

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO**  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

---

**“INFLUENCIA DE LOS PROTOCOLOS SANITARIOS Y DE SEGURIDAD EN LA  
DECISIÓN DE COMPRA DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA SODIMAC PIURA, 2020”**

---

**Línea de Investigación:**

Gerencia e Innovación

**Autor (es):**

Br. Pozo Barreto, Carmen Alejandra

Br. Romero Carlos, Amelia del Pilar

**Jurado Evaluador:**

**Presidente:** Dr. José Alfredo Castañeda Nassi

**Secretario:** Mg. Iris Paola Fiestas Dejo

**Vocal:** Mg. Giovanni Fiorentini Candiotti

**Asesor:**

Dr. Sánchez Pacheco, Luis Alberto

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0675-3348>

**PIURA - PERÚ**

**2021**

**Fecha de sustentación: 2021/11/03**

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

De acuerdo con el cumplimiento de las disposiciones del reglamento de grados y títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, exponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: Influencia de los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, 2020

Desarrollado con el fin de obtener el título de Licenciado en Administración. El objetivo principal es analizar la influencia de los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, año 2020

A ustedes miembros del jurado, mostramos nuestro especial y mayor reconocimiento por el dictamen que se haga merecedor y correspondiente del presente trabajo.



Br. Amelia del Pilar Romero Carlos

DNI 70163514

ID. 000170212



Br. Carmen Alejandra Pozo Barreto

DNI 73046381

ID. 000170771

## DEDICATORIA

Quiero agradecer primero a Dios, ya que me ha permitido culminar satisfactoriamente este proyecto.

A mi madre, y hermana Karen que con su sacrificio y apoyo incondicional han hecho posible que culmine mi carrera profesional.

Dedico este proyecto también a mi hijo, ya que ha sido mi principal motivo para seguir adelante.

Pozo Barreto, Alejandra

Agradecer a Dios por permitirme disfrutar este momento especial junto a mis seres queridos, quienes han sido los que me han motivado y apoyado para poder culminar mi carrera profesional.

Agradezco con cariño a mi madre, padre y hermanos; para ustedes es este logro, siéntanse orgullosos de ello.

Es un peldaño más el cual obtengo hoy y no será el último.

Romero Carlos, Amelia

## **AGRADECIMIENTO**

A nuestro asesor Dr. Luis Sánchez Pacheco que con su experiencia y orientación ha contribuido en la elaboración de este proyecto de tesis.

A todas aquellas personas que participaron en la elaboración de las encuestas para que la investigación de esta tesis pueda ser posible.

**Los autores**

## RESUMEN

La presente investigación se ha realizado con el fin de identificar la influencia de los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura 2020, el problema formulado para el presente estudio fue: ¿Cómo influyen los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, 2020? Y se tuvo como Hipótesis: los protocolos sanitarios y de seguridad tienen una influencia positiva en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, 2020. Como objetivo general tenemos analizar la influencia de los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, año 2020. Los objetivos específicos determinar la contribución de la publicidad e innovación en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, año 2020; identificar la difusión en medios de comunicación de los protocolos sanitarios y de seguridad que aplica Sodimac Piura, año 2020; analizar los protocolos sanitarios y de seguridad aplicados internamente por la empresa Sodimac Piura, año 2020 y por ultimo identificar el grado de confianza que inspira los protocolos sanitarios y seguridad al realizar compras en tiendas Sodimac Piura 2020. La población estuvo conformada por personas mayores de 18 años que frecuentan la tienda Sodimac Piura. El diseño de la investigación utilizada fue descriptiva transaccional, en cuanto a las técnicas e instrumentos de recolección de datos se utilizó la encuesta. La conclusión a la que se llegó fue: Si existe un alto nivel en la influencia de los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura. Asimismo, se comprobó la hipótesis; Se acepta la hipótesis general y se rechaza la hipótesis nula ya que se encontró una correlación de Pearson positiva moderada de 0.682 y significancia bilateral de 0.000, con correlación significativa, lo que demuestra que los protocolos sanitarios y de seguridad tienen una influencia positiva en la decisión de compra de los clientes de la empresa SODIMAC Piura, 2020

Palabras clave: protocolos, seguridad, higiene

## **ABSTRACT**

The present investigation has been carried out in order to identify the influence of health and safety protocols on the purchase decision of the customers of the company Sodimac Piura 2020, the problem formulated for this study was: How do health protocols influence and security in the purchase decision of the clients of the company Sodimac Piura, 2020?. And it was taken as Hypothesis: the health and safety protocols have a positive influence on the purchase decision of the customers of the company Sodimac Piura, 2020. As a general objective we have to analyze the influence of the health and safety protocols on the decision to purchase of the clients of the company Sodimac Piura, year 2020. The specific objectives determine the contribution of advertising and innovation in the purchase decision of the clients of the company Sodimac Piura, year 2020; identify the dissemination in the media of the health and safety protocols applied by Sodimac Piura, year 2020; analyze the health and safety protocols applied internally by the company Sodimac Piura, year 2020 and finally identify the degree of trust that inspires the health and safety protocols when making purchases in stores Sodimac Piura 2020. The population was made up of people over 18 years of frequenting the Sodimac Piura store. The research design used was descriptive transactional, in terms of data collection techniques and instruments, the survey was used. The conclusion reached was: If there is a high level in the influence of health and safety protocols in the purchase decision of the clients of the company Sodimac Piura. Likewise, the hypothesis was tested; The general hypothesis is accepted and the null hypothesis is rejected since a moderate positive Pearson correlation of 0.682 and a bilateral significance of 0.000 were found, with significant correlation, which shows that health and safety protocols have a positive influence on the decision. of purchase of the clients of the company SODIMAC Piura, 2020

Keywords: protocols, safety, hygiene

## INDICE

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
I. INTRODUCCION .....	9
1.1 Formulación del problema.....	9
1.1.1 Realidad Problemática .....	9
1.1.2 Enunciado del problema .....	11
1.2 Justificación .....	11
1.3 Objetivos .....	12
1.3.1 Objetivo general: .....	12
1.3.2 Objetivos específicos:.....	12
II. MARCO DE REFERENCIA.....	13
2.1 Antecedentes .....	13
2.1.1 Internacionales .....	13
2.1.2 Nacionales.....	15
2.1.3 Locales .....	17
2.2 Marco Teorico .....	18
2.2.1 Protocolos.....	18
2.2.2 Decisión de compra .....	22
2.3 Marco Conceptual .....	27
2.4 Hipótesis: .....	28
2.4.1 Hipótesis general.....	28
2.4.2 Hipótesis específicas .....	28
2.5. Variables e indicadores .....	29
MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.....	29

III. MATERIAL Y METODOS .....	30
3.1 Material .....	30
3.1.1 Población .....	30
3.1.2 Marco muestral .....	30
3.1.3 Unidad de análisis.....	30
3.1.4 Muestra .....	30
3.2 Métodos.....	31
3.2.1 Diseño de contrastación.....	31
3.2.2 Técnicas e Instrumentos de colecta de datos .....	32
3.2.3 Procesamiento y análisis de datos .....	32
4.1 Presentación resultados.....	33
4.1.1 Resultados de encuesta.....	33
4.1.2 Docimasia de hipótesis .....	40
4.2 Discusión de resultados .....	46
CONCLUSIONES.....	50
RECOMENDACIONES .....	51
REFERENCIAS.....	52
ANEXOS.....	55
ANEXO N°1 Instrumento del Cuestionario.....	55
<b>CUESTIONARIO</b> .....	55
ANEXO N°2 MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	59
ANEXO N°3 RESULTADOS SIMILITUDES .....	62

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Contribución de la publicidad e innovación .....	32
Tabla 2 Difusión en medios de comunicación de los protocolos.....	33
Tabla 3 Los protocolos sanitarios y de seguridad aplicados.....	35
Tabla 4 Influencia de los protocolos sanitarios en la decisión de compra de los clientes de Sodimac Piura, 2020.....	36
Tabla 5 PRUEBA DE HIPOTESIS GENERAL .....	37
Tabla 6 PRUEBA DE HIPOTESIS 1 .....	39
Tabla 7 PRUEBA DE HIPOTESIS 2 .....	41
Tabla 8 PRUEBA DE HIPOTESIS 3 .....	42
Tabla 9 PRUEBA DE HIPOTESIS 4 .....	44

## **I. INTRODUCCION**

### **1.1 Formulación del problema**

#### **1.1.1 Realidad Problemática**

En el entorno internacional se observa que la empresa Grifine Homecenter ubicada en Ecuador, es especialista en ventas al por mayor y menor de materiales de acabados de construcción como porcelanatos, cerámicas, griferías, implementos para baños, etc. Esta empresa debido a la problemática actual afectada por la pandemia del COVID 19, ha implementado su propia política interna sanitaria y de salud para asegurar el bienestar de sus trabajadores y asegurar la fidelidad de sus clientes, con ventas en línea con despacho, asimismo las personas pueden realizar sus cotizaciones y pedidos por WhatsApp, asimismo está siguiendo los protocolos sanitarios y de seguridad impuestas por el estado ecuatoriano.

En la actualidad las organizaciones como cafeterías, tiendas de ropa, constructoras, restaurantes, plantas de fabricación entre otras están creando los mecanismos más eficientes posibles que aseguren la seguridad de los consumidores, para su reapertura en un intento por generar ingresos y minimizar el riesgo de sus clientes debido al brote del Covid 19. De acuerdo al portal web portafolio, estas organizaciones consideran que la implementación de protocolos sanitarios y de seguridad influyen en la decisión de compra de los clientes; ya que estos últimos suelen elegir empresas que le brinden seguridad y confianza; asimismo son de vital importancia para la protección de la salud y vida de los trabajadores, accionistas, proveedores, consumidores y todo aquel ser que se encuentre dentro y fuera de las empresas; es necesario que las organizaciones implementen medidas sanitarias y de seguridad, así mismo investigar de como estas medidas influyen en la decisión de compra de los consumidores, pues una persona que va a consumir o adquirir un bien o servicio necesita estar protegido por cualquier eventualidad que pudiera surgir.

