



FACULTAD DE INGENIERÍA

Carrera de Ingeniería Empresarial

“MODELO DE GESTIÓN DE MERCHANDISING PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AVÍCOLAS DE LA
EMPRESA REDONDOS S.A. EN TRUJILLO - 2017”

Tesis para optar el título profesional de:

Ingeniera Empresarial

Autor:

Br. Isabella Robles Castro

Asesor:

Mg. Juan Miguel Deza Castillo

Trujillo - Perú

2018

ÍNDICE

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	2
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. Realidad problemática	11
1.2. Objetivos	42
1.3. Justificación.....	43
1.4. Limitaciones	43
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	44
1.5. Tipo de investigación	44
1.6. Variables	44
1.7. Materiales, instrumentos y métodos	45
1.8. Procedimiento	50
CAPÍTULO III. RESULTADOS	51
1.1. Marketing Analítico.....	53
1.2. Marketing Estratégico	91
1.3. Marketing Ooperativo.....	103
1.4. Conocimiento	134
1.5. Análisis Económico.....	136
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	141
1.1. Discusión	141
1.2. Conclusiones.....	142
REFERENCIAS.....	144
ANEXOS	150

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resumen de Mystery Shopper.....	54
Tabla 2: Consumo de productos a base de pollo.....	55
Tabla 3: Distrito de Residencia	56
Tabla 4: Razones de consumo.....	57
Tabla 5: Disposición de consumo de productos a base de pollo	58
Tabla 6: Lugar usual de compra.....	59
Tabla 7: Frecuencia de Compra.....	60
Tabla 8: Cantidad de kilos por compra	61
Tabla 9: Condiciones de consumo	62
Tabla 10: Preferencia de productos	63
Tabla 11: Conocimiento de la marca Redondos	64
Tabla 12: Consumo de productos Redondos.....	65
Tabla 13: Calidad de productos Redondos	66
Tabla 14: Disponibilidad de productos Redondos.....	67
Tabla 15: Opinión sobre un punto de venta Redondos	68
Tabla 16: Disposición de consumo según distrito de residencia	69
Tabla 17: Razones de consumo según frecuencia	70
Tabla 18: Frecuencia de compra según establecimiento	71
Tabla 19: Opinión sobre un punto de venta Redondos según frecuencia de compra.....	72
Tabla 20:Lugar usual de compra según distrito de Residencia	73
Tabla 21: Conocimiento de la marca Redondos según lugar de compra	74
Tabla 22: Consumo de productos Redondos según conocimiento de la marca.	74
Tabla 23: Percepción de la calidad de productos Redondos.....	75
Tabla 24: Línea de producto de Pollo.	79
Tabla 25: Línea de productos preparados	79
Tabla 26: Línea de productos empanizados	80
Tabla 27: Matriz de Perfil Competitivo	85
Tabla 28: Matriz PESTEL.....	87
Tabla 29: Matriz EFE.....	88
Tabla 30: Matriz EFI	89
Tabla 31: Factores Matriz PEYEA Redondos	98
Tabla 32: Fuerzas de Matriz PEYEA	99
Tabla 33: Cuadro de Matriz PEYEA.....	99
Tabla 34: Matriz MCPE	101
Tabla 35: Tipos de Incentivo promocional	103
Tabla 36: Localización de promociones.....	103
Tabla 37: Medios de publicidad promocional.....	105
Tabla 38: Características del surtido.....	107
Tabla 39: Ejemplos de implantación del surtido.....	111
Tabla 40: Actividades de posicionamiento	112
Tabla 41: Merchandising antes de la compra	113
Tabla 42: Merchandising durante la compra	114
Tabla 43:Merchandising después de la compra	116
Tabla 44: Ratios de control de merchandising	116
Tabla 45Elementos de merchandising:.....	119
Tabla 46: Localización de punto de Ventas	129
Tabla 47: Actividades de Fuerza de ventas	131
Tabla 48: Presentación de la fuerza de ventas.....	132
Tabla 49: Estrategia de Precios	133
Tabla 50: Inversión Total del proyecto	136
Tabla 51: Estado de ganancias y pérdidas proyectado	138
Tabla 52: Flujo de caja proyectado	139

