

# Herramientas para una investigación científica

MBA Daniel A. Mollinedo Flores

# Importancia

*¿Por qué es importante conocer las distintas herramientas para realizar una adecuada investigación científica?*

Porque nos permite agilizar la búsqueda de la información reduciendo los tiempos con una alta calidad y riqueza para dar el sustento adecuado a nuestro trabajos científicos.

# Fuentes de búsqueda de información.

Existe una variedad de alternativas para la búsqueda de información, a continuación mostraremos solo aquellas que gozan de un respaldo científico; esto quiere decir:

- No Wikipedia
- No Buenas tareas
- No Rincón del Vago
- No Monografías
- No Slideplayer

Entonces cual utilizamos?????????



# Fuentes de búsqueda de información

Las fuentes con mayor respaldo para la búsqueda de información dentro del conocimiento científico son:

- RENATI
- CYBERTESIS
- SCOPUS
- SCIENCE
- SCIELO





THE ORIGIN OF THE THESES



Buscar trabajos de investigación



## Instituciones

Academia Diplomática del Perú	32
Escuela de PostGrado Gerens	5
Escuela de Postgrado Neumann Business School	145
Escuela Internacional de Posgrado	10
Escuela Nacional de Marina Mercante "Almirante Miguel Grau"	37

## Listados

Fecha Publicación
Autor
Título
Palabras clave
Tipo
Tesis de pregrado
Tesis de maestría

## Ranking de autores

Universidad Peruana de Ciencias A...	87
III	13
Universidad Privada del Norte	7
Fernández Dávila Mercado Javier E...	6
Gonzales Salas, Yeny Teresa	6
Loayza Javier, Manuel Jerjes	6

## Ranking de palabras clave

Perú	3396
Evaluación	2992
Educación	2555
Calidad	2075
Educación General	2035
Innovaciones educativas	1866
Aprendizaje	1734

Página de inicio

## Buscar

Buscar:

por

Añadir filtros:  
 Usa los filtros para afinar la búsqueda.

Resultados 1-10 de 168040.

[Anterior](#)
[1](#)
[2](#)
[3](#)
[4](#)
[...](#)
[16804](#)
[Siguiete](#)

Resultados por ítem:

- |   |  |
|---|--|
|    | <p>Plan de marketing y la influencia con el logro de objetivos de la Piñatería Josif en independencia, año 2016 <span style="float: right;">21-ago-2018</span></p> <p><i>Tasilla Huaca, Diané</i></p> <p>Tesis de pregrado</p> <p><i>Universidad César Vallejo; Repositorio Institucional - UCV; reponame:UCV-Institucional; instname:Universidad Cesar Vallejo; instacron:UCV</i></p> <p></p>   |
| <b>PREGRADO</b>   |  |
|  | <p>Plan de Marketing Digital de la Tienda D'Moda Tacna 2016 <span style="float: right;">31-ago-2017</span></p> <p><i>Choque Cabrera, Lidia; Ponce Dueñas, Thalia; Mamani Montesinos, Alan Yair</i></p> <p>Tesis de pregrado</p> <p><i>Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado John Von Neumann; Repositorio Institucional - JVN; reponame:NEUMANN-Institucional; instname:Escuela de Postgrado Neumann Business School; instacron:NEUMANN</i></p> <p></p> |
| <b>PREGRADO</b>   |  |
|  | <p>Plan de Marketing - Seguro Social de Salud - EsSalud <span style="float: right;">17-abr-2018</span></p> <p><i>Pando Portal, Clara Isabel</i></p> <p>Tesis de pregrado</p>   |

## Inspeccionar el repositorio

### Ranking de autores

Universidad Peruana de Ciencias A...	<b>87</b>
III	<b>13</b>
Universidad Privada del Norte	<b>7</b>
Fernández Dávila Mercado Javier E...	<b>6</b>
Gonzales Salas, Yeny Teresa	<b>6</b>
Loayza Javier, Manuel Jerjes	<b>6</b>
López Tuesta, César Augusto	<b>6</b>
Mego Pinedo, Christian	<b>6</b>
Pacco Palomino, Rodolfo	<b>6</b>
Alarcón Alvarado, Julio Enrique	<b>5</b>

[Siguiete >](#)

### Ranking de palabras clave

Perú	<b>3394</b>
Evaluación	<b>2992</b>
Educación	<b>2554</b>
Calidad	<b>2075</b>
Educación General	<b>2035</b>



[Página de inicio](#) / [Universidad César Vallejo](#) / [Tesis de pregrado](#)



**Título:**

Plan de marketing y la influencia con el logro de objetivos de la Piñatería Josif en independencia, año 2018

**Autor:**

Tasilla Huacal, Diané

**Asesor:**

Dávila Arenaza, Víctor

**Palabras clave:**

Plan de Marketing  
Logro de Objetivos  
Marketing

**Fecha de publicación:**

21-ago-2018

**Editorial:**

Universidad César Vallejo

**Resumen:**

La presente tesis tuvo como objetivo general determinar la influencia del plan de marketing en el logro de los objetivos de la piñatería Josif en Independencia. La población objeto de investigación son 120 empleados y funcionarios, los datos fueron obtenidos mediante la técnica de encuesta y como instrumento un cuestionario de 25 ítems, dicha información ha sido procesado mediante el programa SPSS obteniendo como resultado que existe influencia significativa entre el plan de marketing y el logro de objetivos.

**Descripción:**

Tesis  
Lima Norte



## Plan de marketing y la influencia con el logro de objetivos de la Piñatería Josif en independencia, año 2016



La presente tesis tuvo como objetivo general determinar la influencia del plan de marketing en el logro de los objetivos de la piñatería Josif en Independencia. La población objeto de investigación son 120 empleados y funcionarios, los datos fueron obtenidos mediante la técnica de encuesta y como instrumento un cuestionario de 25 ítems, dicha información ha sido procesado mediante el programa SPSS obteniendo como resultado que existe influencia significativa entre el plan de marketing y el logro de objetivos.

URI

<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/18113>

Colecciones

[Escuela de Administración](#)

Ver/

[Tasilla\\_HD.pdf \(826.6Kb\)](#)

Fecha

2016

Autor

Tasilla Huacal, Diané

Búsquedas



- Buscar en DSpace
- Esta colección

LISTAR

**Todo DSpace**

[Comunidades & Colecciones](#)

[Por fecha de publicación](#)

[Autores](#)

[Títulos](#)

[Materias](#)

**Esta colección**

[Por fecha de publicación](#)

# CYBERTESIS

Cybertesis; es el nombre que se le da a los repositorios que tienen cada universidad, y nos sirve para una búsqueda mas avanzada sobre algunas de nuestras variables. Puedes ser:

- Cybertesis UNMSM
- Cybertesis UNI
- Cybertesis URP
- Cybertesis PUCP
- Cybertesis ESAN
- Etc

## Cybertesis UNMSM

[cybertesis.unmsm.edu.pe/](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/) ▼

Cybertesis UNMSM. Bienvenidos a Cybertesis UNMSM, repositorio institucional de tesis digitales de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

### Ciencias de la salud

Ciencias de la salud ... Factores asociados a complicaciones de ...

