



# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“INCIDENCIA DE LA PUBLICIDAD EN FACEBOOK EN LAS  
VENTAS DE LA EMPRESA DE CALZADO PRISCILA  
CARRA, TRUJILLO, 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Gianina Desiree Blas Rodriguez

Erik Eliasel Lozano Torres

Asesor:

Mg. Alan Enrique García Gutti

Trujillo - Perú

2021

## Tabla de contenidos

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>6</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO II. MÉTODO.....</b>	<b>25</b>
<b>2.1. Tipo de investigación .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2. Población y muestra .....</b>	<b>26</b>
<b>1.2.1. Población .....</b>	<b>26</b>
<b>1.2.2. Muestra .....</b>	<b>26</b>
<b>2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos .....</b>	<b>26</b>
<b>2.4. Procedimiento .....</b>	<b>28</b>
<b>2.5. Aspectos éticos.....</b>	<b>30</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS .....</b>	<b>31</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....</b>	<b>46</b>
<b>3.1. Discusión .....</b>	<b>46</b>
<b>3.2. Conclusiones.....</b>	<b>49</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>51</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>55</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ingreso por ventas periodo enero 2018 - diciembre 2020 .....	31
Tabla 2 Detalles de la campaña en Facebook.....	35
Tabla 3 Detalles de la campaña en Facebook – segunda parte.....	36
Tabla 4 Resultados de la campaña en Facebook .....	37
Tabla 5 Ingreso por ventas periodo enero 2018 - julio 2021 .....	38
Tabla 6 Prueba de Normalidad de las variables a analizar .....	42
Tabla 7 Selección del estadístico de prueba de acuerdo con la distribución de las variables .....	43
Tabla 8 Prueba T Student para determinar diferencia significativa entre las ventas del periodo enero – junio 2020 con el periodo enero – junio 2021 .....	43
Tabla 9 Prueba Wilcoxon para determinar diferencia significativa entre las ventas del periodo enero – junio 2019 con el periodo enero – junio 2021 .....	44

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ingreso por ventas periodo enero 2018 - diciembre 2020.....	32
Figura 2 Ingreso por ventas periodo enero 2018 - julio 2021 .....	39

## RESUMEN

La presente tesis tiene como objetivo determinar la incidencia de la publicidad en Facebook en las ventas de la empresa de calzado Priscila Carra, Trujillo, 2021; la investigación es de tipo aplicada, tiene diseño experimental - preexperimental de preprueba y posprueba con un sólo grupo; la muestra de investigación está constituida por la documentación comercial de la empresa Priscila Carra, generada durante el año 2018-2021; se recolectó información sobre las ventas históricas de la empresa antes de la campaña, luego se diseñó e implementó la campaña publicitaria en Facebook y para completar la posprueba se cuantificó nuevamente las ventas de la empresa durante el primer semestre del año 2021; se obtuvo como resultado, aplicando la estadística descriptiva, un incremento sostenido de las ventas durante el periodo que corresponde a la posprueba (enero – junio 2021); y aplicando la estadística inferencial (prueba T Student y prueba de Wilcoxon) se encontró que el incremento en las ventas durante el periodo de posprueba es estadísticamente significativo, que se manifiesta en un incremento de las ventas de 17% con respecto al año 2019 y un incremento de 189% con respecto al año 2020; validando la hipótesis de investigación; por tanto, se concluye que la publicidad en Facebook incide positivamente en las ventas de la empresa de calzado Priscila Carra, Trujillo, 2021.

**Palabras clave:** Publicidad, ventas, marketing digital, Facebook

**NOTA DE ACCESO:**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.**

## REFERENCIAS

- Aced, C. (2013). *Relaciones públicas 2.0: Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital* (1era Ed.). Editorial UOC.  
<http://www.digitaliapublishing.com/a/21268/>
- Adekunle A., A. (2015). *Effectiveness of facebook as an advertising medium among university students* [Maestría, Near East University]. <http://library.neu.edu.tr/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?bib=265204>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación.
- Barboza Chávez, K. A., & Sisniegas Ordoñez, B. F. (2019). *Influencia del uso de publicidad en facebook en el posicionamiento de marca de la empresa Chugur en Cajamarca, 2018* [Universidad Privada del Norte].  
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/21964>
- Cascón Baños, J. (2018). *¿Qué es Facebook?* [Especializada]. Frikipandi - Web de Tecnología. <https://www.frikipandi.com/etiquetas/facebook/>
- Chicama Lúcar, D. H. (2018). *La publicidad online y su relación con la intención de compra de los cursos virtuales de la Universidad ESAN en las plataformas de Facebook y Google (2017)* [Maestría, Universidad de San Martín de Porres – USMP].  
<http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/usmp/4001>
- Cuellar Díaz, L., & Toro Guayara, H. (2017). Los indicadores de gestión como herramienta de dirección de la pequeña y mediana empresa. *Tablero de comando*.  
<https://qualitasbiblo.files.wordpress.com/2013/01/los-indicadores-de-gestion-como-herramienta.pdf>
- Delgadillo Quispe, I. M. (2017). *Relación entre la eficacia de tres campañas publicitarias en Facebook Ads y el uso del servicio de la Clínica Dermatológica Uniderma Perú,*

<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/15640>

Falquez Arce, C., Silva Guerrero, B., & Rojas Herrera, V. (2017). La inversión en publicidad y su efecto en las Medianas Empresas de Guayaquil. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 7(14), 99–112.  
<https://doi.org/10.17163/ret.n14.2017.05>

Foro Económico Mundial. (2019). *Reporte de Competitividad Global*,. World Economic Forum.

