



## FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Marketing

### “INVESTIGACIÓN DE MERCADO COMO HERRAMIENTA DE MARKETING EN EL LANZAMIENTO DE SUAN ROLLS”

Trabajo de suficiencia profesional para optar el título profesional  
de:

Licenciado en Administración y Marketing

**Autor:**

Gluberliz Fernando Acuña Espinoza

Asesor:

Mg. Willy Frans Aguilar Morante

<https://orcid.org/0000-0001-5542-1927>

Lima - Perú

2024

## INFORME DE SIMILITUD

### “INVESTIGACIÓN DE MERCADO COMO HERRAMIENTA DE MARKETING EN EL LANZAMIENTO DE SUAN ROLLS”

#### ORIGINALITY REPORT

<b>15%</b>	<b>15%</b>	<b>2%</b>	<b>6%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>aam-ar.com</b> Internet Source	<b>5%</b>
<b>2</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Universidad Privada del Norte</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Universidad Tecnológica Indoamerica</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.upn.edu.pe</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<b>repositorio.ug.edu.ec</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>www.coursehero.com</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universidad Alas Peruanas</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>

[repositorio.uta.edu.ec](http://repositorio.uta.edu.ec)

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi esposa que siempre me apoya incondicionalmente;

A mis padres quienes siempre me apoyaron y creyeron en mí;

A toda mi familia por todo el cariño y amor.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la fortaleza de no rendirme a pesar de las adversidades durante el camino.

A mi esposa, por impulsarme y apoyarme en mi crecimiento profesional.

A mis padres, por su apoyo constante e incondicional.

A mi asesor Willy Frans Aguilar Morante por su apoyo y paciencia durante este proceso de titulación.

A César Verástegui Ramos y a todos mis docentes por cultivar grandes enseñanzas y amor por el negocio.

## Tabla de contenidos

<b>INFORME DE SIMILITUD.....</b>	<b>2</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>3</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>4</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>6</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>7</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>14</b>
<b>CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA .....</b>	<b>23</b>
<b>CAPÍTULO IV. RESULTADOS .....</b>	<b>30</b>
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>46</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>53</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>55</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Matriz de selección para el lanzamiento de Suan Rolls</i> .....	33
Tabla 2 <i>Matriz de selección para la expansión de Suan Rolls.</i> .....	35
Tabla 3 <i>KPI Indicadores de productividad.</i> .....	40

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Logo Suan Rolls</i> .....	10
Figura 2 <i>Consulta ruc Suan Rolls</i> .....	10
Figura 3 <i>Ubicación geográfica Suan Rolls</i> .....	11
Figura 4 <i>Organigrama de Suan Rolls</i> .....	11
Figura 5 <i>Los primeros helados Suan Rolls.</i> .....	30
Figura 6 <i>Visitas a otros negocios del rubro.</i> .....	31
Figura 7 <i>Helados actuales de Suan Rolls</i> .....	32
Figura 8 <i>Primer punto de venta Suan Rolls</i> .....	34
Figura 9 <i>Suan Rolls en los centros comerciales.</i> .....	36
Figura 10 <i>Colaboradores Suan Rolls</i> .....	42
Figura 11 <i>Promociones Suan Rolls</i> .....	43
Figura 12 <i>Activaciones Suan Rolls</i> .....	45

## RESUMEN EJECUTIVO

Este informe de suficiencia profesional detalla la experiencia obtenida durante el lanzamiento de la empresa SUAN ROLLS. La implementación se realizó desde el principio, cubriendo aspectos fundamentales como el desarrollo del producto, la elección de los puntos de venta, la expansión en centros comerciales y el manejo de recursos humanos y marketing. Enfrenté diversos desafíos en todas las áreas debido a que no estaban previamente establecidas. Sin embargo, mediante el uso de herramientas como la investigación de mercado, matrices de selección e indicadores clave, se logró implementar con éxito todas las áreas necesarias, facilitando la expansión y el posicionamiento de SUAN ROLLS en el mercado.

Además, se aplicaron una variedad de habilidades profesionales como adaptabilidad, comunicación efectiva, creatividad y gestión del tiempo. Se emplearon estrategias de marketing para aumentar la visibilidad de SUAN ROLLS. Diversificar la oferta y expandirse a nuevos mercados fueron pasos cruciales en el crecimiento de la marca.

Fue un proyecto completo que requirió planificación cuidadosa, herramientas adecuadas y diversas habilidades profesionales. Como resultado, se logró posicionar y expandir con éxito la empresa.

**Palabras claves:** Emprendimiento, investigación de mercado, desarrollo de producto, posicionamiento de marca.

## **CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN**

### **Antecedentes**

El impacto de los negocios innovadores en el Perú es primordial para el avance económico y social, siendo actores clave en la generación de empleo y la promoción del cambio, aspectos esenciales para el crecimiento sostenible del país.

En octubre de 2021, Fernando Acuña Espinoza, puso en marcha un negocio innovador de helados al estilo tailandés, el cuál ha demostrado un rápido crecimiento; actualmente tiene 4 puntos de venta en el país, 2 en el departamento de Lima y 2 en Trujillo, empleando a más de 30 personas.

Se distingue por la experiencia que brinda a sus clientes, haciendo uso de técnicas auténticas para la preparación de sus productos, obteniendo como resultado una adecuada presentación de los helados al estilo tailandés, conjuntamente con la innovación de sabores y sus complementos, tal como los waffles; manteniéndose a la vanguardia de las tendencias culinarias y sorprendiendo a sus clientes con opciones únicas. Reconocido por su nombre comercial, a partir de ahora me referiré como “SUAN ROLLS”.

He tenido el privilegio de estar desde que se fundó la empresa, ocupando el cargo de gerente general donde una de mis funciones principales es supervisar el área comercial, cabe destacar que, para lograr la expansión y posicionamiento a corto plazo, tuve que emplear las herramientas de Marketing para el lanzamiento de SUAN ROLLS.

### Figura 1

Logo Suan Rolls



*Nota.* Elaborado y emitido por el área de Marketing, vigente el año 2024.

### Figura 2

Consulta ruc Suan Rolls

[Ver](#)

Resultado de la Búsqueda			
Número de RUC:	20609400332 - SUAN E.I.R.L.		
Tipo Contribuyente:	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA		
Nombre Comercial:	SUAN ROLLS		
Fecha de Inscripción:	20/04/2022	Fecha de Inicio de Actividades:	02/05/2022
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Domicilio Fiscal:	MZA. B LOTE. 10 APV. LAS VIÑAS DEL NORTE LIMA - LIMA - PUENTE PIEDRA		
Sistema Emisión de Comprobante:	COMPUTARIZADO	Actividad Comercio Exterior:	SINACTIVIDAD
Sistema Contabilidad:	COMPUTARIZADO		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 4721 - VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS Secundaria 1 - 1030 - ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE FRUTAS, LEGUMBRES Y HORTALIZAS Secundaria 2 - 4890 - VENTA AL POR MAYOR NO ESPECIALIZADA		
Comprobantes de Pago c/aut. de Impresión (F. 806 u 816):	GUIA DE REMISION - REMITENTE		
Sistema de Emisión Electrónica:	DESDE LOS SISTEMAS DEL CONTRIBUYENTE. AUTORIZ DESDE 01/08/2022		
Emisor electrónico desde:	01/08/2022		
Comprobantes Electrónicos:	FACTURA (desde 01/08/2022), BOLETA (desde 01/08/2022)		
Afiliado al PLE desde:	-		
Padrones:	NINGUNO		

