

**UNIVERSIDAD CATOLICA DE TRUJILLO
BENEDICTO XVI**

FACULTAD DE HUMANIDADES

**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**



**PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA
POSICIONAR EN REDES SOCIALES LA EMPRESA HAYDEE'S
SALON & SPA TRUJILLO, 2023**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTORES

Br. Diego Gonzalo Silva Flores
Br. Diego Enrique Alayo Del Rosario

ASESOR

Mg. Héctor Israel Velásquez Cueva
<https://orcid.org/0009-0006-7042-6295>

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing y Redes Sociales

TRUJILLO-PERÚ

2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%	15%	0%	4%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
4	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.uct.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
7	www.dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.cientifica.edu.pe Fuente de Internet	<1%
9	1library.co Fuente de Internet	<1%

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Excmo. Mons. Héctor Miguel Cabrejos Vidarte, O.F.M

Arzobispo Metropolitano de Trujillo

Fundador y Gran Canciller

Dr. Luis Orlando Miranda Diaz

Rector de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

Dra. Mariana Geraldine Silva Balarezo

Vicerrectora Académica

Dra. Mariana Geraldine Silva Balarezo

Decana de la Facultad de Humanidades

Dra. Ena Cecilia Obando Peralta

Vicerrectora Académica (e) de Investigación

Dra. Teresa Sofia Reategui Marín

Secretaria General

CONFORMIDAD DEL ASESOR

Yo, Héctor Israel Velásquez Cueva con DNI N° 70112728, con código ORCID: 0000-0002-4953-3452, asesor de la Tesis titulada, PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA POSICIONAR EN REDES SOCIALES LA EMPRESA HAYDEE'S SALON & SPA TRUJILLO ,2023. Presentado por Br. Diego Gonzalo Silva Flores con DNI 70477149 y Br. Diego Enrique Alayo Del Rosario con DNI 70525394, egresados del Programa de Estudios de la carrera profesional en Ciencias de la comunicación en la facultad de humanidades; informo lo siguiente: considero que dicho trabajo reúne las condiciones tanto técnicas como científicas, las cuales están alineadas a las normas establecidas en el reglamento de titulación de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI y en la normativa para la presentación de trabajos de graduación de la Facultad Humanidades.

Por tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente para que sea sometido a evaluación por los jurados designados por la mencionada facultad.

Trujillo, 23 de junio del 2023



Dr. Héctor Israel Velásquez Cueva

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

A mi familia, en especial a mis padres que sé que a pesar de todo estuvieron para mí, para mi madre que tuvo paciencia junto a su inigualable esperanza en mí y más para mi padre que está mirándome desde el cielo, Gracias a todos los que me acompañaron en mi desarrollo profesional.

Diego Gonzalo Silva Flores

Esta tesis está dedicada a:

A mi familia quienes con su paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre, porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a todas las personas que estuvieron, están y estarán para apoyarme en cuando más los necesito, por extender su mano en momentos difíciles, millones de gracias.

Diego Enrique Alayo del Rosario

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestra gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

Mi profundo agradecimiento a la Haydee Ascate Zamudio por la confianza brindada además de la paciencia con la que nos ha facilitado la información requerida para poder realizar la investigación, a toda la Facultad de Humanidades, a mis profesores quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada uno de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a mi familia, quienes me brindaron todas las herramientas necesarias, las cuales permitieron el desarrollo de este trabajo.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Nosotros, Br. Diego Gonzalo Silva Flores con DNI 70477149 y Br. Diego Enrique Alayo Del Rosario con DNI 70525394 egresados del Programa de Estudios de Ciencias de la comunicación de la facultad de Humanidades en la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, damos fe que he seguido rigurosamente los procedimientos académicos y administrativos emanados por la Facultad de humanidades, para la elaboración y sustentación del informe de tesis titulado:

PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA POSICIONAR EN REDES SOCIALES LA EMPRESA HAYDEE'S SALON & SPA TRUJILLO, 2023, el cual consta de un total de 82 páginas, en las que se incluye 3 tablas y 2 figuras. Dejo constancia de la originalidad y autenticidad de la mencionada investigación y declaramos bajo juramento en razón a los requerimientos éticos, que el contenido de dicho documento, corresponde a mi respecto a redacción, organización, metodología y diagramación.