[http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf)

Gallardo Miranda, W. P., & Zumarán Ramos, S. J. A. (2019). *Estrategias de Facebook Ads y la Penetración de Mercado en el Centro Fisioquiropático Gallardo en el Valle Chicama, en el periodo 2019* [Licenciatura, Universidad César Vallejo].  
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/46065>

García Avilés, J. A. (2015). *Comunicar en la sociedad red: Teorías, modelos y prácticas*.  
<http://www.digitaliapublishing.com/a/37225/>

GESTIÓN, N. (2018, septiembre 21). *PwC: En el Perú, la inversión publicitaria en internet crecerá en 91% para los próximos 5 años* | *Economía* | NOTICIAS GESTIÓN PERÚ. Gestión; NOTICIAS GESTIÓN. <https://gestion.pe/economia/pwc-peru-inversion-publicitaria-internet-crecera-91-proximos-5-anos-240059-noticia/>

Gómez Nieto, B. (2017). *Fundamentos de la publicidad*. ESIC.

Gómez, O. (2014). *7 Estrategias claves para atraer clientes con Facebook*.  
[https://books.google.com/books/about/7\\_ESTRATEGIAS\\_CLAVES\\_PARA\\_ATTRAER\\_CLIENTE.html?id=jUEOBAAAQBAJ](https://books.google.com/books/about/7_ESTRATEGIAS_CLAVES_PARA_ATTRAER_CLIENTE.html?id=jUEOBAAAQBAJ)

- Hair, J. F., & Anderson, R. E. (2013). *Administración de ventas: Relaciones y sociedades con el cliente* (2 da Reimpreso). McGraw Hill Education. <http://www.ebooks7-24.com/?il=884>
- Hernández Dauder, M. Á., Estrade Nieto, J. M., & Jordán Soro, D. (2020). *Marketing digital: Mobile marketing, SEO y analítica web*. Anaya Multimedia.
- Johnston, M. W., & Marshall, G. W. (2013). *Administración de ventas (9a. Ed.)*. (9ed Reimpresión). McGraw-Hill Interamericana.
- Kutchera, J., García, H., Fernández, A., & Espíndola, C. (2014). *Exito: Su estrategia de marketing digital en 5 pasos* (1° Ed). Grupo Editorial Patria S.A. <http://public.ebookcentral.proquest.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=3227435>
- Mendo Marín, S. R. (2019). *Publicidad en Facebook y el comportamiento de compra de los clientes del Restaurante El Paisa de la ciudad de Trujillo – 2018* [Licenciatura, Universidad César Vallejo]. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/43677>
- Moosavi, S. K., Hooshmand, P. R., Kashani, M. R., Daryayee, J. Y., & Khosravian, A. (2013). Investigate the relationship between advertising and sales. *Kuwait Chapter of the Arabian Journal of Business and Management Review*, 2(10), 43–48.
- Muñoz Marcos Sánchez, A. I. (2018). *Impacto del marketing digital en las ventas de las Pymes exportadoras de joyería de plata* [Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/8511>
- Ormaechea, S. L., & Viniegra, L. M. (2020). *Las redes sociales como herramienta de comunicación persuasiva*. McGraw-Hill Interamericana de España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=745593>
- Pérez Carreño, A. J. (2017). *La guía esencial de anuncios en Facebook: Cómo llegar directo a tu público meta y aprovechar tus recursos al máximo* (2 da). Fund Yourself LLC.

- Rangel, C., & Carretero Velasco, M. J. (2017). La nueva publicidad, un nuevo proceso integrador. *Area Abierta; Madrid, 17(3), 367–393.*  
<http://dx.doi.org/10.5209/ARAB.53971>
- Ruiz Moreno, N. E. (2015). *Incidencias de las estrategias de marketing y publicidad electrónica en el comportamiento ventas e imagen corporativa de Jensoft Enterprise, municipio de Matagalpa, año 2014* [Maestría, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. <https://repositorio.unan.edu.ni/3228/>
- Savi Mondo, T., & Pereira da Costa, J. I. (2011). Influencia de la comunicación de marketing en la captación de clientes: Un estudio sobre la percepción de la publicidad en la hotelería del Estado de Santa Catarina, Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo, 20(2), 367–383.*
- Torres Morales, V. (2014). *Administración de ventas*. Grupo Editorial Patria S.A.  
<http://public.ebib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=3227906>
- Ubozhenko, I. (2018). *Advertising on Facebook Manager. Research case: YolandaJewelry* [Universidad de Ciencias Aplicadas Arcada].  
<http://www.theseus.fi/handle/10024/148303>