



**UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

---



---

**ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD EN LA VENTA DE  
COMPUTADORAS DEL CENTRO COMERCIAL EL  
CARMEN DE LA CIUDAD DEL CUSCO 2016**

---

**Tesis presentada por:**

---

Br. Erika Arnado Escobedo

Para optar al Título Profesional de Licenciado en  
Administración.

**ASESOR:** Lic. Edison Alan Alves Choque

**CUSCO – PERÚ - 2016**



## RESUMEN

En el presente trabajo de investigación sobre estrategias de publicidad en la venta de computadoras se llevó a cabo en el Centro Comercial El Carmen de la ciudad de Cusco, con el objetivo de conocer las estrategias de publicidad aplicadas en el Centro Comercial, para lo cual se utilizó las siguientes dimensiones: estrategias publicitarias competitivas, estrategias publicitarias de desarrollo y estrategias publicitarias de fidelización. Dentro del método de investigación, el diseño fue no experimental, el tipo de investigación fue básico y el alcance es descriptivo, la técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta, la población a estudiar fue de 94 empresarios y la muestra estuvo constituida por 76 encuestados.

Los resultados que se obtuvo en los empresarios del Centro Comercial El Carmen, se determinaron que un promedio de 2.57 de los empresarios encuestados que las estrategias de publicidad aplicadas son malas, debido a que los empresarios no han invertido adecuadamente en medios publicitarios. Los resultados de las dimensiones a nivel general son: estrategias publicitarias competitivas con un promedio de 3.22 indican que es regular, estrategias publicitarias de desarrollo con un promedio de 2.20 indican que es mala, estrategias publicitarias de fidelización con un promedio de 2.30 indican que es mala; estos resultados demuestran que los empresarios del Centro Comercial El Carmen requieren implementar y desarrollar estrategias innovadoras para poder dar a conocer a los potenciales clientes los productos fiables que ellos ofrecen.

Palabra claves: estrategias de publicidad, estrategias publicitarias competitivas, estrategias publicitarias de desarrollo, estrategias publicitarias de fidelización.



### ABSTRATC

The present research project on advertising strategies in the sale of computers was carried out in the El Carmen Shopping Center in the city of Cusco, with the aim of knowing the advertising strategies applied in the Shopping Center, for which used the following dimensions: competitive advertising strategies, development advertising strategies and loyalty advertising strategies. Within the research method, the design was non-experimental, the type of research was basic and the scope is descriptive, the technique used for data collection was the survey, the population to be studied was 94 businessmen, and the sample consisted of 76 respondents.

The results obtained in the businessmen of the El Carmen Shopping Center, it was determined that an average of 2.57 of the businessmen surveyed that the applied advertising strategies are bad, because the businessmen have not invested adequately in advertising media. The results of the dimensions at a general level are: competitive advertising strategies with an average of 3.22 indicate that it is regular, development advertising strategies with an average of 2.20 indicate that it is bad, loyalty advertising strategies with an average of 2.30 indicate that it is bad ; These results demonstrate that the businessmen of the El Carmen Shopping Center need to implement and develop innovative strategies in order to inform potential customers of the reliable products they offer.

Keywords: advertising strategies, competitive advertising strategies, development advertising strategies, loyalty advertising strategies.