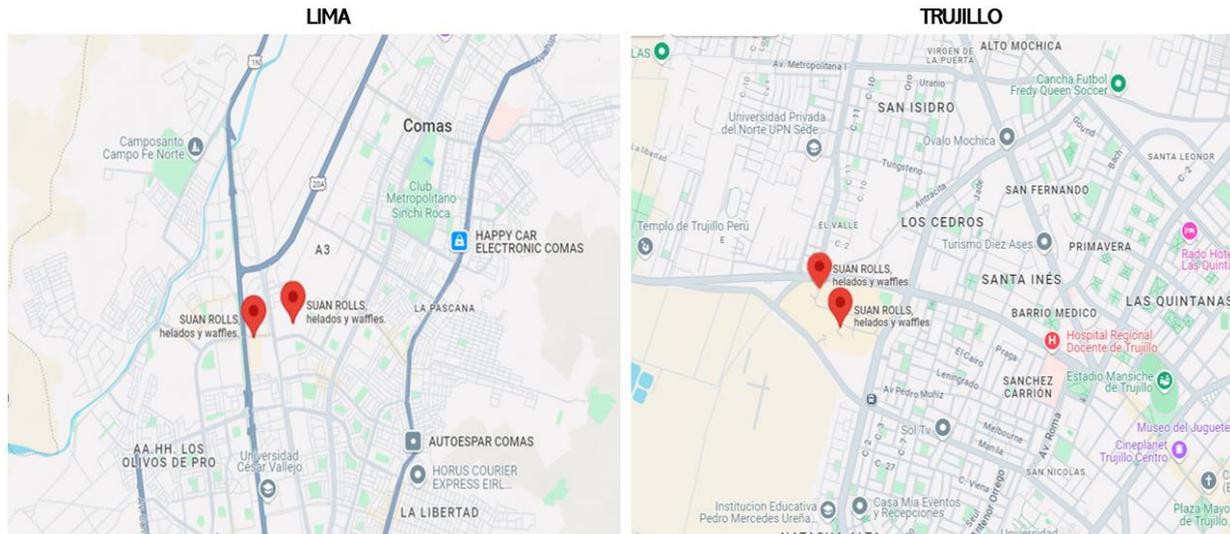
Fecha consulta: 08/04/2024 19:47

[Ver](#)

*Nota:* Screenshot de la plataforma *Sunat*.

**Figura 3**

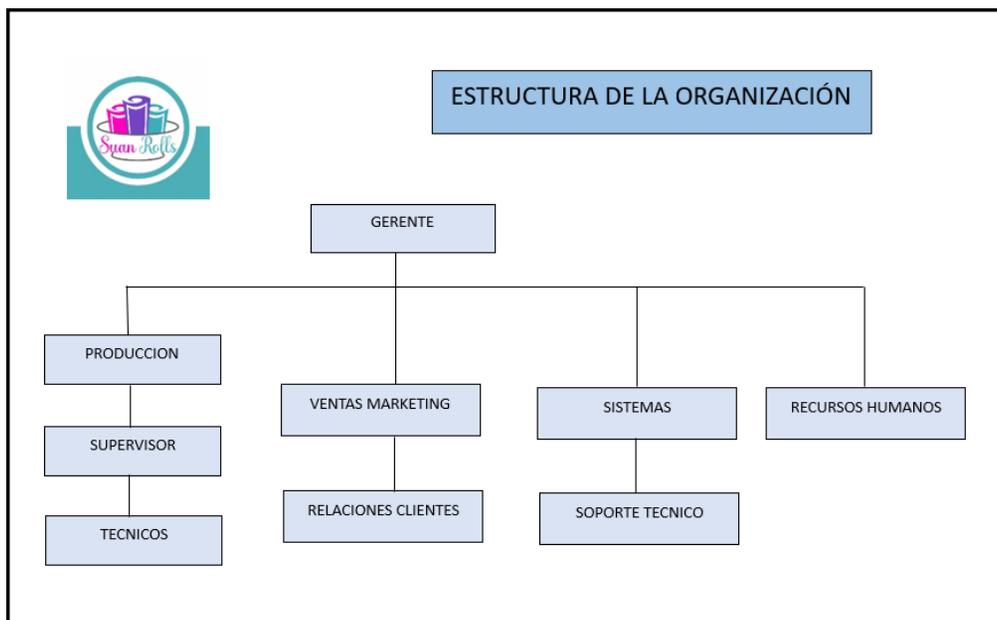
*Ubicación geográfica Suan Rolls*



*Nota: Screenshot de Google Maps.*

**Figura 4**

*Organigrama de Suan Rolls*



*Nota. Elaborado y emitido por el área de Recursos Humanos, vigente el año 2024.*

**Misión:** Ofrecer el mejor helado al estilo tailandés y waffles, con insumos exclusivos, satisfaciendo las necesidades y expectativas para los clientes internos y externos.

**Visión:** Ser líderes en el rubro de helados al estilo tailandés y waffles a nivel nacional, ofreciendo las mejores experiencias para nuestros clientes y colaboradores.

### Valores

- **Pasión por la calidad:** Nos apasiona proporcionar productos de calidad excepcional, respaldados por un compromiso inquebrantable con la autenticidad y la frescura en cada producto que creamos.
- **Compromiso con la satisfacción del cliente:** Valoramos la satisfacción y la felicidad de nuestros clientes como la medida definitiva de nuestro éxito.
- **Integridad y Transparencia:** Operamos con integridad en todas nuestras acciones y mantenemos una comunicación transparente con nuestros clientes, colaboradores y socios comerciales para construir relaciones basadas en la confianza.
- **Cultura de Colaboración:** Fomentamos un ambiente de trabajo colaborativo donde la creatividad y las ideas innovadoras fluyen libremente, promoviendo el crecimiento tanto individual como colectivo.

**Objetivos de la empresa:**

- **Excelencia en Calidad:** Nos esforzamos mantener la calidad en nuestros productos, utilizando ingredientes frescos y técnicas auténticas para garantizar una experiencia excepcional para nuestros clientes.
- **Innovación Constante:** Nos comprometemos a ser pioneros en la innovación de sabores, manteniéndonos a la vanguardia de las tendencias culinarias y sorprendiendo a nuestros clientes con opciones únicas.
- **Expansión Responsable:** Aspiramos a expandir nuestra presencia de manera sostenible, llevando la delicia de nuestros helados y waffles a nuevos mercados mientras mantenemos un enfoque responsable con el medio ambiente y las comunidades locales.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### Actividades realizadas en la empresa:

- Evaluar e identificar oportunidades nuevas de crecimiento.
- Establecer las metas y los objetivos de la organización.
- Elaborar planes y estrategias comerciales para lograr los objetivos definidos.
- Establecer y revisar presupuestos
- Administrar el reclutamiento de empleados y el desarrollo de habilidades mediante supervisión activa .
- Permanecer al día con las últimas tendencias y productos en el mercado.

### Teorías:

#### Investigación de mercado:

La importancia del uso de investigación de mercado fue crucial para el desarrollo y lanzamiento de los helados en Suan Rolls.

Según Malhotra (2008) investigación de mercados es un proceso estructurado y objetivo que tiene como objetivo identificar, recopilar, analizar, compartir y aplicar información para mejorar la toma de decisiones en marketing. Este enfoque se emplea para enfrentar desafíos y capitalizar oportunidades en el mercado.

Kotler y Lane (2012) afirma que llevar a cabo una investigación de mercado implica analizar resultados anteriores y planificar actividades futuras para tomar decisiones efectivas. Contar con datos oportunos, precisos y procesables sobre los consumidores, la competencia y las

Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls marcas es crucial. Entender cómo piensa el consumidor y cómo esto afecta al marketing puede llevar al éxito al introducir un producto o hacer crecer una marca.

Durante la investigación, se recurrió a las fuentes primarias para obtener información precisa y actualizada, mientras que las fuentes secundarias nos proporcionaron tendencias y datos generales que contribuyeron a la construcción del producto.

Según Acosta (2008) las fuentes primarias son aquellas de información original y directa, obtenida de primera mano, como encuestas, entrevistas, observaciones directas y experimentos. Por otro lado, las fuentes secundarias son fuentes de información previamente recopilada y analizada por otros, tales como informes de investigación, estudios de mercado, bases de datos, libros, artículos de revistas y sitios web especializados.

### **Elaboración de matriz de selección**

Según Berbel, Ramón y Vázquez (2012) una matriz de selección, conocida también como matriz de decisión, constituye una herramienta útil en la toma de decisiones para comparar y evaluar distintas opciones en base a diversos criterios. Se presenta en forma de tabla o matriz donde se enlistan las opciones a considerar en las filas y los criterios relevantes en las columnas. Cada celda de la matriz se utiliza para asignar una valoración a cada opción según cada criterio.

