



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE MARKETING Y
ADMINISTRACIÓN

**“IMPACTO DE UNA ESTRATEGIA SEO EN EL
POSICIONAMIENTO WEB DE LAS PYMES EN EL PERÚ. CASO
DE ESTUDIO: ABTELCOM S.R.L, LIMA, 2020 - 2021”**

Tesis para optar el título profesional de:
LICENCIADA EN MARKETING Y ADMINISTRACIÓN

Presentado por:
Keren Jemima Rojas Rengifo (0000-0003-3731-6271)

Asesor:
Luigi Domenico León Trisoglio (0000-0002-2791-6014)

Lima – Perú

2022

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Lima, 30 de setiembre de 2022 «FSUS»

Los integrantes del Jurado de tesis:

Presidente	JULIO CESAR POBLETE BENITES
Miembro 1	GONZALO OMAR ROSALES DIAZ
Miembro 2	GIOVANNA GIANCARLA PINTO DIAZ

Se reúnen para evaluar la tesis titulada:

“IMPACTO DE UNA ESTRATEGIA SEO EN EL POSICIONAMIENTO WEB DE LAS PYMES EN EL PERÚ. CASO DE ESTUDIO: ABTELCOM S.R.L, LIMA, 2020 - 2021”

Presentado por el(la) bachiller.

KEREN JEMIMA ROJAS RENGIFO

Para optar al título profesional de

LICENCIADO EN MARKETING Y ADMINISTRACIÓN

Asesorado(a) por:

LUIGI DOMENICO LEÓN TRISOGLIO

Luego de haber evaluado el informe final de tesis y evaluado el desempeño de(l) (los) estudiante de la Carrera de **Marketing y Administración** en la sustentación, concluyen de manera unánime (x) por mayoría simple () calificar a:

Tesista:	KEREN JEMIMA ROJAS RENGIFO		
Nota (en letras):	Diecinueve		
Aprobado ()	Aprobado - Muy buena ()	Aprobado - Sobresaliente (x)	Desaprobado ()

Los miembros del jurado firman en señal de conformidad.



JULIO CESAR POBLETE BENITES
Presidente(a) del Jurado



LUIGI DOMENICO LEÓN TRISOGLIO
Asesor(a)



GONZALO OMAR ROSALES DIAZ
Miembro 1



GIOVANNA GIANCARLA PINTO DIAZ
Miembro 2

ANEXO: FORMATO DE DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS / TRABAJO DE INVESTIGACIÓN¹

Lima, 20 de junio del 2023

Señor,

Dr. Carlos Zavalaga Reyes

**Director General de Investigación, Desarrollo e Innovación
Universidad Científica del Sur**
Presente. –

De nuestra consideración,

Yo: Keren Jemima Rojas Rengifo, egresada y bachiller de la carrera de Marketing y Administración de empresas de la Universidad Científica del Sur, en conjunto con el asesor de tesis Luigi Doménico León Trisoglio, declaramos que este informe final de tesis de investigación titulado: "Impacto de una estrategia SEO en el Posicionamiento Web de las pymes en el Perú. Caso de estudio: ABTELCOM S.R.L., Lima, 2020-2021", sustentado para obtener el título de Licenciada en Marketing y Administración de empresas, es original.

Es decir, no contiene plagio parcial ni total, cuando se utilizó información de fuentes externas se reconoció la autoría mediante la adecuada citación y los resultados obtenidos son producto entero de mi investigación y no han sido falseados ni fabricados. Todo esto en cumplimiento del Código de ética en la investigación, Reglamento del Comité de Integridad Científica, Reglamento de Propiedad Intelectual, Normas y procedimientos de los trabajos de investigación para la obtención de títulos profesionales y grados académicos², que afirmamos conocer en su totalidad.

Por ello, en caso de identificarse alguna situación de plagio, falsificación o fabricación de resultados, nos allanamos al proceso de investigación que establezca la Universidad y las posibles sanciones que pudieran surgir.

Firmamos en conformidad con lo declarado,



Firma tesista
DNI: 73572352



Firma del asesor de tesis
DNI: 43398235

¹ En conformidad con la Resolución del Consejo Directivo N° 084-2022-SUNEDU/CD

² Los documentos están en: <https://investigacion.cientifica.edu.pe/reglamentos/>

INFORME DE REVISIÓN DE ORIGINALIDAD

Título del documento evaluado. Impacto de una estrategia SEO en el posicionamiento web de las pymes en el Perú. Caso de estudio: Abtelcom S.R.L, Lima, 2020 - 2021

Autores. Keren Jemima Rojas Rengifo.

Mecanismo de revisión de originalidad. Evaluación con Turnitin (ID 2131052782).

Resultado de la evaluación. 5%

Revisado por. Magaly Kelly Guerrero Huaracallo.

Comentarios sobre la revisión. Filtros usados: excluir fuentes de menos de 12 palabras.



