



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y
Marketing.

“RELACION ENTRE MARKETING DIGITAL Y
POSICIONAMIENTO DE MARCA EN LOS CLIENTES DE UNA
EMPRESA DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO, TRUJILLO, PERÚ,
2022”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Marketing.

Autores:

Estrella Marjhory Velasquez Campos

Deivy Darwin Alvarez Zarate

Asesor:

Mg. Rocío del Pilar Pretel Justiniano
<https://orcid.org/0000-0002-3253-3800>

Trujillo - Perú

2022



“Relación entre marketing digital y posicionamiento de marca en los clientes de una empresa de la industria del turismo, Trujillo, Perú, 2022”

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Francisco Jesús Paredes León	42374014
	Nombre y Apellidos	N° DNI

Jurado 2	María Soledad Rodríguez Castillo	18107224
	Nombre y Apellidos	N° DNI

Jurado 3	Jocelyn Ruth Infante Linares	18136826
	Nombre y Apellidos	N° DNI



TABLA DE CONTENIDOS

JURADO EVALUADOR.....	1
DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
TABLA DE CONTENIDOS.....	4
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
INDICE DE FIGURAS.....	6
RESUMEN.....	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	18
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	23
CAPITULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	32
REFERENCIAS.....	38
ANEXOS.....	40



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis de confiabilidad de los instrumentos	21
Tabla 2: Estadísticos descriptivos de Marketing Digital	23
Tabla 3: Estadísticos descriptivos de Posicionamiento de Marca	23
Tabla 4: Pruebas de normalidad de las variables Marketing Digital y Posicionamiento de Marca	24
Tabla 5: Correlaciones	25
Tabla 6: Correlaciones	26
Tabla 7: Correlaciones	27
Tabla 8: Correlaciones	29
Tabla 9: Correlaciones	30
Tabla 10: Resumen del modelo.....	31



“Relación entre marketing digital y posicionamiento de marca en los clientes de una empresa de la industria del turismo, Trujillo, Perú, 2022”

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Relación marketing digital – Posicionamiento de marca	25
Figura 2: Relación flujo – Posicionamiento de marca	27
Figura 3: Relación funcionalidad – Posicionamiento de marca.....	28
Figura 4: Relación feedback – Posicionamiento de marca	29
Figura 5: Relación fidelización – Posicionamiento de marca.....	31



RESUMEN

En esta investigación abordó el tema del marketing digital en una empresa de la industria del turismo y como es la relación en cuanto a su posicionamiento de marca en la ciudad de Trujillo, Perú.

El objetivo principal de la investigación es determinar el grado de relación entre el Marketing digital y el posicionamiento de marca en los clientes de una empresa de la industria del turismo, Trujillo – Perú en el año del 2022. Se planteó una metodología con enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y de tipo transeccional correlacional. La muestra de población fue de 168 personas respetando los criterios de elección.

De acuerdo con el análisis realizado se precisa el estadístico Rho de Spearman para identificar la magnitud de las relaciones que se prueban. Se determinó la relación entre el marketing digital y el posicionamiento de marca, obteniéndose como resultado mediante el coeficiente de Rho Spearman un valor ($\rho = 0.906$) señalando que existe una relación positiva de muy alto grado estadísticamente significativa ($p < 0,01$) entre el marketing digital y el posicionamiento de marca en los clientes de una empresa de la industria del turismo, Trujillo – Perú, 2022. También se determina que la variable independiente se relaciona a la dependiente en un 76 por ciento.

PALABRAS CLAVES: Redes sociales, marketing digital, empresa de turismo, posicionamiento de marca

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

- Almonacid, L. & Herrera, A. (2015). *Estrategias de marketing digital y su influencia en el posicionamiento de la empresa MCH grupo inmobiliario S.A.C. En el distrito de Trujillo 2015* (Tesis de Licenciatura) Universidad Privada Antenor Orrego, Perú.
- Cárdenas (2017). *Análisis del branding y el nivel de posicionamiento de la empresa Lácteos Muruquita en la ciudad de Puno 2017*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Nacional Del Altiplano, Perú.
- Castro, G. b., Jiménez, E. S., Moreno, T. J., y López, A. S. (2017). *Planeamiento Estratégico del Marketing Digital en Colombia* (Tesis de Maestría). Bogotá: Pontifica Universidad Católica del Perú.
- Checcinato, F, y Hu, L. (2018). *Managing digital marketing strategies in emerging markets*. Department of Management, 12, 30. Obtenido de <https://bit.ly/2OQC2tb>
- Ministerio de comercio exterior y turismo (2022). *Guía para el diseño de experiencias turísticas*. Obtenido de: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2422599/Gu%C3%ADa%20para%20el%20dise%C3%B1o%20de%20experiencias%20tur%C3%ADsticas.pdf>
- Gallego, A.M. (2018). *La influencia del marketing digital para las empresas*. Manizales-Colombia: UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MANIZALES – UCM. Recuperado de www.repositorio.ucm.edu.co
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill Interamericana



Horna, J. R. (2017). *Marketing digital y su relación con el posicionamiento en los clientes de las pastelerías Mypes del distrito de Trujillo, en el año 2017*(Tesis de Maestría). Lima: Universidad César Vallejo.

Hosteltur. (2018). *Las seis claves del marketing digital de viajes para el 2018*. Obtenido de <https://bit.ly/2AKUfRm>

Kotler, P & Keller, K (2012). *Dirección de Marketing. Décimo cuarta edición*. Editorial Pearson. México.

Mercado, R. A., y Meza, G. L. (2017). *Implementación de una agencia de marketing digital para empresas de servicios de restaurantes, alojamiento y de agencia de viaje en la ciudad de Arequipa* (Tesis de Maestría en Ciencias Empresariales). Lima: Universidad san Ignacio de Loyola.

Organización Mundial del Turismo (2022). *El turismo internacional al 60% de los niveles anteriores a la pandemia enero-julio 2022*. Obtenido de: <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

Promperú (2022). *Conoce al turista extranjero*. Obtenido de: <https://www.promperu.gob.pe/turismoin/sitio/perfturistaext>

Tnews. (2018). *Gremios y MINCETUR coordinan elaboración de nuevo reglamento de agencias de viajes*. Obtenido de <http://tnews.com.pe/gremios-y-minceturcoordinan-elaboracion-de-nuevo-reglamento-de-agencias-de-viajes/>

Torres, J. N. (2017). *Marketing digital y emprendimiento de las mujeres que tienen negocio propio, Comas*”. (Tesis de Maestría). Lima: Universidad César Vallejo.

Universidad Privada del Norte. (2016). *Código de ética del investigador científico UPN*. <https://www.upn.edu.pe/sites/default/files/2020-06/codigo-etica-investigador-cientifico-upn.pdf>