

**UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA
ESCUELA DE POSGRADO**



**MARKETING DIGITAL Y LA GESTIÓN EMPRESARIAL EN LOS
SUPERMERCADOS PERUANOS S.A. DE LIMA, 2018**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN:
GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL**

PRESENTADO POR

MIRKO ALFREDO SALDAÑA GOLDSCHMIDT

LIMA - PERÚ

2019

RESUMEN

La presente investigación, pretende determinar el grado de relación que existe entre la variable marketing digital y la gestión empresarial, aplicado a los supermercados de Lima. Se plantea el problema general: ¿Existe relación entre el marketing digital y la gestión empresarial en Supermercados Peruanos de Lima, 2018?

La hipótesis general es la siguiente: el marketing digital tiene una relación significativa con la gestión empresarial en Supermercados Peruanos de Lima, 2018.

El diseño de investigación empleado corresponde al no experimental, considerando una población de 181 ejecutivos del área de marketing de Supermercados Peruanos S.A. de Lima, de acuerdo con las estadísticas de la Cámara de Comercio de Lima para 2018, por lo cual se considera una muestra de 124 ejecutivos.

En el caso de la variable dependiente: gestión empresarial, los indicadores fueron los elementos del proceso administrativo. En el caso de la variable independiente: marketing digital, los indicadores fueron la publicidad, comunicación, promoción y comercialización en internet.

De acuerdo con los resultados estadísticos obtenidos con el aplicativo SPSS, el contraste de hipótesis obtiene un nivel correlacional de 92.1% entre las variables, con lo cual existe validación de lo planteado por la investigación.

Los otros resultados de las hipótesis específicas también permiten recomendar la implementación del marketing digital como herramienta, por el alto impacto sobre la gestión empresarial del negocio.

Palabras claves: marketing digital, gestión empresarial, publicidad en internet, proceso administrativo, promoción en internet.