### Humanidades

Estudia el problema de si existen o no diferencias entre el ...

### Cybertesis Perú, evaluación ...

Cybertesis Perú, evaluación del repositorio de tesis de la ...

[Más resultados de unmsm.edu.pe](#) »

### Ciencias empresariales

Ciencias empresariales. Listar por. Por fecha de publicación ...

### Ingeniería

Facultad de Ingeniería Geológica, Minera, Metalúrgica y Geográfica.

### Facultad de Ciencias Contables

EAP Gestión Tributaria - Unidad de Postgrado Ciencias Contables ...

## Cybertesis UNI

[cybertesis.uni.edu.pe/](https://cybertesis.uni.edu.pe/) ▼

Título : Alternativa de reubicar el Puerto de Salaverry: definición del equipamiento para el manipuleo de contenedores en el Terminal Portuario. Autor : Arroyo ...

### Description: Cybertesis Perú, evaluación del repositorio de tesis de la ...

[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/.../UNMS\\_f8a951c7a2ea61e898d9009b2af5f32e](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/.../UNMS_f8a951c7a2ea61e898d9009b2af5f32e) ▼

Evalúa a Cybertesis Perú, repositorio de tesis de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Determina la visibilidad e interoperabilidad del repositorio ...

## Cybertesis URP - Universidad Ricardo Palma

[cybertesis.urp.edu.pe/](https://cybertesis.urp.edu.pe/) ▼

Bienvenidos al Portal de Cybertesis de la Universidad Ricardo Palma - URP, donde encontrarán las tesis de nuestros egresados que han autorizado su difusión.

# CYBERTESIS UNMSM

No es seguro | cybertesis.unmsm.edu.pe



Login

Inicio

## Cybertesis UNMSM

Bienvenidos a Cybertesis UNMSM, repositorio institucional de tesis digitales de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

## Comunidades en DSpace

Elija una comunidad para listar sus colecciones

- [Ciencias básicas](#)
- [Ciencias de la salud](#)
- [Ciencias empresariales](#)
- [Humanidades](#)
- [Ingeniería](#)

## Añadido Recientemente

[Efecto cicatrizante de la crema con extracto hidroalcohólico de las hojas de Tachigali chrysophylla "Ucschaquine" sobre lesiones dérmicas inducidas en ratones](#)

Martínez Carreras, Javier Francisco (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2015)

Resumen

[Factores asociados a complicaciones de la cetoacidosis diabética en adultos con diabetes mellitus tipo 2 en el Hospital Nacional Arzobispo Loayza periodo 2009 -2012](#)

Hernández Guerra, Freddy Arturo (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2014)

Determina los factores asociados a complicaciones de la cetoacidosis diabética en adultos con diabetes mellitus tipo 2 en el Hospital Nacional Arzobispo Loayza periodo 2009-2012. El estudio es observacional, de tipo ...

### Buscar en Cybertesis

Ir

### Listar

Todo DSpace

[Comunidades & Colecciones](#)

[Por fecha de publicación](#)

[Autores](#)

[Títulos](#)

[Materias](#)

### Mi cuenta

[Acceder](#)

[Registro](#)

### Descubre

Autor

[Aldama Pinedo, Javier Ulises \(3\)](#)

[Calderón Celis, Julia Marilú \(3\)](#)

[Canales Gabriel, Ricardo Celso \(3\)](#)

[Carhuapoma Yance, Mario \(3\)](#)

[Carhuatocto Sandoval, Henry Oleff](#)

[\(3\)](#)

[Espinoza Altamirano, Manuel Jorge](#)

[\(3\)](#)

[Gutiérrez Vivanco, Fidel Julián \(3\)](#)

[Mendoza Rojas, Hubert James \(3\)](#)

[Navarro Mamani, Dennis Alexander](#)

## Buscar

Buscar: Todo DSpace ▼

[Añadir filtros](#)

Mostrando 10 de un total de 17 resultados. ( segundos)

1 2 [Página siguiente](#)



### [Plan de marketing para conseguir el incremento de las ventas en la empresa Premium Cotton SAC](#)

Cisneros Osnayo, Maria del Carmen (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2017)  
Busca lograr el incremento de las ventas de la empresa Premium Cotton SAC mediante un plan de marketing; fortalecer la marca, sumar clientes, fidelizar clientes actuales y potenciales, asegurar el crecimiento del negocio con el crecimiento de las...



### [Elaboración de un Plan Estratégico de Marketing orientado al posicionamiento de la marca Anaflex de la empresa Laboratorio Bagó](#)

Salas Vega, Yamileth Consuelo (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2016)  
El presente trabajo de investigación presenta una propuesta de Plan de Marketing que busca el posicionamiento de la marca —Anaflex mujerl como la pastilla que alivia los cólicos menstruales, líder en el mercado limeño. En el primer capítulo se...



### [Plan de marketing relacional para la fidelización de cliente de la empresa salubridad, saneamiento ambiental y servicios S.A.C \(SSAYS\)](#)

Andrade Aguilar, Renzo Valery (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2016)  
estructuró y desarrollo un Plan de Marketing Relacional que tiene por objetivo el sacar el máximo provecho de la información recopilada, tabulada y analizada a fin de corregir los problemas y debilidades que se tengan y la fidelización de los clientes....



### [Plan estratégico de marketing para un producto de la Industria Alimentaria. Caso: hot-dog de pollo "San Armando"](#)

Tenazoa Huitrón, Marjorie Yessenia (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2003)  
El presente estudio desarrolla un "Plan Estratégico de Marketing para un producto de la Industria Alimentaria" para el caso: Hot-dog de Pollo "San Armando", que busca liderar el mercado a través de su producto. Para ello, este estudio relaciona...