Por lo general, el procedimiento para elaborar y emplear una matriz de selección comprende los siguientes pasos:

- Enumeración de posibilidades: Describir todas las opciones o alternativas potenciales que se están contemplando en la toma de decisiones.
- Determinación de factores: Identificar los criterios esenciales o relevantes para la toma de decisiones, que serán empleados para valorar las diferentes opciones. Estos factores pueden

Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls abarcar elementos como los gastos, la calidad, el tiempo, el riesgo, la satisfacción del cliente, entre otros.

- Evaluación de opciones: Para cada opción y criterio, se asignan calificaciones o puntuaciones que indican el grado en que la opción cumple con el criterio específico. Esto puede hacerse utilizando escalas numéricas, porcentajes u otros métodos de calificación adecuados.
- Determinación de puntajes acumulativos: Se calcula un puntaje total para cada alternativa sumando los puntajes asignados a cada criterio, teniendo en cuenta los pesos si se aplican.
- Toma de decisiones: Se revisan los puntajes totales para cada opción y se utiliza esta información para tomar decisiones informadas y seleccionar la opción más adecuada según los criterios establecidos.

### **Desarrollo de punto de venta - Plaza**

Para la decisión del lugar de venta, se consideró uno de los "4 P" del marketing, que es "plaza".

El término "plaza" se refiere a los canales y métodos empleados por la empresa para poner a disposición del cliente el producto. Esto abarca decisiones sobre la ubicación física de venta, como la selección de puntos de distribución, la logística y el control de inventario, así como la distribución digital a través de canales en línea. La eficacia en la distribución es esencial para asegurar que el producto llegue al mercado objetivo de manera puntual y conveniente (Noblecilla Grunauer & Granados Maguiño, 2018).

Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls  
Según Kotler y Armstrong (2012) La plaza comprende las acciones de la empresa

dirigidas a garantizar la disponibilidad del producto para los consumidores objetivo. Esto comprende aspectos tales como:

- Canales de distribución: Representan los diversos medios por los cuales el producto llega a los consumidores. Esto podría incluir tiendas minoristas, distribuidores, ventas en línea, venta directa, entre otros.
- Selección de puntos de venta: Consiste en la elección de los lugares donde se comercializará el producto.
- Logística y gestión de inventarios: Consisten en actividades asociadas al almacenamiento, transporte y control de los productos, asegurando su disponibilidad cuando y donde los consumidores los requieran.

Soledispa, Toala y Quiñonez (2020) la plaza o distribución abarca todas las actividades desde la fabricación del producto hasta su entrega al consumidor final, pasando por los intermediarios. Esta función del marketing está estrechamente asociada con la distribución, y el canal de distribución tiene como objetivo principal llevar el producto a su mercado objetivo.

### **Selección y contratación de personal**

El departamento de recursos humanos es esencial debido a su habilidad para contribuir al logro de los objetivos estratégicos de las empresas, además de mejorar su eficiencia y efectividad.

Según Armijos, Bermúdez y Mora (2012) este sector se ocupa de supervisar una amplia gama de aspectos que abarcan desde el proceso de reclutamiento y selección hasta la contratación, formación, desarrollo profesional, evaluación del rendimiento, remuneración, gestión de las

Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls relaciones laborales y el bienestar de los trabajadores. Además, su rol implica garantizar un ambiente laboral saludable y productivo, así como promover la cultura organizacional y el cumplimiento de las normativas laborales vigentes.

Una de las funciones esenciales del departamento de recursos humanos es maximizar el talento y el desempeño de los empleados para impulsar el éxito y los objetivos de la organización. Esto implica garantizar que la empresa cuente con el personal adecuado, con las habilidades y competencias apropiadas para cumplir eficazmente con sus responsabilidades. Además, implica crear un ambiente laboral favorable que promueva la motivación, la satisfacción y el compromiso de los empleados (Amador Sotomayor, 2016).

En efecto, las organizaciones no pueden funcionar de forma autónoma; necesitan de la dirección, gestión y esfuerzo de las personas para llevarlas a cabo y hacerlas funcionales. El éxito y la continuidad de las organizaciones descansan en gran medida en los individuos que las conforman, ya que juegan un papel crucial y optimización del capital humano en una empresa, con el fin de promover el crecimiento, la productividad y el éxito organizacional (Chiavenato, 2009).

### **Gestión de marca – Publicidad**

La meta principal de la publicidad es impactar en el comportamiento de compra de los consumidores y incrementar la demanda del producto o servicio. Se describe como una comunicación persuasiva y promocional que utiliza diversos canales para informar, convencer y mantener presente en la mente de los consumidores un producto, servicio, marca o idea. Su objetivo fundamental es influir en las decisiones de compra de los clientes y generar un aumento en la demanda del producto o servicio promocionado (Tellis & Redondo, 2002).

Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls  
En el campo del marketing, la publicidad se reconoce como el método más eficaz para llamar la atención del público objetivo. Para desempeñar esta función, las empresas suelen recurrir a publicistas y agencias especializadas en la materia. Estos expertos se dedican a diseñar anuncios publicitarios que luego se distribuyen a través de distintos medios, como folletos, radio, televisión, entre otros. En la actualidad, Internet se ha convertido en uno de los canales más populares para la publicidad (Russell, Lane, & Whitehill King, 2005).

Del mismo modo, la administración de marca, también reconocida como branding, involucra el proceso estratégico de construir, mantener y reforzar la percepción, la identidad y el valor de una marca en la mente de los consumidores y en el mercado en su totalidad. Este proceso comprende todas las actividades y decisiones que una empresa realiza para administrar y promover su marca de manera efectiva (González Lema, 2023).

En resumen, la publicidad representa un pilar fundamental dentro de las estrategias de marketing empresarial, con la meta de influir en las decisiones de compra de los consumidores y producir impactos positivos en el ámbito comercial

### **Limitaciones de la investigación**

**Tiempo:** Para el lanzamiento de SUAN ROLLS apliqué investigación de mercado, según Armstrong y Philip (2013) la investigación de mercado se emplea para recopilar datos iniciales que puedan ayudar a identificar problemas y formular hipótesis. En octubre del año 2021 se apertura el primer punto de venta y actualmente ya cuenta con 4 puntos.

**Oficinas que están implicadas:**

Para el crecimiento de SUAN ROLLS las áreas involucradas son los siguientes:

- **Comercial y Marketing.** Encargado de investigar, conocer el mercado y expandir la marca, desarrollo de nuevos productos, realizar alianzas comerciales, creación de contenidos, manejar las redes sociales, relación con el cliente e implementar estrategias para incrementar las ventas.
- **Recursos humanos.** La tarea de recursos humanos implica la gestión del personal. Esto comprende labores como reclutar y seleccionar empleados, ofrecer capacitación y desarrollo, evaluar el desempeño, administrar beneficios, y fomentar un ambiente laboral positivo. En resumen, su objetivo es optimizar el potencial de los trabajadores para impulsar el éxito de la organización (Miguel, 2014)

Las funciones principales de dicha área en Suan Rolls es el reclutamiento y contratación de personal, seguimiento del rendimiento laboral, administrar los beneficios para los colaboradores, fomentar el trabajo en equipo, seguimiento de los contratos y fomentar actividades de inclusión.

- **Producción.** Elaboración de insumos (base de helado y waffle) en conjunto al ingeniero de alimentos.
- **Soporte técnico.** Responsable de la supervisión y mantenimiento de los equipos en los locales comerciales y las oficinas, incluyendo el mantenimiento y la actualización de las computadoras, cámaras, sensores, sistemas de registro de empleados y sistemas de facturación, entre otras tareas relacionada.

**Lugares que están implicados**

Suan Rolls posee cuatro establecimientos, dos de los cuales están en Lima, situados en los distritos de San Martín de Porres y Comas, y los otros dos se encuentran en el departamento de Trujillo, ambos en la provincia de Trujillo.

## **Limitaciones**

Carecíamos de conocimientos y experiencia en el rubro de helados al estilo tailandés; dado que no había empresas que ofrecieran capacitación, nos vimos obligados a aprender mediante recursos en línea, actualmente ya contamos con personal capacitado para la preparación de los helados.

