



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“INTELIGENCIA COMERCIAL PARA LA IMPORTACIÓN Y VENTA DE SUPLEMENTOS NUTRICIONALES DE CONSUMO MASIVO EN LA CIUDAD DE CAJAMARCA.”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

**García Chonón, Brenda Victoria
Izquierdo Terán, Jhonatan Joseph**

Asesor:

MBA. Christiaan Michael Romero Zegarra

Cajamarca – Perú
2017

APROBACIÓN DE LA TESIS

El (La) asesor(a) y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por los Bachilleres **Brenda García Chonón y Jhonatan Izquierdo Terán**, denominada:

“INTELIGENCIA COMERCIAL PARA LA IMPORTACIÓN Y VENTA DE SUPLEMENTOS NUTRICIONALES DE CONSUMO MASIVO EN LA CIUDAD DE CAJAMARCA”

MBA. Christiaan Michael Romero Zegarra

ASESOR

MG. Luis Felipe Velazco Luza

JURADO

MG. Luis Gómez Vargas

JURADO

MG. Fernando Guerrero Figueroa

JURADO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

<u>APROBACIÓN DE LA TESIS</u>	2
<u>DEDICATORIA</u>	3
<u>AGRADECIMIENTO</u>	4
<u>ÍNDICE DE CONTENIDOS</u>	5
<u>ÍNDICE DE TABLAS</u>	7
<u>RESUMEN</u>	9
<u>ABSTRACT</u>	10
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	13
1.3.1. <i>Justificación Teórica:</i>	15
1.3.2. <i>Justificación Práctica:</i>	15
1.3.3. <i>Justificación Valorativa:</i>	15
1.3.4. <i>Justificación Académica:</i>	15
1.4.1. <i>Limitaciones Externas:</i>	16
1.4.2. <i>Limitaciones Internas:</i>	16
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	17
2.1. Antecedentes	17
2.1.1. <i>Internacionales:</i>	17
2.1.2. <i>Nacionales:</i>	22
2.1.3. <i>Locales:</i>	23
2.2. Bases teóricas.....	23
2.2.1. <i>Teoría de la Inteligencia comercial:</i>	23
2.2.2. <i>Teoría del Proceso de Venta:</i>	24
2.3. Definición de términos básicos	25
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA	29
3.1. Operacionalización de variables	29
3.2. Diseño de investigación	30
3.3. Variables:	30
3.4. Unidad de estudio	30
3.5. Población	30
3.6. Muestra (muestreo o selección).....	30
3.7. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos	30
3.8. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos	31
CAPÍTULO 4. RESULTADOS	32
4.1. RESULTADOS DE ENCUESTA A CONSUMIDORES DE SUPLEMENTOS NUTRICIONALES (CAJAMARCA)	32

