



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Visual merchandising y la decisión de compra del cliente de la
tienda Ripley, Trujillo 2018.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA

Angulo Obregón, Jesica Paula.

ASESORA

Calvanapon Alva, Flor Alicia

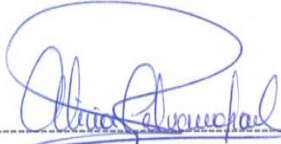
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

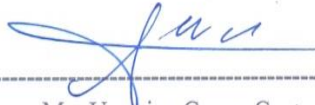
TRUJILLO- PERÚ

2018

Jurado Evaluador



Dra. Calvanapón Alva, Flor Alicia
Presidenta



Mg. Ugarriza Gross, Gustavo
Secretario



Mg. Cárdenas Rodríguez, Karina Jacqueline
Vocal

Dedicatoria

A mi madre, María por su Amor incondicional por su ejemplo y sacrificio.

A mi hijo Anghelo, por ser mi fortaleza, mi fuente de motivación y deseo de superación.

A mi familia y amigos por su constante apoyo y ánimo.

Agradecimiento

Gracias a Dios por todas sus bendiciones, por haberme dado la fortaleza y salud necesaria para alcanzar los objetivos en esta etapa de mi vida.

A mi madre, María, por ser mi apoyo en las dificultades y sobre todo por haber sabido aconsejarme. Y, a mi familia por haberme brindado su apoyo incondicional.

A mi hijo Anghelo por ser mi constante inspiración y motivo de superación cada día, por su compañía y recordarme que vale la pena el esfuerzo.

A mis docentes quienes con su sabiduría, conocimiento y apoyo motivaron desarrollarme como persona y profesional hasta lograr este objetivo. Así mismo, a mis compañeros de aula quienes con su amistad, confianza y apoyo supieron sortear mis debilidades y engrandecer mis fortalezas.

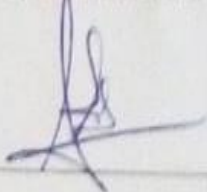
Declaratoria de autenticidad

Declaratoria de autenticidad

Yo, Jesica Paula Angulo Obregón, DNI N° 41724992, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces. En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, diciembre del 2018



Jesica Paula Angulo Obregón
DNI N° 41724992

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada El Visual Merchandising y el Comportamiento de compra del cliente de la tienda Ripley, Trujillo, 2018. La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Índice

Jurado Evaluador.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación.....	vi
Índice	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I. Introducción.....	1
1.1. Realidad problemática	1
1.2. Trabajos Previos.....	3
1.3. Teorías Relacionadas con el Tema	5
1.4. Enunciado del Problema.....	12
1.5. Justificación	13
1.6. Hipótesis.....	14
1.7. Objetivos	14
II. Método.....	14
2.1. Diseño de Investigación.....	14
2.2. Variables	15
2.3. Operacionalización de Variables.....	16
2.4. Población y Muestra.....	18
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	19
2.6. Métodos de análisis de datos.....	20
2.7. Aspectos éticos	21
III. Resultados	22
IV. Discusión de Resultados.....	26
V. Conclusiones	27
VI. Recomendaciones	28
VII. Propuesta.	29
VIII. Referencias Bibliográficas	40

Resumen

La presente investigación se realizó considerando como objetivo determinar la relación del Visual Merchandising con la decisión de compra del cliente de la tienda Ripley Trujillo 2018, tiene como variables de estudio el visual merchandising y la decisión de compra, es de alcance correlacional, de diseño no experimental y de acuerdo a la temporalidad de corte transversal, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento de recolección de datos el cuestionario, la población está conformada por los clientes mayores de edad y que hayan concretado la compra, se trabajó con una muestra de 197 clientes. Entre los resultados más relevantes se obtuvo que Se observó que el coeficiente de correlación (Rho de Spearman) es de 0.668, que significa que existe una correlación positiva considerable y es altamente significativo. Finalmente se concluyó que Respecto de la relación entre las variables se determinó encontró que tiene un coeficiente de correlación de 0.668 lo que significativa que existe una correlación positiva considerable y es altamente significativo con un nivel de significancia del 0.01, es decir el Visual Merchandising tiene una incidencia directa con la decisión de compra.

Palabras Clave: *Visual merchandising, diseño externo, diseño interno, decisión de compra.*

Abstract

The present investigation was carried out considering as objective to determine the relation of the Visual Merchandising with the purchase decision of the Ripley Trujillo 2018 store, it has as visual variables the visual merchandising and the purchasing decision, it is of correlational scope, of non-design experimental and according to the cross-section temporality, the survey technique was used and as a data collection instrument the questionnaire, the population is made up of clients of legal age and who have completed the purchase, we worked with a sample of 197 customers. Among the most relevant results was that it was observed that the correlation coefficient (Spearman's Rho) is 0.668, which means that there is a considerable positive correlation and it is highly significant. Finally, it was concluded that the relationship between the variables was determined to have a correlation coefficient of 0.668, which means that there is a considerable positive correlation and it is highly significant with a level of significance of 0.01, that is, the Visual Merchandising has a direct impact with the purchase decision.

Keywords: Visual merchandising, external design, internal design, purchase decision.