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Modelo de Excelencia en los Negocios de Singapur.....	19
Figura 2: Fases del Marketing.....	19
Figura 3: 4 C's del consumidor. Fuente: "Brainketing".....	20
Figura 4: Componentes del Merchandising Visual.....	21
Figura 5: Componentes del Merchandising de gestión.....	22
Figura 6: Distribución de establecimiento.....	23
Figura 7: Distribución de pasillo en el punto de venta.....	24
Figura 8: Muebles expositores en zona externa.....	25
Figura 9: Distribución de góndola.....	26
Figura 10: Efecto del ritmo de la música en consumidores.....	27
Figura 11: Función de la fachada.....	28
Figura 12: Funciones de percepción de fachada.....	28
Figura 13: Modelo de gestión de Merchandising.....	31
Figura 14: Momentos de la Compra.....	32
Figura 15: Modelo de Negocio de Gran Consumo.....	34
Figura 16: Aplicación del Geo Marketing.....	37
Figura 17: Modelo de comportamiento del consumidor.....	40
Figura 18: Modelo de gestión de Merchandising.....	52
Figura 19: Beneficios de productos Redondos.....	78
Figura 20: Situación actual de productos Redondos.....	80
Figura 21: Matriz Amofhit.....	81
Figura 22: Cinco Fuerzas de Porter aplicado a Redondos.....	83
Figura 23: Tipos de competidores de Redondos.....	86
Figura 24: Segmentación.....	90
Figura 25: Mapa de procesos punto de venta Redondos.....	93
Figura 26: Cadena de Valor.....	94
Figura 27: FODA Redondos.....	97
Figura 28: Actividades de Promoción.....	104
Figura 29: Implantación del surtido.....	111
Figura 30: Layout del punto de venta.....	117
Figura 31: Layout de distribución de zonas calientes.....	118
Figura 32: Proceso de comportamiento de compra del consumidor.....	126
Figura 33: Proceso de atracción del transeúnte.....	126
Figura 34: Proceso de atracción al transeúnte.....	127
Figura 35: Proceso de adquisición de mercadería.....	128
Figura 36: Características de la fuerza de ventas.....	130
Figura 37: Mapa Estratégico.....	134

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo elaborar un modelo de Gestión de Merchandising para la comercialización de productos avícolas de la empresa Redondos S.A. en la ciudad de Trujillo a través de un punto de venta especializado.

El proyecto abarca el análisis de la situación actual tanto de la empresa como del sector en el que se desarrolla en la ciudad de Trujillo, el diseño del modelo de gestión de merchandising para la empresa Redondos, diseño del layout del punto de venta y análisis económico del punto de venta.

Para el desarrollo de la investigación se aplican las técnicas de recolección de datos como observación, entrevistas de profundidad, análisis documental y encuestas. El modelo de gestión propuesto, divide la gestión de merchandising en cuatro etapas. Marketing analítico, Marketing estratégico, Marketing operativo y Conocimiento.

Para terminar, se demuestra la viabilidad económica del punto de venta de Redondos en Trujillo a través de los resultados de la elaboración de proyecciones de estados de resultados y flujo de caja a cinco años, obteniendo un VAN de S/. 30,602.65, un TIR de 17% y según el análisis PRI la inversión se recuperaría en 2 años y cinco meses.

Palabras clave: Merchandising; Comercialización, Productos Avícolas.

ABSTRACT

The objective of this project is to develop a Merchandising Management model for the commercialization of poultry products of the company Redondos S.A. in the city of Trujillo through a specialized point of sale.

The project covers the analysis of the current situation of both the company and the industry in which it takes place, the city of Trujillo, the design of the merchandising management model for the company Redondos, a layout design of the point of sale and an economic evaluation to show the viability of the model.

For the development of the research, data collection techniques such as observation, depth interviews, documentary analysis and surveys were applied. The proposed management model divides the merchandising management into four stages. Analytical Marketing, Strategic Marketing, Operational Marketing and Knowledge.

Finally, the economic viability of the Redondos point of sale in Trujillo is demonstrated through the results of the projected income statements and five-year cash flow, obtaining a NPV of S/. 30,602.65, an IRR of 17% and according to the PRI analysis the investment would recover in 2 years and five months.