4.2.	RESULTADOS DE ENTREVISTA A EXPERTO (CAJAMARCA).....	45
4.3.	PROPUESTA DE IMPORTACIÓN: PLAN DE NEGOCIO.....	51
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN.....		94
CONCLUSIONES.....		96
RECOMENDACIONES.....		97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Técnicas e Instrumentos	30
Tabla 2 - Registro de ideas de negocio	51
Tabla 3 - Proceso de depuración	51
Tabla 4 - Proceso de depuración - Cumplimiento del requisito	52
Tabla 5 - Factores de evaluación de ideas planteadas.....	52
Tabla 6 - Factores de evaluación de ideas planteadas.....	52
Tabla 7 - Sub factores de evaluación de ideas planteadas - Importación de suplementos nutricionales para consumo masivo	53
Tabla 8 - Ponderación de factores de evaluación - Importación de suplementos nutricionales para consumo masivo.....	53
Tabla 9 - Ponderación factores de evaluación - Importación de suplementos nutricionales para consumo masivo.....	54
Tabla 10 - Ponderación de sub factores de evaluación - Importación de suplementos par consumo masivo	55
Tabla 11 - Matriz de evaluación de ideas - Importación de suplementos nutricionales par consumo masivo	56
Tabla 12 - Análisis demográfico y económico.....	56
Tabla 13 - Análisis de ambientes: Factor Político/Legal	57
Tabla 14 - Análisis de ambiente: Factor sociocultural.....	57
Tabla 15 - Análisis de ambiente: Factor Tecnológico	57
Tabla 16 - Análisis del ambiente: Factor Ambiental.....	57
Tabla 17 - Análisis del ambiente externo o consolidado.....	58
Tabla 18 - Clasificación de actividades de la empresa	61
Tabla 19 - Identificación de procesos claves de actividades	61
Tabla 20 - Análisis FODA.....	61
Tabla 21 - Preguntas para el estudio de mercado	62
Tabla 22 - Estructuración de respuestas a las preguntas planteadas.....	62
Tabla 23 - Objetivos para el estudio de mercado	62
Tabla 24 - Objetivos específicos del estudio.....	63
Tabla 25 - Preguntas y Estructuración de respuestas	63
Tabla 26 - Tabulación Variable cuantitativa nominal	64
Tabla 27 - Tabulación variable cualitativa jerárquica	64
Tabla 28 - Tabulación variable cuantitativa discreta	64
Tabla 29 - Tabulación variable cuantitativa continua	65
Tabla 30 - Árbol de decisiones.....	66
Tabla 31 - Preguntas clave de la Misión	67
Tabla 32 - Elementos de la Misión	68
Tabla 33 - Declaración de los objetivos	69
Tabla 34 - Caso de enfoque.....	69
Tabla 35 - Aplicación de estrategias genéricas.....	69
Tabla 36 - Matriz de Ansoff	70
Tabla 37 - Preguntas para formular Políticas.....	70
Tabla 38 - Conformación de partes de la organización	71
Tabla 39 - Efectos de los factores coyunturales en la estructura	71
Tabla 40 - Elaboración de organigrama de la estructura organizacional	71
Tabla 41 - Segmentación de Mercado	72
Tabla 42 - Determinación de los puntos clave	73
Tabla 43 - Ordenamiento de Ponderaciones	73
Tabla 44 - Ordenamiento	74
Tabla 45 - Selección de puntos clave	74
Tabla 46 - Conceptualización de lo que busca el emprendedor.....	74
Tabla 47 - Objetivo del plan de operaciones.....	74
Tabla 48 - Supuestos	79
Tabla 49 - Proyección de ventas en cantidad	80
Tabla 50 - Proyección de ventas en soles	80
Tabla 51 - Proyección anual de ventas	80
Tabla 52 - Inversión.....	81
Tabla 53 - Depreciación anual	81

Tabla 54 - Gastos de importación	82
Tabla 55 - Gastos en servicios, útiles y suministros	83
Tabla 56 - Calculo de remuneraciones	84
Tabla 57 - Tasa de fondo de pensiones.....	84
Tabla 58 - Gastos de administración	85
Tabla 59 - Determinación de punto de equilibrio	85
Tabla 60 - Punto de equilibrio en cantidad.....	86
Tabla 61 - Punto de equilibrio en soles	86
Tabla 62 - Financiamiento	87
Tabla 63 - Resumen de correspondencia	87
Tabla 64 - Costo de venta	87
Tabla 65 - Gastos de ventas	87
Tabla 66 - Estado de resultados	88
Tabla 67 - Flujo de Efectivo.....	89
Tabla 68 - Cálculo de WACC	89
Tabla 69 - Indicadores de Rentabilidad	89
Tabla 70 - Balance General	90
Tabla 71 - Tipos de Stakeholders	91
Tabla 72 - Aspectos específicos de las áreas principales de RSE	92
Tabla 73 - Ponderación y asignación de puntajes	92
Tabla 74 - Consolidación y jerarquización de aspectos específicos.....	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Tipos de suplementos que consume	32
Figura 3 - Marcas que consume.....	33
Figura 4 - Frecuencia de consumo de suplementos nutricionales.....	33
Figura 5 - Rango de precios.....	34
Figura 6 - Precios acorde	34
Figura 7 - Puntos de venta en Cajamarca	35
Figura 8 - Importador de Estados Unidos	35
Figura 9 - Tipo de suplementos que consume.....	36
Figura 10 - Empresa Carguera.....	36
Figura 11 - Genero de encuestado	37
Figura 12 - Rango de edad entre hombres y mujeres	38
Figura 13 - Ocupación de los consumidores de suplementos nutricionales.....	39
Figura 14 - Como conoció o se enteró de los suplementos.....	40
Figura 15 - Visitas para vender suplementos.....	40
Figura 16 - Características de los suplementos.....	41
Figura 17 - Contacto con el vendedor - Servicio post venta	42
Figura 18 - Asesoramiento post venta	42
Figura 19 - Garantías de los suplementos	43
Figura 20 - Resultados después del consumo de suplementos	43
Figura 21 - Recomendar el consumo de suplementos	44
Figura 22 - Las fuerzas de Porter.....	59

RESUMEN

La presente tesis se realizó con el fin de determinar el uso de la inteligencia comercial para la importación de suplementos nutricionales de consumo masivo de la ciudad de Cajamarca. Para establecer el nivel de conocimiento y uso de la inteligencia comercial se realizó un análisis de las tendencias de la oferta, demanda y precios en la ciudad de Cajamarca.