### [El manejo del marketing en el servicio educativo: en la organización](#)

## Listar

Todo DSpace  
Comunidades & Colecciones  
Por fecha de publicación  
Autores  
Títulos  
Materias

## Mi cuenta

[Acceder](#)  
[Registro](#)

## Descubre

### Autor

[Andrade Aguilar, Renzo Valery](#) (1)  
[Carrión Nin, José Luis](#) (1)  
[Cisneros Osnayo, Maria del Carmen](#) (1)  
[De la Cruz Barboza, Bianca Stefany](#) (1)  
[González Cotillo, Mario Asunción](#) (1)  
[Inga López, Alexander](#) (1)  
[Inocente Camones, Miguel Angel](#) (1)  
[Merino Nuñez, Mirko](#) (1)  
[Quispe Benites, Gisel Susana](#) (1)  
[Rosario Pacahuala, Jorge Arturo](#) (1)  
... más

### Materia

[Ingeniería Industrial](#) (3)  
[Mercadotecnia - Planificación](#) (3)  
[Negocios y Management](#) (2)  
[Planificación estratégica - Estudio de casos](#) (2)  
[Posicionamiento \(Publicidad\)](#) (2)  
[Anaflex - Marca comercial](#) (1)  
[Bombas sumergibles](#) (1)  
[Contabilidad de costos](#) (1)  
[Documentos históricos](#) (1)  
[Educación - Mercadotecnia](#) (1)  
... más

### Fecha

[2000 - 2018](#) (17)

### Has File(s)

[Yes](#) (16)  
[No](#) (1)

## Login required to access Scopus

[What is Scopus >](#) [Blog >](#)



### Login using your Elsevier credentials

Username: \_\_\_\_\_ \*

Password: \_\_\_\_\_ \*

Remember me

Login

[Not Registered?](#)

[Forgotten your username or password?](#)

\*=required fields

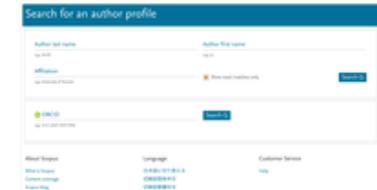
[OpenAthens login](#)

[Login via your institution](#)

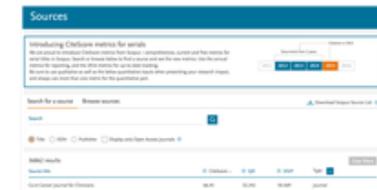
[Other Institution login](#)

[Apply for Remote Access](#)

### Check out your free author profile!



### Looking for free journal rankings and metrics?



# SCIENCE

Get in touch with us today!  
[www.brancoweissfellowship.org](http://www.brancoweissfellowship.org)



[Log in](#) | [My account](#) | [Contact us](#)



**Become a member**  
[Renew my subscription](#)  
[Sign up for newsletters](#)

Advertisement Close Ad [X]

## CULTIVATING CURIOSITY in Neuroscience

Solutions to Transform Ideas into Innovation [Learn More](#)



MERCK





Reunión de la Red SciELO - 24-25 set 2018  
Conferencia Internacional - 26-28 set 2018

## Sobre el SciELO

- Sobre el SciELO
- Indicadores Bibliométricos
- Acceso via WS, OAI y RSS

## Red SciELO

### colecciones de Libros

SciELO Libros

### colecciones de Revistas

- Argentina
- Bolivia
- Brasil
- Chile
- Colombia
- Costa Rica
- Cuba
- España
- México
- Perú
- Portugal
- Sudáfrica
- Uruguay
- Venezuela
- Salud Pública
- en desarrollo

## Busca artículos

método  Entre con una o más palabras donde

## Lista revistas

### Búsqueda por Revistas

Entre con una o más palabras

### Por lista alfabética - todos

A B C D E F G H I J K L M N O  
P Q R S T U V W Y Z

### Por tema - todos

- [Ciencias Agrícolas](#)
- [Ciencias Biológicas](#)
- [Ciencias de la Salud](#)
- [Ciencias Exactas y de la Tierra](#)
- [Ciencias Sociales Aplicadas](#)
- [Humanidades](#)
- [Ingenierías](#)
- [Lingüística, Letras y Artes](#)

## SciELO en números

- [Uso del sitio](#)
- [Citas](#)
- [Co-autoría](#)

**1285** Revistas activas  
**52356** Números  
**745182** Artículos  
**16943454** Citas

## Nuevos

Última actualización - 04/sep/2017  
**185** Números  
[Por tema](#)  
[Por colección](#)

## Blog



## Twitter



**SciELO**

@RedeSciELO

Um Boletim mais que centenário participa da Semana Especial do Blog SciELO [humanas.blog.scielo.org/blog/2018/11/2...](https://humanas.blog.scielo.org/blog/2018/11/2...) [#SEBGOELDI](#) [#CiênciasHumanas](#) [#Antropologia](#) [#Arqueologia](#) [#Linguística](#)

Para ler os artigos, acesse: [scielo.br/scielo.php?scr...](http://scielo.br/scielo.php?scr...) e [scielo.br/scielo.php?scr...](http://scielo.br/scielo.php?scr...)



# Wikipedia y Google



https://es.wikipedia.org/wiki/Marketing\_digital



WIKIPEDIA  
La enciclopedia libre

- Portada
- Portal de la comunidad
- Actualidad
- Cambios recientes
- Páginas nuevas
- Página aleatoria
- Ayuda
- Donaciones
- Notificar un error

Imprimir/exportar

- Crear un libro
- Descargar como PDF
- Versión para imprimir

Herramientas

- Lo que enlaza aquí
- Cambios en enlazadas
- Subir archivo
- Páginas especiales
- Enlace permanente
- Información de la página
- Elemento de Wikidata
- Citar esta página

No has accedido [Discusión](#) [Contribuciones](#) [Crear una cuenta](#) [Acceder](#)

Artículo [Discusión](#)

[Leer](#) [Editar](#) [Ver historial](#)

Buscar en Wikipedia

## Marketing digital



Se ha sugerido que *[Mercadotecnia en Internet](#)* y *[Marketing 2.0](#)* sean fusionados en este artículo o sección ([discusión](#)).

Una vez que hayas realizado la fusión de artículos, pide la fusión de historiales [aquí](#).

Este aviso fue puesto el 25 de abril de 2018.

**Marketing Digital** (también llamado, Marketing 2.0, Mercadotecnia en Internet, Marketing Online o Cibermarketing) está caracterizado por la combinación y utilización de estrategias de comercialización en medios digitales. El Marketing Digital se configura como el [marketing](#) que hace uso de dispositivos electrónicos ([computadoras](#)) tales como: [computadora personal](#), [teléfono inteligente](#), [teléfono celular](#), [tableta](#), [Smart TV](#) y [consola de videojuegos](#) para involucrar a las partes interesadas. El marketing digital aplica tecnologías o plataformas, tales como [sitios web](#), [correo electrónico](#), [aplicaciones web](#) (clásicas y móviles) y [redes sociales](#). También puede darse a través de los canales que no utilizan Internet como la televisión, la radio, los mensajes SMS, etc. Los *social media* son un componente del marketing digital. Muchas organizaciones usan una combinación de los canales tradicionales y digitales de marketing; sin embargo, el marketing digital se está haciendo más popular entre los mercadólogos ya que permite hacer un seguimiento más preciso de su [retorno de inversión](#) (ROI) en comparación con otros canales tradicionales de marketing.

