas.

Asimismo, declaro que el CD-ROM que estoy entregando a la UCT, con el archivo en formato PDF y WORD (.docx), como parte del proceso de obtención del Título Profesional o Grado Académico, es la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado.

Por ello, el tipo de acceso que autorizo es el siguiente: (Marcar con un aspa (x); una opción)



Categoría de Acceso	Descripción del acceso	Marcar con X
<b>ABIERTO</b>	Es público y será posible consultar el texto completo. Se podrá visualizar, grabar e imprimir.	
<b>RESTRINGIDO</b>	Solo se publicará el abstract y registro del metadato con información básica.	X

## OPCIONAL – LICENCIA CREATIVE COMMONS.

Una licencia **Creative Commons** es un complemento a los derechos de autor que tiene como fin proteger una obra en la web. Si usted concede dicha licencia mantiene la titularidad y permite que otras personas puedan hacer uso de su obra, bajo las condiciones que usted determine.

No, deseo otorgar una licencia Creative Commons

Si, deseo otorgar una licencia Creative Commons.

Si opta por otorgar la licencia Creative Commons, seleccione una opción de los siguientes permisos:

<b>CC-BY:</b> Utilice la obra como desee, pero reconozca la autoría original. Permite el uso comercial.	<input type="checkbox"/>
<b>CC-BY-SA:</b> Utilice la obra como desee, reconociendo la autoría. Permite el uso comercial del original y la obra derivada (traducción, adaptación, etc.), su distribución es bajo el mismo tipo de licencia.	<input type="checkbox"/>
<b>CC-BY-ND :</b> Utilice la obra sin realizar cambios, otorgando el reconocimiento de autoría. Permite el uso comercial o no comercial.	<input type="checkbox"/>
<b>CC-BY-NC:</b> Utilice la obra como desee, reconociendo la autoría y puede generar obra derivada sin la misma licencia del original. No permite el uso comercial.	<input type="checkbox"/>
<b>CC-BY-NC-SA:</b> Utilice la obra reconociendo la autoría. No permite el uso comercial de la obra original y derivada, pero la distribución de la nueva creación debe ser bajo el mismo tipo de licencia.	<input type="checkbox"/>
<b>CC-BY-NC-ND:</b> Utilice y comparte la obra reconociendo la autoría. No permite cambiarla de forma alguna ni usarlas comercialmente.	<input type="checkbox"/>

## Datos del investigador (a)

Nombres y Apellidos: Noé Rogers Castillo Echeverría

DNI: 40951218

Teléfono celular: 950622642

Email: noecastilloechevarria2020@gmail.com

Firma



## **DEDICATORIA**

A Dios, por brindarme la vida, ser mi luz en todo momento y darme la fortaleza necesaria para afrontar momentos difíciles.

A mis padres, por guiarme y apoyarme en situaciones difíciles, siendo un soporte en mi formación como persona, al inculcarme principios y valores.

A mi esposa por confiar en mi persona y estar siempre conmigo, animarme y apoyarme para continuar en la vida profesional.

A mis hijos, Cristofer, Mathias y Santiago por ser los motores que me impulsan a salir adelante.

**Br. Noé Rogers Castillo Echeverría**

## **AGRADECIMIENTO**

### **A la Mg. Silvia Ana Vega Polo**

Por sus enseñanzas, consejos y apoyo en la asesoría para poder terminar este trabajo de investigación.

### **A la Universidad Católica de Trujillo**

Por acogerme en estos años de estudio, y fomentar en mi persona la enseñanza con valores.

### **A la empresa de transportes servicios generales y turismo Milagritos SAC.**

Por brindarme las facilidades para realizar mi trabajo de investigación.

**El autor**

## Tabla de contenidos

Autoridades universitarias.....	II
Aprobación del asesor.....	IV
Declaratoria de autenticidad .....	V
Dedicatoria.....	VI
Agradecimiento.....	VII
Tabla de Contenidos.....	XIII
Índice de Tablas.....	XV
Índice de figuras.....	XVI
RESUMEN.....	XVII
ABSTRAC.....	XVII
<b>CAPÍTULO I: FORMULACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>19</b>
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	19
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	23
1.3. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS.....	23
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>26</b>
2.1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION.....	26
2.1.2. BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS.....	30
2.1.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.....	47
2.1.4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS.....	48
2.1.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	50
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....</b>	<b>52</b>
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	52
3.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	52
3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	52
3.4. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO.....	53
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOJO DE DATOS.....	54
3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DATOS.....	55
3.7. ÉTICA INVESTIGATIVA.....	57

