

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“RELACIÓN DEL MARKETING DIGITAL EN LA
DECISIÓN DE COMPRA DE LOS CLIENTES DE
UNA HELADERÍA EN LA LOCALIDAD DE
CAJAMARCA, 2022”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración

Autor:

Jose Andres Meca Nole

Asesor:

Mg. Lic. Liliana Beatriz Carrillo Carranza

<https://orcid.org/0000-0003-0085-8528>

Cajamarca - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	CRISTHIAN PAUL CÉSPEDES ORTIZ	26732973
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	JHAQUELIN MARELI MENDOZA CASTAÑEDA	47672797
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	JUAN ROMELIO MENDOZA SÁNCHEZ	43679106
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

Tesis heladeria

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repositorio.upagu.edu.pe

Internet Source

7%

2

hdl.handle.net

Internet Source

5%

Exclude quotes On

Exclude bibliography Off

Exclude matches < 5%

Tabla de contenido

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	34
CAPÍTULO III: RESULTADOS	44
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	54
REFERENCIAS	62
ANEXOS	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Promedio de la Población	36
Tabla 2 Alternativas de la Escala de Likert	39
Tabla 3 Rangos de Calificación de Cronbach	39
Tabla 4 Confiabilidad del instrumento del Marketing Digital.....	40
Tabla 5 Confiabilidad del instrumento de la decisión de compra.....	40
Tabla 6 Confiabilidad del instrumento.....	41
Tabla 7 Cantidad de muestra	41
Tabla 8 Nivel de significancia	42
Tabla 9 Coeficiente de la escala de Rho de Spearman.....	38
Tabla 10 Correlación entre el marketing digital y la decisión de compra.....	44
Tabla 11 Correlación entre el flujo y la decisión de compra.....	45
Tabla 12 Correlación entre la funcionalidad y la decisión de compra.....	45
Tabla 13 Correlación entre la feedback y la decisión de compra	46
Tabla 14 Correlación entre la fidelización y la decisión de compra	46
Tabla 15 Análisis del marketing digital y la decisión de compra	47
Tabla 16 Marketing digital	48
Tabla 17 Decisión de compra de los clientes	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Las 4C del marketing digital	23
Figura 2 Mapa de empatía	24
Figura 3. Tres dimensiones clave para redefinir el negocio.....	26

RESUMEN

La presente investigación titulada "La relación del Marketing digital en la decisión de compra de los clientes de una heladería en la localidad de Cajamarca, 2022" tuvo como objetivo principal, determinar la relación entre el Marketing Digital en la decisión de compra de los clientes de una Heladería en la localidad de Cajamarca, 2022.

En cuánto a la metodología aplicada se optó por una investigación descriptiva, de enfoque cuantitativo. Se realizó la recolección de los datos a través del instrumento el cuestionario, donde la población estuvo conformada por el promedio de los cinco puntos de ventas conformados por 703 clientes y una muestra conformada por 30 clientes fue por conveniencia, siendo seleccionada a través de criterios de inclusión y exclusión.

Se concluyó que el marketing digital se relaciona con la decisión de compra de los clientes de la heladería en la localidad de Cajamarca, 2022. Concluyendo que el personal encargado de realizar el marketing digital para la interacción con los clientes e intervenir en la decisión de compra de los clientes, lo realizan regularmente, pudiendo mejorar sus estrategias para llegar a una mejor interacción con sus clientes.

PALABRAS CLAVES: Marketing digital, fidelización de clientes, redes sociales.

NOTA

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto**, por determinación de los propios autores amparados en el Texto Integrado del Reglamento RENATI, artículo 12.

REFERENCIAS

- Abbadia, J. (24 de Septiembre de 2022). *¿Cuáles son las limitaciones en la investigación y cómo escribirlas?* Obtenido de <https://mindthegraph.com/blog/es/limitaciones-de-la-investigacion/#:~:text=Las%20limitaciones%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20suel en%20indicarse%20al%20principio%20de,la%20necesidad%20de%20seguir%20investiga ndo.>
- Caceres, W., & More, P. (2022). *Marketing digital y comportamiento de los consumidores en la empresa de Ferretería FORTE CONCRETOS S.A.C, Sunampe, 2021.* Universidad Privada San Juan Bautista, Chinchá.
- Cardona, L. (07 de Septiembre de 2023). *Cyberclick.* Obtenido de Marketing digital: qué es, tipos de campañas y cómo desarrollar una estrategia (2024): <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/marketing-digital-que-es-funcion-y-ventajas>
- Carmelo, A., & Montoya, N. (2022). *El Marketing Digital y su influencia en la conducta del cliente de la empresa Retail Plaza Vea - Alfonso Ugarte 2021.* Universidad tecnológica del Perú, Lima.
- Chunque, V., & Terrones, M. (2021). *Marketing digital y nivel de posicionamiento de la empresa Motocorp S.A.C. en la ciudad de Cajamarca, 2021.* Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, Cajamarca.
- Condor, D., & Chuquilin, M. (2021). *El marketing idigital y decisión de compra de los clientes de la empresa Linea de calzado Joselito, Cajamarca 2021.* Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, Cajamarca.
- Cumba, M., & Herrera, L. (2021). *Estrategias de marketing digital para potenciar las ventas de la empresa Cormanglar S.A en la ciudad de Quevedo, 2021.* Universidad de Guayaquil, Guayaquil.
- Diaz, R. (13 de enero de 2021). *LinkedIn.* Obtenido de Mercado de helados; tendencias 2021: <https://es.linkedin.com/pulse/mercado-de-helados-9-tendencias-marketing-en-2021-raul-diaz-miranda>
- Gonzales, A. (2021). Comportamiento del consumidor y su proceso de decisión de compra. El nuevo cambio del consumidor. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 24*, 105-106.
- Grupo Antón Comunicación. (27 de junio de 2019). *Blog Grupo Antón Comunicación* . Obtenido de ¿Qué nos influye a la hora de comprar o adquirir un servicio? : grupoanton.es/ntn/2016/06/27/comprar-adquirir-un-servicio/#:~:text=Los%20factores%20personales%20que%20influyen,la%20personalidad%20y%20el%20autoconcepto.

- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)*. Madrid, España: Tutor Información. doi:[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Gutierrez, J., & Perez, S. (2021). *El marketing digital y su incidencia en el posicionamiento de marca en la empresa Integra en la ciudad de Ambato*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación*. México: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA.
- López, R. (2022). OCCAM. Obtenido de Las 4 Fs del Marketing Digital y Social Media: <https://www.occamagenciadigital.com/blog/las-4-fs-del-marketing-digital-y-social-media>
- Medina, C. (2020). *Marketing digital y decisión de compra de los clientes en la empresa Velflo empresarial, Rimac 2020*. Universidad Autónoma del Perú, Lima.
- Neptali, T. (2019). *Población y Muestra*. Mexico: Universidad Autónoma del Estado de Mexico.
- Núñez, L., & Terrones, E. (2021). *Diseño de un plan de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la marca Baños Quilcate en la ciudad de Cajamarca*, 2021. Universidad Privada del Norte, Cajamarca.
- Olivares, F. (24 de marzo de 2023). *EY Building a better working world*. Obtenido de Cinco tipos de consumidores que marcarán el 2023: https://www.ey.com/es_pe/consumer-products-retail/cinco-tipos-consumidores-marcaran-2023
- Peçanha, V. (10 de Enero de 2021). *Rockcontent Blog*. Obtenido de ¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>
- Porras, J. (2021). *Marketing digital para el posicionamiento de la empresa "productora y comercializadora de los helados de Salcedo Corpicecream S.A." de la ciudad de Salcedo Provincia De Cotopaxi*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- Quiroa, M. (15 de noviembre de 2021). *Economipedia*. Obtenido de ¿Qué factores influyen en el comportamiento del consumidor?: <https://economipedia.com/guia/guia-que-factores-influyen-en-el-comportamiento-del-consumidor.html#:~:text=Los%20factores%20sociales%20est%C3%A1n%20relacionados,que%20encuentran%20en%20el%20mercado.>
- Rodriguez, M., & Mendivelso, F. (2018). Diseño de la Investigación de Corte Transversal. *Revista Medica Sanitas 21*, 141-146.
- Sainz, J. (2021). *El plan de marketing digital en la práctica* (cuarta ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- Schnarch, A. (2022). *Emprendimiento exitoso - como mejorar su proceso y gestión* (segunda ed.). Bogotá: ECOE Ediciones.

- Shum, Y. (2020). *Marketing digital, herramientas, tecnicas y estrategias*. Ediciones de la U conocimiento a su alcance.
- Sinclair, P., & Garcia, C. (2022). *Marketing turístico*. 3 edicion.
- Solé, M., & Campo, J. (2020). *Marketing digital y direccion de e-commerce*. Madrid: Editorial Business & Marketingschool.
- Solé, M., & Campo, J. (2020). *Marketing digital y dirección de e-commerce integración de las estrategias digital*. Madrid: ESIC Editorial.
- Sorfer, I. (2020). *Marketing digital*. Obtenido de Proceso de decisión de compra: las 5 etapas del consumidor: <https://blog.hubspot.es/marketing/etapas-de-decision-de-compra-del-consumidor#:~:text=Se%20lleva%20a%20cabo%20por,en%20la%20que%20se%20encuentra>.
- Suarez, M., & Valverde, J. (2020). *El marketing digital y la decisión de compra de los clientes de comida rápida, Trujillo 2020*. Universidad César Vallejo, Trujillo.
- Vegas, D. (2020). *Linkedin*. Obtenido de D'Onofrio: <https://onlinemarketing.pe/mundodigital/donofrio-el-exito-del-e-commerce/>
- Vílchez, S., & Mendoza, A. (2021). *Percepción del marketing digital en la Empresa Imperio Gym, de la ciudad de Cajamarca, 2021*. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, Cajamarca.