En el Perú observamos que varias organizaciones están adaptando y obteniendo los protocolos sanitarios y de seguridad que el gobierno peruano

está solicitando para el inicio de sus actividades dentro del estado de emergencia y sanitario frente al Covid 19; por ejemplo tenemos a Cassinelli empresa peruana que se dedica a la venta de todo tipo de acabados para el hogar; esta organización está en proceso de obtener los protocolos sanitarios y de seguridad con la finalidad de salvaguardar la vida de sus trabajadores y clientes; para este último han adaptado sus redes sociales como impulso para que los clientes se decidan comprar en sus establecimientos; a través de capacitaciones gratuitas a público en general sobre asesorías para la construcción de su hogar, asegurando de esta manera que sus clientes sigan conectados con la tienda.

En el departamento de Piura, encontramos distintas empresas Homecenter como Promart, Maestro, Olano entre otras, que alistan el reinicio de sus actividades comerciales, para lo cual están disponiendo de estrategias y protocolos que observe el distanciamiento social, a fin de evitar ser fuentes de contaminación del Covid 19. Entre los productos que ofrecen las empresas home center que operan en la región, encontramos a Sodimac en el rubro de venta de materiales de limpieza, baño y cocina, construcción y ferretería, decoración e iluminación, electro hogar, tecnología y climatización, herramientas y maquinarias, muebles y organización, pisos, pinturas y ofrece servicios para la terminación de proyectos para el hogar o empresas.

La investigación se realiza en la empresa SODIMAC PIURA, con RUC 20112273922, quien inicia operaciones en Piura el 16 de diciembre del 2010. Participa específicamente en el mercado de materiales y accesorios para el mejoramiento y decoración del hogar, cuenta con 180 trabajadores divididos en distintas áreas como asesores de construcción, herramientas, gasfitería, agentes de prevención, cajas, etc. Actualmente y debido a la crisis sanitaria, la empresa ha replanteado sus protocolos, por lo que han implantado un slogan llamado “Juntos nos cuidamos” con el fin de demostrar su total respaldo a las medidas tomadas por el gobierno y garantizando su interés por sus clientes y trabajadores. Una de las medidas principales es monitorear constantemente a sus trabajadores a través de un chat llamado JOTA que busca conocer el estado de salud y conocer si presentan algún

síntoma del Covid 19, además de ello cuenta con una aplicación muy parecida a la de Facebook llamada WORKPLACE, aquí se publican avisos y noticias relacionadas a la coyuntura que vive la empresa actualmente y los protocolos que se seguirán cuando la tienda abra para así garantizar la seguridad de sus clientes como de sus trabajadores. Con lo mencionado anteriormente se busca conocer cómo van influir los protocolos, ya sea sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura.

### **1.1.2 Enunciado del problema**

- Formulación del problema general:
  - ¿Como influyen los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, 2020?
- Formulación de problemas específicos:
  - ¿Cómo contribuye la publicidad e innovación que utiliza Sodimac en su decisión de compra?
  - ¿Cómo influye la difusión de los protocolos sanitarios en los medios de comunicación en su decisión de compra?
  - ¿son adecuados los protocolos sanitarios y de seguridad impuestos por la empresa Sodimac Piura, 2020?
  - ¿Qué grado de confianza inspiran los protocolos sanitarios y de seguridad en los clientes de la empresa Sodimac Piura, 2020?

### **1.2 Justificación**

Teórica

La investigación busca aportar conocimientos nuevos sobre protocolos sanitarios y de seguridad ya que hoy en día se han convertido en el tema principal para que las empresas puedan operar, debido a la coyuntura mundial que se atraviesa. Asimismo, se busca esclarecer el significado de un protocolo y como este va a influir en la decisión de compra de los clientes en la empresa Sodimac Piura.

Metodológica

Para desarrollar la investigación y poder llegar a los resultados utilizaremos como metodología el diseño de un cuestionario de pregunta para encuestar a las personas para de esta manera, conocer lo que piensan los clientes de la empresa Sodimac y nos permita identificar finalmente la influencia de los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra.

#### Practica

La presente investigación contribuirá a crear mayor conciencia en las organizaciones sobre la influencia de los protocolos sanitarios y de seguridad en las decisiones de compra de los clientes, puesto que es de vital importancia para la protección, seguridad y confianza; así incentivar a los clientes a comprar y sentirse identificados como parte de las empresas.

#### Social

Las personas en este caso los clientes serán las más beneficiadas ya que los protocolos que sean tomados por las empresas buscaran cuidar su salud asimismo hará que su experiencia de compra sea más exitosa. Nuestra investigación impulsa a que las empresas se preocupen por tomar los mejores protocolos sanitarios y de seguridad para sus clientes para de esta manera asegurar que los clientes se decidan por comprar en sus compañías en este caso en Sodimac Piura

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo general:**

Analizar la influencia de los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa SODIMAC PIURA, año 2020.

#### **1.3.2 Objetivos específicos:**

Determinar la contribución de la publicidad e innovación en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, año 2020.

Identificar la difusión en medios de comunicación de los protocolos sanitarios y de seguridad que aplica Sodimac Piura, año 2020.

Analizar los protocolos sanitarios y de seguridad aplicados internamente por la empresa Sodimac Piura, año 2020.

Identificar el grado de confianza que inspira los protocolos sanitarios y de seguridad al realizar compras en tienda Sodimac Piura 2020.

## **II. MARCO DE REFERENCIA**

### **2.1 Antecedentes**

#### **2.1.1 Internacionales**

Díaz (2018) en su tesis Factores que influyen en la decisión de compra del mercado de consumo final. Estudio comparativo entre dos tiendas de autoservicio en la ciudad de Xalapa, Veracruz. Tesis de maestría. Universidad Veracruzana, México. El objetivo de investigación fue identificar los factores que influyen en la decisión de compra del mercado de consumo final entre dos tiendas de autoservicio en la ciudad de Xalapa, Veracruz: Chedraui Crystal y Walmart Lázaro Cárdenas. El tipo de investigación fue aplicada, el diseño de investigación fue no experimental, de tipo descriptivo con enfoque mixto. La población de estudio comprendió a gerentes de tiendas de los autoservicios y la población que acude a efectuar sus compras, la muestra fue de 150 personas.

El estudio concluye que existen factores internos y externos que influyen en los consumidores para poder tomar una decisión y a su vez satisfacer sus necesidades. El consumidor racional siempre tiene necesidades a cubrir, por lo que se informan y evalúan las distintas alternativas para su satisfacción, teniendo de por medio factores tanto internos como externos. Al analizar el comportamiento del consumidor en cuanto su proceso de elección, estos se guían por la información, así como novedad del producto, calidad y precios como algunos temas relacionados con el mercado. La decisión de compra, el proceso de adquisición y las tiendas de autoservicio, influyen en la decisión de compra de los consumidores de dos tiendas de autoservicio en la ciudad de Xalapa, Veracruz. Asimismo, se describen elementos relevantes de ambos establecimientos.

Esta tesis aporta a nuestro estudio, por que analiza una serie de factores que orientan a los consumidores en la decisiones de compra en los centros comerciales.

Gallego (2017) en sus tesis doctoral *Seguridad Sanitaria y seguridad Internacional* de la Universidad de Sevilla, con el objetivo de evaluar, analizar y observar la relacion que existe entre salud y seguridad de esta manera poder identificar las amenazas y riesgos que peligran la salud de las personas. La investigacion utilizo sincretismo metodologico que es la fusion y uso armonico de varios metodos similares y compatibles; se utilizo diferentes tecnicas asi como la inductiva, analitica, interdisciplinaria, descriptiva y deductiva. Se concluye que todos individuos tienen derecho a la vida y la salud; pues los gobiernos tienen la obligacion de cuidar y garantizar los estandares de salud ya sea en los niveles sociales, mentales y fisicos. Asi mismo podemos comprender la importancia de la seguridad sanitaria para afrontar, prevenir y evitar la propagacion de enfermedades en diversas escalas que afectarian la salud publica.

Esta tesis aporta informacion valiosa respecto a la salud sanitaria y su relacion con la seguridad de las personas, se relaciona con la primera variable.

Menendez (2018) en su tesis *Condiciones Higiénicas Sanitarias Del Expendio De Alimentos Preparados En El Mercado Municipal De Esmeraldas* de Pontificia Universidad Católica de Ecuador, tiene como objetivo principal determinar las condiciones higiénico sanitarias de los alimentos que son preparados en este mercado, asimismo plantea como objetivos específicos determinar si el personal cumple con el correcto uso de los implementos de bioseguridad así como indicar si los comedores cumplen con los protocolos sanitarios. También se busca identificar si los dueños de los locales cuentan con el permiso sanitario para poder operar. La investigación fue hecha con un carácter descriptivo de tipo cuantitativa utilizando como herramienta la encuesta, el diseño fue de tipo transversal ya que se estableció un tiempo además de ello se utilizó el método deductivo. Teniendo como resultados que los vendedores utilizan distintos tipos de materiales para su seguridad ya que algunos utilizan gorras otros guantes y otras mascarillas mas no los

implementos completos, otro resultado que obtuvieron a través de la encuesta es que los vendedores nunca han recibido una charla sobre la correcta manipulación de alimentos. Y como conclusión de esta investigación es que los vendedores no cumplen con las medidas higiénico-sanitarias y por lo tanto se determina que estas no son salubres. Además de que no se está cumpliendo con el correcto uso de los implementos de bioseguridad para poder manipular los alimentos. Como última conclusión es que no se está respetando la Ley Orgánica de Salud poniéndose en riesgo la salud de la población.

El aporte de esta investigación en nuestro estudio, está en que analiza las condiciones higiénico sanitarias de los alimentos preparados en los mercados de Ecuador y su relación con la salud de los consumidores.

### **2.1.2 Nacionales**

Huisa (2016), En su tesis *La Decisión de compra y la estrategia de diferenciación de la empresa super market Melo´s E.I.R.L en la ciudad de Puno en el periodo 2016*, de la Universidad Nacional del Antiplano- Puno; desarrolla el objetivo de estudiar las decisiones de compra y las estrategias de diferenciación realizada por la empresa con la finalidad de precisar los precios, evaluar la calidad de servicios brindados por los colaboradores hacia los consumidores y presentar nuevos procesos que hagan efectiva la decisión de compra. El método de investigación es deductivo de enfoque cuantitativo; la población conformado por 3500 clientes que acuden a la empresa Super MarkET Melo´s, en donde la muestra será probabilística conformada por 93 clientes, la técnica utilizada para la recolección de la información o datos necesarios, se aplicó una encuesta y la recopilación documental. Se concluye que la decisión de compra y las estrategias diferenciadas no están enfocadas para obtener los mismos objetivos puesto que ambos tienen aspectos desarrollados deficientemente.

