



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Académico Profesional de Administración

TESIS

**MARKETING ONLINE Y EL
POSICIONAMIENTO DE C&D SAC
NEGOCIOS GENERALES – CHICLAYO**

**Para optar el título profesional de licenciada en
Administración**

Autoras:

**Lic. Chanta Nuñez Miria Consuelo Lic.
Gallardo Urteaga Mériller Luceli**

Pimentel, Diciembre del 2015

RESUMEN

El objetivo general de la investigación ha consistido en elaborar un plan de estrategias de marketing online para mejorar el posicionamiento de C&D SAC Negocios Generales – Chiclayo.

El método que se empleó en la investigación fue el método mixto que abarca el método cuantitativo y cualitativo, enmarcándose en un tipo de investigación no aplicada, descriptiva con un diseño de carácter ex post facto, no experimental.

Para la recolección de los datos se elaboraron una encuesta en base a un cuestionario en formato de escala de Likert, obteniendo como resultado que el 57% de encuestados determina que la empresa no utiliza estrategias de marketing online como debería ser; respecto al posicionamiento se determinó que el 69% manifiestan que existe un alto grado de posicionamiento debido a sus bajos precios, calidad y por su historia, pero no por las estrategias online.

Los resultados demostraron que si se aplica las estrategias del marketing online entonces se mejorara el posicionamiento en la empresa C&D SAC Negocios Generales.

Finalmente concluimos que el plan de estrategias de marketing online basado en la teoría de 4 efes de Paul Fleming mejora el posicionamiento de la empresa, dado que el 57% de los encuestados manifestaron que la empresa no hace uso de estrategias de marketing online, puesto que recomiendan que la utilicen para que den a conocer su diversa gama de productos a través de estas redes y por ende mejore su posicionamiento.