Palabras clave: Merchandising; Comercialization, Poultry Products.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

- Acurra, A y Cotrina, H. (2016). *Diseño de una cadena de suministros para los productores de cuy del valle Condebamba - Cajabamba, para incrementar su nivel de competitividad*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte, Cajamarca, Perú.
- Alvarez, G. Almaraz, G (2014). *Panorama de la Industria Avícola Mundial*. México: *BMEditores*. [En línea] Recuperado el 29/04/2017 de <http://bmeditores.mx/panorama-de-la-industria-avicola-a-nivel-mundial/>.
- Alvarado, L. (2013). *Brainketing*. 1º Edición. Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Aponte, B; Gonzáles, A & Gonzáles A. (2013). Fases de la cadena de suministros de empresas avícolas. [En línea] Recuperado el 29/04/2017 de Venezuela: Revista Venezolana de Gerencia. [En línea] Recuperado el 29/04/2017 de <http://200.74.222.178/index.php/rvg/article/view/11171/11161>
- Arbaiza, L. (2016). *La administración y organización de las empresas*. Perú: Conexión Esan. [En Línea] Recuperado el 24/08/2017 de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2016/05/03/la-administracion-y-organizacion-en-las-empresas/>
- Barrantes, I & Lopez, K. (2013). *“Estudio de prefactibilidad para la implementación de una empresa para la producción y comercialización de fresa hidropónica en la ciudad de Trujillo”*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte, Trujillo – Perú.
- Bort, M. (2004). *Merchandising*. 1º Edición. España: Editorial ESIC.
- Cabel, D. & Sánchez, R. (2013). *“Estudio de pre factibilidad para la implementación de una planta de producción y comercialización de trucha ahumada en la ciudad de Trujillo”*, Universidad Privada del Norte, Trujillo – Perú.
- Chopra, S; Meindl, P. (2008). *Administración de la cadena de suministro*. 3era Edición. México: Pearson Educación.
- D'Alessio, F. (2004) *Administración y dirección de la producción: enfoque estratégico y de calidad*. 2da Edición. México: Pearson Educación.

- D'Alessio, F. (2016) *Administración y dirección de la producción: un enfoque de gerencia*. 3ra Edición. Perú: Pearson Educación.
- Díaz, J. (2015). *7 Elementos clave en la logística de una empresa*. [En línea] Recuperado el 18/15/2017 de Perú: Negocios y Emprendimiento. <http://www.negociosyemprendimiento.org/2013/03/elementos-clave-logistica-de-una-empresa.html>
- Guerrero, D. (2012). "Factores clave de éxito en el negocio del retail". [En línea] Recuperado el 23/06/2017 de México: Universidad Autónoma del Estado de México: <http://www.redalyc.org/html/3374/337428496010/>
- GestioPolis.com Experto. (2001, Marzo 16). *¿Qué es gestión comercial?* [En línea] Recuperado el 16/15/2017 de <https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>
- Calidad & Gestión. (2010). *Ciclo PDCA: Estrategias para la mejora continua*. [En línea]. Recuperado el 1/09/2017 de; http://www.calidad-gestion.com.ar/boletin/58_ciclo_pdca_estrategia_para_mejora_continua.html
- Fernández, A. (2004). *Investigación y Técnicas de Mercado*. 2da Edición. España: Editorial ESIC.
- Gestión. (2014). El pollo representa el 53% del consumo total de carnes en el Perú. [En línea] Recuperado el 29/04/2017 de Perú: Gestión. <http://gestion.pe/economia/pollo-representa-53-consumo-total-carnes-peru-2102934>
- Gordillo, A & Lopez, M. (2014). "Análisis descriptivo de las estrategias de visual merchandising implementadas por Croquet en las tiendas de la ciudad de Cali en el año 2014" (Licenciatura en comunicación publicitaria). Universidad Autónoma De Occidente, Cali- Colombia.
- Gianella, A. (2013). *Merchandising Visual: Amor a primera vista*. 1° Edición. Colombia: Editorial Ediciones de la U.
- Gómez, M & González, M. (2015). *Dinamización del punto de venta*. 1° Edición. España: Editorial Paraninfo.
- Herrera, C. (2016). *El Visual Merchandising como estrategia de posicionamiento de la marca BOHO en la ciudad de Ambato*. (Título de Ingeniero en Marketing y gestión de negocios). Universidad Técnica de Ambato

Herrera, R & Zavaleta, J. (2015). *“Viabilidad económica y financiera del establecimiento de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de conserva de mango con aguaymanto en almíbar en la ciudad de Cajamarca para el año del 2015”*, (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte, Cajamarca – Perú.

