

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y LA
GESTIÓN DE VENTAS DE LOS PRODUCTOS DE
ARTESANIA DEL PENAL DE CAJAMARCA, 2019”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración

Autores:

Karen Vanessa Torres Farro

Rocio Garay Vasquez

Asesor:

Mg. Cristhian Paúl Céspedes Ortiz

<https://orcid.org/0000-0002-0422-6037>

Cajamarca - Perú

2023

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	JHAQUELIN MARELI MENDOZA CASTAÑEDA	47672797
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	ALEX MIGUEL HERNANDEZ TORRES	26697122
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	SARAI SAMAN CHINGAY	45650843
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

“ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y LA GESTIÓN DE VENTAS DE LOS PRODUCTOS DE ARTESANIA DEL PENAL DE CAJAMARCA, 2019”

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	3%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.utc.edu.ec Fuente de Internet	1%
5	repositorio.unesum.edu.ec Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	1%
7	Submitted to Universidad de Ciencias y Humanidades Trabajo del estudiante	1%
8	dominiodelasciencias.com Fuente de Internet	1%

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad problemática	11
1.2. Formulación del problema	31
1.2.1. Problemas Específicos	31
1.3. Objetivos	32
1.3.1. Objetivo general	32
1.3.2. Objetivos específicos	32
1.4. Hipótesis	33
1.4.1. Hipótesis general	33
1.4.2. Hipótesis Específicas:	33
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	34
CAPÍTULO III: RESULTADOS	43
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	52
REFERENCIAS	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Distribución de internos que laboran en los talleres de producción del Penal de Cajamarca:.....	36
Tabla 2 confiabilidad del “cuestionario de estrategias de comercialización”	40
Tabla 3 Validez mediante V de Aiken del “cuestionario de estrategias de comercialización”	40
Tabla 4 Confiabilidad del “cuestionario de gestión de ventas”	41
Tabla 5 Validez V de Aiken del “cuestionario de gestión de ventas”	41
Tabla 6 Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov.....	43
Tabla 7 Relación entre las estrategias de comercialización y la gestión de ventas de los productos de artesanía elaborados en el Establecimiento Penitenciario de Cajamarca.....	44
Tabla 8 Nivel de aplicación de estrategias de comercialización de productos artesanales elaborados en el Establecimiento Penitenciario de Cajamarca.	45
Tabla 9 Nivel de gestión de ventas de productos artesanales elaborados en el Establecimiento Penitenciario de Cajamarca.	46
Tabla 10 Relación entre el producto y la gestión de ventas de los productos de artesanía del establecimiento Penal de Cajamarca.	47
Tabla 11 Relación entre el precio y la gestión de ventas de los productos de artesanía del establecimiento Penal de Cajamarca, 2019.	48
Tabla 12 Relación entre la plaza y la gestión de ventas de los productos de artesanía del establecimiento Penal de Cajamarca, 2019.	49
Tabla 13 Relación entre la promoción y la gestión de ventas de los productos de artesanía del establecimiento Penal de Cajamarca, 2019.	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Diagrama diseño de investigación.....	45
Figura 2 Nivel de aplicación de estrategias de comercialización de productos artesanales elaborados en el Establecimiento Penitenciario de Cajamarca.	45
Figura 3 Nivel de gestión de ventas de productos artesanales elaborados en el Establecimiento Penitenciario de Cajamarca.	46

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la relación entre las estrategias de comercialización y la gestión de ventas de los productos de artesanía elaborados en el Establecimiento Penitenciario de Cajamarca; en un determinado espacio y tiempo, motivado por las limitadas ventas que se realizan. La investigación se sustenta en los autores Asencio, Herrera y De Jaime que comentan que las estrategias de comercialización al ser gestionadas de la manera más óptima van a repercutir exitosamente en las ventas de una empresa, permitiéndole alcanzar sus metas y posicionarse en el mercado. Para este estudio se ha realizado un diagnóstico situacional y documental siendo una investigación transversal, de enfoque cuantitativo, no experimental; la muestra fue de 53 individuos, cuya selección se utilizó la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia; facilitándoles dos cuestionarios con 38 preguntas en total y así medir la variable estrategias de comercialización con sus respectivas cuatro dimensiones: producto, precio, plaza y promoción. Para medir las dos variables se tomó como referencia la escala de Likert. Se concluyó que, las estrategias de comercialización se relacionan directa y significativamente en la gestión de ventas de los productos de artesanía del Penal de Cajamarca, 2019.