Además, la carencia de ciertas áreas como recursos humanos dificultaba la contratación de personal idóneo para el rubro, por lo que fue necesario implementar el área de Recursos humanos. Asimismo, la ausencia de un departamento de marketing limitaba nuestra visibilidad en redes sociales y nuestras actividades promocionales en los puntos de venta. Por ello, también nos enfocamos en establecer esta área para mejorar la presencia en el mercado.

### **CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA**

#### **Ingreso a la empresa**

Desde que era estudiante, siempre tuve el sueño de tener mi propia empresa. Exploré diversas ideas de negocio, desde una tienda al estilo Mass hasta la apertura de un restaurante; Finalmente, en enero de 2021, decidí por la innovación con helados al estilo tailandés. Después de 9 meses de investigación en el campo, lancé SUAN ROLLS el 5 de octubre de 2021. Al principio, asumí todas las responsabilidades, desde la selección de personal hasta la contabilidad, el marketing y servicio al cliente. Sin embargo, el progreso de la empresa fue evidente, y vi la necesidad de implementar otras áreas. Opté por liderar el área comercial, lo que me permitió identificar nuevas oportunidades de crecimiento, establecer metas y objetivos, diseñar estrategias comerciales y mantenerme al tanto de los cambios en el mercado. Gracias a estas funciones, logré el ingreso de SUAN ROLLS a los principales centros comerciales del Perú. Actualmente, sigo desempeñándome en estas responsabilidades con la meta de seguir expandiendo nuestro alcance a nivel nacional.

#### **Etapas del proyecto:**

##### **Investigación de mercado para el lanzamiento del producto.**

###### **Diagnostico**

No disponíamos del producto en existencia, así que lo creamos desde cero. Comenzamos evaluando su viabilidad y elaborando una estrategia efectiva. Se llevaron a cabo procesos clave de diagnóstico, como el análisis del mercado, la definición del perfil del cliente ideal, la evaluación

Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls de la competencia, la propuesta de valor única, la estrategia de precios y la realización de pruebas y validación del producto, entre otros.

### **Implementación**

Para crear el producto empezamos aplicando investigación de mercado para comprender a nuestro público objetivo, analizamos las tendencias del mercado y consultamos tanto fuentes primarias como secundarias. También, realizamos análisis detallado de la competencia para entender su oferta, estrategias de comercialización, sus puntos fuertes y débiles. Este proceso nos permitió diferenciar nuestro producto y encontrar oportunidades para destacar en el mercado. Además, desarrollamos un prototipo que nos ayudó a identificar posibles problemas, realizar ajustes y mejorar la calidad del producto antes de su lanzamiento oficial. Finalmente, realizamos pruebas de mercado limitadas para evaluar la aceptación del producto entre los consumidores, lo que nos permitió recopilar comentarios y datos importantes.

### **Análisis posterior**

El producto fue recibido de manera favorable por el público, gracias a su calidad, sabor y a su innovadora forma de preparación. Esta respuesta positiva nos incentivó a continuar mejorando y expandiendo nuestra variedad de productos en el mercado.

En resumen, llevar a cabo un exhaustivo diagnóstico antes de lanzar nuestro producto al mercado nos permitió minimizar riesgos, maximizar oportunidades y lograr el éxito en su lanzamiento y comercialización.

### **Diagnostico.**

Aún no se tenía el punto de venta de Suan Rolls, nos encontramos en la necesidad de llevar a cabo una investigación para identificar con precisión el lugar más adecuado. Esta etapa requería analizar detalladamente varias opciones para identificar la ubicación óptima, considerando aspectos como la demografía, la economía, la accesibilidad y la competencia en el área comercial. Con un enfoque estratégico, estábamos comprometidos a tomar una decisión informada que asegurara el éxito inicial y futuro de Suan Rolls.

### **Implementación.**

Se utilizó la matriz de selección de manera meticulosa y detallada para determinar con precisión el lugar ideal para inaugurar el primer punto de venta. Después de un exhaustivo análisis, se decidió ubicarlo estratégicamente en el concurrido Mega Mercado Unicachi de Pro. Esta decisión fue tomada con gran cautela, considerando múltiples factores cruciales para el éxito comercial, tales como la accesibilidad para los clientes, el flujo de personas que transitaban por la zona y la competencia existente en el área. Cada elemento fue evaluado minuciosamente para garantizar que el lugar seleccionado proporcionara las condiciones óptimas para el lanzamiento exitoso de nuestro producto y para sentar las bases sólidas para el futuro crecimiento de la marca en el mercado.

### **Análisis posterior.**

Se consiguió establecer con éxito el primer punto de venta en el mega mercado Unicachi de Pro, el cual ha permanecido rentable hasta la fecha. Además, esta iniciativa nos ha proporcionado una dirección más clara para seguir con la expansión de SUAN ROLLS.

Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls  
Realizar un análisis exhaustivo antes de elegir el punto de venta nos ayudó a identificar tanto las oportunidades como los desafíos potenciales. Esto nos permitió tomar decisiones informadas y estratégicas para maximizar el éxito del negocio en la ubicación específica.

## **Desarrollo de punto de venta – Plaza.**

### **Diagnostico**

Se había establecido el primer punto de venta en el concurrido Mega Mercado Unicachi de Pro, donde el producto fue recibido con entusiasmo por parte de los clientes. La alta demanda y aceptación del producto motivaron la decisión de expandirnos abriendo más puntos de venta en distintas ubicaciones. Este crecimiento estratégico se basó en el éxito inicial del negocio y en la creciente demanda del mercado, lo que nos permitió ampliar nuestra presencia y alcanzar a más clientes potenciales.

### **Implementación**

Se procedió a alquilar un espacio de 6m<sup>2</sup> en el centro comercial Mallplaza Comas, así como dos puntos adicionales en el centro comercial Mallplaza Trujillo. Estas decisiones se tomaron cuidadosamente para asegurar ubicaciones estratégicas que garantizaran un flujo constante de potenciales clientes. El análisis detallado de la afluencia de personas, la ubicación dentro de los centros comerciales y otros factores relevantes contribuyeron a seleccionar estas ubicaciones, lo que proporcionó una base sólida para el éxito y la expansión de SUAN ROLLS.

### **Análisis posterior**

La apertura de SUAN ROLLS en los centros comerciales fue bien recibida desde el principio, y ha logrado mantenerse estable en el mercado a pesar de los cambios continuos tanto

Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls internos como externos. actualmente, continuamos evaluando el mercado para continuar con la expansión de SUAN ROLLS.

## **Selección y contratación de personal.**

### **Diagnostico**

Dado que éramos una empresa recién creada, no teníamos personal previamente establecido, lo que implicaba la necesidad de contratar colaboradores. Este paso crucial implicaba la búsqueda y selección de profesionales capacitados y comprometidos que pudieran contribuir al éxito y al crecimiento de nuestra empresa. Además, debíamos establecer políticas y procedimientos para la contratación, capacitación y retención del personal, asegurando así un ambiente de trabajo productivo y satisfactorio para todos los miembros del equipo.

### **Implementación**

Se ha establecido el departamento de gestión de talento con el objetivo de asegurar una ocupación constante del 100% en todos los puestos de trabajo. Además, nos ha proporcionado la capacidad de supervisar el rendimiento laboral, gestionar los beneficios de los colaboradores, promover el trabajo en equipo, dar seguimiento a los contratos y promover actividades de inclusión.

### **Análisis posterior:**

La implementación del área ha contribuido significativamente a la productividad general de la organización, mejorando la reputación de la empresa y satisfacer las necesidades del cliente. Además, ha favorecido la creación de un ambiente laboral positivo, lo que se ha traducido en una disminución de los gastos asociados con la rotación de empleados y el proceso de contratación.

Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls  
En resumen, la implementación del área nos permitió la contratación de personal de calidad, lo que ha tenido un impacto trascendente en el éxito y la competitividad de SUAN ROLLS. Esto se refleja en una mejora constante en la calidad del trabajo, la innovación, la retención de empleados y la satisfacción del cliente, entre otros aspectos clave.