Esta tesis, es de interés para nuestro estudio por que analiza las decisiones de compra respecto a estrategias desarrolladas para atraer clientes. Se relaciona con la segunda variable.

Chahua (2017) en su tesis *Estrategias de fijación de precios y la decisión de compra en la empresa Promart home center de la ciudad de Huancayo – 2017*, de la Universidad de Huánuco, tiene el objetivo principal de establecer la relación que

existe entre la fijación de precios y la decisión de compra del consumidor. Se realizó un muestreo probabilístico aleatorio simple, conformada por 380 clientes por mes; utilizando la técnica de encuesta teniendo como instrumento el cuestionario de 23 preguntas en medición de escala de Likert, luego de ello estos resultados fueron procesados, analizados y estudiados mediante el programa de estadístico SPSS, así mismo para medir el nivel de correlación de las variables se usó la prueba de correlación de Spearman. Se concluye obteniendo como resultado de la prueba de hipótesis aprobada en cuanto a que, si existe relación entre la fijación de precios y la decisión de compra, puesto que los clientes consumen más productos o servicios cuando existen más promociones, descuentos, productos nuevos los cuales les brinda valor para cada uno de ellos.

Esta investigación aporta a nuestro estudio evidencia empírica de la relación de entre la decisión de compra y la aplicación de estrategias de precios. Tiene relación con la segunda variable.

Poma (2018), en su tesis *Efecto de un protocolo de limpieza y desinfección sobre la contaminación microbiana al interior de un establecimiento farmacéutico* en la Universidad Peruana Los Andes, tuvo como objetivo evaluar el efecto de un protocolo de limpieza y desinfección al interior de un establecimiento farmacéutico. Para esta investigación se utilizó el método lógico deductivo, correspondiendo a un tipo de estudio aplicado y longitudinal, se aplicó un diseño preexperimental. Esta investigación tuvo como muestra a la población que está en contacto directo e indirecto con fármacos al interior de un establecimiento farmacéutico. Para poder llegar a los resultados primero se aplicó un protocolo de limpieza y desinfección, teniendo como conclusiones que la aplicación de un protocolo de limpieza y desinfección tiene un efecto significativo ya que se reduce su contaminación en las distintas áreas del establecimiento farmacéutico, se recomienda además que se lleve un estricto control sanitario para que los trabajadores cumplan también con las medidas higiénicas.

Este estudio es de interés a nuestra investigación porque analiza los efectos de protocolos de limpieza en la contaminación de un laboratorio farmacéutico, se relaciona con la primera variable.

### 2.1.3 Locales

Rojas y Garces (2016), en su tesis *Factores que determinan la decisión de compra online de los consumidores piuranos basado en el modelo business-to-consumer, Piura año 2016* de la Universidad privada Antenor Orrego, tuvo como objetivo principal de investigación determinar los factores que intervienen en los procesos de decisión de compra online basándonos en las estrategias de business to-consumer y describir a cada uno de estos factores que influyen en este proceso. La muestra para dicha investigación fue 174 personas. El diseño de la investigación utilizada fue descriptivo-transversal - correlacional de una sola casilla, en cuanto a las técnicas e instrumentos de recolección de datos se utilizó la encuesta, análisis documental. Se concluye la investigación con la evidencia que los factores que determinan la decisión de compra online que son satisfacción, credibilidad y prestigio y a su vez se identificó que existe un alto nivel de relación entre la decisión de compra y el modelo business to consumer.

El aporte de esta investigación a nuestra tesis, es el instrumento utilizado para la recolección de datos, que ha servido como guía para el trabajo de campo.

Campos (2019) en su tesis *Publicidad de la Universidad César Vallejo proceso de decisión de compra de sus estudiantes de Marketing y Dirección de Empresas. Piura-2018 de la universidad Cesar Vallejo* tuvo el objetivo general de determinar la relación que existe entre publicidad de la universidad Cesar Vallejo Filial Piura y el proceso de decisión de compra de los estudiantes de Marketing y Dirección de Empresas. Se tomó una muestra de 109 estudiantes de la universidad Cesar Vallejo filial Piura, para la recolección de información se utilizó la técnica de encuestas con su instrumento de cuestionario estructurado como instrumento de medición, la misma que contó con escala de Likert de tipo ordinal. La metodología utilizada en esta investigación fue descriptiva correlacional y el diseño fue no experimental de corte transversal. Se concluye que existe relación entre publicidad y decisión de compra, puesto que los estudiantes consideran que la publicidad utilizada es activa por que tiene herramientas como espacio, color y formas adecuadas de promocionar la marca y este impacte en su consumidor final.

El aporte de este trabajo, es que analiza el proceso de decisión de compra frente a la variable publicidad, que ha sido utilizado para la discusión de resultados.

Grau y Alarcon (2018) en su tesis *Diseño e implementación de un sistema integrado de gestión ambiental y seguridad y salud en el trabajo de la central térmica Tablazo – Colán de la empresas de Piura sac* de la universidad Nacional de Piura, tuvo el objetivo de implemantar y diseñar un sistema de gestion ambiental y seguridad en el trabajo con la finalidad de reducir los riesgos que pudieran existir en su centro de operaciones; puesto que dichas operaciones relacionadas con la energia electrica pueden ocasionar accidentes de trabajo, enfermedades e impactos negativos ambientales. La metodologia es de nivel experimental. Se concluye que se realizo la evaluacion e identificacion de los riesgos peregnes en las actividades de todo el personal que este dentro del alcance del sistema Integral de Gestion. Asi mismo se pudo implemnetar y diseño de sistema integrado de gestion de ambiental, seguridad y salud en el trabajo con ello reducir y evitar los impactos negativos.

Esta tesis contribuye a nuestra investigacion en la medida que presenta el diseño e implementacion de un sistema integrado de gestion ambiental y seguridad laboral, del cual se toma la evidencia empirica.

## **2.2 Marco Teorico**

### **2.2.1 Protocolos**

#### **2.2.1.1 Definiciones de protocolos**

Podemos definir a un protocolo como un reglamento o normas que se deben de seguir en un procedimiento, este puede ser dado en un documento con una serie de instrucciones que aseguren que las conductas y acciones van a hacer las correctas.

Sánchez et. al. (2011) afirma que “es definido como un acuerdo entre profesionales expertos en un determinado tema y en el cual se han clarificado las actividades a realizar ante una determinada tarea” (p. 4). Es decir que quienes realizan estos protocolos son profesionales expertos en estos temas los cuales van a hacer quienes finalmente designen los procedimientos que se deben de realizar.

En tal sentido Pérez (2013) menciona que un protocolo se refiere a una serie de acciones que se fijan por cultura o por conveniencia. Refiriéndose así a las actividades que van a hacer delegadas para su posterior cumplimiento ante una situación.

Velasco (citado por Calderón, 2011) menciona que al protocolo se le tiene como una herramienta de comunicación para trabajar las relaciones personales y profesionales en diferentes ámbitos de la vida, por lo tanto, se dice que son pautas y códigos que regulan la forma de actuar.

### **2.2.1.2 Tipos de protocolos**

Existen distintos tipos de protocolos, que se adecuan al estilo y forma de vida de todas las personas, así como organizaciones. Calderón (2011) nombra los siguientes:

Protocolo oficial o gubernamental: Están dirigidas a la sociedad de un país el cual va a ser que regulen su actuar ante una situación.

Protocolo internacional o diplomático: Se encarga de regular las relaciones entre los países y otros organismos internacionales.

Protocolo universitario: son las reglas que rigen dentro de las universidades en alguna ceremonia o eventos.

Protocolo empresarial: van a regular el actuar de una organización ya sea con sus trabajadores o también con sus clientes.

Protocolo religioso: son las normas establecidas por siglos por cada religión en ceremonias y eventos importantes.

Protocolo social: son el conjunto de normas que junto a las costumbres y actos de cada persona van a obtener un provecho común.

Protocolo deportivo: se refiere al reglamento o serie de instrucciones que rigen en ceremonias de apertura, o cualquier otro evento que pueda surgir.

Protocolo sanitario: se refiere a una serie de procedimientos que aseguran ser lo mayor posible higiénicos, teniendo como principal objetivo procurar el bienestar de todos.

### **2.2.1.3 Aspectos para aplicar un protocolo**

Para su elaboración es necesario tener en cuenta una serie de aspectos, que ayudaran a que su uso sea más eficiente. Gonzales (2011) menciona los siguientes:

Alcance: se debe de elaborar un documento que detalle los pasos a seguir en un protocolo ya sea el tipo que sea, ya que aquí de alguna manera se va a justificar el problema que pretendo solucionar.

Grupo de trabajo: en la mayoría la temática a elaborar es compleja por lo que se necesita de profesionales expertos en el tema a abordar.

Apoyo bibliográfico: es necesario que los argumentos se encuentren sustentados con la mejor fuente posible para que de esta garantizar una atención de calidad.

#### **2.2.1.4 Protocolos sanitarios y de seguridad utilizado por la empresa Sodimac Piura**

Actualmente la empresa Sodimac Piura ha puesto en funcionamiento un protocolo para poder reabrir su establecimiento debido al virus del Covid 19, que está afectando a todas las personas en el mundo. En este caso el tipo de protocolo que se sigue es sanitario y de seguridad llamado así por la empresa misma ya que busca brindar el bienestar de sus trabajadores y de sus clientes. Sodimac (2020).

Asimismo, Sodimac ha puesto en marcha un eslogan denominado “Juntos nos cuidamos” según Lorena Garay jefa de recursos humanos de la empresa en Piura este eslogan busca que los clientes sientan que la empresa se solidariza de alguna manera con la situación que se está atravesando ahora.

A continuación, Sodimac (2020) menciona algunos de sus protocolos a utilizar:

Desinfección de los asesores: El personal que va ingresando a la tienda es desinfectado por un personal externo a la empresa encargado exclusivamente de hacer cumplir este paso.

Toma de temperatura a los asesores: Se ha puesto a disposición una cabina en donde cada asesor que va pasando se le toma la temperatura, esto está a cargo del área de Prevención de la misma empresa Sodimac.

Desinfección al personal de despacho: El personal encargado de realizar los despachos de tienda deben ser desinfectados antes de

ingresar a la tienda, tanto choferes como ayudantes y hasta el mismo vehículo.

Uso de implementos de seguridad: todo el personal debe tener su mascarilla, sus lentes, guantes y visera que cubre todo el rostro. Estos implementos son dados por la empresa y el trabajador debe pedir su cambio diariamente en el caso de las mascarillas y guantes.