PALABRAS CLAVES: Estrategias de comercialización, Gestión de Ventas, Productos de Artesanía.

NOTA

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto**, por determinación de los propios autores amparados en el Texto Integrado del Reglamento RENATI, artículo 12.

- Álvarez Rojas, D., & Micahán Ruíz, J. (2018). El trabajo penitenciario en Colombia y su impacto en la El trabajo penitenciario en Colombia y su impacto en la reinserción social y laboral reinserción social y laboral. *El trabajo penitenciario en Colombia y su impacto en la El trabajo penitenciario en Colombia y su impacto en la reinserción social y laboral reinserción social y laboral*. Universidad de La Salle Universidad de La Salle., Bogotá.
- Andina. (29 de abril de 2022). Artesanos lograron compromisos de ventas por más de S/ 1 millón en rueda de negocios. *Andina Agencia Peruana de Noticias*. <https://andina.pe/agencia/noticia-artesanos-lograron-compromisos-ventas-mas-s-1-millon-rueda-negocios-891082.aspx>
- Archila Dávila, B. (2020.). El trabajo penitenciario en colombia. desarrollo jurisprudencial de la corte constitucional sobre el derecho al trabajo penitenciario desde 1992 hasta el 2020. *el trabajo penitenciario en colombia. desarrollo jurisprudencial de la corte constitucional sobre el derecho al trabajo penitenciario desde 1992 hasta el 2020*. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano., Bogotá.
- Banco Mundial. (05 de Octubre de 2023). *Banco Mundial ORG*. <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
- Barreto Aray, E., Vélez Párraga, L., Palma Gonzabay, G., & Galarza Santana, L. (2022). Análisis de las estrategias de comercialización y su incidencia en el desarrollo financiero del negocio “GYC” de la parroquia Riochico, periodo 2021. *Revista Científica Dominio de las Ciencias.*, 8(2), 740-753. <https://doi.org/10.23857/dc.v8i2.2781>
- Barrios, E. (2017). *Ciclo de Vida de un Producto y sus estrategias relacionadas*. Ed. UNPA. <https://unblogdemarketing.files.wordpress.com/2018/04/ciclo-de-vida-del-producto.pdf>
- Bauce, G., Córdova, M., & Ávila, A. (2018). Operacionalización de variables. *Revista del Instituto Nacional de Higiene “Rafael Rangel”*, 43-50.

- Benavides, L., & Redondo, A. (2021). Estrategias de comercialización para el sector artesanal colombiano en mercados internacionales. *Habitus Semilleros de Investigación.*, 1(1), 3. <https://doi.org/10.19053/22158391.11899>
- BUSINESS, E. (25 de Octubre de 2019). Diagrama de dispersión: ¿cómo usar esta herramienta de control de calidad? *Esan Business - Conexión Esan.*
- Carbache Mora, C. A., Herrera Bartolomé, C., & Talledo Delgado, L. K. (2020). Estrategias de marketing para fortalecer la imagen de servicio de los helados artesanales del "Charra" en Bahía de Caráquez. *Uisrael Revista Científica*, 7(2), 125-145. <https://doi.org/10.35290/rcui.v7n2.2020.277>
- Chicaiza Ponce, X., & Torres Pereira, G. (2021). Modelo de trabajo penitenciario en empresas externas para personas privadas de libertad del Centro de Rehabilitación Social Azogues, a través de un sistema de gestión por procesos. *Modelo de trabajo penitenciario en empresas externas para personas privadas de libertad del Centro de Rehabilitación Social Azogues, a través de un sistema de gestión por procesos.* Universidad Técnica Particular De Loja., Loja.
- Chinchay Villarreyes, S. S., Reyes Vidal, M. A., Mogollón Taboada, M. M., & Seminario Sanz, R. S. (2020). Estrategias de promoción del patrimonio natural en el desarrollo del turismo en Perú. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 25(92), 1547-1558.
- Dávila Narváez, H., Palacios Bauz, I., Peña Rivas, H. C., & Valencia Medranda, J. A. (2019). Trade marketing como estrategia de posicionamiento empresarial. *Revista de Ciencias Sociales.*, 25(1), 130-145.
- Díaz Duque, P., Salazar Duque, D., & Vernaza Jarrín, D. (2019). Factores de éxito en la gestión de ventas aplicados a establecimientos gastronómicos. *DESCUBRE Comercialización, Investigación y Negocio.*, 1(14), 5-17. <https://doi.org/10.36779/mktdescubre.v14.338>
- Echeverría Ríos, O., Martínez Hernández, M., & López Hernández, I. (2021). Precio en mercadotecnia: Una revisión bibliográfica desde la percepción en Latinoamérica. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Infomática*, 10(29), 5-10. <https://doi.org/10.36677/recai.v10i29>

