



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS
Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**MARKETING DIGITAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN LA
COOPERATIVA EL TUMI AGENCIA SICUANI - 2021**

Presentado por:

Br. Maribel Jara Aroni

Para optar al Título Profesional de:

Licenciada en Administración

Asesor:

Mgt. José Luis Valencia Vila

CUSCO – PERÚ

2021



RESUMEN

La presente investigación se realizó en la cooperativa el Tumi agencia Sicuani - 2021. La investigación estudió el marketing digital, que es una herramienta comercial del marketing. A partir de esta premisa se desarrolló el presente trabajo que tuvo como objetivo describir como es el marketing digital en tiempo de pandemia, el mismo que fue analizado mediante sus cuatro dimensiones: Marketing en motores de búsqueda, marketing en medios sociales, publicidad gráfica y marketing por correo electrónico.

La investigación fue de tipo básica, con un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y alcance descriptivo. Se tuvo como población de estudio a 132 socios, a quienes se aplicó el instrumento del cuestionario, para evaluar la fiabilidad del instrumento se aplicó el método de Alpha de Cronbach, cuyo resultado arrojó el 0.861, lo que confirma que el instrumento es fiable.

Para el procesamiento y análisis de datos se utilizó los programas SPSS y Excel. Los resultados a los que se arribó son los siguientes: la variable marketing digital obtuvo un promedio de 2.95 calificándolo como regular, tal como refleja el 70.5% de socios encuestados, las dimensiones con mayor promedio fueron el marketing en motores de búsqueda y el marketing por correo electrónico que obtuvieron los dos una calificación de 3.10 de promedio cada uno calificándolos como regulares; las dimensiones marketing en redes sociales y publicidad gráfica obtuvieron un promedio de 2.88 y 2.72 respectivamente calificados como regulares.

PALABRAS CLAVES: Marketing digital, marketing en motores de búsqueda, marketing en medios sociales, publicidad gráfica, marketing por correo electrónico



ABSTRACT

The present investigation was carried out in the cooperative the Tumi agency Sicuani - 2021. The investigation studied digital marketing, which is a commercial marketing tool. From this premise, the present work was developed that aimed to describe what digital marketing is like in times of pandemic, which was analyzed through its four dimensions: Marketing in search engines, marketing in social media, graphic advertising and marketing by email.

The research was of a basic type, with a quantitative approach, non-experimental design and descriptive scope. The study population was 132 clients, to whom the questionnaire instrument was applied, to evaluate the reliability of the instrument, the Cronbach's Alpha method was applied, whose result was 0.861, which confirms that the instrument is reliable.

SPSS and Excel programs were used for data processing and analysis. The results that were reached are the following: the digital marketing variable obtained an average of 2.95 qualifying it as regular, as reflected by 70.5% of surveyed customers, the dimensions with the highest average were search engine marketing and marketing by email that the two obtained a rating of 3.10 on average each rating them as fair; the dimensions of social media marketing and graphic advertising obtained an average of 2.88 and 2.72, respectively, rated as regular.

KEY WORDS: Digital Marketing, Search Engine Marketing, Social Media Marketing, Display Advertising, Email Marketing