

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



**RELACIÓN ENTRE EL MARKETING DE CONTENIDOS Y EL
POSICIONAMIENTO DE LA MARCA CARMESÍ EN TIEMPOS DE COVID,**

LIMA - 2022

TESIS

PRESENTADA POR BACHILLERES:

DAVALOS HUAMAN JESUS JEAN PIERE

MCCOLM OLIVA MARIA FERNANDA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

CHINCHA - PERÚ

2022

RESUMEN

El marketing de contenidos se ha convertido en una pieza clave que sirve como palanca para que los productos digitales tengan éxitos y es de gran ayuda para los negocios digitales porque les permite interactuar y acercarse a sus clientes creando una relación que va a llevar al posicionamiento de una marca dentro del mercado digital a pesar de que existan barreras sociales que impidan una cercanía como la Covid-19. El objetivo principal de la presente investigación fue determinar la relación que existe entre el marketing de contenidos y el posicionamiento de la marca Carmesí en el año 2022. Esta investigación fue de enfoque cuantitativo, con diseño no experimental – transversal y de nivel correlacional. La población estuvo conformada por 80 personas que es el promedio mensual de clientes que realizan compras en Carmesí. Para la muestra se tomó un total de 50 clientes quienes hicieron compras durante los últimos meses. Los resultados indicaron que existe una relación directa y significativa de 0.864 entre las variables marketing de contenidos y el posicionamiento de la marca Carmesí en el año 2022. Basados en los resultados obtenidos se concluye que gracias al marketing de contenidos la marca Carmesí ha logrado posicionarse exitosamente en el mercado virtual a pesar de que sus actividades fueron afectadas durante la pandemia por la Covid-19; logrando acercarse a sus clientes mediante el contenido entretenido para poder convertirse en un emprendimiento virtual exitoso porque ha logrado captar alrededor de 11 mil seguidores en redes sociales.

Palabras claves: Marketing de contenidos, posicionamiento, clientes, marca.