



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Estrategias de marketing digital para mejorar el nivel de ventas de la  
empresa Grupo Barboza en la ciudad de Chepén, 2022

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Administración**

**AUTOR:**

Cruzado Ymán, José Noé (ORCID: 0000-0003-1715-6848)

**ASESORES:**

Mba. Aguilar Chávez, Pablo Valentino (ORCID: 0000-0002-8663-3516)

Dra. Otiniano León, Mabel Ysabel (ORCID: 0000-0002-0637-6717)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

**CHEPÉN – PERÚ**

**2022**

## **Dedicatoria**

La presente investigación la dedico  
a Dios, por brindarme la  
fuerza y la convicción de  
seguir el sendero correcto.

A mis padres por su  
generoso y constante apoyo  
que hacen posible  
realizarme como profesional.

A mi bebé por ser  
mi motor y motivo para seguir  
adelante cumpliendo mis metas  
y sueños para darle un futuro mejor.

A mi alma Máter la Universidad  
César Vallejo, por ser  
instrumento y forjador de  
grandes espíritus luchadores.

## **Agradecimiento**

A Dios, el autor de nuestras vidas, por iluminar mi camino y guiar nuestros pasos hacia el bien.

A mis padres por el apoyo incondicional, ya que son la fuente de energía, mi motor y motivo de ser.

A mis Docentes asesores por ser unos profesionales con ética y moral, capaz de compartir sus enseñanzas.

Al gerente del Grupo Barboza por brindarme la información necesaria para la realización de la investigación.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de figura.....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA .....	10
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	10
3.2. Variables y operacionalización .....	11
3.3. Población, muestra y muestreo .....	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	12
3.5. Procedimientos .....	13
3.6. Métodos de análisis de datos.....	13
3.7. Aspectos éticos .....	14
IV. RESULTADOS .....	15
V. DISCUSIÓN.....	21
VI. CONCLUSIONES .....	25
VII. RECOMENDACIONES.....	26
REFERENCIAS.....	27
ANEXOS .....	35

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Nivel de ventas año 2020 de la empresa Grupo Barboza antes de la aplicación de las estrategias. ....	15
<b>Tabla 2</b> Nivel de ventas año 2021 de la empresa Grupo Barboza después de la aplicación de las estrategias de marketing digital .....	16
<b>Tabla 3</b> Estrategias de marketing digital en la empresa Grupo Barboza en la ciudad de Chepén, 2022.....	18
<b>Tabla 4</b> Prueba t student para la comparación de medias de las ventas de los años 2020 – 2021 de la empresa Grupo Barboza en la Ciudad de Chepén, 2022. ....	19
<b>Tabla 5</b> Medias descriptivas de las ventas en los años 2020 – 2021 de la empresa Grupo Barboza en la Ciudad de Chepén, 2022.....	20
<b>Tabla 6</b> Prueba Alfa de Cronbach.....	49

## Índice de figura

<b>Figura 1</b> Nivel de ventas año 2020 – 2021 de la empresa Grupo Barboza antes y después de la aplicación de las estrategias de marketing digital. ....	16
--	----

## RESUMEN

Esta investigación buscó determinar de qué manera las estrategias de marketing digital mejorarán el nivel de ventas de la empresa Grupo Barboza en la ciudad de Chepén, 2022. Aplicando en la metodología de investigación un tipo de estudio aplicada, con un diseño experimental, de enfoque cuantitativo, de nivel correlacional y con corte transversal; se evaluó a una muestra de estudio de 167 clientes, aplicando 1 cuestionario para la variable marketing digital y una guía de análisis documental para la variable ventas.

Se demostró estadísticamente que existe relación entre la variable marketing digital y ventas, según los resultados el marketing digital es regular con un 90% y el nivel de ventas incrementó en un S/.165,995.00 respecto al año anterior después de la aplicación de dichas estrategias. Se concluyó que la implementación de marketing digital logra potenciar el nivel de ventas logrando así obtener una mejor ganancia en la empresa.

**Palabras clave:** Marketing digital, ventas, estrategias de marketing digital.

## **ABSTRACT**

This research sought to determine how digital marketing strategies will improve the level of sales of the company Grupo Barboza in the city of Chepén, 2022. Applying in the research methodology a type of applied study, with an experimental design, quantitative approach, correlational level and cross-sectional; a study sample of 167 customers was evaluated, applying 1 questionnaire for the digital marketing variable and a documentary analysis guide for the sales variable.

It was statistically demonstrated that there is a relationship between the digital marketing variable and sales, according to the results digital marketing is regular with 90% and the level of sales increased by S/165,995.00 with respect to the previous year after the implementation of these strategies. It was concluded that the implementation of digital marketing manages to boost the level of sales, thus achieving a better profit in the company.

Key words: Digital marketing, sales, digital marketing strategies.





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, AGUILAR CHAVEZ PABLO VALENTINO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHEPEN, asesor de Tesis titulada: "Estrategias de marketing digital para mejorar el nivel de ventas de la empresa Grupo Barboza en la ciudad de Chepén, 2022", cuyo autor es CRUZADO YMAN JOSE NOE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHEPÉN, 19 de Noviembre del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
AGUILAR CHAVEZ PABLO VALENTINO <b>DNI:</b> 44852440 <b>ORCID:</b> 0000-0002-8663-3516	Firmado electrónicamente por: PVAGUILARC el 20- 11-2022 18:03:04

Código documento Trilce: TRI - 0446304