

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



**Nivel de uso marketing digital: Una perspectiva de los usuarios
juliaqueños en tiempos de Covid-19.**

Trabajo de Investigación para obtener el Grado Académico de
Bachiller en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Sheyla Stephany Centeno Salas
Yoselin Maria Mamani Sucaticona

Asesor:

Mg. Lucas Fernando Meza Revatta

Juliaca, noviembre de 2020

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

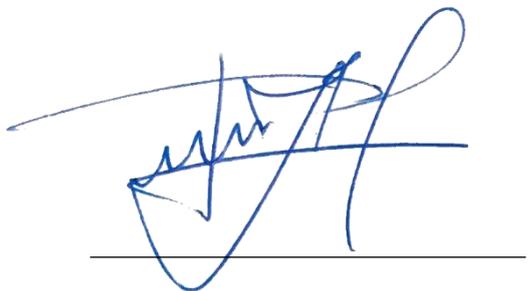
Lucas Fernando Meza Revatta, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente trabajo de investigación titulado: **“NIVEL DE USO MARKETING DIGITAL: UNA PERSPECTIVA DE LOS USUARIOS JULIAQUEÑOS EN TIEMPOS DE COVID-19”** constituye la memoria que presentan las estudiantes Sheyla Stephany Centeno Salas y Yoselin Maria Mamani Sucaticona para obtener el Grado Académico de Bachiller en Administración y Negocios Internacionales, cuyo trabajo de investigación ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este trabajo de investigación son de entera responsabilidad de los autores, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Juliaca, a los 18 días del mes de noviembre del año 2020



Mg. Lucas Fernando Meza Revatta
asesor



Heber Nenemias Chui Betancur epg.investigacion@unap.edu.pe [a través de](#) [a2plcpnl0385.prod.iad2.secure...](#) mié., 18 nov. 19:02 (hace 2 días)
para mí ▾

Mg. Lucas Fernando Meza Revatta:

Gracias por enviarnos su manuscrito "NIVEL DE USO MARKETING DIGITAL: UNA PERSPECTIVA DE LOS USUARIOS JULIAQUEÑOS EN TIEMPOS DE COVID-19" a Revista de Investigaciones (Puno) - Escuela de Posgrado de la UNA PUNO. Gracias al sistema de gestión de revistas online que usamos podrá seguir su progreso a través del proceso editorial identificándose en el sitio web de la revista:

URL del manuscrito:

<http://www.revistaepgunapuno.org/index.php/investigaciones/author/submission/2479>

Nombre de usuario/o: lucas_mac

Si tiene cualquier pregunta no dude en contactar con nosotros/as. Gracias por tener en cuenta esta revista para difundir su trabajo.

Revista de Investigaciones (Puno) - EPG UNA

<http://www.revistaepgunapuno.org/index.php/investigaciones>

“Nivel de uso marketing digital: Una perspectiva de los usuarios juliaqueños en tiempos de Covid-19”

“Level of use of digital marketing: A perspective of the users of Juliaca in times of Covid-19”

UNIVERSIDAD PERUANA UNION – JULIACA

**Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela Profesional de Administración**

Centeno Salas Sheyla Stephany

Gmail: stephany.salas@upeu.edu.pe

Mamani Sucaticona Yoselin Maria

Gmail: yoselinmamni@upeu.edu.pe

RESUMEN

Objetivo: la siguiente investigación fue determinar el nivel de uso del marketing digital en usuarios juliaqueños en tiempos de Covid-19. **Método:** la presente investigación es descriptiva de diseño no experimental de corte transversal. La muestra estuvo compuesta por usuarios juliaqueños, siendo un total de 381 personas escogidas de manera aleatoria, con la presente técnica realizada en una encuesta, a través del Google Forms, compuesta por 36 ítems correspondientes a la variable y sus respectivas dimensiones, de las cuales las respuestas fueron medidas por la escala de Likert con cinco alternativas. Los resultados y tablas fueron obtenidos con el programa estadístico SPSS versión 23. **Resultados:** La investigación demuestran el nivel de uso de marketing digital en un 70,1%, así como también de cada una de sus dimensiones: Flujo nivel medio con un 50,7%, funcionalidad en un nivel medio con un 61,4%, feedback en un nivel alto con un 49,9%, fidelización en un nivel medio con un 64 %. **Conclusiones:** Por lo tanto, se llega a que un 70,1% de los encuestados perciben que hay un alto nivel de uso en la ciudad de Juliaca a consecuencia del Covid-19.

Palabras claves: Marketing digital, flujo, funcionalidad, feedback, fidelización

ABSTRAC

Objective: the following investigation was to determine the level of use of digital marketing in Juliaca users in times of Covid-19. **Method:** this research is descriptive of a non-experimental cross-sectional design. The sample was composed of users from Juliaca, being a total of 381 people chosen randomly, with the present technique carried out in a survey, through Google Forms, composed of 36 items corresponding to the variable and its respective dimensions, of which the responses were measured by the Likert scale with five alternatives. The results and tables were obtained with the statistical program SPSS version 23. **Results:** The research shows the level of use of digital marketing in 70.1%, as well as each of its dimensions: Medium level flow with a 50, 7%, functionality at a medium level with 61.4%, feedback at a high level with 49.9%, loyalty at a medium level with 64%. **Conclusions:** Therefore, it is reached that 70.1% of those surveyed perceive that there is a high level of use in the city of Juliaca as a result of Covid-19.