Actualmente la tendencia global del marketing online es una combinación de tácticas de marketing conjuntas, es decir que se aplican técnicas del marketing tradicional combinadas con las técnicas de los [nuevos medios](#). Se trata de un componente del [comercio electrónico](#), por lo que puede incluir la gestión de contenidos, las [relaciones públicas](#), la reputación en línea, el servicio al cliente y las ventas. Una de las características principales de esta nueva tendencia, es que posibilita la realización de campañas y estrategias personalizadas pues ofrece una gran capacidad analítica y así lograr lanzar campañas para mercados objetivos, o *targets*, muy segmentados. El Marketing Digital pretende ser una adaptación de la filosofía de la web 2.0 al marketing, se refiere a la transformación del marketing como resultado del efecto de las redes en Internet. Debe estar centrada en el público y debe existir una interacción entre la campaña de promoción y el público que la recibe. Algunas características del Marketing Digital podrían ser un contenido atractivo y un entorno donde el público pueda recibir la información. El contenido que ofrece el Marketing Digital como el entorno deben tener interacción con el público. Las Redes Sociales están creciendo en inversión sobre los métodos de publicidad tradicionales, prácticamente todas las redes de amplia utilización incorporan ya fórmulas para efectuar publicidad efectiva en ellas.

El Marketing Digital representa un cambio dramático en beneficio de las búsquedas y compras de bienes y servicios independientemente de la publicidad, campañas de marketing y mensajes. En él, los clientes toman decisiones bajo sus propios términos, apoyándose en las redes de confianza para formar opiniones, tales como amigos o familiares. Se puede decir que ha cambiado los roles del marketing, antes el marketing lo hacían los directivos y sus agencias, con este significativo cambio el marketing digital lo puede hacer

# Wikipedia y Google

https://es.wikipedia.org/wiki/Marketing\_digital

- Administración de comunidades
- Real-Time Bidding (RTB)

## Inteligencia del Marketing Digital [ editar ]

La utilización globalizada de las diferentes técnicas de Marketing Digital, recopila cada segundo una cantidad impresionante de información privilegiada acerca de los gustos, preferencias, horarios y rutas de ubicación de los usuarios de Internet. Esta información es clasificada y segmentada como nunca antes se había hecho en la historia de la humanidad. El Internet y el Comercio Electrónico han logrado crear una "Sociedad de Consumo Digital" fácilmente predecible y por lo tanto manipulable por los grandes consorcios, gobiernos y círculos de poder.

## Referencias [ editar ]

- ↑ Villaseca Morales, David (2014). *Innovación y marketing de servicios en la era digital*<sup>[citar]</sup>. ESIC Editorial. ISBN 9788415986508.
- ↑ Clark, Dorie (11 de noviembre de 2012), *The End of the Expert: Why No One in Marketing Knows What They're Doing*<sup>[citar]</sup>, Forbes, archivado desde *el original*<sup>[citar]</sup> el 4 de noviembre de 2013
- ↑ Kates, Matthew (17 de abril de 2013), *Making digital and traditional marketing work together*<sup>[citar]</sup>, Econsultancy, archivado desde *el original*<sup>[citar]</sup> el 25 de noviembre de 2013
- ↑ <sup>**a**</sup> <sup>**b**</sup> http://www.iccwbo.org/advocacy-codes-and-rules/areas-of-work/marketing-and-advertising/digital-marketing-communication/<sup>[citar]</sup>
- ↑ Brinkley, Claire (18 de octubre de 2012), *Digital marketing is growing in Australia, but so is the skills gap*<sup>[citar]</sup>, Econsultancy, archivado desde *el original*<sup>[citar]</sup> el 21 de octubre de 2012
- ↑ eMarketer (25 de septiembre de 2013), *Worldwide Ad Growth Buoyed by Digital, Mobile Adoption*<sup>[citar]</sup>, eMarketer, archivado desde *el original*<sup>[citar]</sup> el 12 de noviembre de 2013
- ↑ Ester Ávila. «Empresas de todo el mundo aumentan considerablemente el gasto en marketing digital»<sup>[citar]</sup>. *https://www.mediterraneodigital.com*<sup>[citar]</sup>. Consultado el 12 de noviembre de 2018.
- ↑ Google, Trends. «Google Trends»<sup>[citar]</sup>. Google Inc.. Consultado el 9 de febrero de 2014.
- ↑ http://www.hcltech.com/sites/default/files/whitepaper\_-\_collaborating\_with\_digital\_agency\_0.pdf<sup>[citar]</sup>

Categorías: Tipos de marketing | Publicidad en Internet

Esta página se editó por última vez el 13 nov 2018 a las 13:01.

El texto está disponible bajo la [Licencia Creative Commons Atribución Compartir Igual 3.0](#); pueden aplicarse cláusulas adicionales. Al usar este sitio, usted acepta nuestros [términos de uso](#) y nuestra [política de privacidad](#).  
Wikipedia® es una marca registrada de la [Fundación Wikimedia, Inc.](#), una organización sin ánimo de lucro.

# Wikipedia y Google

← → ↻ 🔒 [https://www.google.com.pe/search?rlz=1C1CHBD\\_esPE809PE809&biw=1360&bih=657&ei=\\_hH8W6WQA4SCwgT6h4yIDg&q=michael+porter+book+pdf&oq=michael+p..](https://www.google.com.pe/search?rlz=1C1CHBD_esPE809PE809&biw=1360&bih=657&ei=_hH8W6WQA4SCwgT6h4yIDg&q=michael+porter+book+pdf&oq=michael+p..)

**Google** michael porter book pdf 🔊 🔍 ☰

[Todo](#) [Imágenes](#) [Noticias](#) [Vídeos](#) [Maps](#) [Más](#) [Preferencias](#) [Herramientas](#)

Cerca de 19,300,000 resultados (0.59 segundos)

Sugerencia: [Buscar solo resultados en español](#) . Puedes especificar el idioma de búsqueda en [Preferencias](#)

**[PDF] Michael E. Porter - Malawi Institute of Management**

[www.mim.ac.mw/books/Michael%20E.%20Porter%20-%20Competitive%20Strategy.pdf](http://www.mim.ac.mw/books/Michael%20E.%20Porter%20-%20Competitive%20Strategy.pdf)

Books by Michael E. Porter. The Competitive Advantage of Nations ( 1990). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior. Performance (1985).

**[PDF] Competitive Advantage - Harvard Business School**

[https://www.hbs.edu/.../2012-0622---Rotman\\_Strategy\\_Presentati...](https://www.hbs.edu/.../2012-0622---Rotman_Strategy_Presentati...) ▼ Traducir esta página

por ME Porter - 2012 - Mencionado por 4 - Artículos relacionados

22 jun. 2012 - This presentation draws on ideas from Professor Porter's books and ... recording, or otherwise—without the permission of Michael E. Porter.