## **Gestión de marca – Publicidad.**

### **Diagnostico**

No existía el área de publicidad, por ende, la falta de un departamento de Marketing representaba una carencia en las actividades de publicidad, promociones, gestión de clientes y otras funciones relacionadas en este ámbito. Por consiguiente, se vio la imperiosa necesidad de establecer esta área para abordar estas importantes tareas de manera efectiva. La implementación de este departamento permitiría desarrollar estrategias sólidas de marketing, aprovechar las posibilidades de promoción y mejorar la conexión con los clientes, lo que contribuiría significativamente al crecimiento y éxito general de SUAN ROLLS.

### **Implementación**

La participación del departamento de marketing ha sido fundamental para elevar la visibilidad y la notoriedad de nuestra marca, además de atraer a nuevos clientes y promover la fidelidad entre los ya existentes.

Mediante estrategias de marketing eficaces, hemos logrado generar una demanda saludable de nuestros productos, resaltando sus características únicas y ventajas competitivas. Esto nos ha permitido diferenciarnos en el mercado y continuar expandiéndonos, ganando una mayor aceptación.

### **Análisis posterior**

A través del área de marketing se logró establecer y mantener comunicación sólida con los clientes. También se incrementó en un 25% en las ventas, lo que contribuye directamente a su crecimiento y rentabilidad. Así también, el área desempeña un papel crucial en el lanzamiento exitoso de nuevos productos para el crecimiento de la marca.

En conclusión, el área de marketing nos ha permitido establecer y mantener presencia sólida en el mercado, aumentando nuestra cuota de mercado, fortalecer la imagen de la marca y, en última instancia, impulsar el crecimiento y la rentabilidad de SUAN ROLLS.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS

Seguidamente, se presentarán los resultados del trabajo de suficiencia profesional, donde se exhibirán las pruebas de los procesos de implementación de cada teoría.

### Resultado 1. Elaboración de los helados al estilo tailandés:

Una de las particularidades de los helados al estilo tailandés, conocidos también como ice cream rolls, se caracteriza por su preparación y presentación. Al principio, una de las dificultades que enfrentamos fue la preparación de los helados.

#### Figura 5

*Los primeros helados Suan Rolls.*



*Nota.* Elaborado y emitido por el área de marketing.

Dado que no logramos elaborar los helados con la presentación ideal, durante 4 meses buscamos información en fuentes primarias y secundarias. Empleamos una estrategia de

Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls investigación exhaustiva que abarcó la revisión de revistas especializadas, consultas en internet y análisis de trabajos de investigación relevantes. Este proceso nos llevó a examinar aproximadamente 22 páginas de contenido, con el propósito de adquirir un entendimiento más amplio del sector y de las tendencias actuales en la elaboración de helados.

Además de esta investigación bibliográfica, reconocimos la importancia de la experiencia práctica y decidimos llevar a cabo visitas a otros negocios del sector. Estas visitas nos permitieron observar de primera mano las prácticas exitosas en la presentación de helados, así como identificar posibles áreas de mejora en nuestro propio enfoque. El intercambio de ideas con otros profesionales del rubro también resultó invaluable, proporcionándonos insights y perspectivas frescas sobre cómo mejorar nuestra oferta de productos y la experiencia del cliente.

### Figura 6

*Visitas a otros negocios del rubro.*



*Nota.* Elaborado y emitido por el área de marketing.

Por derechos de autor no se muestran las marcas, pero se dejan las evidencias de las visitas realizadas.

Combinamos un enfoque riguroso de investigación documental con una inmersión activa en el campo para mejorar nuestra comprensión de las mejores prácticas en la presentación de helados. Esta combinación de métodos nos ha permitido obtener una base sólida de conocimientos y perspectivas, sobre la cual pudimos construir y perfeccionar nuestra estrategia de presentación de productos.

### Figura 7

*Helados actuales de Suan Rolls*



*Nota.* Elaborado y emitido por el área de marketing, vigente el año 2024.

## Resultado 2. Lanzamiento del punto de venta:

Para elegir el primer punto se hizo uso de la matriz de selección:

**Tabla 1**

*Matriz de selección para el lanzamiento de Suan Rolls*

MATRIZ DE SELECCIÓN - PUNTO DE VENTA SUAN ROLLS								
Nº	ATRIBUTOS	%	San Martín de Porres		Puente Piedra		Comas	
			PONDERADO	VOTO	PONDERADO	VOTO	PONDERADO	VOTO
1	Ubicación estratégica	0.33	1.00	3.00	0.67	2.00	0.67	2.00
2	flujo de personas	0.27	0.80	3.00	0.53	2.00	0.53	2.00
3	Competencia	0.20	0.60	3.00	0.40	2.00	0.40	2.00
4	Infraestructura	0.13	0.27	2.00	0.40	3.00	0.40	3.00
5	Costos de alquiler	0.07	0.20	3.00	0.13	2.00	0.13	2.00
6	<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>	<b>2.87</b>		<b>2.13</b>		<b>2.13</b>	

LEYENDA	PUNTAJE
BUENO	3.00
REGULAR	2.00
MALO	1.00

Ubicación estratégica	5.00
flujo de personas	4.00
Competencia	3.00
Infraestructura	2.00
Costos de alquiler	1.00
<b>TOTAL</b>	<b>15.00</b>

*Nota.* Elaborado y emitido por el área de marketing.

El lanzamiento de SUAN ROLLS comenzó en San Martín de Porres, específicamente en el mega mercado Unicachi de Pro. Según la matriz de selección, los puntos más importantes, como la ubicación geográfica, el flujo de personas y la competencia, tuvieron un mayor peso, siendo considerados elementos fundamentales para el éxito del negocio.

La infraestructura consistió únicamente en un espacio de 6m<sup>2</sup>, donde nos encargamos de construir el módulo y realizar la distribución del espacio para que se pueda colocar 2 máquinas de helado, 1 congeladora, 2 wafieras, espacios para el almacenamiento de insumo, monitor, CPU para la caja y otros utensilios pequeños.

## Figura 8

### Primer punto de venta Suan Rolls



*Nota.* Elaborado y emitido por el área de marketing. Vigente 2024.

### Resultados 3. Desarrollo de punto de venta:

Para continuar con la expansión de SUAN ROLLS también se hizo uso de la matriz de selección:

**Tabla 2**

*Matriz de selección para la expansión de Suan Rolls.*

MATRIZ DE SELECCIÓN - DESARROLLO DE PUNTO DE VENTA								
Nº	ATRIBUTOS	%	CENTRO COMERCIAL		AVENIDAS		MERCADOS	
			PONDERADO	VOTO	PONDERADO	VOTO	PONDERADO	VOTO
1	Posicionamiento de marca	0.33	1.00	3.00	1.00	3.00	0.67	2.00
2	Alto tráfico de clientes	0.27	0.80	3.00	0.80	3.00	0.80	3.00
3	Mayor visibilidad	0.20	0.60	3.00	0.60	3.00	0.40	2.00
4	Infraestructura y servicios	0.13	0.40	3.00	0.27	2.00	0.13	1.00
5	Costos de alquiler	0.07	0.13	2.00	0.13	2.00	0.20	3.00
6	<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>	<b>2.93</b>		<b>2.80</b>		<b>2.20</b>	

LEYENDA	PUNTAJE
BUENO	3.00
REGULAR	2.00
MALO	1.00
Ubicación estratégica	5.00
flujo de personas	4.00
Competencia	3.00
Infraestructura	2.00
Costos de alquiler	1.00
<b>TOTAL</b>	<b>15.00</b>

*Nota.* Elaborado y emitido por el área de marketing. Vigente 2024.

Se consideraron 5 atributos, los puntos más importantes, como el posicionamiento de marca, la afluencia y mayor visibilidad tuvieron un mayor peso, siendo considerados puntos importantes para la apertura y éxito de SUAN ROLLS en centros comerciales.

**Figura 9**

*Suan Rolls en los centros comerciales.*



*Nota.* Elaborado y emitido por el área de marketing. Vigente 2024.

#### **Resultado 4. Selección y contratación de personal**

Al iniciar las operaciones, no contábamos con personal. Ante el éxito de SUAN ROLLS y las dificultades para conseguir colaboradores, fue necesario implementar el área de recursos humanos. Para la implementación del área se realizó una investigación tomando en cuenta los siguientes puntos:

##### **1. Definir los Objetivos**

- Tipo de Personal Requerido: Necesitamos contratar a 5 personas (2 a tiempo completo y 3 a tiempo parcial) para roles en atención al cliente que posean habilidades en comunicación y resolución de problemas.