<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....</b>	<b>58</b>
4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	58
4.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	65
4.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	71
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS.....</b>	<b>75</b>
5.1. CONCLUSIONES.....	75
5.2. SUGERENCIAS.....	76
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>	<b>77</b>
<b>ANEXOS Y/O APÉNDICES.....</b>	<b>82</b>

## Índice de tablas y figuras

### Tablas

Tabla 1. Población de clientes de la empresa de transportes turismo Milagritos SAC .....	54
Tabla 2. Niveles de la variable de Marketing Digital.....	57
Tabla 3. Niveles de marketing de contenidos.....	58
Tabla 4. Niveles de la dimensión social media marketing .....	59
Tabla 5. Niveles de la dimensión e-marketing .....	60
Tabla 6. Niveles de la variable de posicionamiento .....	61
Tabla 7. Niveles de la dimensión identidad de marca.....	62
Tabla 8. Niveles de la dimensión proposición de valor.....	63
Tabla 9. Niveles de la dimensión diferenciación.....	64
Tabla 10. Prueba de normalidad de las variables y sus dimensiones .....	66
Tabla 11. Correlación entre marketing digital y toma de posicionamiento .....	67
Tabla 12. Correlación entre marketing de contenidos y toma de posicionamiento.....	68
Tabla 13. Correlación entre social media marketing y toma de posicionamiento.....	69
Tabla 14. Correlación entre e-marketing y toma de posicionamiento.....	70

## Figuras

Figura 1. Distribución porcentual de Marketing digital .....	57
Figura 2. Distribución porcentual de marketing de contenidos.....	58
Figura 3. Distribución porcentual de social media marketing .....	59
Figura 4. Distribución porcentual de e-marketing .....	60
Figura 5. Distribución porcentual de toma de posicionamiento .....	61
Figura 6. Distribución porcentual de identidad de valor.....	62
Figura 7. Distribución porcentual de proposición de valor .....	63
Figura 8. Distribución porcentual de diferenciación.....	64

## RESUMEN

Esta investigación tiene como fin estudiar la relación entre el marketing digital y el posicionamiento de la empresa de transportes servicios generales y turismo Milagritos SAC en la ciudad de Trujillo, 2022. Esta investigación es de tipo básica, con enfoque cuantitativo, de método hipotético-deductivo y diseño no experimental descriptivo-correlacional, para conocer esto, se ha tomado una muestra de 40 clientes de la empresa. La recopilación de información se realizó a través de la técnica encuesta, aplicando como instrumento 2 cuestionarios, compuestos de 18 Items de la variable marketing digital y 10 Items de la variable posicionamiento, dichos ítems fueron medidos según la escala Likert ordinal.

Los resultados se obtuvieron mediante la prueba de hipótesis Rho de Spearman, el cual ha permitido saber que el marketing digital tiene relación significativa con la variable posicionamiento, debido a que estas variables tienen un coeficiente de correlación de  $r=0.600^{**}$  y un Sig. (Bilateral)= 0,000, por tal motivo se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Concluyendo con la afirmación de que el marketing digital tiene relación significativa con mejorar el posicionamiento de la empresa de transportes servicios generales y turismo Milagritos SAC en la ciudad de Trujillo, en el año 2022.

**Palabras Claves:** *Marketing digital, posicionamiento, social media marketing, identidad de marca.*



## **ABSTRACT**

The purpose of this research is to study the relationship between digital marketing and the positioning of the general services and tourism transport company Milagritos SAC in the city of Trujillo, 2022. This research is basic, with a quantitative approach, hypothetical-deductive method and non-experimental descriptive-correlational design, to find out this, a sample of 40 clients of the company has been taken. The collection of information was carried out through the survey technique, applying 2 questionnaires as an instrument, composed of 18 Items of the digital marketing variable and 10 Items of the positioning variable, these items were measured according to the ordinal Likert scale.

The results were obtained through Spearman's Rho hypothesis test, which has allowed us to know that digital marketing has a significant relationship with the positioning variable, since these variables have a correlation coefficient of  $r=0.600^{**}$  and a Sig. (Bilateral)= 0.000, for this reason the null hypothesis is rejected and the research hypothesis is accepted. Concluding with the affirmation that digital marketing has a significant relationship with improving the positioning of the transport company, general services and tourism, Milagritos SAC in the city of Trujillo, in the year 2022.

Keywords: Digital marketing, positioning, social media marketing, brand identity.