**Michael Porter - Competitive Advantage.pdf - Scribd**

<https://es.scribd.com/document/.../Michael-Porter-Competitive-Advantage-pdf> ▼

★★★★★ Calificación: 5 - 12 votos

Michael Porter - Competitive Advantage.pdf - Ebook download as PDF File (.pdf), Text File (.txt) or read book online.

**(PDF) Michael Porter's Competitive Advantage and Business History**

[https://www.researchgate.net/.../237797468\\_Michael\\_Porter's\\_Co...](https://www.researchgate.net/.../237797468_Michael_Porter's_Co...) - Traducir esta página

PDF | Strategic planning as a formal discipline originated in the 1960s and early 1970s. It soon became a fad, but faded equally quickly when the promised ...

# Wikipedia y Google



**NO SÉ SI ESTOY  
ACABANDO LA TESIS**

**O ES ELLA LA QUE ESTÁ  
ACABANDO CONMIGO**



# Uso de Matrices y Word

Titulo de Investigación:

*Influencia de la calidad de la Formación Profesional de los alumnos de Obstetricia en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga*

COMPONENTES	PISTAS
Condicionante	Influencia
Variables, conceptos o categorías.	Variable: Calidad de la formación profesional. Dimensiones: planes de estudio, nivel profesional del docente. Tecnología y sistema de información.
Unidad de estudio	Alumnos de obstetricia.
Entidad	Universidad Nacional Mayor de San Marcos y la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga.
Lugar	Lima y Ayacucho.
Tiempo	Opcional. En este caso no figura.

# Uso de Matrices y Word

Planteamiento del problema:

*¿Cómo influyen, en la calidad de la formación profesional de los alumnos de obstetricia en la UNMSM y la UNSCH, los planes de estudio, el nivel profesional docente, la tecnología y sistema de información, y el contexto administrativo?*

COMPONENTES	PISTAS
Interrogante	<u>¿Cómo?</u> ¿Cuál? o ¿Cuáles? ¿De qué modo?
Condicionantes	<u>Influyen</u> , Niveles, diferencias, influyen, relacionan.
Variables, dimensiones, Conceptos o categorías.	Variable: Calidad de la formación profesional. Dimensiones: planes de estudio, nivel profesional del docente. Tecnología y sistema de información.
Identificación de la unidad de estudio y análisis.	Alumnos de obstetricia.
Entidad (Institución, organización, etnia o comunidad)	Universidad Nacional Mayor de San Marcos y la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga.
Espacio (Área geográfica, lugar)	Lima y Ayacucho.
Tiempo (Si se trata de un periodo determinado)	Opcional. En este caso no figura.

# Uso de Matrices y Word

Formulación de los objetivos:

<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>
¿Cuáles son los niveles de rendimiento académico de los alumnos de obstetricia en relación con la profundidad de los conocimientos en obstetricia exigidos por los planes curriculares?	Estimar el rendimiento académico de los alumnos de obstetricia en relación con la profundidad de los conocimientos en obstetricia exigidos por los planes curriculares.
¿Cuál es la diferencia que existe entre el nivel de rendimiento académico de los alumnos de obstetricia de la UNMSM y de la UNSCH, en relación con los conocimientos en obstetricia exigidos por los planes curriculares?	Comparar el rendimiento académico de los alumnos de obstetricia de la UNMSM y de la UNSCH en relación con la profundidad de los conocimientos en obstetricia exigidos por los planes curriculares.
¿De qué manera influyen los planes de estudio en el nivel de calidad de la formación profesional en obstetricia?	Determinar la influencia de los planes de estudio en el nivel de calidad de la formación profesional en obstetricia.

**EL PROBLEMA NO ES LA  
TESIS**

**EL PROBLEMA ES QUE NO  
AVANZO**



# Uso de Matrices y Word

Matriz de Marco Teórico:

Autor	Tipo de investigación	Título de la investigación	Resumen	Relación con la investigación
<b>(Navajas 2003)</b>	Tesis Doctoral (4 tesis como mínimo)	De la calidad de vida laboral de la gestión de calidad. Una aproximación psicosocial a la calidad como práctica de sujeción y dominación.	La calidad nos invade. Este siglo será, por lo visto y sin duda alguna, el siglo de la calidad: “para hacer efectiva esta revolución en todo el mundo, las economías requerirán varias décadas: todo el siglo XXI. Por eso, mientras el siglo XX ha sido el ‘siglo de la calidad’ (Juran, 2001:2.19). Palabras de gurú. Pero la calidad ya está aquí. Descubierta. Ineludible. Real e imperativa. ... La administración crea organismos para vigilar ese fenómeno con cara y ojos, para evaluar, para controlar la calidad...	El efecto de los círculos en la gestión de personas. La consecución de la calidad. Modelos de implantación. El compromiso y el liderazgo directivo. La estructura y el tamaño organizacional. La cultura y el clima organizacional. El compromiso de los trabajadores. El contexto del estudio: la organización y su cultura.
<b>(Colmenares y Saavedra 2007)</b>	Artículo artículos (4 como mínimo)	Aproximaciones teóricas de los modelos conceptuales de la calidad de servicio	El objetivo de esta investigación es describir los aspectos relevantes de los más reconocidos conceptos y modelos de valoración de la calidad del servicio, mediante la revisión y análisis teórico	Aproximación a la modelización de la calidad de servicios. El modelo SERVQUAL (SERVICE QUALITY)

**NO SE QUIÉN HIZO LAS NORMAS APA**

**PERO VOY A BUSCARLO,  
ENCONTRARLO Y MATARLO**

# Cargando tu esquema en word

The image shows the Microsoft Word interface with the 'DISEÑO DE PÁGINA' (Page Layout) ribbon selected. The ribbon includes options for margins, orientation, size, columns, and line numbers. A dropdown menu for 'Márgenes' is open, showing various margin settings. The 'Normal' margin is selected, with a top margin of 2.5 cm, bottom of 2.5 cm, left of 3 cm, and right of 3 cm. Below the ribbon, a horizontal ruler is visible, showing centimeters from 1 to 18. The main document area displays a table of contents with the following items:

- Introducción
- Objetivos
- Objetivo Principal|
- Objetivos Secundarios
- Metodología
- Resultados y Discusión
- Conclusiones
- Recomendaciones
- Bibliografía

# Cargando tu esquema en word

The image shows a Microsoft Word window titled 'Documento1 - Word'. The ribbon is set to 'PÁRRAFO'. A 'Párrafo' dialog box is open, with the 'Líneas y saltos de página' tab selected. The dialog box contains the following settings:

- General:**
  - Alineación: Izquierda
  - Nivel de esquema: Texto independiente
  - Contraído de forma predeterminada
- Sangría:**
  - Izquierda: 0 cm
  - Derecha: 0 cm
  - Especial: (ninguno)
  - En: [ ]
  - Sangrías simétricas
- Espaciado:**
  - Anterior: 0 pto
  - Posterior: 0 pto
  - Interlineado: 1.5 líneas
  - En: [ ]
  - No agregar espacio entre párrafos del mismo estilo
- Vista previa:**

Párrafo anterior Párrafo anterior

Introducción

Párrafo siguiente Párrafo siguiente

At the bottom of the dialog box, there are buttons for 'Tabulaciones...', 'Establecer como predeterminado', 'Aceptar', and 'Cancelar'.