Se determinó que en la ciudad de Cajamarca no existe la información necesaria para la aplicación de la inteligencia comercial. Actualmente en la importación y venta de suplementos nutricionales no se lleva a cabo la aplicación de la inteligencia comercial, esto se debe al nivel de educación de la mayoría de personas que se encuentran dentro del proceso de venta de los suplementos nutricionales, dichas personas son el personal training de los gimnasios de Cajamarca que más como verlo como un tema de importación ven este proceso como un tema de generar ingresos.

Los resultados obtenidos del proceso de investigación y segmentación del mercado potencial permitieron establecer que existe un alto nivel de demanda hacia los suplementos nutricionales por los miembros de los gimnasios Fitness de Impacto, Body Lab e Imperios GYM; el segmento de mercado identificado se encuentra en el rango de 18 a 45 años de edad y con un nivel socio económico A y B, especialmente mujeres y que se obtuvo como resultado de que son las mujeres quien más invierten en la compra de estos suplementos.

En el estudio económico – financiero tenemos el plan financiero en el que recogemos toda la información desarrollada y cuantificada en cada uno de los planes de actuación, que corresponde cada una de las áreas funcionales de la empresa y a los instrumentos aplicados, esta herramienta nos permitió analizar la viabilidad económica y financiera de nuestro proyecto. Esta viabilidad se demuestra con los resultados de los índices de rentabilidad.

Palabras claves: Inteligencia Comercial, venta, suplementos nutricionales, importación

ABSTRACT

This thesis was carried out in order to determine the use of commercial intelligence for the importation of nutritional supplements of mass consumption in the city of Cajamarca. To establish the level of knowledge and use of commercial intelligence, an analysis of supply, demand and price trends in the city of Cajamarca was carried out.

It was determined that in the city of Cajamarca there is no information necessary for the application of commercial intelligence. Currently, the importation and sale of nutritional supplements does not carry out the application of commercial intelligence, this is due to the education level of the majority of people who are in the process of selling nutritional supplements. Personal training of the gyms of Cajamarca that more like seeing it as an import issue see this process as a topic of generating income.

The results obtained from the research process and segmentation of the potential market allowed to establish that there is a high level of demand for nutritional supplements by members of the Impact Fitness, Body Lab and GYM Empires gyms; The market segment identified is in the range of 18 to 45 years of age and with a socio-economic level A and B, especially women and that was obtained as a result of which women are the most invest in the purchase of these supplements.

In the economic - financial study we have the financial plan in which we collect all the information developed and quantified in each of the action plans, which corresponds to each of the functional areas of the company and the instruments applied, this tool allowed us to analyze The economic and financial feasibility of our project. This viability is demonstrated by the results of the profitability indexes.

Keywords: Commercial Intelligence, sale, nutritional supplements, import

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

Referencias

Rodríguez-Martínez, (2011), "Inteligencia comercial y el diseño de productos: a partir de estrategias y fuentes de información", *Ide@s CONCYTEG*, 6 (73), pp. 804-826.

Ontiveros, D. A. (2013). Retail marketing: el punto de venta, un medio poderoso. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (45), 229-239.

Thompson, I. (2005). El Proceso de Venta.

Rueda (2010) Guia Alimentaria La Selección Y Compra De Alimentos Procesados Orientada A Las Madres De Familia Del Area Urbana De La Ciudad De Ibarra (Tesis Para Licenciatura)

Pablo (2013) Alimentacion Y Suplementacion De Un Plantel De Rugby De La Ciudad De Rosario (Tesis Para Licenciatura)

Rojas (2011) Percepción De Alimentación Saludable, Hábitos Alimentarios Estado Nutricional Y Práctica De Actividad Física En Población De 9-11 Años Del Colegio Cedit Ciudad Bolívar, Bogotá (Tesis Para Grado)

Pavon Y Moreno (2008) Actitud De Los Universitarios Ante La Práctica Físicodeportiva: Diferencias Por Géneros (Tesis Para Grado)

Castro (2016) Conocimientos Sobre Alimentación Complementaria Y Su Relación Con El Estado Nutricional Del Niño Menor De 2 Años. Programa Cred De Un C.S Sj.M 2015

Solomon, (2013). Biología. (9na Ed.). Cruz Blanca, Mexico: Cengage Learning

Chiavenato, (2014). Introducción a la Teoría General de Administración. (8va ed.). Mexico: McGraw Hill