El lavado L: consiste en el lavado de manos cada dos horas, aquí los trabajadores son llamados por grupos para realizar este procedimiento. Así como los equipos logísticos como montacargas son desinfectados cada dos horas.

Distancia de 2 metros entre los trabajadores: esto es monitoreado por las cámaras de seguridad para que sea cumplido estrictamente, así como el cambio de mascarilla de todo el personal cada tres horas y que posteriormente esta sea desechada.

Señalización de todas las áreas de la tienda: para que estos protocolos se puedan cumplir es necesario tomar esta medida, es así que el comedor, escaleras, salas de espera están debidamente señalizados.

### Prevención

Con respecto a las medidas de prevención para prevenir los contagios, la organización mundial de la salud sostiene:

“Son las medidas orientadas a prever el brote de una enfermedad y reducir los factores que podrían ocasionar riesgo alguno; en consecuencia, a ello se podrá detener el avance de la enfermedad”. (OMS,1998).

### Seguridad

La seguridad sanitaria requiere seguir una serie de procedimientos o protocolos, los mismos que son recomendados por la organización mundial de la salud:

Es la ausencia del peligro, daño o riesgo que es inherente a las personas, identidad u objetos. Por ende, la seguridad es el medio de

acciones utilizado para eliminar, reducir y controlar los riesgos, amenazas y peligro. (OMS,1998).

## **2.2.2 Decisión de compra**

### **2.2.2.1 Definición**

La decisión de compra es cuando una persona adquiere o compra un producto o servicio de acuerdo con la valoración que le brinda dicho producto, puede ser la calidad, la marca, el lugar o los medios de pago. Así mismo es un proceso que podría verse interrumpirse por diversos factores.

En efecto, Kotler & Armstrong (2013) afirma “la decisión de compra de los clientes es comprar el producto de la marca más atractiva que será de preferencia del consumidor; existen dos factores que pueden interrumpir este proceso de compra. el primer factor es la forma de pensar de los demás y el segundo son los acontecimientos inesperados que pueden surgir antes de realizar la compra, tales como un giro en la economía, la competencia ofrece mejores productos y garantías, en fin, entre otras situaciones” (p. 87).

Por ello podríamos decir que las intenciones de compra o las preferencias por alguna marca favorita, no siempre dan como resultado final el cierre de la compra.

### **2.2.2.2 Proceso de decisión de compra**

Según Kotler, Keller y Lane (2006), el proceso de decisión de compra pasa por cinco etapas. (p. 77)

#### **1. Identificar las necesidades**

El proceso de decisión de compra del consumidor comienza, en base a una respuesta de una serie de estímulos externo e internos que nos indicaran las necesidades reales de cada persona. Dentro del estímulo interno tenemos alguna necesidad fisiológica como la necesidad de satisfacer el hambre; pero también podría ser por un estímulo externo basado en la necesidad de reconocimiento para satisfacer algunos bienes de lujo. En ese sentido después de detectar la necesidad real de cada persona, el área de marketing juega un rol

importante para poder lanzar al mercado ese producto que desean los compradores.

## 2. Buscar información

Los consumidores realizan una previa búsqueda de información antes de realizar alguna compra de un bien o servicio; para con ello poder conocer los atributos, características de los mismos. Las organizaciones para ello facilitan a sus clientes todos los medios para dar a conocer la información de los productos en revistas, afiches, publicidad en la red, entre otros. Por ende, los consumidores tendrán al alcance las fuentes información de forma dinámica.

## 3. Estimar las opciones

Mediante este proceso se elige a la mejor alternativa de acuerdo a la necesidad del consumidor, este producto o servicio tendría que cubrir esa necesidad detectada y a su vez ofrecerle el mayor beneficio, así mismo que dicho bien o servicio nos proporcione un valor agregado que lo diferencie de la competencia y con ello hacer una mejor elección del producto ideal.

## 4. Decisión de compra

La constante variación que surge de la innovación de productos o servicios, las marcas y competidores que existen en el mercado podrían interrumpir todos los procesos ya efectuados con anterioridad. Lo que nos indica que la decisión de compra de los clientes no es segura y no se puede controlar por los constantes cambios que podrían tener los productos esperados; pero en base al adecuado estudio de mercadotecnia y la buena gestión de los canales de distribución se podrá concretar y cerrar las operaciones con éxito.

## 5. Procedimiento postventa

Después de la adquisición de un producto o servicio, los consumidores requieren un seguimiento post compra con la cual ellos podrán manifestar sus inquietudes y opiniones de la compra que realizaron para con ello saber si estos bienes o servicios cumplieron

las expectativas que buscaba el consumidor. En ese sentido el área de marketing debe mantener comunicación con los consumidores para brindar información que ayude a establecer una conexión con el cliente y saber si el producto adquirido logro satisfacer sus expectativas y a sentirse bien con ello.

### **2.2.2.3 Factores que influyen en el proceso de compra**

Según Kotler (2008) “el consumidor se ve influenciado por los estímulos externos que surgen al realizar el proceso de compra, en ese sentido tenemos los factores que influyen el comportamiento del consumidor” (p. 115)

#### a) Factores culturales

La cultura es el factor clave que interviene en la decisión de compra: pues está relacionado con las actitudes, percepciones, deseos y preferencias que son adaptados desde familia, instituciones y toda la sociedad.

#### b) Factores sociales

Es el proceso en la cual clasifican a la comunidad en grupos sociales, los cuales tienen creencias, valores y conductas de acuerdo a las posiciones sociales. Dichas actitudes afectan directamente a los clientes.

#### c) Factores personales

Relacionadas directamente a los estilos de vida de los consumidores; son aquellas actitudes con las que interactúan las personas entre sí, estos factores personales están conectados a la edad, ocupación, personalidad, estilo de vida, ciclo de vida familiar y más.

#### d) Factores psicológicos

El factor psicológico es importante puesto que influye en el comportamiento de compra del consumidor. Se encuentra a la motivación que son las necesidades fisiológicas que surgen en base estímulos; la percepción que es el proceso de seleccionar e interpretar las situaciones; el aprendizaje que es el comportamiento que surge en base a experiencias

vividas y por ultimo las creencias y actitudes que son las que surgen a través del hacer y aprender.

#### **2.2.2.4 Elementos que influyen en la decisión de compra**

- **Marketing experiencial**

Existen nuevas tendencias de marketing de acuerdo al entorno y las necesidades que surgen en los consumidores, dejando de lado al marketing tradicional para así explorar alternativas de satisfacer las necesidades en base a productos diferenciados o valor agregado. En ese sentido es necesario comprender que es marketing experiencial y sus implicancias:

Según Pine y Gilmore (2000), “existen estrategias actuales para diferenciar los productos de la competencia que no estén relacionado al precio que eso conllevara a una guerra de precios y puede ser perjudicial para las organizaciones” (p.45). En ese sentido lo ideal es implementar estrategias en base a experiencias únicas e ideales para captar nuevos clientes y ofrecer un valor agregado que lo diferencia de la competencia.

En otros términos, Brakus, Zarantonello y Schmitt (2009) sostienen que “las experiencias ocurren en diferentes momentos; durante la búsqueda de producto, compra y consumo”. (p. 54)

a. **Experiencia del producto:**

Sucede cuando existe una interacción con el producto al momento de realizar la búsqueda del mismo. Puede presentarse de dos maneras búsqueda directa o indirecta.

b. **Experiencia de compra:**

Ocurre en el momento que interactúa el consumidor con los vendedores, y estos últimos proporcionen buena actitud con el comprador el cual expresara sus sentimientos de satisfacción en favor de la marca.

c. **Experiencia de consumo:**

Sucede cuando el comprador consume o adquiere un producto o servicio, y ello le proporciona sentimientos, placer, fantasías y diversión con la finalidad de satisfacer al consumidor.

El marketing experiencial se diferencia del marketing tradicional porque este último no tiene interés en lo que sucede después del cierre de la venta, no realiza la fase de post compra. Y solo se basa en que los clientes compren.

#### Percepción

Es la capacidad que tiene el cerebro para captar, procesar la información a través de los sentidos, de forma consciente o inconsciente que permite interpretar el entorno a base de estímulos sensoriales. Dicha capacidad se percibe a diario y mejora mediante el entrenamiento cognitivo. Raffino (2020).

#### **2.2.2.5 Clases de decisión de compra**

Cuando las personas toman la decisión de adquirir un bien o servicio, deben decidir sobre varias opciones para elegir la correcta y adecuada.

En ese sentido Jagdish (2004) señala que “existen varios tipos clases de decisiones de compra” (p. 267), y las más usadas, son:

##### a. Decisión de compra rutinaria

Es cuando las decisiones son tomadas rápidamente, sin realizar previamente búsqueda de información para la adquisición de conocimientos del producto. Simplemente son hechas sin el mínimo de esfuerzo y sin los procesos adecuados para realizar la compra esperada.

La influencia de decisión rutinaria se da con información que ya posee de cierto producto, más no se indaga más por otra nueva alternativa de producto. Y la decisión por impulso adyacente son aquellas adquiridas en publicidad o comunicación estratégica a tiempo.

##### b. El extenso proceso en la decisión de compra

Durante este proceso se realizaron todas las fases del proceso de decisión de compra; puesto que el consumidor buscara información de todas

las fuentes posibles tanto en publicidad digital o física para adquirir información veraz y real de cada producto en cuanto a marcas, competencia, calidad, durabilidad, confiabilidad, entre otras; con ello lograra la compra deseada.

## **2.3 Marco Conceptual**

### **Protocolo**

Es un documento la cual contiene el plan de un determinado proyecto y este a su vez cuenta con las especificaciones que va a permitir orientar el proceso para ejecutar los trabajos con claridad, precisión y el máximo detalle posible. Jiménez (2001)

### **Sanitarios**

Son la acción o acciones que realiza cada persona para la protección de su calidad de vida, puesto que hoy en día existen muchas enfermedades que se pueden adquirir si no se realiza un adecuado y eficiente control de los mismos. Briceño (2016)

### **Prevención**

Son las medidas orientadas a prever el brote de una enfermedad y reducir los factores que podrían ocasionar riesgo alguno; en consecuencia, a ello se podrá detener el avance de la enfermedad. (OMS,1998).

### **Control**

Es el proceso que determina el cumplimiento de planes, metas y objetivos; ello permite detectar errores que pueden surgir en el desarrollo del proceso. Haimann (2011).

