



PAUTAS ESENCIALES

PAUTAS PARA DESARROLLAR UNA TESIS EN MARKETING Y COMUNICACIÓN

Guía rápida de tema, enfoque, método y control de calidad

Autor: Ingeniero de Sistemas | Mg. Carlos Andres Caballero Castillo

Magna Investigación

systeraprime.com · tesis@systeraprime.com

1. Elige un tema viable

Un buen tema tiene relevancia profesional, acceso a evidencia y alcance realista.

- Temas frecuentes: experiencia del cliente, contenido digital y engagement, identidad de marca y decisión de compra.
- Define canal, audiencia, periodo y métricas; separa alcance de conversión.
- Delimita población o casos, lugar, periodo y problema antes de redactar el título.

Dos rutas posibles

Enfoque	Pregunta ejemplo
Cualitativo	¿Cómo interpretan los clientes la propuesta de valor de una marca?
Cuantitativo	¿Qué relación existe entre experiencia digital e intención de recompra?

Control: el enfoque se elige por la pregunta; no por el programa estadístico disponible.

2. Pauta de ejecución

Mantén alineados problema, objetivo, evidencia y conclusión.

- Formula una pregunta específica y un objetivo con un solo propósito central.
- Revisa antecedentes para identificar qué se sabe, qué falta y cómo se ha investigado.
- Define participantes o muestra y justifica criterios de selección.
- Prepara y prueba el instrumento antes de recolectar la evidencia.
- Documenta procedimiento, análisis, decisiones y consideraciones éticas.
- Presenta resultados sin sobreinterpretar y discútelos con teoría y antecedentes.

Instrumentos posibles

Analítica digital, encuesta, experimento o entrevistas/grupos focales.

Error que debes evitar

No confundir correlación de métricas con impacto causal de una campaña.

Contacto

Web: <https://systeraprime.com/>

Correo: tesis@systeraprime.com

WhatsApp: +51 948 370 116