In the background, a document is visible with a table of contents:

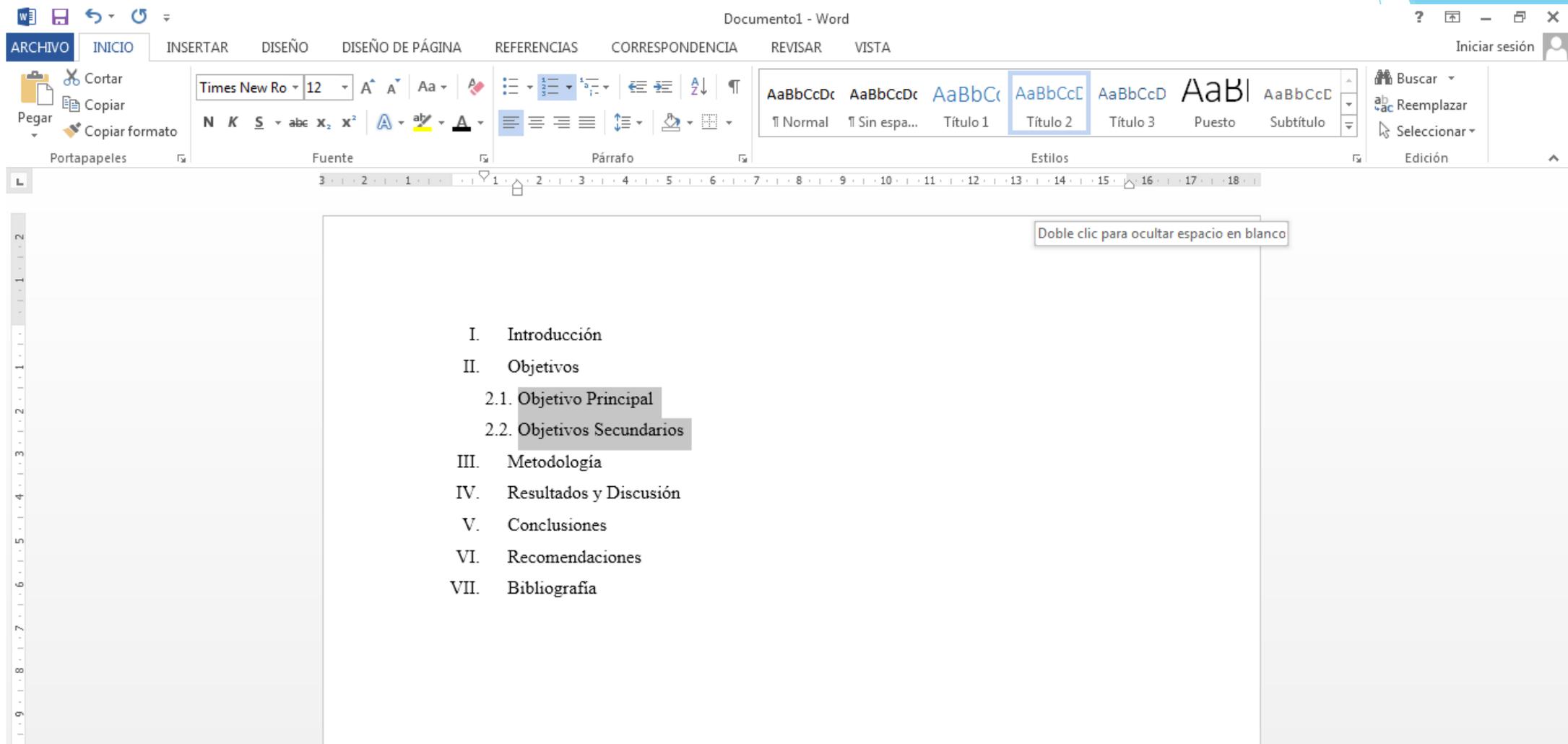
- Introducción
- Objetivos
- Objetivo Principal
- Objetivos Secundarios
- Metodología
- Resultados y Discusión
- Conclusiones
- Recomendaciones
- Bibliografía

# Cargando tu esquema en word

The image shows the Microsoft Word interface with a document titled "Documento1 - Word". The ribbon is set to "INICIO" (Home). The font is "Calibri Light" size 16. The paragraph style is "Normal". The style gallery shows "Título 1" selected. The document content is a table of contents with the following items:

- Introducción
- Objetivos
  - Objetivo Principal
  - Objetivos Secundarios
- Metodología
- Resultados y Discusión
- Conclusiones
- Recomendaciones
- Bibliografía

# Cargando tu esquema en word



The image shows a screenshot of the Microsoft Word interface. The title bar reads "Documento1 - Word". The ribbon is set to "VISTA" (View), and the "Estilos" (Styles) section is active, showing a list of styles including "Normal", "Sin espa...", "Título 1", "Título 2", "Título 3", "Puesto", and "Subtítulo". The "Título 2" style is currently selected. The document content is a table of contents with the following items:

- I. Introducción
- II. Objetivos
  - 2.1. Objetivo Principal
  - 2.2. Objetivos Secundarios
- III. Metodología
- IV. Resultados y Discusión
- V. Conclusiones
- VI. Recomendaciones
- VII. Bibliografía

A tooltip with the text "Doble clic para ocultar espacio en blanco" (Double-click to hide white space) is visible over the right side of the document. The left margin shows a vertical ruler with markings from 1 to 9.