- Esan. (31 de mayo de 2016). *Esan Conexión*. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/las-tecnicas-de-promocion-de-ventas-mas-eficaces>
- ESAN. (30 de marzo de 2017). *ESAN Conexión*. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/la-importancia-de-contar-con-una-estrategia-de-producto>
- Feijoo Jaramillo, I., Guerrero Jirón, J., & García Regalado, J. (2017). *Marketing Aplicado en el Sector Empresarial*. UTMACH.
- Gestión Perú. (27 de Junio de 2017). *Gestión Perú*. Gestión: <https://gestion.pe/economia/adex-peru-exportaria-us-200-millones-artesantias-2021-138187-noticia/>
- Gestión. (27 de junio de 2017). Adex: Perú exportaría US\$ 200 millones en artesanías al 2021. *Diario Gestión*. <https://gestion.pe/economia/adex-peru-exportaria-us-200-millones-artesantias-2021-138187-noticia/?ref=gesr>
- Gonzaga Añazco, S., Alaña Castillo, T., & Yáñez Sarmiento, M. (2018). Estrategias para la fijación de precios de productos de consumo masivo en la provincia de El Oro. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos.*, 10(2), 221-227. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/857/949>
- Guerrero Jirón, J. R., López Feijóo, M. A., & Espinosa Galarza, M. O. (2023). Impacto del marketing mix 4.0 en los proyectos de emprendimiento en el sector empresarial. *Polo del Conocimiento.*, 8(8), 890-918. <https://doi.org/10.23857/pc.v8i8>
- Herrera Vargas, D. (2019). *Estrategias De Marketing Para Mejorar El Nivel De Posicionamiento De Centro Ferretero Herrera Vargas En San Miguel De Los Bancos*. Universidad Tecnológica Israel, Quito, Ecuador.
- Huisa Cutipa, R. (2021). *marketing digital y decisión de compra de los consumidores de la gastronomía marina, distrito de tacna, 2019*. universidad privada de tacna, Tacna.
- Meza Andrade, J. R., & Carvajal Zambrano, G. V. (2023). Estrategias de promoción para fomentar turismo rural en la parroquia San Isidro. *Revista de Ciencias Holguín.*, 29(2), 1-5.
- Moreno Ponce, M. R., Claudio Vera, N. A., & Figueroa Endara, D. M. (2022). Estrategias de marketing y su incidencia en las ventas de la Asociación de Agricultores 11 de