- Presupuesto: El presupuesto mensual total para los empleados se designó un monto de S/4000.

## **2. Analizar el Entorno Laboral**

- Revisión del Mercado Laboral: Según el informe de las plataformas de empleo, la demanda de personal en atención al cliente ha crecido un 10% en el último año. Los datos de LinkedIn muestran que hay aproximadamente 15,000 perfiles en nuestra área con las habilidades requeridas.
- Análisis de la Competencia: Los competidores están ofreciendo un salario mínimo de S/.1025, junto con beneficios como horarios flexibles y programas de capacitación continua.
- Tendencias del Sector: La tendencia actual muestra un aumento en la demanda de habilidades en el manejo de herramientas de CRM y comunicación omnicanal.

## **3. Identificar Fuentes de Reclutamiento**

- Portales de Empleo: Anunciar vacantes en CompuTrabajo, Boomerang y LinkedIn.
- Redes Sociales Profesionales: Aprovechar grupos especializados en atención al cliente en Facebook.

#### **4. Realizar Encuestas y Entrevistas**

- Encuestas a Candidatos Potenciales: Hemos elaborado un cuestionario para los aspirantes, indagando sobre sus expectativas salariales, preferencias en beneficios y los aspectos que consideran fundamentales en un rol de atención al cliente.
  - o Hallazgos: Se encontró que el 60% de los encuestados valoran los horarios flexibles, el 50% está interesado en oportunidades de formación continua, y el 70% considera que el ambiente laboral es un aspecto crucial.
  
- Entrevistas con Expertos del Sector: Mantuvimos conversaciones con tres directivos de atención al cliente para comprender mejor sus estrategias de contratación.
  - o Resultados: La mayoría sugiere la importancia de ofrecer un ambiente de trabajo positivo y programas de desarrollo continuo como medios efectivos para atraer y retener talento.

Tomando en cuenta los cuatro puntos mencionados se procedió la implementación de los principios que el colaborador de SUAN ROLLS debe cultivar.

- Ética: Actuar con integridad y honestidad en todas las interacciones laborales y tomar decisiones basadas en principios morales sólidos.
- Aprendizaje continuo: Estar abierto a aprender nuevas habilidades y conocimientos, buscar oportunidades de desarrollo profesional y estar dispuesto a ajustarse a las transformaciones en el entorno laboral.
- Colaboración: Trabajar de manera cooperativa y respetuosa con los demás, fomentando un ambiente de trabajo positivo y apoyando el éxito colectivo.

Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls

- Compromiso: Demostrar dedicación y entusiasmo por el trabajo, manteniendo altos estándares de desempeño y contribuyendo activamente al crecimiento y éxito de la empresa.
- Empatía: Comprender y tener en cuenta los sentimientos y necesidades de los demás, mostrando empatía y compasión en las interacciones interpersonales.
- Innovación: Mantener una mentalidad abierta hacia nuevas ideas y enfoques, buscando activamente formas creativas para abordar desafíos y contribuir a la mejora de los procesos y prácticas laborales.
- Respeto: Reconocer y valorar las diferencias individuales, así como respetar las opiniones y perspectivas de los demás, promoviendo un entorno de trabajo inclusivo.
- Responsabilidad: Asumir la responsabilidad por nuestras acciones y decisiones, cumplir con las tareas asignadas y colaborar en la consecución de los objetivos tanto del equipo como de la empresa.

La introducción del departamento de recursos humanos ha tenido un impacto considerable en la productividad global de la empresa, elevando la reputación de la organización y aumentando la satisfacción del cliente.

Actualmente para medir la productividad de los colaboradores, se utiliza un KPI que tiene en cuenta la efectividad del personal en función de las metas la producción.

**Tabla 3**

*KPI Indicadores de productividad.*

KPI - INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD						
Sede	Meta	Producción	Desperdicio	Eficaz	Eficiente	Efectividad
<b>Mallplza Comas</b>	S/ 32,500.00	S/ 32,700.00	S/ 435.00	101%	99%	100%
<b>Unicachi</b>	S/ 19,900.00	S/ 19,954.00	S/ 342.00	100%	99%	99%
<b>Mallplza Trujillo 1</b>	S/ 39,500.00	S/ 40,100.00	S/ 524.00	102%	100%	102%
<b>Mallplza Trujillo 2</b>	S/ 34,000.00	S/ 34,100.00	S/ 444.00	100%	99%	99%

*Nota.* Elaborado y emitido por el área de recursos humanos. Vigente 2024.

Los resultados muestran una buena productividad de los colaboradores en todas las sedes, donde cada punto se detalla de la siguiente manera:

- **Sede:** Ubicación de los puntos de ventas.
- **Meta:** Monto que se desea vender durante el mes.
- **Producción:** Monto que se logró vender.
- **Desperdicio:** Productos considerados merma.
- **Eficaz:** Cumple con el objetivo sin considerar el uso racional de los recursos. Para

medir si el equipo de cada sede es eficaz se utiliza la siguiente fórmula

$$E = \frac{M}{P}$$

E = Eficaz

M = Meta

P = Producción

Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls  
- **Eficiente:** Cumple los objetivos racionalizando los recursos mediante el uso

adecuado de métodos y técnicas.

Para medir si el equipo de cada sede es eficiente se utiliza la siguiente fórmula.

$$Ef = \frac{P-D}{M}$$

Ef = Eficiente

P = Producción

D = Desperdicio

M = Meta

- **Efectividad:** Verifica qué tan bien funcionó la toma de decisiones.

Para medir si el equipo de cada sede es eficaz y eficiente se utiliza la siguiente fórmula.

$$Efe = E \times EF$$

Efe = Efectividad

E = Eficaz

Ef = Eficiente

Además, la implementación de área ha promovido el desarrollo de un ambiente laboral positivo, lo que ha resultado en la disminución de los gastos relacionados con la rotación de empleados y el proceso de contratación. En ocasiones, cuando hay algún tipo de conflicto, se soluciona reconociendo el conflicto, escuchando activamente, identificando las causas del conflicto, finalmente, buscando soluciones y aprendiendo de la experiencia.

También ha posibilitado una gestión más eficiente del equipo, promoviendo el crecimiento tanto profesional como personal de los colaboradores, fortaleciendo la cooperación y el trabajo en equipo entre los diversos departamentos de la empresa. Cabe señalar que, en cada una de las ubicaciones, designamos dos colaboradores para el turno matutino y tres para el turno vespertino-nocturno, encargados de la atención al cliente.

### Figura 10

*Colaboradores Suan Rolls*



*Nota.* Elaborado y emitido por el área de recursos humanos. Vigente 2024.

### Resultado 5. Gestión de marca- Publicidad

El área de mercadeo cumplió una función importante en el mantenimiento de relaciones sólidas con nuestros clientes. Además de realizar activaciones en los puntos de venta y seguimiento continuo durante todo el proceso de compra, implementamos una variedad de estrategias para fortalecer nuestro vínculo con la audiencia:

- Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls
- Sampling constantemente (degustaron con la finalidad de conectar con el cliente).
  - Entrega de cupones acumulativa con el objetivo de fomentar la recompra y fidelización.
  - Colaboración con creadores de contenido (desde la apertura hasta la actualidad aproximadamente 10 creadores de contenido)
  - Publicidad pagada, incentivando al consumo de los helados con licor, los cuales son una ventaja competitiva en Suan Rolls.
  - Distribución de volantes con promociones, tales como el 15% de descuento.
  - Alianzas estratégicas con otras marcas.
  - Mega descuentos y productos personalizados según las fechas festivas.
  - Ventas cruzadas.

Lanzamiento de promociones atractivas:

### Figura 11

*Promociones Suan Rolls*



*Nota.* Elaborado y emitido por el área de marketing. Vigente 2024.

