

Universidad de Lima
Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas
Carrera de Marketing



PROPUESTA PARA MEJORAR LA VISIBILIDAD DE PRODUCTOS PARRILLEROS EN EL CANAL MODERNO

Trabajo de suficiencia profesional para optar el Título de Licenciado en
Marketing

Narbajo Arias, Karen Patricia

Código 20162321

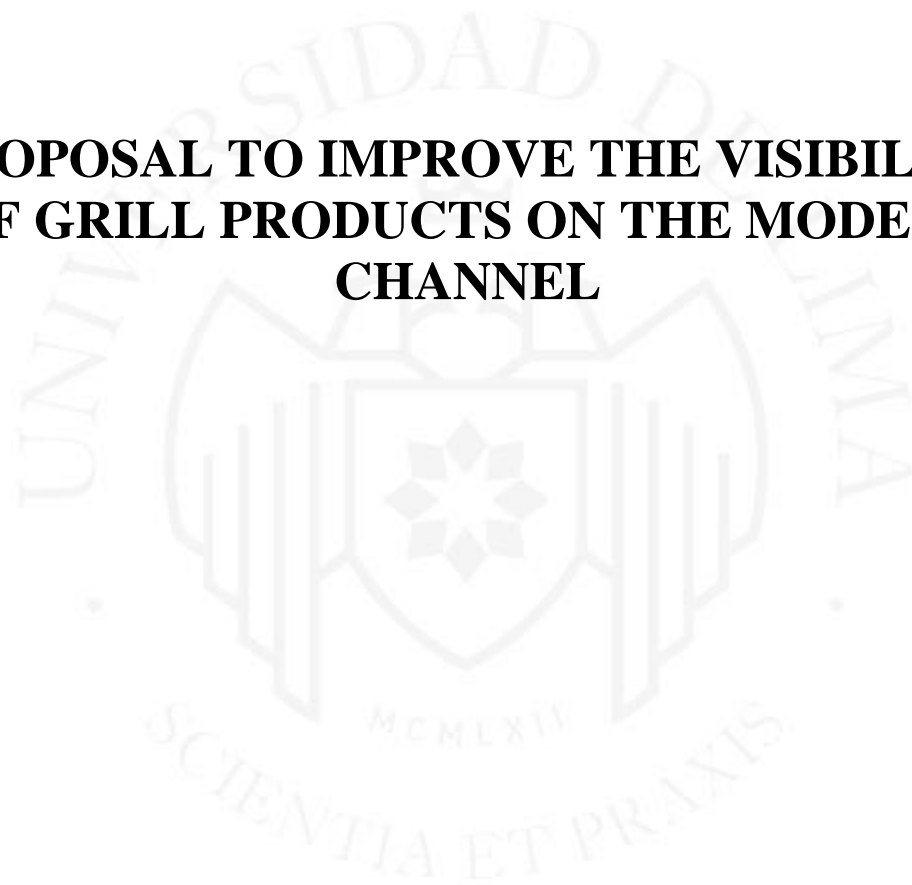
Asesor

Choy Chea, Julio Martín

Lima – Perú

Abril de 2024

**PROPOSAL TO IMPROVE THE VISIBILITY
OF GRILL PRODUCTS ON THE MODERN
CHANNEL**



RESUMEN

Este trabajo se realiza con el propósito de presentar una propuesta de mejora en el área de Trade Marketing, a través de innovadoras estrategias de Merchandising que permitan lograr una mayor visibilidad en punto de venta para así obtener un incremento en la rotación, mejorar la participación, aumentar el impacto visual y sobre todo asegurar el incremento de ventas apoyados en una buena comunicación que resalte los beneficios de producto y su promesa de valor.

La realización de este proyecto se hace con el fin de contribuir en el crecimiento, fortalecimiento y posicionamiento de la línea parrillera de la marca INTI, en el canal Moderno de la Ciudad de Lima

Mediante estas acciones se logrará que la marca se posicione en la mente del consumidor y se convierta en la primera opción de compra en los puntos de venta.