### **Seguridad**

Es la ausencia del peligro, daño o riesgo que es inherente a las personas, identidad u objetos. Por ende, la seguridad es el medio de acciones utilizado para eliminar, reducir y controlar los riesgos, amenazas y peligro. (OMS,1998).

### **Motivación**

Es la energía que impulsa al ser humano a emprender una acción o conducta. De ello surge el comportamiento positivo o negativo de acuerdo a las perspectivas que percibe; así crear buenos hábitos considerados gratificantes y productivos. Raffino (2020).

### Percepción

Es la capacidad que tiene el cerebro para captar, procesar la información a través de los sentidos, de forma consciente o inconsciente que permite interpretar el entorno a base de estímulos sensoriales. Dicha capacidad se percibe a diario y mejora mediante el entrenamiento cognitivo. Raffino (2020).

## **2.4 Hipótesis:**

### **2.4.1 Hipótesis general**

H1: los protocolos sanitarios y de seguridad tienen una influencia positiva en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, 2020

H0: los protocolos sanitarios y de seguridad tiene un bajo nivel de influencia en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, 2020

### **2.4.2 Hipótesis específicas**

Si existe una contribución de la publicidad e innovación en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, año 2020.

Existe una alta difusión en medios de comunicación de los protocolos sanitarios y de seguridad que aplica Sodimac Piura, año 2020.

Si son adecuados los protocolos sanitarios y de seguridad impuestos por la empresa Sodimac Piura 2020.

Existe un alto grado de confianza de los protocolos sanitarios y seguridad en los clientes que realizan compras en tienda Sodimac Piura 2020.

## 2.5. Variables e indicadores

### MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TIPO DE VARIABLE	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b> <b>Protocolos sanitarios y seguridad</b>	Pérez (2013) menciona que un protocolo se refiere a una serie de acciones que se fijan por cultura o por conveniencia.	La aplicación de los protocolos sanitarios y seguridad con las dimensiones de prevención y control serán medidas por los indicadores cuidado, higiene, procesos y salud; por medio de cuestionarios	<b>Prevención</b>	<b>Cuidado</b>	<b>cuantitativo</b>	<b>ordinal</b>
				<b>Higiene</b>	<b>cuantitativo</b>	<b>ordinal</b>
				<b>Salud</b>	<b>Cualitativo</b>	<b>Ordinal</b>
			<b>Control</b>	<b>Gestión</b>	<b>Cualitativo</b>	<b>Ordinal</b>
				<b>Desempeño</b>	<b>Cualitativo</b>	<b>Ordinal</b>
				<b>Acciones</b>	<b>Cualitativo</b>	<b>Ordinal</b>
			<b>Seguridad</b>	<b>Riesgo</b>	<b>Cualitativo</b>	<b>Ordinal</b>
				<b>Contagios</b>	<b>Cualitativo</b>	<b>Ordinal</b>
				<b>Accidentes</b>	<b>Cualitativo</b>	<b>Ordinal</b>
<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b> <b>Decisión de compras</b>	Es comprar el producto de la marca más atractiva que será de preferencia del consumidor (Kotler y Astrom)	La decisión de compra de los clientes con las dimensiones motivación, percepción se miden con los indicadores de atención, ofertas, servicio, publicidad a través del cuestionario.	<b>Motivación</b>	<b>Atención</b>	<b>Cualitativo</b>	<b>Ordinal</b>
				ofertas	Cualitativo	Ordinal
				Servicio	Cualitativo	Ordinal
			<b>Percepción</b>	Publicidad	Cualitativo	Ordinal
				Innovación	Cualitativo	Ordinal
				Comprensión	Cualitativo	Ordinal

### **III. MATERIAL Y METODOS**

#### **3.1 Material**

##### **3.1.1 Población**

Se define que “la población es el conjunto de individuos, cosas o medidas que comprenden las mismas características en común en un tiempo y lugar determinado, y representaría la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación” (Tamayo, 2012)

Entonces podemos decir que cuando hablamos de población nos estamos refiriendo al grupo de personas que cumplen con características similares en una investigación. Para esta investigación, la población está conformada por los clientes que frecuentan a diario a la empresa Sodimac, Piura.

##### **3.1.2 Marco muestral**

Comprende al grupo de personas que con características similares en una investigación. Para esta investigación, la población muestral está conformada por los clientes que realizan compras en la empresa Sodimac, Piura

##### **3.1.3 Unidad de análisis**

La investigación se realizó en la empresa Sodimac, ubicada en el centro comercial Real Plaza de Piura.

##### **3.1.4 Muestra**

Según Carrasco (2006), define a la muestra como “el grupo de individuos que se extrae de la población, con características esenciales para la investigación”.

Como podemos ver la muestra se refiere a un grupo más pequeño que es extraído de la población con el fin de que se pueda llegar a la conclusión de los problemas planteados en la investigación. Nuestra muestra estará compuesta por personas mayores de 18 años de edad de ambos sexos que han realizado compras durante el estado de emergencia y que continúan haciéndolo hasta la fecha.

En este caso la muestra de nuestra investigación se obtendrá con la fórmula de población infinita. La fórmula es:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Población infinita

n = (Tamaño de la muestra)

e = (Margen de error) = 0.05

Z = (Nivel de confianza) = 1.96

p = (Probabilidad de éxito) = 0.5

q = (Probabilidad de fracaso) = 0.5

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times}{0.05^2} = 384$$

n= 384 encuestas

Después de efectuar la formula se dio como resultado 384, la cual representa el número de encuestas que se realizara.

## 3.2 Métodos

### 3.2.1 Diseño de contrastación

Según Carrasco (2005) “el diseño no experimental “es aquella en la cual las variables independientes no son afectadas por manipulación intencional. Así mismo este diseño estudia y analiza los hechos ocurridos de una realidad” (p. 71).

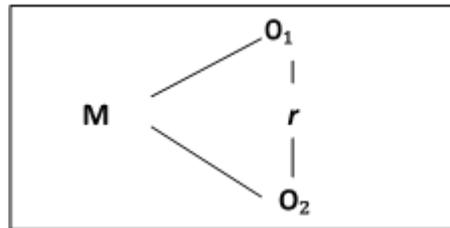
Con ello quiere decir que el diseño de investigación es no experimental, ya que permite investigar y examinar las variables independientes sin efectuarles cambios.

La presente investigación es de corte transeccional o transversal, la cual “es aquella investigación que estudia un fenómeno en un tiempo determinado”. (Carrasco,2005, p.72)

Así mismo tenemos que la investigación es de diseño correlacional, la cual se define “como el diseño que va a permitir identificar y conocer el nivel de influencia de una variable con otra y a su vez determinar el grado de relación que existe entre ellas” (Carrasco, 2005, pág. 73).

Por ende, podemos decir que la investigación correlacional es un tipo de estudio que tiene por objeto medir y analizar la relación que existe entre ambas variables de estudio.

Se utilizo el diseño correlacional la cual tiene el siguiente esquema:



Donde:

M = Muestra.

O<sub>1</sub> = Variable 1

O<sub>2</sub> = Variable 2.

r = Relación de las variables de estudio.

### 3.2.2 Técnicas e Instrumentos de colecta de datos

Para la siguiente investigación se aplicará una encuesta utilizando como instrumento el cuestionario con el fin de conocer la motivación e influencia de los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra.

Técnica:

Carrasco (2005) define, “es el grupo de de guias y pautas que realizan los investigadores en las diversas etapas de la investigacion cientifica” (p.274).

Instrumento:

“Un instrumento de investigación es la herramienta utilizada por el investigador para recolectar la información de la muestra seleccionada y poder resolver el problema de la investigación, que luego facilita resolver el problema de mercadeo. Los instrumentos están compuestos por escalas de medición”. (Carrasco, 2005, p.274)

### 3.2.3 Procesamiento y análisis de datos

Para el procedimiento de datos se utilizó el programa estadístico SPSS v.22.

Para el análisis se presenta en tablas estadísticas y gráficos que demuestran la relación que existen entre las variables de estudio, con sus respectivas interpretaciones.

#### IV. PRESENTACION DE RESULTADOS

##### 4.1 Presentación resultados

Para poder cumplir con los objetivos planteados en la investigación presente, se aplicó un cuestionario para medir la influencia de los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura 2020.

Los resultados se presentan utilizando la percepción promedio de cada uno de los clientes sobre los diferentes aspectos evaluados; como cada pregunta contiene las alternativas nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre, con valores de 1, 2, 3, 4 y 5, el promedio de dicha escala es de 3 puntos, por lo que cualquier promedio que iguale o supere dicho valor implica una percepción favorable, mientras que si el promedio es inferior a dicho valor, la valoración es poco favorable.

##### 4.1.1 Resultados de encuesta

Objetivo específico 1: Determinar la contribución de la publicidad e innovación en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, año 2020

Tabla 1

*Contribución de la publicidad e innovación*

<b>DETERMINAR LA CONTRIBUCION DE LA PUBLICIDAD E INNOVACION</b>				
	Consideras que, en el estado de emergencia sanitaria, la empresa ha optado por innovar y mejorar sus plataformas de ventas online.	Considera que la publicidad e innovación que aplica Sodimac influye en su decisión de compra	Consideras que Sodimac ha mejorado sus plataformas y canales de atención para adaptarse a esta pandemia.	Las compras online a través de las paginas oficiales de Sodimac han satisfecho sus expectativas.

N	Válido	384	384	384	384
	Perdidos	0	0	0	0
Media		4,01	4,05	4,08	3,65
Mediana		4,00	4,00	4,00	4,00
Moda		4	4	4	3
Desv. Desviación		,863	,910	,766	,950

Fuente: Resultado de encuesta

### Interpretación

Según la encuesta realizada se encontró que la contribución de la publicidad e innovación determinan en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, año 2020, ya que se encontró que los clientes consideran que en el estado de emergencia sanitaria en la que nos encontramos, la empresa ha optado por innovar y mejorar sus plataformas online con una mediana de 4 correspondiente a casi siempre, que consideran que la publicidad e innovación que aplica Sodimac influye en su decisión de compra, con una mediana de 4 correspondiente a casi siempre, que consideran que Sodimac ha mejorado sus plataformas y canales de atención para adaptarse a esta pandemia, con una mediana de 4 correspondiente a casi siempre y que las compras online a través de las páginas oficiales de Sodimac han satisfecho tus expectativas, con una mediana de 4 correspondiente a casi siempre.

