

FACULTAD DE NEGOCIOS



Carrera de Administración

“IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE INBOUND
MARKETING PARA MEJORAR EL
POSICIONAMIENTO DE LA TIENDA VIRTUAL
“KAWAII SHOP” DE LA CIUDAD DE TRUJILLO, 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración

Autora:

Bach. Solansh Alexandra Mendoza Mantilla

Asesor:

Dr. Higinio Guillermo Wong Aitken

Trujillo - Perú

2020

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	28
CAPÍTULO III. RESULTADOS	31
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	44
REFERENCIAS	48
ANEXOS	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Prueba de t para medias de muestras emparejadas	31
Tabla 2. Frecuencia de la Publicidad.....	32
Tabla 3. Atracción de la Publicidad	33
Tabla 4. Clic de la Publicidad.....	34
Tabla 5. Frecuencia de obtención de datos.....	35
Tabla 6. Conocimiento de la página	36
Tabla 7. Empaque de producto	37
Tabla 8. Recomendación de la página	38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Frecuencia de la Publicidad	32
Figura 2. Atracción de la Publicidad	33
Figura 3. Clic de la Publicidad	34
Figura 4. Frecuencia de obtención de datos	35
Figura 5. Conocimiento de la página.....	36
Figura 6. Empaque de producto.....	37
Figura 7. Recomendación de la página.....	38
Figura 8. Alcance e impresiones en las publicaciones	39
Figura 9. Número de usuarios comprometidos y audiencia coincidente	39
Figura 10. Número de like y usuarios comprometidos.....	40
Figura 11. Alcance de los seguidores	41
Figura 12. Número de comentarios	41

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación titulado Implementación del Modelo de Inbound Marketing para mejorar el posicionamiento en la tienda virtual Kawaii Shop de la ciudad de Trujillo, 2020 tiene como objetivo Mejorar el posicionamiento a través de la implementación del modelo inbound marketing en la tienda virtual “Kawaii Shop” de la ciudad de Trujillo, 2020.

Se utilizó el diseño de investigación Pre experimental. La población está conformada por todas a las interacciones de la página de Facebook, siendo la muestra las interacciones basadas en las métricas del fan Page en el periodo de julio - setiembre del 2020.

Como resultados se obtuvo que el 100% de personas respondió que a través del modelo de inbound marketing conocieron y sabían a que se dedicaba la tienda virtual Kawaii Shop.

También, se encontró que el modelo de inbound marketing mejora el posicionamiento en la tienda virtual Kawaii Shop, siendo el resultado ($p < 0.05$), por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, es decir, que se acepta la hipótesis alterna y por lo mismo se afirma que la implementación del modelo de inbound marketing mejora el posicionamiento.

Palabras clave: Inbound Marketing, Posicionamiento.

ABSTRACT

In the present research work entitled Implementation of the Inbound Marketing Model to improve the positioning in the virtual store Kawaii Shop in the city of Trujillo, 2020 aims to improve the positioning through the implementation of the inbound marketing model in the virtual store " Kawaii Shop" of the city of Trujillo, 2020.

The Pre-experimental research design was used. The population is made up of all the interactions of the Facebook page, the sample being the interactions based on the fan Page metrics in the period of July - September 2020.

As results, it was obtained that 100% of people responded that through the inbound marketing model and knew that they knew the Kawaii Shop virtual store.

Also, it was found that the inbound marketing model improves the positioning in the virtual store Kawaii Shop, the result ($p < 0.05$), therefore, the null hypothesis is rejected, that is, the alternative hypothesis is accepted and therefore It is stated that the implementation of the inbound marketing model improves positioning.

Keywords: Inbound Marketing, Positioning.

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*. Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo - Perú.

Aguilar, O. & Melendez, D. (2020). *El Marketing Digital Y Su Influencia En El Posicionamiento Del Producto Queso De Cabra Chugur En La Ciudad De Cajamarca, Año 2018*. Universidad Privada del Norte. Trujillo – Perú.

Alvarado, R. (2008). *Estrategias de Marketing de Servicios Educativos para Posicionamiento Caso: colegio en estudio*. Pontificia Universidad Católica del Perú.

Blancas, F. (2016). *Marketing Digital y el Posicionamiento de mercado en las empresas turísticas del distrito de Huánuco, 2016*. Universidad de Huánuco, Perú.

Caballero & Monsefú (2017) *Plan de Marketing para mejorar el posicionamiento de la revista Claudia en el distrito de Trujillo 2017*, Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo – Perú.

Calero, M. & Mora, L. (2015). *Estrategia De Posicionamiento De Marca Para Mejorar La Competitividad De La Empresa "Ruli Rete" S.A. De La Ciudad De Montalvo, Provincia De Los Ríos*. Universidad Técnica de Babahoyo. Ecuador.

Cárdenas, J. (2015). *Efectividad del inbound marketing para el posicionamiento de la marca en el contexto peruano – Arequipa 2014*. Universidad Católica de Santa María, Arequipa – Perú.

Canjura J., Castro I. & Mejía M. (2016). *Modelo De Inbound Marketing Como Estrategia De Marketing Social Para incentivar el Consumo de Alimentos Saludables en la Zona Metropolitana de San Salvador*. El Salvador.

Cortés, S. (2011). *Marketing digital, Como Herramienta de Negocios para PyMES, Chile*. Universidad de Chile.

Lamb, et. al (2002). *Marketing*, 6ta Edición, México, Thomson editores.

Llopis, C. (2018). *Inbound Marketing: Definición, Guía y método Paso a Paso*.
<http://increnta.com/es/blog/que-es-el-inbound-marketing/>

Moncada (2019) *Estrategia de Marketing Social – Inbound Marketing y su impacto en el nivel de ventas de la empresa CISESA Movistar, Chepén – 2017*, Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo – Perú.

Munuera, J. (2002). *Estrategias de marketing: teoría y casos*. Pirámide. Madrid, España.

Samsing, C. (junio, 2018). *¿Qué es inbound marketing? Página Hubspot*. Boston.
<https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-inbound-marketing-slide-share>

Ries & Trout (2014). *Posicionamiento*. México.

Zurita, D. (2015). *“Diseño de un modelo de Inbound Marketing para el Posicionamiento de mercado Nacional e Internacional de una empresa textil”*. Universidad Católica del Ecuador. Ecuador.