Huamaní, D & Bautista, H. (2009). *“Estrategias de comercialización del Sacha Inchi”*. [En línea] Recuperado el 23/06/2017 de Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/8909/7738>

IsoTools Excellence. (2015). *Modelos de Excelencia en Latinoamérica*. [En línea]. Recuperado el 1/09/2017 de: https://www.isotools.org/pdfs-pro/Ebook_Modelos_Excelencia_Latinoamerica.pdf?utm_campaign=%5BIC%5D+Procesos&utm_source=hs_automation&utm_medium=email&utm_content=18075885&hsenc=p2ANqtz-89_S21R7Twc-YKmUV6-EvIAOGppkOYAR8UmuYHDtP_5YBsOsM8vh2XUSQ8Kt52ulKLx91m3EVh

Juan Vigaray, M. (2005). *Comercialización y Retailing: Distribución comercial aplicada*. 1º Edición. España: Pearson Editorial

Khandai, S; Agrawal, B & Gulla, A. (2012). *“Visual merchandising as an antecedent to impulse buying: an indian perspective”* (Estudio para la International Journal of Business and Management Studies). Nueva Delhi, India.

Kotler, P. & Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing*. 15º Edición. México: Pearson Educación.

Lema, E. (2015). *“Plan de merchandising farmacéutico para incrementar las ventas en la farmacia L&J ubicada en el sector de Zabala dmq 2015-1016”*. (Técnico en Administración Farmacéutica). Instituto Tecnológico Cordillera.

2016). La Libertad produce el 24% del pollo que se produce a nivel nacional. [En línea] Recuperado el 29/04/2017 de Perú: Trujillo informa. <http://trujilloinforma.pe/2016/07/la-libertad-produce-el-24-del-pollo-que-se-produce-a-nivel-nacional/>

Lamb, Charles; Hair, Joseph y McDaniel, Carl. (2006). *Fundamentos de marketing*. 4ta Edición. España: Editorial Thomson.

- Lambin, J; Gallucci, C & Sicurello, C. (2008). *Dirección de Marketing: Gestión estratégica y operativa del mercado*. 2da Edición. México: McGraw Hill
- Lopez, M & Lobato, F. (2006). *Operaciones de Venta*. 1ra Edición. España: Thompson Paraninfo.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. 5° Edición. México: Editorial Pearson Educación.
- Mayorga, D & Araujo, P. (2013). *Marketing Estratégico en la empresa peruana*. 3ra Edición. Perú: Universidad del Pacífico.
- Mouton, D. (2003). *“Merchandising Estratégico”*. 1° Edición. España: Gestión 2000
- Montiel, E. (2011). *La avicultura en el mundo actual*. Argentina: Producción Agroindustrial del NOA. [En línea] Recuperado el 29/04/2017 de https://www.produccion.com.ar/96may_11.htm
- Morfan, T. (2013). *Visual Merchandising: Escaparates interiores comerciales*. 2° Edición. España: Editorial Gustavo Gili
- Muñoz, L. (2013). *Organizar un departamento de ventas*. Perú: Empresa editorial El Comercio S.a.
- Muñoz, R. (2010). *Marketing en el siglo XXI*. 5ta Edición. España: CEF. [En línea] Recuperado el 05/05/2017 de <http://www.marketing-xxi.com/Marketing-siglo-xxi.html>
- Murillo, W. (2009). *La Investigación Científica*. México. [En línea] Recuperado el 09/07/2018 de <http://docencia.fca.unam.mx/~mvazquez/archivos/WebquestTMCSlcientifica.pdf>
- Palomares, R. (2013). *“Marketing en el punto de venta: 100 ideas clave para vender más”*. 2da Edición. España: ESIC Editorial
- Paz, H. (2008). *Canales de distribución: Gestión comercial y logística*. 3ra Edición. Argentina: Editorial Lectorum Ugerman.
- Prieto, J. (2006). *Merchandising: La seducción en el punto de venta*. 1° Edición. Colombia: Editorial ECOE.