Objetivo 2: Identificar la difusión en medios de comunicación de los protocolos sanitarios y de seguridad que aplica Sodimac Piura, año 2020.

TABLA 2

*Difusión en medios de comunicación de los protocolos*

<b>Identificar la difusión en medios de comunicación de los protocolos</b>	
Considera que la empresa difunde sus protocolos sanitarios y seguridad con la finalidad de salvaguardar la integridad de los clientes.	Difunde la empresa a través de publicidad a los medios de comunicación sobre los protocolos sanitarios y de seguridad que está aplicando.

N	Válido	384	384
	Perdidos	0	0
Media		4,20	3,80
Mediana		4,00	4,00
Moda		4	4
Desv. Desviación		,804	,932

Fuente: Resultado de Encuesta

### Interpretación:

Según la encuesta realizada se encontró que se difunde en los medios de comunicación los protocolos sanitarios y de seguridad que aplica Sodimac Piura, año 2020, ya que se encontró que los clientes consideran que la empresa difunde sus protocolos sanitarios y de seguridad con la finalidad de salvaguardar la integridad de sus clientes, con una mediana de 4 correspondiente a casi siempre y que la empresa difunde a través de publicidad a los medios de comunicación sobre los protocolos sanitarios y de seguridad que está aplicando, con una mediana de 4 correspondiente a casi siempre.

Objetivo específico 3: Analizar los protocolos sanitarios y de seguridad aplicados internamente por la empresa Sodimac Piura, año 2020.

Tabla 3

*Los protocolos sanitarios y de seguridad aplicados*

<b>Analizar los protocolos sanitarios y de seguridad aplicados</b>				
	Los protocolos aplicados por la empresa garantizan el compromiso con el cuidado de la salud.	Considera que los trabajadores cumplen con tomar en cuenta los cuidados de higiene (como lavado de manos, desinfección de ropa).	Considera que la empresa comparte sus protocolos sanitarios y seguridad con todas las áreas para su cumplimiento.	Considera que Sodimac con sus medidas tomadas contribuye a la seguridad de sus clientes.

N	Válido	384	384	384	384
	Perdidos	0	0	0	0
Media		4,15	4,05	4,23	4,23
Mediana		4,00	4,00	4,00	4,00
Moda		4	4	5	5
Desv. Desviación		,824	,825	,785	,817

Fuente: Resultado de encuestas

### **Interpretación:**

Según la encuesta realizada se analizó que los protocolos sanitarios y de seguridad son aplicados internamente por la empresa Sodimac Piura, año 2020, se encontró que los protocolos aplicados por la empresa garantizan el compromiso con el cuidado de la salud, con una mediana de 4 correspondiente a casi siempre, que consideran que los trabajadores de Sodimac cumplen con tomar en cuenta los cuidados de higiene (lavado de manos, desinfección de ropa, toma de temperatura), con una mediana de 4 correspondiente a casi siempre, de que consideran que la empresa comparte sus protocolos sanitarios y seguridad con todas las áreas para su cumplimiento, con una mediana de 4 correspondiente a casi siempre, y de que consideran que Sodimac con sus medidas tomadas en sus protocolos contribuyen a que sus trabajadores no se contagien, con una mediana de 4 correspondiente a casi siempre

#### Objetivo 4:

Identificar el grado de confianza que inspira los protocolos sanitarios y seguridad al realizar compras en tienda Sodimac Piura 2020.

Estadísticos									
		Considera que los protocolos aplicados contribuyen a la prevención de contagios con respecto al covid-19	Considera que Sodimac está aplicando correctamente los protocolos sanitarios y de seguridad.	Considera que Sodimac ha puesto en práctica las medidas tomadas por el gobierno.	Como cliente, te sientes seguro al aplicar los protocolos sanitarios y seguridad de la empresa.	Considera que la aglomeración de clientes al término de la cuarentena ha hecho más importantes a los protocolos sanitarios y de seguridad.	Influye en tu decisión de compra que la empresa Sodimac haya obtenido por parte del área de fiscalización de la Municipalidad de Castilla la aprobación para seguir operando.	Consideras que la empresa Sodimac impulsa que sus clientes cumplan con los protocolos sanitarios y de seguridad para asegurar el cuidado de sus trabajadores, así como de las personas que acudan a comprar	Considera que la empresa y usted como cliente entienden y aplican los protocolos sanitarios y de seguridad.
N	Válidos	384	384	384	384	384	384	384	384
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0
Media		4,10	4,07	4,37	4,17	4,42	4,06	4,04	4,32
Mediana		4,00	4,00	5,00	4,00	5,00	4,00	4,00	5,00
Moda		4	4	5	4	5	5	4	5
Desv. Desviación		,819	,719	,743	,797	,760	,951	,837	,801

Interpretación: Según la encuesta realizada se encontró que los protocolos sanitarios y de seguridad tienen un alto grado de confianza al realizar compras en tienda Sodimac Piura 2020, se encontró que los clientes consideran que los protocolos aplicados contribuyen a la prevención de contagios con respecto al covid-19, con una mediana de 4 correspondiente a casi siempre, que los clientes consideran que Sodimac está aplicando correctamente los protocolos sanitarios y de seguridad, con una mediana de 4 correspondiente a casi siempre, que los clientes consideran que Sodimac ha puesto en práctica las medidas tomadas por el gobierno,

con una mediana de 5 correspondiente a siempre, que como clientes se sienten seguros al aplicar los protocolos sanitarios y de seguridad de la empresa, con una mediana de 4 correspondiente a casi siempre.

Objetivo General: Analizar la influencia de los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, 2020.

Tabla 4

*Influencia de los protocolos sanitarios en la decisión de compra de los clientes de Sodimac Piura, 2020.*

<b>Analizar la influencia de los protocolos sanitarios en la decisión de compra de los clientes de Sodimac Piura, 2020.</b>				
		Como cliente considera que los protocolos sanitarios contribuyen al cuidado de su salud.	Considera que la higiene y cuidado de sus ambientes es un factor fundamental para acudir a comprar a Sodimac.	Si la empresa no cumpliera con protocolos sanitarios y de seguridad, acudirías a realizar alguna compra.
N	Válido	384	384	384
	Perdidos	0	0	0
Media		4,21	4,39	2,05
Mediana		4,00	5,00	1,00
Moda		5	5	1
Desv. Desviación		,858	,816	1,413

Fuente: Resultado de encuestas

### **Interpretación:**

Según la encuesta realizada se encontró que los protocolos sanitarios y de seguridad influyen en la decisión de compra de los clientes de la empresa SODIMAC, Piura 2020, ya que se encontró que los clientes consideran que los protocolos sanitarios contribuyen al cuidado de su salud con una mediana de 4 correspondiente a casi siempre, que consideran que la higiene y cuidado de sus ambientes es un factor fundamental para acudir a comprar a SODIMAC con una mediana de 5 correspondiente a siempre y que si la empresa no cumpliera con protocolos sanitarios y de seguridad, acudirían a realizar alguna compra, con una mediana de 1 correspondiente a nunca.

#### 4.1.2 Docimasia de hipótesis

La investigación planteada afirma que, si existe una influencia positiva de los clientes de la empresa Sodimac sobre los protocolos sanitarios y de seguridad, para esto se utilizó una guía de entrevista como se podrá apreciar en los anexos, donde se recolectó información acertada, la cual a través de las dimensiones nos dimos cuenta que los protocolos sanitarios y de seguridad si influyen en la decisión de compra.

Por otro lado, se utilizó el análisis de correlación de Pearson para determinar la influencia de los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, año 2020. Los hallazgos conducen a **contrastar la hipótesis**, debido a que los valores de la correlación son significativos entre los niveles 0,01 y 0,05 (bilateral), demostrando en la tabla 5 que, los protocolos sanitarios y de seguridad si tienen una influencia positiva en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura año 2020, por lo tanto, **SE ACEPTA** la Hipótesis de investigación general.

Hipótesis general: Los protocolos sanitarios y de seguridad tienen una influencia positiva en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, 2020.

Tabla 5:

Prueba de hipótesis general

<b>Estadísticos descriptivos</b>			
	Media	Desv. Desviación	N
Protocolos sanitarios y de seguridad	4,21	,858	384
Decisión de compra	2,05	1,413	384

<b>Correlaciones</b>	
	Protocolos sanitarios y de seguridad

Decisión de compra	Correlación de Pearson	,682**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	384
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).		

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

### Interpretación:

Se acepta la hipótesis general y se rechaza la hipótesis nula ya que se encontró una correlación de Pearson positiva moderada de 0.682 y significancia bilateral de 0.000, con correlación significativa, lo que demuestra que los protocolos sanitarios y de seguridad tienen una influencia positiva en la decisión de compra de los clientes de la empresa SODIMAC Piura, 2020

Hipótesis 1: Si existe una contribución de la publicidad e innovación en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, año 2020

Tabla 7:

prueba de hipótesis 1

<b>Estadísticos descriptivos</b>			
	Media	Desv. Desviación	N
Motivación	4,08	,766	384
Percepción	3,65	,950	384

<b>Correlaciones</b>		
		motivación
Percepción	Correlación de Pearson	,847**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	384
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).		

<b>Valor</b>	<b>Significado</b>
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

**Interpretación:**

Se acepta la hipótesis ya que se encontró una correlación de Pearson positiva alta de 0.847 y significancia bilateral de 0.000, con correlación significativa, lo que demuestra que, si existe una contribución de la publicidad e innovación en la decisión de compra de los clientes de la empresa SODIMAC Piura, año 2020

Hipótesis 2: Existe una alta difusión en medios de comunicación de los protocolos sanitarios y de seguridad que aplica Sodimac Piura, año 2020.

Tabla 8:  
prueba de hipótesis 2

<b>Estadísticos descriptivos</b>			
	Media	Desv. Desviación	N
Prevención	4,20	,804	384
Seguridad	3,80	,932	384

<b>Correlaciones</b>		
		prevención
seguridad	Correlación de Pearson	,851**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	384
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).		

<b>Valor</b>	<b>Significado</b>
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja

0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

**interpretación:**

Se acepta la hipótesis ya que se encontró una correlación de Pearson positiva alta de 0.851 y significancia bilateral de 0.000, con correlación significativa, lo que demuestra que, existe una alta difusión en medios de comunicación de los protocolos sanitarios y de seguridad que aplica SODIMAC Piura, año 2020.

Hipótesis 3: Si son adecuados los protocolos sanitarios y de seguridad impuestos por la empresa Sodimac Piura 2020.