# Cargando tu esquema en word

The image shows the Microsoft Word interface with the 'Referencias' ribbon selected. The ribbon includes options for 'Citas y bibliografía', 'Títulos', 'Índice', and 'Tabla de autoridades'. A dropdown menu for 'Tabla automática 1' is open, showing three options: 'Tabla automática 1', 'Tabla de contenido', and 'Tabla manual'. A tooltip for 'Tabla automática 1' explains that it includes all text with styles 'Título 1-3'. The main document area displays a table of contents with the following structure:

I.	Introducción	
II.	Objetivos	
2.1.	Objetivo Principal	
2.2.	Objetivos Secundarios	
II.	Metodología	
V.	Resultados y Discusión	
V.	Conclusiones	
VI.	Recomendaciones	
VII.	Bibliografía	

# Cargando tu esquema en word

Documento1 - Word

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DISEÑO DE PÁGINA REFERENCIAS CORRESPONDENCIA REVISAR VISTA

Portapapeles Fuente Párrafo Estilos Edición

Índice

I.	Introducción.....	1
II.	Objetivos.....	1
2.1.	Objetivo Principal .....	1
2.2.	Objetivos Secundarios.....	1
III.	Metodología.....	1
IV.	Resultados y Discusión .....	1
V.	Conclusiones.....	1
VI.	Recomendaciones .....	1
VII.	Bibliografía .....	1

# Cargando tu índice de tablas

Documento1 - Word

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DISEÑO DE PÁGINA REFERENCIAS CORRESPONDENCIA REVISAR VISTA

Tabla de contenido Actualizar tabla

Insertar nota al pie Siguiente nota al pie Mostrar notas

Administrador fuentes Estilo: APA Bibliografía

Insertar Tabla de ilustraciones Actualizar tabla Referencia cruzada

Insertar título Actualizar índice

Marcar entrada Actualizar índice

Insertar Tabla de autoridades Actualizar tabla

Etiqueta imágenes u objetos.

Nota: Los títulos son útiles como marcadores y referencias cruzadas de elementos del documento.

Tabla 1: Frecuencia de datos


Fuente: Elaboración propia

Tabla 1: Frecuencia de datos


Fuente: Elaboración propia

# Cargando tu índice de tablas

Documento1 - Word

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DISEÑO DE PÁGINA REFERENCIAS CORRESPONDENCIA REVISAR VISTA Iniciar sesión

Tabla de contenido Actualizar tabla Insertar nota al pie Insertar nota al pie siguiente Mostrar notas

Administrar fuentes Estilo: APA Insertar cita Bibliografía

Insertar Tabla de ilustraciones Actualizar tabla Referencia cruzada

Insertar índice Actualizar índice

Insertar Tabla de autoridades Actualizar tabla

Marcar entrada Índice Marcar cita Tabla de autoridades

Título

Título: Tabla 1

Opciones

Rótulo: Tabla

Posición: Encima de la selección

Excluir el rótulo del título

Nuevo rótulo... Eliminar rótulo Numeración...

Autotítulo... Aceptar Cancelar

Tabla 1: Frecuencia de datos


Fuente: Elaboración propia

Tabla 1: Frecuencia de datos


Fuente: Elaboración propia

# Cargando tu índice de tablas

The image shows a Microsoft Word window titled 'Documento1 - Word'. The 'REFERENCIAS' ribbon is active, displaying options for inserting and updating a table of contents, table of illustrations, and table of authorities. The 'Tabla de ilustraciones' dialog box is open, showing the 'Tabla de ilustraciones' tab. The dialog box contains the following settings:

- Vista preliminar:** A list of tables and their page numbers: Tabla 1: Texto ..... 1, Tabla 2: Texto ..... 3, Tabla 3: Texto ..... 5, Tabla 4: Texto ..... 7.
- Vista previa de Web:** A list of hyperlinks: [Tabla 1: Texto](#), [Tabla 2: Texto](#), [Tabla 3: Texto](#), [Tabla 4: Texto](#).
- Mostrar números de página:**
- Alinear números de página a la derecha:**
- Carácter de relleno:** ..... (dropdown menu)
- Usar hipervínculos en lugar de números de página:**
- General:**
  - Formatos:** Estilo personal (dropdown menu)
  - Etiqueta de título:** Tabla (dropdown menu)
  - Incluir etiqueta y número:**

Buttons at the bottom of the dialog box include 'Opciones...', 'Modificar...', 'Aceptar', and 'Cancelar'. The background document shows a table of contents titled 'INDICE DE TABLAS'.

# Cargando tu índice de tablas

The screenshot shows the Microsoft Word interface with the 'REFERENCIAS' (References) ribbon selected. The ribbon includes options for inserting and updating tables of contents, tables of authorities, and indices. The main document area displays a table of contents titled 'INDICE DE TABLAS' with the following entries:

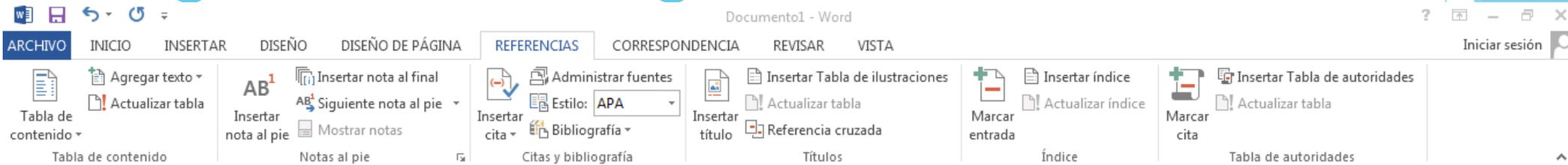
INDICE DE TABLAS	
<b>Tabla 1:</b> Conglomerado de datos .....	3
<b>Tabla 2:</b> Frecuencia de datos.....	3
<b>Tabla 3:</b> Variación de datos .....	3

**¿QUÉ HAREMOS HOY?**



**LO MISMO DE TODOS LOS DÍAS.  
TRATAR DE TERMINAR LA TESIS**

# Cargando tu bibliografía



**Administrador de fuentes**

Buscar:  Ordenar por autor

Fuentes disponibles en:

Lista general

- Kotler y keller (2012)**
- Kotler y Keller; Dirección de Marketing (2006)
- Kotler. K. Y Armstrong; , Fundamentos de marketing ( 2013)
- ALVAREZ y CORAC; "Marketing relacional y calidad de servicio educativo
- Amaro y López; Atencion al cliente como elemento del marketing relacio
- Vargas y Aldana de Vega; calidad y servicio: conceptos y heramientas (;
- Kotler y Keller; Direcion de Marketing (2006)
- Salazar, Guaigua y Zalazar; El marketing relacional para mejorar la fedeli:
- kotler y Armstrong; Fundamentos de marketing (2008)
- Kong y Egúsqiza; IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN DE COM
- Ley marco de Licencia de Funcionamiento N° 28976. (2007)

Examinar...

Lista actual

Copiar ->

Eliminar

Editar...

Nuevo...

fuente citada

fuente de marcador de posición

Vista previa (APA):

Cita: (Kotler y keller, 2012)

Entrada bibliográfica:  
Kotler y keller. (2012).