Para garantizar una presencia constante en las redes sociales, nos comprometemos a mantener una estrategia de publicidad efectiva y a interactuar de manera activa con nuestra comunidad en línea. Inicialmente, logramos obtener un mayor alcance y visibilidad a través de plataformas como Facebook e Instagram. Sin embargo, hemos observado un cambio en las tendencias y actualmente hemos experimentado un notable incremento en nuestra visibilidad en TikTok, convirtiéndose en la plataforma líder para nosotros en términos de alcance y participación de la audiencia. Este cambio nos ha llevado a enfocar nuestros esfuerzos en crear contenido innovador y atractivo específicamente diseñado para la audiencia de TikTok, lo que ha resultado en una mayor interacción y un aumento en el reconocimiento de nuestra marca en esta plataforma.

Adicionalmente, exploramos nuevas formas de interactuar con los clientes, como eventos especiales (juego de dados, ruletas con descuentos y otros juegos) y programas de fidelización (experiencia de compra, entrega de cupones con descuentos, preparación de helados de su propio producto que desea el cliente), con el objetivo de maximizar su satisfacción y lealtad hacia nuestra marca.

**Figura 12**

*Activaciones Suan Rolls*



*Nota.* Elaborado y emitido por el área de marketing. Vigente 2024

## **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones.**

C1. La combinación de una investigación exhaustiva y una inmersión activa en el terreno nos ha permitido no solo comprender a fondo el sector de la presentación de helados, sino también reconocer las prácticas más efectivas y los aspectos que pueden ser mejorados. Este enfoque nos ha brindado una base sólida sobre la cual desarrollar y perfeccionar nuestra estrategia de presentación de productos.

C2. Para la elección del primer punto se utilizó una matriz de selección. Este análisis consideró factores como la ubicación geográfica, el flujo de personas y la competencia, destacando la importancia de estos elementos para el éxito de la empresa. El lugar elegido fue el mega mercado Unicachi de Pro en San Martín de Porres, seleccionado por su alta afluencia de personas y ubicación estratégica. A pesar de contar solo con un espacio de 6m<sup>2</sup>, se construyó el módulo desde cero, demostrando compromiso con la calidad y adaptabilidad para asegurar el éxito de SUAN ROLLS.

C.3. La expansión de SUAN ROLLS se llevó a cabo utilizando una matriz de selección que evaluaba cinco atributos. Se dio mayor importancia a aspectos como el posicionamiento de la marca, la afluencia de clientes y la visibilidad en los centros comerciales. Estos elementos se identificaron como fundamentales para asegurar el éxito y la apertura exitosa de SUAN ROLLS en nuevos lugares.

C4. La introducción del área de recursos humanos ha tenido fue beneficioso en varios aspectos clave de la organización. Esto incluye mejoras en la productividad, la reputación y la satisfacción del cliente. Además, ha contribuido a la creación de un ambiente laboral positivo y ha reducido los gastos relacionados con la contratación. También ha mejorado la comunicación interna y la capacidad para resolver conflictos, reforzando la colaboración entre los diversos departamentos de la empresa y promoviendo un espíritu de trabajo en equipo.

C5. Haber implementado el departamento de marketing fue muy beneficioso ya que desempeñó un papel crucial en el fortalecimiento de relaciones sólidas con los consumidores, empleando una variedad de estrategias que incluyeron activaciones en puntos de venta, seguimiento durante el proceso de compra, promociones atractivas, presencia constante en redes sociales, compromiso activo con la comunidad en línea, eventos especiales y programas de fidelización. El objetivo principal fue maximizar la satisfacción y la lealtad del cliente hacia la marca.

### **Lecciones aprendidas**

Empezar mi propio negocio ha sido un camino desafiante y lleno de altibajos, pero también muy gratificante y satisfactorio, he aprendido ciertas lecciones que me ayudaron alcanzar mis metas:

- Aprendizaje continuo: Reconocí la importancia de seguir aprendiendo y actualizándome en mi campo empresarial, ya sea a través de la educación formal, la lectura de libros relevantes o la participación en eventos y conferencias.

Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls

- Atención al cliente: Aprendí a poner al cliente en el centro de mi negocio, brindando un servicio excepcional y construyendo relaciones duraderas.
- Creatividad: Descubrí la importancia de la creatividad para diferenciar mi negocio, desarrollar productos o servicios innovadores y encontrar soluciones únicas a los problemas.
- Delegación: Aprendí a delegar tareas y responsabilidades a otros miembros del equipo o colaboradores externos, reconociendo que no puedo hacerlo todo yo solo y confiando en las habilidades y capacidades de los demás.
- Gestión del estrés: Descubrí cómo manejar el estrés y la presión inherentes al mundo empresarial, adoptando prácticas de autocuidado.
- Humildad y capacidad para aceptar errores: Asumí la responsabilidad de mis errores y fracasos, reconociéndolos como oportunidades de aprendizaje y crecimiento, y desarrollando la humildad necesaria para recibir retroalimentación constructiva.
- Networking: Reconocí la importancia de construir y mantener relaciones sólidas con otros empresarios, clientes y colaboradores clave.
- Planificación estratégica: Aprendí a establecer metas claras y a desarrollar planes estratégicos para alcanzarlas, considerando tanto los aspectos a corto como a largo plazo del negocio.
- Persistencia: Desarrollé una mentalidad de perseverancia, superando los fracasos y contratiempos con determinación y enfoque en mis metas a largo plazo.
- Resiliencia: He aprendido a enfrentar los desafíos con determinación y a no rendirme frente a los obstáculos.

Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls

- Estas lecciones han sido fundamentales en mi viaje como emprendedor, y continúo aprendiendo y creciendo con cada experiencia empresarial.

### **Competencias profesionales**

Las competencias profesionales que pude adquirir durante el proceso fueron las siguientes:

- Adaptabilidad: Ser capaz de ajustar y cambiar la estrategia del negocio según las necesidades del mercado y las circunstancias cambiantes.
- Comunicación efectiva: Perfeccionar mis habilidades de comunicación oral y escrita con el fin de expresar ideas de forma clara y convincente ante clientes, empleados y otros grupos de interés.
- Creatividad e innovación: Cultivar la capacidad de encontrar soluciones creativas y originales a los desafíos empresariales, pensando de manera fuera de lo común.
- Desarrollo de redes de contacto: Construir y mantener relaciones sólidas con personas clave en mi industria y comunidad empresarial, aprovechando las oportunidades de networking.
- Enfoque en el cliente: Desarrollar la habilidad de comprender las necesidades y expectativas del cliente, ofreciendo un servicio excepcional y estableciendo relaciones duraderas.
- Gestión del tiempo: Aprender a administrar eficazmente el tiempo, priorizando tareas y optimizando la productividad.
- Gestión financiera: Entender los principios básicos de contabilidad y finanzas para tomar decisiones financieras sólidas y administrar eficientemente los recursos del negocio.

Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls

- Liderazgo: Dirigir equipos de manera efectiva, motivando y guiando a los miembros hacia metas compartidas, inspirándolos con mi visión.
- Resolución de problemas: Reconocer y enfrentar de manera anticipada los desafíos y obstáculos que puedan surgir, hallando soluciones eficaces y originales.
- Toma de decisiones: Desarrollar la capacidad de tomar decisiones cruciales, incluso en situaciones de incertidumbre, evaluando cuidadosamente todas las opciones disponibles.
- Estas son algunas de las competencias que he adquirido a través de mi experiencia de emprender un negocio, lo cual me ha brindado un aprendizaje práctico y significativo en varios campos laborales.

### **Recomendaciones.**

R1. Para mantenerse a la vanguardia en la presentación de helados, es esencial continuar la investigación, explorar nuevas fuentes de información como blogs especializados y ferias del sector, y experimentar con nuevas técnicas innovadoras. Además, se sugiere recopilar comentarios tanto de expertos como de clientes para comprender mejor sus preferencias y necesidades. Es fundamental capacitar al personal para garantizar una ejecución consistente y de alta calidad, y mantener la flexibilidad para adaptarse a cambios en el mercado y a las preferencias de los clientes. Se recomienda evaluar regularmente la efectividad de las estrategias de presentación y ajustarlas según sea necesario para mantener la relevancia y la competitividad.

R2. Para tomar decisiones estratégicas efectivas, se sugiere utilizar herramientas de análisis como una matriz de selección, lo que permite evaluar opciones y garantizar decisiones informadas al establecer puntos de lanzamiento u otras iniciativas. Es crucial priorizar factores clave, como la ubicación geográfica, el flujo de personas y la competencia, al seleccionar ubicaciones para

Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls lanzamientos de productos o servicios, ya que estos elementos influyen significativamente en el éxito del negocio.