Tabla 9:

Prueba de hipótesis 3

<b>Estadísticos descriptivos</b>			
	Media	Desv. Desviación	N
Control	4,15	,824	384
Seguridad	4,23	,785	384

<b>Correlaciones</b>		
		Control
Seguridad	Correlación de Pearson	,942**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	384
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).		

<b>Valor</b>	<b>Significado</b>
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta

-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

### Interpretación:

Se acepta la hipótesis ya que se encontró una correlación de Pearson positiva muy alta de 0.942 y significancia bilateral de 0.000, con correlación significativa, lo que demuestra que, si son adecuados los protocolos sanitarios y de seguridad impuestos por la empresa SODIMAC Piura 2020.

Hipótesis 4: Existe un alto grado de confianza de los protocolos sanitarios y seguridad en los clientes que realizan compras en tienda Sodimac Piura 2020.

Tabla 10:

prueba de hipótesis 4

<b>Estadísticos descriptivos</b>			
	Media	Desv. Desviación	N
Seguridad	4,37	,743	384
Percepción	4,06	,951	384

<b>Correlaciones</b>		
		Seguridad
Percepción	Correlación de Pearson	,877**

	Sig. (bilateral)	,000
	N	384
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).		

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Interpretación:

Se acepta la hipótesis ya que se encontró una correlación de Pearson positiva alta de 0.877 y significancia bilateral de 0.000, con correlación significativa, lo que demuestra que, existe un alto grado de confianza de los protocolos sanitarios y seguridad en los clientes que realizan compras en tienda SODIMAC Piura 2020.

#### 4.2 Discusión de resultados

En la investigación se analizó la influencia de los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura 2020. Se aplicó una muestra de 384 personas, los resultados de la encuesta indican una correlación positiva.

Respecto al objetivo general: Analizar la influencia de los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, año 2020. Barreto (2015) afirma que hay factores

que se consideran al momento de elegir los viajes como infraestructura, calidad, condiciones sanitarias, seguridad, hospitalidad y políticas de precios. Los resultados obtenidos de la presente investigación muestran que el 68.2% de clientes manifestaron que los protocolos sanitarios y seguridad tienen una influencia positiva; en consecuencia, cabe señalar que tener un adecuado manejo de los protocolos sanitarios y seguridad en Sodimac, Piura influye en la decisión de compra favorable. En los resultados de la tesis de Diaz (2018) muestra que existen factores que impulsan a los consumidores que acuden a las tiendas de autoservicios a realizar sus compras, estos pueden ser influenciados por la calidad, la atención, la imagen que muestran a su familia y la sociedad. De acuerdo a lo analizado podemos determinar que nuestros resultados difieren de lo afirmado por Diaz; sin embargo, la teoría sugiere que se debe tener en cuenta la parte sanitaria.

Con relación al objetivo específico número uno de determinar la contribución de la publicidad e innovación en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, año 2020. Kotler (2008) afirma que el consumidor se ve influenciado por los estímulos externos que surgen al realizar el proceso de compra, en ese sentido tenemos los factores que influyen el comportamiento del consumidor, entre ellos la publicidad. Los resultados que obtuvimos para este primer objetivo específico, muestran que el 82.7% de los clientes están de acuerdo con que la contribución de la publicidad e innovación determinan la decisión de sus compras. Esto se debe a que durante el estado de emergencia sanitaria en la que se encuentra el país, la empresa Sodimac ha optado por mejorar sus plataformas digitales y canales de atención para adaptarse a la pandemia y así satisfacer las necesidades de sus clientes. Así mismo los resultados de la investigación de Rojas y Garces, evidencian que los factores que determinan la decisión de compra online que son satisfacción, credibilidad y prestigio y a su vez se identificó que existe un alto nivel de relación entre la decisión de compra y el modelo business to consumer, consideran que la publicidad orienta al consumidor en la compra final y tiene relación directa en la decisión de compra. Esto coincide con lo encontrado en la investigación puesto que este aspecto si contribuye en la decisión de compra.

Como segundo objetivo tenemos identificar la difusión en medios de comunicación de los protocolos sanitarios y de seguridad que aplica Sodimac Piura, año 2020. Campos (2019) menciona que la publicidad y difusión de actividades que involucran a tu empresa influye en la decisión de compra de los clientes. Para poder discutir estos resultados plasmamos dos preguntas en nuestra encuesta que nos ayudaron a contrarrestar este objetivo en el cual obtuvimos que el 38% de los encuestados considera que Sodimac si difunde sus protocolos sanitarios en los medios de comunicación. Lo cual se relaciona con lo dicho por Campos (2019) ya que aquí afirma que la difusión de publicidad en medios de comunicación no solo ayuda al cliente a estar informado sobre un producto o servicio, sino que permite que ellos identifiquen otros aspectos importantes como por ejemplo nuevas formas de atención, una filial nueva de la empresa, ofertas, cambio en los protocolos de seguridad entre otros aspectos.

Como tercer objetivo analizar los protocolos sanitarios y de seguridad aplicados internamente por la empresa Sodimac Piura, año 2020. Para ello mencionaremos a Menéndez (2018) quien menciona cuales son los protocolos sanitarios y de seguridad aplicados internamente por los vendedores del mercado de esmeraldas en Ecuador así mismo menciona si el personal cumple o no con los protocolos de desinfección y limpieza en el establecimiento concluyendo que esto no se está realizando correctamente y que por lo tanto no se está cumpliendo su correcto uso. Estos resultados difieren de los encontrados en nuestra investigación ya que el 46% de nuestros encuestados perciben que los trabajadores de la empresa Sodimac si cumplen con los protocolos impuestos internamente por la empresa y que por lo tanto cumplen con el correcto uso de los implementos de seguridad.

Con relación al objetivo específico cuatro identificar el grado de confianza que inspira los protocolos sanitarios y seguridad al realizar compras en tienda Sodimac Piura 2020, mencionaremos también a Menéndez (2018) quien en su investigación afirma que los clientes del mercado de esmeraldas no se encuentran seguros al realizar sus compras ya que observan que los vendedores utilizan distintos implementos para el correcto

uso de los alimentos además de no tener siempre los guantes de protección y mascarillas correctamente, sin embargo en nuestra encuesta realizada a los clientes de la empresa Sodimac hemos obtenido que el 53% de nuestros encuestados considera que Sodimac está aplicando los protocolos sanitarios de manera correcta, asimismo el 47% se siente seguro al aplicar los protocolos que impone la empresa para ingresar al establecimiento. Por lo que nuestros resultados defieren de los encontrados en Meléndez y podemos decir que este objetivo se acepta y se cumple.

## CONCLUSIONES

1. Los protocolos sanitarios y de seguridad influyen de manera positiva en la decisión de compra de los clientes, ya que al analizar ambas variables se observó una mediana de cuatro correspondiente a casi siempre por lo que se concluye que, si Sodimac no aplicase los protocolos sanitarios correctamente, los clientes no acudirían a realizar alguna compra.
2. A raíz de la mejora en las plataformas online y canales de atención de la empresa como parte de la publicidad e innovación demuestra que estos si contribuyen en la decisión de compra de los clientes de Sodimac.
3. Se pudo identificar que la empresa difunde los protocolos sanitarios y seguridad con la finalidad de salvaguardar la seguridad e integridad de sus clientes, debido al coeficiente de Pearson es de 0.851, por tal resultado existe una correlación positiva alta.
4. Según los resultados se observó que la empresa aplica adecuadamente los protocolos sanitarios y seguridad lo cual contribuye a que los clientes y trabajadores no se contagien así garantizan el compromiso con el cuidado de la salud.
5. Se identifico que el grado de confianza que inspiran los protocolos sanitarios y de seguridad en los clientes de la empresa es positivo ya que al analizar nuestras respuestas del cuestionario obtuvimos respuestas altamente positivas.

## RECOMENDACIONES

1. La empresa Sodimac debe seguir supervisando el cumplimiento de los protocolos sanitarios y de seguridad tanto de su personal como el de sus clientes.
2. Se sugiere a la empresa continuar innovando y mejorando las plataformas virtuales y mantener los canales de atención en constante movimiento y que estas respondan las solicitudes de los clientes de manera eficiente.
3. Se sugiere al Homecenter incorporar en la publicidad el cumplimiento de los protocolos sanitarios y seguridad con el objetivo de informar a la población sobre el proceso que se sigue dentro del establecimiento para mantener la salubridad y seguridad de los productos, del personal a cargo y de sus instalaciones.
4. Mantener la desinfección de sus espacios y procurar realizar pruebas rápidas para de esta manera seguir garantizando su compromiso con la salud.
5. Se sugiere a la empresa seguir aplicando las normas impuestas por el gobierno de respetar el aforo, desinfectar las instalaciones del local, el distanciamiento social para de esta manera seguir manteniendo la confianza de los clientes.

## REFERENCIAS

- Aguilar, F. (2004). Teoría de la decisión e incertidumbre: modelos normativos y descriptivos. *Revista de Metodología de Ciencias Sociales*.
- Ana, G. (2017). *Seguridad Sanitaria y seguridad Internacional*. tesis doctoral, Universidad de Sevilla, doctorado en Derecho, Sevilla.
- Brakus, J., Zarantonello, L., & Schmitt, B. (2009). *Brand experience: What is it? How is it measured?* Estados Unidos: American Marketing Association.
- Briceño, R. (1996). Siete tesis sobre la educación sanitaria para la participación comunitaria .
- Campos, A. (2019). *Publicidad de la Universidad César Vallejo y proceso de decisión de compra de sus estudiantes de Marketing y Dirección de Empresas. Piura-2018*. Universidad Cesar Vallejo, facultad de Ciencias Empresariales, Piura.
- Diaz, N. (2018). *Factores que influyen en la decisión de compra del mercado de consumo final. Estudio comparativo entre dos tiendas de autoservicio en la ciudad de Xalapa, Veracruz*. Tesis de maestría. Universidad Veracruzana, México. Recuperado de <https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/48392/DiazDominguezNora.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carpintero, H. (s.f.). *Una vista sobre la psicología positiva*. Real Academia de Ciencias Morales y Políticas.
- Carrasco, S. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima,Peru: San Marcos.
- Carrasco, S. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima,Peru: San Marcos.
- Carrasco, S. (2006). *Metodología de la investigación científica*.