- octubre, Parroquia El Anegado. *Revista de Ciencias Económicas y Empresariales.*, 8(2), 562-587.
- Naghi Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la Investigación - Segunda Edición.* Limusa Noriega Editores.
- Ortega, G. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Selva Andina Research Society.*, 155-156.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Revista International Journal of Morphology.*, 35(1), 227-232.
- Pereira Salazar, V., & Sánchez Figari, N. (2018). *Caracterización de oferta y demanda de los servicios para canes en consultorios y clínicas veterinarias del distrito de Santiago de Surco en el 2018.* Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas, Lima.
- Pérez Quintana, M., & Enriquez, M. (2020). Perspectiva de consumo y marketing mix para una infusión de ortiga con naranja en Pastaza. *ECA Sinergia.*, 11(2), 34-46. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i2.2172
- Pilligua Macias, L. (2019). Fortalecimiento para los productos artesanales elaborados en el centro de personas privadas de la libertad y su comercialización en el cantón jipijapa. *fortalecimiento para los productos artesanales elaborados en el centro de personas privadas de la libertad y su comercialización en el cantón Jipijapa.* Universidad estatal del sur de Manabí, Manabí.
- Piminchumo Méndez, J. (2017.). Demanda Potencial de Artesanía elaborada por los internos del Penal el Milagro en el mercado estadounidense. Trujillo 2017. *Demanda Potencial de Artesanía elaborada por los internos del Penal el Milagro en el mercado estadounidense. Trujillo 2017.* Universidad César Vallejo., Trujillo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11677/piminchumo_mj.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quiñones Seguil, Z. (2017). Plan de Marketing para la participación de una Asociación de Artesanos Nacionales en Ferias Internacionales, 2016. *Plan de Marketing para la participación de una Asociación de Artesanos Nacionales en Ferias Internacionales, 2016.* Universidad Privada Norbert Wiener., Lima.

- Raffo López, L., & Hernández García, E. (2021). Comercio internacional, prosperidad y desigualdad en la globalización. *Apuntes del CENES*, 135.
- Ramos Oyola, N., & Neri Ayala, A. (2022). Las 4 ces del marketing y su relación con el posicionamiento de marca. *TeloS*, 24(2), 384-393. <https://doi.org/10.36390/telos242.11>
- Rituay Yoplac, R., Reyna Marín, Y., & Torrejon Llaja, J. (2020). Estrategias de comercialización para mejorar la cadena de valor de la artesanía en la Región Amazonas, 2019. *Revista de Investigación Científica UNTRM: Ciencias Naturales e Ingeniería.*, 3(1), 47-51. <https://doi.org/10.25127/ucni.v3i1.592>
- Rojas Quijano, Z. (2017). *"la gestión de ventas y la rentabilidad"*. Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima.
- Sánchez Medina, R., & De la Nuez Hernández, D. (2020). Formulación de la estrategia de comercialización en la Distribuidora Cuba Ron. *Revista Avances.*, 22(3), 452-468.
- Sánchez Sisa, C. (s.f.). "El proceso de comercialización de productos artesanales y la permanencia en el mercado de la asociación de artesanos productores en arte y artesanías" . *"el proceso de comercialización de productos artesanales y la permanencia en el mercado de la asociación de artesanos productores en arte y artesanías"* . Universidad Técnica del Norte., Ibarra.
- Soledispa Rodríguez, X., Vásquez Chancay, C., & Chilán Regalado, M. (2021). La comercialización de artesanías como un medio de generación de ingresos: caso comerciantes de la parroquia la pila del cantón montecristi. *Revista Publicando.*, 8(31), 339. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2254>
- Suárez Blanco, M. M. (2021). Pasos para poder llevar a cabo una estrategia de marketing digital en una empresa. *Revista de Comunicación y Cultura.*, 1(4), 85-97. <https://doi.org/https://doi.org/10.32719/26312514.2021.4.12>
- Terán Guerrero, F., & García Paredes, N. (2020). Estrategias para el incremento de ventas: caso de estudio microempresa Mundo de Ensueños. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración Enfoques.*, 4(16), 248-260. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i16.97>

- Urpeque Carhuatanta, S. (2018). *Identificación de beneficios empresariales en la implementación de las cárceles productivas y su incidencia en el tratamiento penitenciario (chiclayo, 2017-2018)*. Universidad César Vallejo., Chiclayo, Perú.
- Viteri Luque, F., Herrera Lozano, L., & Bazurto Quiroz, F. (2017). Las Tendencias del Marketing: Cuales son y definiciones. *RECIMUNDO*, 1(5), 977. <https://doi.org/10.26820/recimundo/1.5.2017.974-988>
- Yépez Galarza, G., Quimis Izquierdo, N., & Sumba Bustamante, R. (2021). El marketing mix como estrategia de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas. *Polo del Conocimiento*, 6(3), 2045-2069. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2492>
- Yiming, D. (2017). "La responsabilidad social empresarial en la gestión de las empresas mineras en el Perú". Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima.
- Zamarreño Aramendia, G. (2020). *Fundamentos de Marketing*. Elearning, S.L.