



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Marketing digital y decisión de compra del cliente en la Empresa
"Celebrity Eventos" Trujillo – 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTOR:

Reyna Gonzales, Víctor Andrés (ORCID: 0000-0001-5583-1619)

ASESOR:

Dr. Guevara Ramírez, José Alexander (ORCID: 0000-0001-5583-1619)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

TRUJILLO – PERÚ
2020

Dedicatoria

Victor Andrés Reyna Gonzáles

Agradezco a Dios y a la Virgen de la Puerta.

Por ser mí guía en el progreso de mi vida, bendiciéndome y dándome las fuerzas para continuar con las metas trazadas.

Ante todo, a mi mamita Adela que estuvo conmigo acompañándome hasta los últimos días de su vida, recibiendo sus mejores deseos para mi nueva etapa profesional. Mi Padre, Henry Reyna por ser la persona más importante para mi vida y demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

A mi Madre, Edita Gonzáles por ser mi aliento de fuerza que me inspira a llegar hasta cumplir todas mis metas, por la cual es un ejemplo de vida.

A mis Hermanos, Sixto y Jhosep porque son mi fortaleza para mantener mis ganas de seguir adelante.

Agradecimiento

Agradezco a Dios y a la Virgen de la Puerta por darme la vida y guiarme en mi camino, ser el apoyo y fortaleza en los tiempos difíciles que estamos afrontando, darme sabiduría necesaria para culminar con éxito mis metas propuestas.

A mis padres Henry y Edita por ser mi mejor motivo y haberme apoyado incondicionalmente, mi madre por sus sabios consejos y por luchar conmigo ante las adversidades que se me han presentado, mi padre Henry que me brindó toda su confianza y por el apoyo para asumir nuevos retos, finalmente agradecido por darme las fuerzas suficientes para lograr culminar mi carrera profesional satisfactoriamente.

A mis docentes de cada ciclo por sus enseñanzas brindadas a lo largo de mi carrera profesional, en especial a mi especialista y metodólogo, considerándolos mis amigos y mi agradecimiento por guiarnos en la realización de la tesis.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Operacionalización de variables:	11
3.3. Población, muestra y muestreo.....	12
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
3.5. Procedimientos:	13
3.6. Método de análisis de datos	14
3.7. Aspectos Éticos:	14
IV. RESULTADOS.....	15
V. DISCUSIÓN	20
VI. CONCLUSIONES	23
VII. RECOMENDACIONES	24
VIII. PROPUESTA	25
REFERENCIAS	31
ANEXOS	36

Índice de Tablas

Tabla 1: Nivel de uso del marketing digital en la Empresa "Celebrity Eventos" Trujillo – 2020.....	15
Tabla 2: Nivel de Decisión de Compra del cliente en la Empresa "Celebrity Eventos" Trujillo– 2020	16
Tabla 3: Establecer la relación entre las dimensiones del nivel de uso del marketing digital y la decisión compra en la Empresa "Celebrity Eventos" Trujillo – 2020.	17
Tabla 4: Determinar la relación entre el marketing digital y la decisión de compra en la empresa de Celebrity Eventos Trujillo - 2020.	19
Tabla 5: La Propuesta de Marketing Digital para aumentar las ventas de la empresa Celebrity Eventos Trujillo – 2020 está basada en la representación de dos estrategias principales:.....	26
Tabla 6 Programación de actividades de implementación de la Propuesta de Marketing Digital.	28
Tabla 7: Matriz de Operalización de Variable.....	38
Tabla 8: Matriz de Consistencia	40

Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el marketing digital y la decisión de compra en la empresa de Celebrity Eventos Trujillo, 2020. La metodología fue de tipo aplicada, con diseño no experimental, correlacional. La técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento se aplicó un cuestionario. La población muestral estuvo conformada por 200 clientes que acceden a nuestros servicios, entre los resultados más relevantes tenemos que el 56% de los clientes de la empresa Celebrity eventos de la ciudad de Trujillo presenta un nivel medio respecto al marketing de contenidos, un nivel de comunicación digital en 82% y el 68% presentó un nivel promedio en redes sociales. El 86% de los clientes tienen un nivel alto en motivo de compra; el 58% tienen un nivel medio de factor externo y el 66% tienen un nivel moderado en factores internos. Se concluyó que existe una relación directa entre el marketing digital y la decisión de compra en los clientes de la empresa Celebrity Eventos en Trujillo, 2020, con un nivel de correlación de Rho Spearman 0,847 y un nivel de significancia de $p = 0.000$.

Palabras clave: Redes sociales, clientes, comunicación digital.

Abstract

The research had the objective of determining the relationship between digital marketing and the purchase decision in the company of Celebrity Eventos Trujillo, 2020. The technique used in the data collection was the survey and as an instrument a questionnaire was applied. The population was made up of the 200 clients that access our services and the sample of them. Among the most relevant results we have that 56% of the clients of Celebrity Eventos in the city of Trujillo present an average level with respect to content marketing, a level of digital communication in 82% and 68% present an average level in social networks. 86% of the clients have a high level of purchase motive; 58% have a medium level of external factor and 66% have a moderate level in internal factors. It was concluded that there is a direct relationship between digital marketing and the purchase decision in the clients of Celebrity Eventos in Trujillo, 2020, with a correlation level of Rho Spearman 0.847 and a significance level of $p = 0.000$.

Keywords: Social networks, clients, digital.