Impacto de una estrategia SEO en el Posicionamiento web de las PYMES en el Perú. Caso de estudio: Abtelcom S.R.L., Lima, 2020-2021”

Impact of an SEO strategy on the Web Positioning of SMEs in Perú. Case study: ABTELCOM S.R.L, Lima, 2020 - 2021.

Keren Jemima Rojas Rengifo (a), Luigi Doménico León Trisoglio *

a Universidad Científica del Sur. Facultad de Ciencias Empresariales, Perú –

100022333@cientifica.edu.pe / kerenjrr@gmail.com - <https://orcid.org/0000-0003-3731-6271>

Código postal: 15834 – Correspondiente al distrito de Villa el Salvador, Lima, Perú.

Autor correspondiente: Universidad San Ignacio de Loyola. Facultad de Ciencias Empresariales, Perú - luigidomenicoleontrisoglio@gmail.com - <https://orcid.org/0000-0002-2791-6014>

Código postal: 15024 – Correspondiente al distrito de La Molina, Lima, Perú.

Información del artículo:

Códigos JEL: M31, M37.

Biografía del Autor:

Keren Jemima Rojas Rengifo, es una Profesional, especializada en Marketing Digital. Obtuvo su Bachiller en Marketing y Administración de empresas en la Universidad Científica del Sur, ubicada en Lima, Perú. Fue ganadora de la “Beca Cabieses 2020” del concurso “Investiga para Lima” gracias a su proyecto titulado “Impacto de una estrategia SEO en el posicionamiento web de las pymes en el Perú, caso de estudio: Abtelcom S.R.L.”. En la actualidad, cuenta con más de 4 años de experiencia en el sector y continúa especializándose en distintas ramas del marketing digital. Una de sus mayores aspiraciones es convertirse en Docente.

Biografía del Autor corresponsal:

Luigi Doménico León Trisoglio es Licenciado en Marketing en la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL). En la actualidad, cuenta con un MBA en Dirección de Negocios Globales en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) y doble grado en la Universidad Europea de Madrid (UEM). Durante los últimos años ha brindado servicios de consultoría en Marketing y desempeña la labor de docente en la Universidad Científica del Sur y el Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL). En el ámbito internacional, logró estudiar Marketing en el Tec de Monterrey y en el pasado, fue docente en la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL) y en la Universidad Privada del Norte (UPN).

Abstract

This study aimed to demonstrate the positive impact of an SEO strategy on a company positioning, using Abtelcom as a case study. Abtelcom is a company dedicated to the commercialization and installation of specialized audio and video electronic equipment in the telecommunications sector. The study was carried out from May 2020 to May 2021, using a quantitative approach and a quase-experimental cross-sectional design. Indicators were analyzed after the study period using instruments such as Google Analytics.

The results showed that the implementation of the SEO strategy on the company's website and Other digital channels resulted in a higher positioning on Search engines like Google, which reflected in a significant increase in the number of users and sessions withing Abtelcom's website. This increase in traffic and users supported the positive impact of the SEO strategy on the studied company's web positioning.

The research Project also aims to influence small and medium – sized enterprises (SMEs) to use digital marketing tools that allow them to achieve their growth and sales objectives in less time. The study's results suggest as well – implemented SEO strategy can significantly improve positioning and attract more users to the website of a micro, small or medium – sized enterprises.

Keywords: SEO strategy, web positioning, search engines, digital marketing, SMEs (small and medium-sized enterprises).

Resumen

Este estudio tuvo como objetivo demostrar el impacto positivo de una estrategia SEO en el posicionamiento de una empresa, tomando como caso de estudio a Abtelcom, una empresa enfocada en comercializar e instalar equipos electrónicos especializados en audio y video en el sector de las telecomunicaciones. El estudio se llevó a cabo desde mayo de 2020 hasta mayo de 2021 y se utilizó un enfoque cuantitativo y un diseño cuasiexperimental de corte transversal. Los indicadores se analizaron después del período de estudio utilizando instrumentos como Google Analytics.

Los resultados mostraron que implementar una estrategia SEO en la página web y otros canales digitales de la empresa se tradujo en un mayor posicionamiento en motores de búsqueda como Google, lo cual se vio reflejado en un aumento significativo en el número de usuarios y sesiones dentro del sitio web de Abtelcom. Este aumento de tráfico y usuarios sustentaron el impacto positivo de la estrategia SEO en el posicionamiento orgánico de la empresa objeto de estudio.

El proyecto de investigación también tiene como objetivo influir en las pymes para que integren a sus procesos, herramientas de marketing digital que les permitan cumplir sus objetivos de crecimiento y ventas en menor tiempo. Los resultados del estudio sugieren que una estrategia SEO bien implementada puede mejorar significativamente el posicionamiento y atraer a más usuarios al sitio web de una micro, pequeña o mediana empresa.

Palabras clave: Estrategia SEO, posicionamiento web, motores de búsqueda, marketing digital, pymes (pequeñas y medianas empresas).