

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL
CUSCO**

**ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**



**COMUNICACIÓN PUBLICITARIA Y EL NIVEL DE
POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO DE LAS JOYERÍAS
ARTESANALES “JOYERÍA QOLLQE WASI” DE LA
PROVINCIA DEL CUSCO**

Presentado por:

Br. Zulema Cárdenas Peña

Tesis para optar el Grado de Magíster
en Administración.

ASESOR:

Dr. Ernest Batallanos Enciso

CUSCO – PERÚ

2017

RESUMEN

La presente investigación titulada *Comunicación publicitaria y el nivel de posicionamiento en el mercado de las joyerías artesanales “Joyería Qollqe Wasi” de la provincia del Cusco*, pretende indagar ¿De qué manera influye la deficiente comunicación publicitaria en el nivel de posicionamiento del mercado de las joyerías artesanales “Joyería Qollqe Wasi” de la provincia del Cusco?, con el objetivo de: Determinar la influencia de la deficiente comunicación publicitaria en el nivel de posicionamiento del mercado de las joyerías artesanales “Joyería Qollqe Wasi” de la provincia del Cusco. Para ello, se operativizó la siguiente hipótesis: La comunicación publicitaria influye de manera significativa en el nivel de posicionamiento del mercado de las joyerías artesanales “Joyería Qollqe Wasi” de la provincia del Cusco.

Esta investigación se fundamenta en la investigación básica de tipo cuantitativo, correlacional y el diseño de la investigación es no experimental y de corte transeccional o transversal; además, la investigación se ha enmarcado en el método hipotético deductivo. Se trabajó con un número de 515 clientes que acuden cada mes a la joyería artesanal “Joyería Qollqe Wasi”, con una muestra significativa de 124 clientes, seleccionadas a través de las técnicas estadísticas; y, para la recopilación de la información se utilizaron las técnicas de observación directa, la encuesta y la revisión documentaria, priorizando la apreciación y valoración de los propios clientes.

El resultado más relevante de la investigación es haber determinado la influencia que existe entre la comunicación publicitaria y el nivel de posicionamiento del mercado de las joyerías artesanales; al efectuar las correlaciones de las variables, se concluye: a) La comunicación publicitaria influye de manera positiva en el nivel posicionamiento en el mercado de las joyerías artesanales “Joyería Qollqe Wasi” de la provincia del Cusco. Como el resultado del análisis de la información se ha confirmado lo siguiente: debido a que los medios de comunicación, hacen que los anuncios tengan fuerza, sean diferentes y llamativos para poder calar en la mente de los clientes. Así mismo, una adecuada gestión de las estrategias de comunicación publicitaria afecta al posicionamiento en el mercado, la cual genera una confianza a

la empresa artesana así como la rentabilidad económica y posterior crecimiento de la empresa artesanal. b) Teniendo en cuenta la situación actual de la comunicación publicitaria en el mercado de las joyerías artesanales “Joyería Qollqe Wasi” de la provincia del Cusco, es deficiente, en relación a la competencia nos encontramos a la expectativa de los nuevos clientes que realizan la compra y recomienda a los demás. Además, proponer un nuevo plan de comunicación que cumpla con todos los requisitos de la era actual apegada a la realidad digital y aprovechando al máximo esta herramienta tan importante. c) El nivel de posicionamiento en el mercado de las joyerías artesanales “Joyería Qollqe Wasi” de la provincia del Cusco, es bajo debido a que tiene poco años de existencia y no posee plan de publicidad para lograr mejor posicionamiento en el mercado competitivo efectivo y eficaz, y a la misma vez cumplir las expectativas de ventas que tiene la empresa. d) La empresa joyerías artesanales “Joyería Qollqe Wasi” de la provincia del Cusco, carece de estrategias de comunicación publicitaria, es por ello que los clientes manifiestan que los medios de comunicación que más apropiados para lograr su posicionamiento son: revistas especializadas, redes sociales, entre otros. Adoptar estas estrategias y aprovechar al máximo las herramientas de comunicación y que maneje todos los ejes necesarios para que la empresa logre su objetivo trazado a futuro.

PALABRAS CLAVES: Comunicación publicitaria, posicionamiento del mercado, joyerías artesanales.