- Chahua, V. (2017). *“Estrategias de fijación de precios” y la “Decisión de compra” en la empresa Promart Home Center de la ciudad de Huanuco, facultad de Ciencias Empresariales, Huanuco.*
- Fischer, L., & Espejo, Jorge. (2011). *Mercadotecnia* (Vol. 4 edición). Mexico: McGraw-Hill.
- Garcia, L. (2013). *Protocolos de Actuación Sanitaria en los Plaquimpas de los valles de Trubia y Timon.* Master en Analisis y gestion de emergencia y desastre, Universidad de Oviedo, Oviedo, España.
- Geiger, M. (2007). *Investext.*
- Grau, R., & Alarcon, Lorena. (2018). *Diseño e Implementación de un sistema integrado de Gestión Ambiental, Seguridad y salud en el trabajo de la central termica Tablazo, Colan de las empresas de Piura Sac.* tesis para optar el grado de magister, Universidad Nacional de Piura, Escuela de posgrado Sección de Ciencias Ambientales, Piura.
- Hernandez, & Baptista, F. y. (2003). *Metodología de la Investigación.*
- Hernandez, A., Malfavon, Nivia, & Fernandez, Gabriela. (2005). *Seguridad e Higiene Industrial.* Mexico: Limusa.
- Huisa, L. (2016). *La decisión de compra y la estrategia de diferenciación de la empresa Super market Melo’s E.I.R.L en la ciudad de Puno en el periodo 2016.* Tesis de licenciatura, universidad nacional del Antiplano-Puno, facultad de Ciencias Contables y Administrativas, Puno.
- Jimenez, F. (2001). *Protocolo de Investigación.*
- Kenneth, J. (1958). *The Affluent Society.* Riverside.
- Kotler, P. (2008). *Marketing Management Milenium Edition.* New Jersey: A Pearson Education Company.
- Kotlher, P., Keller, K., & Lane. (2006). *Dirección de Marketing* (Vol. 12° edición). Mexico: Pearson Education.

Nikosia, F. (1970). *La decisión del consumidor y sus implicaciones en marketing y publicidad*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, S. A. Colección Economía de las Empresas.

Rojas, L., & Garces, M. (2016). *Factores que determinan la decisión de compra online de los consumidores piuranos basado en el modelo business to consumer, Piura 2016*. tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración, Universidad Privada Antenor Orrego, facultad de Ciencias Económicas, Piura.

Underhill, P. (2000). La ciencia de ir de compras. En P. Underhill, *libro de gerencia*.

## ANEXOS

### ANEXO N°1 Instrumento del Cuestionario

	<b>CUESTIONARIO</b>
<b>UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO</b> <b>Facultad de Ciencias Económicas</b> <b>Escuela Profesional de Administración</b>	

II.- El siguiente cuestionario es de carácter académico, por lo que es confidencial y estrictamente investigativo por lo que tus repuestas nos ayudaran con nuestro tema de investigación titulado “Influencia de los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, 2020”. Agradecemos tu ayuda y te invitamos a leer cuidadosamente y marcar con una (x) lo que creas conveniente.

III.- Datos Personales: Marque donde corresponde

1. Edad: De 18 a 30....  De 31 a 40.  De 41 a más.

2.- Sexo:  Femenino....  Masculino...

3.- Nivel de estudio: Primaria  Secundaria...  Técnico...  Superior ..

4.- Estado civil: Soltero(a)...  Casado(a)...  Viudo(a)...  Divorciado(a)...

### PROTOCOLOS SANITARIOS Y SEGURIDAD

N° Orden	Dimensiones	Nun ca (01)	Casi Nun ca (02)	A vece s (03)	Casi Siemp re(04)	Siemp re (05)
	<b>PREVENCION</b>					
01	Considera que los protocolos aplicados contribuyen a la prevención de contagios con respecto al covid-19.					

02	Los protocolos aplicados por la empresa garantizan el compromiso con el cuidado de la salud.					
03	Como cliente considera que los protocolos sanitarios contribuyen al cuidado de su salud.					
04	Considera que la higiene y cuidado de sus ambientes es un factor fundamental para acudir a comprar a Sodimac.					
05	Considera que los trabajadores de Sodimac cumplen con tomar en cuenta los cuidados de higiene (lavado de manos, desinfección de ropa, toma de temperatura).					
	CONTROL					
06	Considera que Sodimac está aplicando correctamente los protocolos sanitarios y de seguridad.					
07	Considera que usted como cliente respeta los protocolos sanitarios y seguridad adoptados por la empresa					
08	Considera que la empresa comparte sus protocolos sanitarios y seguridad con todas las áreas para su cumplimiento.					
09	Considera que Sodimac ha puesto en práctica las medidas tomadas por el gobierno.					

	SEGURIDAD					

10	Considera que la inadecuada aplicación de los protocolos sanitarios y seguridad de la empresa puede contribuir el aumento de los contagios					
11	Como cliente te sientes seguro al aplicar los protocolos sanitarios y de seguridad de la empresa					
12	Considera que Sodimac con sus medidas tomadas en sus protocolos contribuyen a que sus trabajadores no se contagien.					
13	Considera que la empresa difunde sus protocolos sanitarios y de seguridad con la finalidad de salvaguardar la integridad de sus clientes.					
14	Considera que la aglomeración de clientes al término de la cuarentena ha hecho más importantes a los protocolos sanitarios y de seguridad.					
	<b>DECISION DE COMPRA</b>					
	<b>MOTIVACION</b>					
15	Si la empresa no cumpliera con protocolos sanitarios y de seguridad acudirías a realizar alguna compra.					

16	Los productos con descuento de la empresa Sodimac te han motivado en ir a comprar durante el término del estado de emergencia.					
17	Influye en tu decisión de compra que la empresa Sodimac haya obtenido por parte del área de fiscalización de la municipalidad de Castilla la aprobación para seguir operando.					

18	Considera que en el estado de emergencia sanitaria en la que nos encontramos, la empresa ha optado por innovar y mejorar sus plataformas online.					
19	Considera que la empresa Sodimac impulsa que sus clientes cumplan con los protocolos sanitarios y de seguridad para asegurar el cuidado de sus trabajadores, así como de las personas que acuden a comprar.					
	<b>PERCEPCION</b>					
20	Considera que la publicidad e innovación que aplica Sodimac influye en su decisión de compra					
21	Difunde la empresa a través de publicidad a los medios de comunicación sobre los protocolos sanitarios y de seguridad que esta aplicando.					

22	Consideras que Sodimac ha mejorado sus plataformas y canales de atención para adaptarse a esta pandemia.					
23	Las compras online a través de las páginas oficiales de Sodimac han satisfecho tus expectativas					
24	Considera que la empresa y usted como cliente entienden y aplican los protocolos sanitarios y de seguridad.					

**ANEXO N°2 MATRIZ DE CONSISTENCIA**

<b>MATRIZ DE CONSISTENCIA</b>				
<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLE Y DIMENSIONES</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO</b>
<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPÓTESIS GENERAL</b>	<b>V.INDEPENDIENTE Y DIMENSIONES</b>	<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b> Aplicativa  <b>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</b> Correlacional  <b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b> Población: Los clientes de Sodimac, Piura  <b>CRITERIO MUESTRAL:</b> 18-35 años 36-55 años 56-68 años  <b>TÉCNICA(S) E INSTRUMENTO(S) DE RECOJO DE DATOS</b> Técnica; Encuesta Instrumento: Cuestionario
¿Como influyen los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, 2020?	Analizar la influencia de los protocolos sanitarios y de seguridad en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, 2020	<b>H1: Los protocolos sanitarios y de seguridad tienen una influencia positiva en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, 2020</b>  <b>H0: Los protocolos sanitarios y de seguridad tiene un bajo nivel de influencia en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, 2020</b>	<b>Protocolos sanitarios y de seguridad</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prevención</li> <li>• Control</li> <li>• Seguridad</li> </ul>	
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b>	<b>V. DEPENDIENTE Y DIMENSIONES</b>	
¿Cómo contribuye la publicidad e innovación que utiliza Sodimac en su decisión de compra?	Determinar la contribución de la publicidad e innovación en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, año 2020	Si existe una contribución de la publicidad e innovación en la decisión de compra de los clientes de la empresa Sodimac Piura, año 2020	<b>Decisión de compras</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivación</li> <li>• Percepción</li> </ul>	
¿Cómo influye la difusión de los protocolos sanitarios en los medios de comunicación en su decisión de compra?	Identificar la difusión en medios de comunicación de los protocolos sanitarios y de seguridad que aplica Sodimac Piura, año 2020.	Existe una alta difusión en medios de comunicación de los protocolos sanitarios y de seguridad que aplica Sodimac Piura, año 2020.		

¿son adecuados los protocolos sanitarios y de seguridad impuestos por la empresa Sodimac Piura, 2020?	Analizar los protocolos sanitarios y de seguridad aplicados internamente por la empresa Sodimac Piura, año 2020	Si son adecuados los protocolos sanitarios y de seguridad impuestos por la empresa Sodimac Piura 2020.		
¿Qué grado de confianza inspiran los protocolos sanitarios y de seguridad en los clientes de la empresa Sodimac Piura, 2020?	Identificar el grado de confianza que inspira los protocolos sanitarios y seguridad al realizar compras en tienda Sodimac Piura 2020	Existe un alto grado de confianza de los protocolos sanitarios y seguridad en los clientes que realizan compras en tienda Sodimac Piura 2020.		

## ANEXO N°3 RESULTADOS SIMILITUDES

### Informe de tesis

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

8%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

#### FUENTES PRIMARIAS

1

[repositorio.upao.edu.pe](http://repositorio.upao.edu.pe)

Fuente de Internet

5%

2

[repositorio.usanpedro.edu.pe](http://repositorio.usanpedro.edu.pe)

Fuente de Internet

4%

3

[repositorio.upt.edu.pe](http://repositorio.upt.edu.pe)

Fuente de Internet

2%

4

[repositorio.unsm.edu.pe](http://repositorio.unsm.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

5

[repositorio.ucv.edu.pe](http://repositorio.ucv.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

6

[1library.co](http://1library.co)

Fuente de Internet

1%

7

[repositorio.unp.edu.pe](http://repositorio.unp.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

8

[www.lavanguardia.com](http://www.lavanguardia.com)

Fuente de Internet

1%

9

[repositorio.udh.edu.pe](http://repositorio.udh.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

10

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

1%

11

Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola

Trabajo del estudiante

1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Apagado

Asesor: Dr. Luis Alberto Sanchez Pacheco

