

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



MARKETING DIGITAL Y SU INFLUENCIA EN EL POSICIONAMIENTO
DE MARCA DE LA MYPE BUNGALOW DULCE AMANECER E.I.R.L.,
TRUJILLO, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN

AUTOR

Br. Mayra Fiorela Marquina Agreda

ASESORA

Dra. Miluska Zulema Pino Vásquez

ORCID: 0000-0002-2808-6921

<https://orcid.org/0000-0002-2808-6921>

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing y Ventas


TRUJILLO, PERÚ

2023

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD

Señor (a) Decano (a) de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas:

Yo, Dra. Miluska Zulema Pino Vásquez con DNI 43849064, como asesora del trabajo de investigación “MARKETING DIGITAL Y SU INFLUENCIA EN EL POSICIONAMIENTO DE MARCA DE LA MYPE BUNGALOW DULCE AMANECER E.I.R.L, TRUJILLO, 2022” desarrollado por la bachiller Mayra Fiorela Marquina Agreda con DNI N° 72312919 del programa de estudios de Administración; considero que dicho trabajo reúne las condiciones tanto técnicas como científicas, las cuales están alineadas a 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 graduación 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.



Dra. Miluska Zulema Pino Vásquez

Asesora

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. Mariana Geraldine Silva Balarezo

Vicerrectora Académica

Dra. Ena Cecilia Obando Peralta

Vicerrectora de Investigación

Dr. Jaime Roberto Ramírez García

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Dra. Teresa Sofía Reátegui Marín

Secretaria General

AGRADECIMIENTO

A Dios fuente de amor y sabiduría, mi inmensa gratitud por concederme la dicha de llegar a esta etapa crucial de mi profesión con buena salud, iluminando mi camino, y siendo mi guía espiritual durante este proceso de aprendizaje.

Por su apoyo sin condiciones, les agradezco a mis padres, por los sabios consejos y confianza, así como los esfuerzos que han hecho hasta el día de hoy para brindarme las herramientas necesarias para mi educación, siendo los mejores referentes para mí en la vida, ellos que son mi mejor motivo e inspiración para seguir superándome, mi soporte en momentos difíciles y en los felices los mejores compañeros que complementan mi felicidad.

A mis maestros , por impartir en cada sesión de clase sus conocimientos y experiencias, por sus consejos que me impulsaban a seguir mejorando, a mi asesora por la paciencia ante cualquier duda que tenía durante este proceso, gracias a ella por su disposición, voluntad y tiempo para realizar esta tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD	2
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	7
ÍNDICE DE TABLAS.....	8
RESUMEN.....	9
ABSTRACT	10
I. INTRODUCCIÓN	11
II. METODOLOGÍA	25
2.1. Enfoque, tipo	25
2.2. Diseño de investigación	25
2.3. Población, muestra y muestreo.....	26
2.4. Técnicas e instrumentos de recojo de datos	27
2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de la información	28
2.6. Aspectos éticos en investigación.....	29
III. RESULTADOS	30
3.1. Marketing digital	30
3.2. Posicionamiento de marca.....	31
3.3. Evaluación de supuestos.....	32
3.4. Contrastación de hipótesis.....	33
IV. DISCUSIÓN	39
V. CONCLUSIONES.....	42

VI. RECOMENDACIONES	43
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	45
ANEXOS.....	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Influencia del marketing digital en el posicionamiento de marca en los huéspedes de la MYPE Bungalow Dulce Amanecer E.I.R.L, 2022.....</i>	30
Figura 2 <i>Influencia de la difusión de contenidos en el posicionamiento de marca en los huéspedes de la MYPE Bungalow Dulce Amanecer E.I.R.L, 2022</i>	35
Figura 3 <i>Influencia de la difusión de contenidos en el posicionamiento de marca en los huéspedes de la MYPE Bungalow Dulce Amanecer E.I.R.L, 2022</i>	36
Figura 4 <i>Influencia de la conversión de contenidos en el posicionamiento de marca en los huéspedes de la MYPE Bungalow Dulce Amanecer E.I.R.L, 2022</i>	38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Nivel de marketing digital en huéspedes de la MYPE Bungalow Dulce Amanecer E.I.R.L, 2022</i>	30
Tabla 2 <i>Nivel de posicionamiento de marca en huéspedes de la MYPE Bungalow Dulce Amanecer E.I.R.L, 2022</i>	31
Tabla 3 <i>Supuestos de normalidad y multicolinealidad</i>	32
Tabla 4 <i>Influencia del marketing digital en el posicionamiento de marca en los huéspedes de la MYPE Bungalow Dulce Amanecer E.I.R.L, 2022</i>	33
Tabla 5 <i>Índices de ajuste del modelo de influencia</i>	34
Tabla 6 <i>Influencia de la difusión de contenidos en el posicionamiento de marca en los huéspedes de la MYPE Bungalow Dulce Amanecer E.I.R.L, 2022</i>	35
Tabla 7 <i>Influencia de la atracción de clientes en el posicionamiento de marca en los pasajeros de la MYPE Bungalow Dulce Amanecer E.I.R.L, 2022</i>	36
Tabla 8 <i>Influencia de la conversión de clientes en el posicionamiento de marca en los huéspedes de la MYPE Bungalow Dulce Amanecer E.I.R.L, 2022</i>	37

RESUMEN

La intención de este estudio fue determinar la influencia que existe entre el marketing digital y el posicionamiento de marca de la Mype Bungalow Dulce Amanecer E.I.R.L, 2022 El método que se aplicó fue cuantitativo, sin manipulación de variables y realizado en un tiempo determinado. A nivel correlacional y causalidad, se utilizó una muestra censal de 49 huéspedes y encuestas como técnica. Los resultados mostraron un impacto positivo moderado del 0.32% entre ambas variables. Concluyendo que la elaboración de un proyecto de mercadotecnia digital puede ayudar a los negocios a incrementar la presencia de su marca.

Palabras claves: Marketing online, Posicionamiento de marca, calidad de servicio, redes sociales.

ABSTRACT

The intention of this study was to determine the influence that exists between digital marketing and the brand positioning of the Mype Bungalow Dulce Amanecer E.I.R.L, 2022. The method that was applied was quantitative, without manipulation of variables and carried out in a certain time. At the correlation and causality level, a census sample of 49 guests and surveys were used as a technique. The results showed a moderate positive impact of 0.32% between both variables. Concluding that the development of a digital marketing project can help businesses increase the presence of their brand.

Keywords: Online marketing, brand positioning, quality of service, social networks.