Basado en el comportamiento de ventas del año anterior y un previo análisis de la marca en el punto de venta, se determina que la rotación de productos parrilleros presenta dificultades en la venta, y ello se puede dar como falta de stock en tienda o una baja visibilidad en góndolas de las principales cadenas de supermercados. Por ende, un uso correcto de un plan de Trade Marketing y las herramientas correctas del Merchandising van a favorecer en la aceleración de ventas dentro del canal.

Línea de Investigación: 5205 - 3.h4

Palabras Clave: Trade Marketing, Merchandising, Visual Merchandising, Productos Parrilleros, Retail, Canal Moderno

ABSTRACT

This work is carried out with the purpose of presenting a proposal for improvement in the Trade Marketing area, through innovative Merchandising proposals that allow achieving greater visibility at the point of sale, thus obtaining an increase in rotation, improving participation, and increasing visual impact, and above all, ensuring an increase in sales supported by effective communication that highlights the product benefits and its value proposition.

The realization of this project is aimed at contributing to the growth, strengthening, and positioning of the grilling line of the INTI brand in the Modern channel of the City of Lima.

Through these actions, it will be possible to position the brand in the consumer's mind and become the first choice for purchase at the point of sale.

Based on the sales behavior of the previous year and a prior analysis of the brand at the point of sale, it is determined that the rotation of grilling products presents difficulties in sales, which may be due to lack of stock in stores or low visibility on shelves of the main supermarket chains.

Line of Research: 5205 - 3.h4

Keywords: Trade Marketing, Merchandising, Visual Merchandising, Grilling Products, Retail, Modern Channel

TESIS NARBAJO

ORIGINALITY REPORT

13% SIMILARITY INDEX	12% INTERNET SOURCES	1% PUBLICATIONS	6% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	tesis.pucp.edu.pe Internet Source	2%
2	docplayer.es Internet Source	1%
3	repositorio.urp.edu.pe Internet Source	1%
4	hdl.handle.net Internet Source	1%
5	repositorio.ulima.edu.pe Internet Source	1%
6	chanamerchandising.blogspot.com Internet Source	1%
7	repositorioacademico.upc.edu.pe Internet Source	1%
8	Submitted to Universidad Rey Juan Carlos Student Paper	1%
9	bdigital.uao.edu.co Internet Source	<1%

10	Submitted to Universidad de Lima Student Paper	<1 %
11	igomeze.blogspot.com Internet Source	<1 %
12	repositorio.ucv.edu.pe Internet Source	<1 %
13	buleria.unileon.es Internet Source	<1 %
14	marianalarcon.wordpress.com Internet Source	<1 %
15	tauja.ujaen.es Internet Source	<1 %
16	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
17	repositorio.lamolina.edu.pe Internet Source	<1 %
18	merchandising-total.blogspot.com Internet Source	<1 %
19	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Student Paper	<1 %
20	Submitted to Esumer Institucion Universitaria Student Paper	<1 %

21	Submitted to Universidad Tecnica De Ambato- Direccion de Investigacion y Desarrollo , DIDE Student Paper	<1 %
22	es.slideshare.net Internet Source	<1 %
23	uvadoc.uva.es Internet Source	<1 %
24	www.mercadonegro.pe Internet Source	<1 %
25	drupal.upsa.es Internet Source	<1 %
26	www.peru-retail.com Internet Source	<1 %
27	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
28	repositorio.upao.edu.pe Internet Source	<1 %
29	dt.gob.cl Internet Source	<1 %
30	Submitted to University of Wales central institutions Student Paper	<1 %
31	www.icex.es Internet Source	<1 %

32	fido.palermo.edu Internet Source	<1 %
33	jalayo.blogspot.com Internet Source	<1 %
34	repository.unicatolica.edu.co Internet Source	<1 %
35	sired.udenar.edu.co Internet Source	<1 %
36	Submitted to Instituto Madrilen0 de Formacion Student Paper	<1 %
37	congreso.provuldig.com Internet Source	<1 %
38	issuu.com Internet Source	<1 %
39	repositorio.utmachala.edu.ec Internet Source	<1 %
40	ri.ufs.br Internet Source	<1 %
41	riunet.upv.es Internet Source	<1 %
42	www-windows.gsi.de Internet Source	<1 %
43	www.scribd.com	

Internet Source

<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