R3. Para una expansión efectiva, se aconseja priorizar el refuerzo y la difusión de la identidad de la marca, lo que puede potenciar su éxito al ingresar a nuevos mercados. Es crucial seleccionar ubicaciones estratégicas en centros comerciales u otros lugares con alta afluencia de clientes potenciales y una visibilidad óptima para maximizar la exposición de la marca. Además, se recomienda realizar evaluaciones exhaustivas utilizando herramientas como la matriz de selección, lo que permitirá comparar diferentes opciones de ubicación y considerar diversos atributos relevantes para asegurar una expansión exitosa.

R4. Se recomienda mantener y fortalecer la estrategia de recursos humanos actual, enfocándose en promover un ambiente laboral positivo, retener talento clave mediante programas de desarrollo y beneficios competitivos, mejorar la comunicación interna para facilitar la colaboración entre equipos y evaluar continuamente el impacto de las iniciativas implementadas para ajustarlas según sea necesario.

R5. Diversificar las estrategias de promoción más allá de las activaciones en puntos de venta y la publicidad en redes sociales, explorar nuevas formas de interacción con los clientes como eventos virtuales o colaboraciones con otras marcas, mejorar el seguimiento post-compra para ofrecer un servicio excepcional, fortalecer el compromiso en redes sociales con respuestas rápidas y contenido relevante, y evaluar regularmente el impacto de las estrategias para ajustarlas según sea necesario.

Finalmente, para hacer realidad una idea como emprendedor, es esencial investigar y validar tu concepto, desarrollar un plan de negocio sólido, formar un equipo talentoso, asegurar financiamiento adecuado, prototipar y probar tu producto o servicio, mantener flexibilidad y adaptabilidad, cuidar tu bienestar mental y perseverar a pesar de los desafíos. Con determinación, trabajo arduo y un enfoque en la mejora continua, puedes convertir tu visión en un negocio exitoso.

## REFERENCIAS

- Armstrong, G., & Philip, K. (2013). *Fundamentos de marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN,. Obtenido de [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)
- Miguel, S. G. (2014). La importancia de los recursos humanos en la eficacia de la empresa. *Universidad de Valladolid*. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/5981/TFG-O%20180.pdf;jsessionid=83EDFEA9A4B05EAC21F93673D510CE84?sequence=1>
- (s.f.).
- Acosta, Z. (2008). *FUENTES DE INFORMACIÓN PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA*. Perú. Obtenido de <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2018/06/885032/texto-no-2-fuentes-de-informacion.pdf>
- Amador Sotomayor, A. (2016). *Administración de recursos humanos*. UANL. Obtenido de <http://eprints.uanl.mx/13425/1/Alfonso%20Amador%20Sotomayor%20-%20Administraci%C3%B3n%20de%20recursos%20humanos%20-%20Su%20proceso%20organizacional%202016.pdf>
- Armijos Mayon, F., Bermúdez Burgos, A., & Mora Sánchez, N. (2012). GESTIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS. págs. 164-169. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n4/2218-3620-rus-11-04-163.pdf>
- Armstrong, G., & Philip, K. (2013). *Fundamentos de marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN,. Obtenido de [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)
- Berbel Pineda, J., Ramón Jerónimo, M., & Vázquez Carrasco, R. (2012). *La selección de mercados preferentes como clave en la internacionalización empresarial*. España. Obtenido de [file:///C:/Users/ACU%C3%91A/Downloads/Dialnet-LaSeleccionDeMercadosPreferentesComoClaveEnLaInter-3907958%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ACU%C3%91A/Downloads/Dialnet-LaSeleccionDeMercadosPreferentesComoClaveEnLaInter-3907958%20(1).pdf)
- Chiavenato, I. (2009). *Administración de recursos humanos*. Brasil: Mc Graw Hill. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1145/1/Chiavenato-Recursos%20humanos%209na%20ed.pdf>
- Figueroa-Soledispa, M., Toala-Bozada, S., & Quiñonez-Cercado, M. (2020). *El Marketing Mix y su incidencia en el posicionamiento comercial de las Pymes*. Ecuador: [hafigueroa@unesum.edu.ec](mailto:hafigueroa@unesum.edu.ec). Obtenido de <file:///C:/Users/ACU%C3%91A/Downloads/Dialnet-ElMarketingMixYSuIncidenciaEnElPosicionamientoCome-8042548.pdf>
- González Lema, C. (2023). Gestión y construcción de marcas una experiencia con los cangrejales en Guayaquil. págs. 213-217. Obtenido de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/nawi/v7n2/2588-0934-nawi-7-02-00211.pdf>

- Investigación de mercado como herramienta de marketing en el lanzamiento de Suan Rolls
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de [https://claudiobasile.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/02/marketing\\_kotler-armstrong.pdf](https://claudiobasile.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/02/marketing_kotler-armstrong.pdf)
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. (P. EDUCACIÓN, Ed.) México. Obtenido de <https://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/direccion-de-marketing-philip-kotler-1.pdf>
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de mercados*. México: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de <https://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>
- Miguel, S. G. (2014). La importancia de los recursos humanos en la eficacia de la empresa. *Universidad de Valladolid*. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/5981/TFG-O%20180.pdf;jsessionid=83EDFEA9A4B05EAC21F93673D510CE84?sequence=1>
- Noblecilla Grunauer, M., & Granados Maguiño, M. (2018). *El marketing y su aplicación en diferentes áreas del conocimiento*. Ecuador: UTMACH. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14397/1/Cap.2%20Marketing%20Mix.pdf>
- Russell, J., Lane, W., & Whitehill King, K. (2005). *Publicidad*. México: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25735w/LIBROKleppnerPublicidad.pdf>
- Tellis, G., & Redondo, I. (2002). *Estrategias de Publicidad y Promoción*. España. Obtenido de [https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2016/08/0.-Estrategias\\_de\\_publicidad\\_y\\_promocion\\_-\\_Gerard\\_J\\_Tellis.pdf](https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2016/08/0.-Estrategias_de_publicidad_y_promocion_-_Gerard_J_Tellis.pdf)

## ANEXOS

### ANEXO N° 1

#### Lluvia de ideas para el lanzamiento de Suan Rolls

- INVESTIGAR - LLUVIA DE IDEAS - PERSEVERANCIA - ADMINISTRACIÓN DE FINANZAS - TOMA DE DECISIÓN - LLEVAR TODO A LA ACCIÓN



ANEXO N° 2

Primer día de venta SUAN ROLLS



ANEXO N° 3

Vista en 3D del módulo SUAN ROLLS para el ingreso a centros comerciales



Primer ingreso de Suan Rolls al centro comercial.

**BIENVENIDA SUAN ROLLS MOD MPC** > Recibidos x

7 mar 2022, 5:37 p.m. ☆ 😊 ↶ ⋮

**SRES SUAN ROLLS**

Les doy la bienvenida a Mallplaza COMAS . A partir de hoy los acompañaremos brindando el apoyo necesario en el proceso de habilitación de su local, tanto en la etapa de desarrollo del proyecto como la ejecución.

Queremos estar siempre en contacto, por eso les presentamos a nuestro equipo y sus datos de contacto. Por favor, compártenos también los datos de contacto de tu Oficina de Arquitectura y Constructora.

**EQUIPO HABILITACION:**

Ejecutivo de Arquitectura  
- [REDACTED]

Ejecutivo de Especialidades  
- [REDACTED]

-

**PLANOK**

Es la plataforma web que utilizaremos durante la habilitación del local. Esta será nuestra biblioteca para la carga de documentos relacionados al proyecto. Para acceder a PLANOK debes ingresar al link [REDACTED] con los siguientes datos (se sugiere desde Chrome). Debe ingresar a la Carpeta MANUAL DE DISEÑO y SEGURIDAD para descargar los requerimientos para el desarrollo de su proyecto.

Es importante que verifique que para el acceso el portal debe indicar [Locales Comerciales Perú](#) en el 1er espacio

Visibilidad en la prensa