- Peris, M; Parra, F; Lhermie, C & Romero, M. (2008). *Distribución Comercial*. 5° Edición. España: Eeditorial ESIC.
- (2016). Producción avícola peruana cerrará 2016 con un crecimiento de 6%. [En línea] Recuperado el 19/16/2017 de Perú: Gestión. <http://gestion.pe/economia/produccion-avicola-peruana-cerrara-2016-crecimiento-6-2173665>
- Rodríguez, G. (2012). *“Diseño de una cadena de suministro para la exportación de artesanía textil de Cajamarca”*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte, Cajamarca, Perú.
- Ramírez, C & Sandoval, L. (2016). *Modelo conceptual para determinar el impacto del merchandising visual en la toma de decisiones de compra en el punto de venta*. (Investigación académica). Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia.
- Sagástegui, C & Saldaña, J. (2016). *Diagnóstico de la gestión Empresarial durante el año 2016, del restaurante Sal y Pimienta , de Trujillo, basado en el modelo nacional para la competitividad.”* (Tesis de Licenciatura en Administración). Universidad Privada del Norte - Trujillo, Perú
- Salas, B. *El shopper peruano compra alrededor de 300 veces al año en más de siete canales de retail*. (2015). Perú: Gestión. [En línea]. Recuperado el 1/09/2017 de: <http://gestion.pe/economia/shopper-peruano-compra-alrededor-300-veces-al-ano-mas-siete-canales-retail-2143994>
- Sainz, A. (2009). *Marketing Estratégico y Operativo*. [En línea]. Recuperado el 14/09/2017 de Universidad Complutense de Madrid. http://ocw.upm.es/teoria-de-la-senal-y-comunicaciones-1/sistemas-de-telecomunicacion-2011/Contenidos/Material_de_clase/t.8/consulta/Marketing_Estrategico_y_Operativo.pdf
- Sanca, M (2011). Tipos de Investigación científica. Bolivia: Revista de Actualización Clínica. [En línea]. Recuperado el 09/07/2018 de http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/raci/v12/v12_a11.pdf
- Stanton, J; Etzel, J & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. 14° Edición. México: McGraw Hil.

Stern, L; El-Ansary, A; Coughlan, A.; Cruz, I. *Canales de Comercialización*. 5ta Edición.
España: Prentice Hall

(2016). Tendencias avícolas mundiales 2016: Crece el consumo de pollo en América. [En Línea]. Recuperado el 10/07/2017 de EE.UU: 5m El sitio avícola. <http://www.elsitioavicola.com/articulos/2871/tendencias-avacolas-mundiales-2016-crece-el-consumo-de-pollo-en-amarica/>

Thompson, A; Peteraf, M; Gamble, J & Strinckland III, A. (2012). *Administración Estratégica*. 18° Edición. Editorial McGraw Hill: México.

Thorton, G. Wright, C. Clements, M. (2009). Las empresas líderes de pollo en el mundo. [En línea] Recuperado el 29/04/2017 de USA: WATT Global Media. <http://www.wattagnet.com/articulos/4289-las-empresas-lideres-de-pollo-del-mundo>

Vinces, H. (2013). *La costa concentra el 90% de producción peruana de pollos*. [En línea] Recuperado el 18/15/2017 de Perú: Andina. <https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>

Vaca, A. (2011). *“La Técnicas de Merchandising y su incidencia en el volumen de ventas de la “Comercializadora Multisa” de Latacunga”*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Técnica de Ambato. – Ecuador.

Vom Stein, M. (2008). *La revolución del Shopsumer*. 1° Edición. España: Editorial Gestión 2000

Zorita, E. (2000). *Marketing Promocional*. 1° Edición. España: Editorial ESIC