



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**“CANALES DE MEDIOS DIGITALES EN LA EMPRESA INTERNET
PERÚ CABLE S.R.L. EN LA CIUDAD DEL CUSCO - 2020”**

Tesis para optar al Título Profesional de
Licenciado en Administración

Presentado por:

Bach. Hurtado Chambi Juan Diego

ASESORA:

Lic. Susi Alviz Pazos

CUSCO – PERÚ

2020



RESUMEN

El trabajo de investigación se desarrolló en la empresa Internet Perú Cable Sociedad de Responsabilidad Limitada -2020 de la ciudad del Cusco, tiene como objetivo conocer los canales de medios digitales en dicha organización; la investigación es de tipo básica, de alcance descriptivo, diseño no experimental y de enfoque cuantitativo; la población de estudio estuvo conformada por 55 colaboradores de la empresa, la técnica que se utilizó para la recolecciones los datos fue la encuesta y el instrumento un cuestionario de 22 ítems. Los resultados encontrados de la variable canales de medios digitales presentan un promedio de 2.86 que es calificada como regular lo que manifestaron el 54.5% de los encuestados; el marketing en motores de búsqueda obtuvo un promedio de 2.86 que es calificado como regular lo que manifestaron el 32.7% de los encuestados, las relaciones públicas obtuvo un promedio de 2.86 que es calificado como regular lo que manifestaron el 45.5% de los encuestados, el marketing de afiliados obtuvo un promedio de 2.73 que es calificado como regular lo que manifestaron el 41.8% de los encuestados, la publicidad gráfica obtuvo un promedio de 3.01 que es calificado como regular lo que manifestaron el 43.6% de los encuestados, el marketing por correo electrónico obtuvo un promedio de 2.60 que es calificado como regular lo que manifestaron el 43.6% de los encuestados, el marketing en medios sociales obtuvo un promedio de 3.13 que es calificado como regular lo que manifestaron el 49.1% de los encuestados

Palabras clave: Canales de medios digitales, marketing en motores de búsqueda, relaciones públicas en línea, marketing de afiliados, publicidad gráfica, marketing por correo electrónico, marketing en medios sociales.



ABSTRACT

The research work is in the company Internet Perú Cable Sociedad de Responsabilidad Limitada -2020 of the city of Cusco, its objective is to know the digital media channels in said organization; the research is basic, descriptive in scope, non-experimental in design and quantitative in approach; the study population was made up of 55 company collaborators, the technique required for data collection was the survey and the instrument a 22-item questionnaire. The results found on digital media channels present an average of 2.86, which is classified as regular, which was stated by 54.5% of the respondents; search engine marketing obtained an average of 2.86 that is rated as regular by 32.7% of respondents, public relations obtained an average of 2.86 that is rated as regular by 45.5% of respondents, the Affiliate Marketing obtained an average of 2.73, which is rated as regular by 41.8% of the respondents, graphic advertising obtained an average of 3.01, which is rated as regular by 43.6% of the respondents, mail marketing electronic obtained an average of 2.60 that is rated as regular what 43.6% of respondents said, social media marketing obtained an average of 3.13 that is rated as regular what 49.1% of respondents said

Keywords: Digital media channels, search engine marketing, online public relations, affiliate marketing, graphic advertising, email marketing, social media marketing.