



UNIVERSIDAD PRIVADA NORBERT WIENER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS Y COMPETITIVIDAD

PROPUESTA DE UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN
EFFECTIVA DE MARKETING PARA LOGRAR EL
POSICIONAMIENTO E INCREMENTAR LAS VENTAS DE LA
ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES “FULL MARKET”- LINCE,
2015

Para optar el título profesional de Licenciada en
Administración y Negocios Internacionales

AUTORAS

Br. Cárcamo Mayorga, Jessica Amanda

Br. Gálvez Barreto, Deysi

ASESOR

Mg. Muro Doig, Oscar

LIMA - PERÚ
2015

Resumen

En el presente trabajo de investigación se presenta una “Propuesta de una campaña de comunicación efectiva de marketing para lograr el posicionamiento e incrementar las ventas de la asociación de comerciantes “Full Market”- Lince, 2015”, es así que se plantea la implementación de un logo comercial, vallas publicitarias, banners, letrero luminoso, elaboración de revistas, incursión en las redes sociales, como Facebook, el cual en el corto plazo ha conseguido en promedio 500 likes, asimismo se implementó la página web y correo electrónico que a la fecha está permitiendo remitir promociones a los lugareños.

La investigación realizada es de tipo proyectiva que busca una respuesta a un problema a partir de un proceso, es así que se plantea la campaña de comunicación efectiva, por lo tanto se ha realizado bajo los lineamientos de la investigación holística, porque se utilizan diversos instrumentos de análisis que amplían los criterios para indicar su aplicación y el diseño es no experimental porque no se manipularon las categorías.

Para realizar el cálculo de la muestra se va hacer uso del Muestreo aleatorio simple, en base a los visitantes de la galería en sus tres turnos. A su vez se utilizó la encuesta como instrumento de recolección de información y la entrevista a profundidad.

Los resultados de dicha recolección permitieron plantear el desarrollo de una campaña de comunicación de Marketing, con el objetivo de posicionar la galería en el mercado local, asimismo fidelizar al cliente del distrito de Lince y por ende incrementar las ventas y que la galería pueda crecer y desarrollarse.

Palabras claves: Administración deficiente, competencia, atención de calidad, plan estratégico, medios de comunicación, marketing y posicionamiento.