Asimismo, garantizamos que los fundamentos teóricos están respaldados por el referencial bibliográfico, asumiendo un mínimo porcentaje de omisión involuntaria respecto al tratamiento de cita de autores, lo cual es de nuestra entera responsabilidad. Se declara también que el porcentaje de similitud o coincidencia es de 15 %, el cual es aceptado por la Universidad Católica de Trujillo.

Los autores



Diego Gonzalo Silva Flores

DNI 70477149



Diego Enrique Alayo Del Rosario

DNI: 70525394

INDICE

PAGINAS PRELIMINARES

INFORME DE ORIGINALIDAD	ii
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS	iii
CONFORMIDAD DEL ASESOR	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	vii
INDICE	viii
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
II. METODOLOGIA.....	25
2.1. Enfoque y tipo de investigación	25
2.2 Diseño de investigación.....	25
2.3 Población, muestra y muestreo	26
2.4 Técnicas e instrumentos de recojo de datos	27
2.5 Técnicas de procesamiento y análisis de la información.....	28
2.6 Aspectos éticos en investigación.....	30
III. RESULTADOS.....	31
IV. DISCUSION	34
V. CONCLUSIONES	36
VI. RECOMENDACIONES.....	37
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38
ANEXOS.....	45
Anexo 1: Instrumentos de recolección de información.....	45
Anexo 2: Ficha técnica.....	46
Anexo 3: Validación de expertos	47
Anexo 4: Matriz operacional de variables.....	63
Anexo 5: Carta de autorización	65
Anexo 6: Consentimiento Informado	66
Anexo 7: Asentimiento Informado.....	67
Anexo 8: Carta de Presentación	69

Anexo 9: Matriz de Consistencia	70
Anexo 10: Aporte Científico	71
Anexo 11: Evidencias.....	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Nivel de posicionamiento en redes sociales en el pre test.....	31
Tabla 2: Nivel de posicionamiento en redes sociales según pre y post test	32
Tabla 3: Prueba estadística “T” (Diferencia de medias)	33

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Nivel de posicionamiento en redes sociales en el pre test	31
Figura 2: Nivel de posicionamiento en redes sociales según pre y post test	32

RESUMEN

El estudio presentado se fundamenta en la problemática que presentan actualmente los salones de belleza y los cuales necesitan integrar estrategias para el positivo desarrollo como empresa, todo en base a buscar una productividad ascendente para el negocio. El cual este estudio tiene de objetivo general proponer un plan de marketing digital para posicionar en las redes sociales a la empresa Haydee's Salón & Spa. Se empleó el método deductivo, con un tipo de investigación aplicado, con un diseño de carácter pre experimental, debido a que las variables: plan de marketing digital y posicionamiento en redes sociales no serán manipulados. Para la obtención de datos se empleó una encuesta en formato de escala de Likert, logrando como resultado que el 85% de interrogados opinan que Haydee's Salón & Spa no es una marca comercial en las redes sociales, después de aplicar la propuesta del plan de marketing digital, de acuerdo a los resultados del Post Test, el 72% de encuestados nos menciona que si es una marca comercial en redes sociales. Los resultados de esta propuesta demostraron que de usarse el plan de marketing digital entonces se podrá lograr un mejor posicionamiento en redes sociales para el salón & spa. Finalmente se concluyó con una propuesta de creación de línea gráfica y así lograr un mejor alcance en redes sociales donde se buscará atender las necesidades y objeciones de los consumidores.

Palabras clave: *Plan de marketing digital, posicionamiento en redes sociales, redes sociales y línea grafica.*

ABSTRACT

The presented study is based on the problems that beauty salons currently present and which need to integrate strategies for positive development as a company, all based on seeking an ascending productivity for the business. The general objective of this study is to propose a digital marketing plan to position the company Haydee's Salon & Spa on social networks. The deductive method was used, with a type of applied research, with a pre-experimental design, because the variables: digital marketing plan and positioning in social networks will not be manipulated. To obtain data, a survey in Likert scale format was used, achieving as a result that 85% of respondents believe that Haydee's Salon & Spa is not a commercial brand on social networks, after applying the Pos Test, 72% of respondents mention that it is a commercial brand on social networks. The results of this proposal showed that by using the digital marketing plan, it will then be possible to achieve a better positioning in social networks for the salon & spa. Finally, it was concluded with a proposal to create a graphic line and thus achieve a better reach in social networks where it will seek to meet the needs and objections of consumers.

Keywords: *Digital marketing plan, positioning in social networks, social networks and graphi*