

**UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA**

**ESCUELA DE POSGRADO**



**CREACIÓN DEL ÁREA DE MARKETING Y COMUNICACIONES  
PARA LA CONSTRUCTORA T&T ARQUITECTOS SAC**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN  
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL**

**PRESENTADO POR BACHILLER  
MARITA MURIEL PRIVAT TUEROS**

**LIMA – PERÚ**

**2022**

## RESUMEN

**Objetivo:** analizar si la inexistencia del área de comunicaciones y *marketing* afecta la expansión de la empresa constructora T&T Arquitectos SAC. **Materiales y métodos:** investigación básica, descriptivo explicativo, sobre una población de 20 colaboradores administrativos de la constructora T&T Arquitectos SAC. **Resultados:** los resultados obtenidos demuestran que la constructora no cuenta con un área encargada para alcanzar metas esenciales, no cuentan con un plan de *marketing* actualizado constantemente, no invierte en publicidad pagada ni tiene plataformas digitales renovadas que puedan fomentar una vía directa con los clientes potenciales. **Conclusión:** el estudio demostró que esta empresa constructora T&T Arquitectos debe contar con un área que publicite, promocióne y llegue al público, a través de publicidades y planes estratégicos solo así fomentara que existan cifras más positivas para el área de ventas y pueda llegar a más clientes. Deben definir su público objetivo para fomentar una relación duradera, saber que ofrecer o como mejorar. Así mismo el factor de comportamiento de su público es fundamental para saber qué servicios son de su interés y cuáles son sus necesidades, tomar esta información como una ventaja para ofrecer un servicio que el público espera y poder influir.

**Palabras clave:** Plataformas digitales, planes estratégicos, plan de *marketing*