Cerrar

# Cargando tu bibliografía

The image shows the Microsoft Word interface with the 'REFERENCIAS' ribbon selected. The ribbon includes options for 'Insertar nota al final', 'Administrar fuentes', 'Estilo: APA', 'Bibliografía', 'Insertar cita', 'Insertar Tabla de ilustraciones', 'Actualizar tabla', 'Referencia cruzada', 'Insertar índice', 'Actualizar índice', 'Marcar entrada', 'Insertar Tabla de autoridades', and 'Actualizar tabla'. Two dialog boxes are open over the document. The 'Crear fuente' dialog box is in the foreground, showing fields for 'Tipo de fuente bibliográfica' (Informe), 'Idioma' (Predeterminado), and various 'Campos bibliográficos de APA' such as Autor, Título, Año, Departamento, Institución, Editorial, Ciudad, Páginas, Tipo de informe, and Título breve. A legend at the bottom indicates that fields with a red asterisk are recommended. The 'Bibliografía' dialog box is partially visible behind it, showing a 'Lista actual' and options like 'Copiar ->', 'Eliminar', 'Editar...', 'Nuevo...', and 'Cerrar'.

# Cargando tu bibliografía

The image shows the Microsoft Word interface with the 'Referencias' (References) ribbon selected. The 'Administrador de fuentes' (Source Manager) dialog box is open, displaying a list of sources and a preview of the citation format.

**Administrador de fuentes**

Buscar:  Ordenar por autor

Fuentes disponibles en:

Lista general

- ALVAREZ y CORAC; "Marketing relacional y calidad de servicio educativo"
- Amaro y López; Atención al cliente como elemento del marketing relacional
- Vargas y Aldana de Vega; calidad y servicio: conceptos y herramientas (2006)
- Kotler y Keller; Dirección de Marketing (2006)
- Salazar, Guaigua y Zalazar; El marketing relacional para mejorar la fidelización
- kotler y Armstrong; Fundamentos de marketing (2008)
- Kong y Egúsqiza; IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN DE CALIDAD
- Ley marco de Licencia de Funcionamiento N° 28976. (2007)
- Los orientadores (2014)
- Fondo Editorial Pontificia Universidad la Católica del Perú; Manual de estilo (2013)
- Universidad Central; Manual de estilo (2013)

Lista actual

- Kotler. K. Y Armstrong; , Fundamentos de marketing ( 2013)
- ALVAREZ y CORAC; "Marketing relacional y calidad de servicio educativo"
- Amaro y López; Atención al cliente como elemento del marketing relacional
- Vargas y Aldana de Vega; calidad y servicio: conceptos y herramientas (2006)
- Kotler y Keller; Dirección de Marketing (2006)
- Salazar, Guaigua y Zalazar; El marketing relacional para mejorar la fidelización
- kotler y Armstrong; Fundamentos de marketing (2008)
- Kong y Egúsqiza; IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN DE CALIDAD
- Ley marco de Licencia de Funcionamiento N° 28976. (2007)
- Los orientadores (2014)
- Fondo Editorial Pontificia Universidad la Católica del Perú; Manual de estilo (2013)

✓ fuente citada  
? fuente de marcador de posición

Vista previa (APA):

Cita: (Universidad Central, 2013)

Entrada bibliográfica:  
Universidad Central. (2013). *Manual de estilo*. Bogota: Departamento de Comunicación y Publicaciones.

Cerrar

# Cargando tu bibliografía

Document1 - Word

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DISEÑO DE PÁGINA REFERENCIAS CORRESPONDENCIA REVISAR VISTA

Tabla de contenido Actualizar tabla

Insertar nota al pie

Administrador de fuentes

Estilo: APA

Insertar Tabla de ilustraciones

Insertar índice

Actualizar índice

Insertar Tabla de autoridades

Actualizar tabla

Referencia cruzada

Índice

Tabla de autoridades

**Bibliografía**

Bibliografía

Benito, A. (2003). *Citas y referencias*. Nueva York: Contoso Press.

García, M. Á. (2006). *Cómo escribir una bibliografía*. Chicago: Publicaciones Raimon.

López, A. (2005). *Crear una publicación formal*. Boston: Proseware, Inc.

**Referencias**

Referencias

Benito, A. (2003). *Citas y referencias*. Nueva York: Contoso Press.

García, M. Á. (2006). *Cómo escribir una bibliografía*. Chicago: Publicaciones Raimon.

López, A. (2005). *Crear una publicación formal*. Boston: Proseware, Inc.

**Trabajos citados**

Trabajos citados

Benito, A. (2003). *Citas y referencias*. Nueva York: Contoso Press.

García, M. Á. (2006). *Cómo escribir una bibliografía*. Chicago: Publicaciones Raimon.

López, A. (2005). *Crear una publicación formal*. Boston: Proseware, Inc.

Insertar bibliografía

Guardar la selección en la galería de bibliografías...

# Cargando tu bibliografía

Documento1 - Word

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DISEÑO DE PÁGINA REFERENCIAS CORRESPONDENCIA REVISAR VISTA

Portapapeles Fuente Párrafo Estilos Edición

Actualizar citas y bibliografía

**Bibliografía**

ALVAREZ y CORAC . (2014). *“Marketing relacional y calidad de servicio educativo”*.  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, LIMA.

Amaro y López . (2016). *Atencion al cliente como elemento del marketing relacional para la fedelizacion de los alumnos de uncentro edicativo de capacitacion laboral: caso realizado en Gico Ingenieros . Trujillo* .

Fondo Editorial Pontificia Universidad la Católica del Perú. (2008). *Manual de estilo*.  
Lima: Editorial Pontificia Universidad la Católica del Perú.

Kong y Egúsqiza. (2017). *IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN DE CONTINUIDAD DE SERVICIOS TI BASADO EN ITIL V3*. Lima.

kotler y Armstrong. (2008). *Fundamentos de marketing*.

Kotler y Keller. (2006). *Direcion de Marketing* .

Kotler. K. Y Armstrong. ( 2013). , *Fundamentos de marketing*.

Ley marco de Licencia de Funcionamiento N° 28976. (2007). Lima: oficial El Peruano .

*Los orientadores*. (24 de 01 de 2014). Obtenido de Una definicion de familia y sus tios:  
[www.sicoadolescencia.com.ar](http://www.sicoadolescencia.com.ar)

Salazar, Guaigua y Zalazar. (2017). *El marketing relacional para mejorar la fedelizacion delos clientes en la cooperativa de ahorro y credito del Canton La Tacunca*.  
Ecuador.

# EL PROCESO DE TU TESIS



Tesis



Tesis final



Tesis final este  
sí



Tesis final este  
sí sí sí



Tesis final 2



Tesis final final



Tesis final listo



Tesis final por fin



Tesis final por fin  
eso espero



Tesis final por fin  
the end



Tesis finalísimo



Tesis último



Tesis último  
ahora sí



Tesis último de  
los últimos



Tesis último  
final ok

**PREPARENSEN**

A man with a beard and long hair, wearing a dark fur-lined coat, is shown in profile, looking down and to the left. He is holding a microphone in his right hand. The background is a plain, light color.

**VIENE LA DEFENSA  
DE LA TESIS**

*Muchas*  
**GRACIAS**