



UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
DEL PERÚ

Facultad de Administración y Negocios

Trabajo de investigación

**“Propuesta de plan de merchandising visual
para incentivar la compra de chocolate
orgánico en los supermercados Wong de
Lima. 2018”**

Autores:

Vargas Fernández, George H. – 1533170

Limaylla Mendoza, Josselyn V. - 1531431

Para obtener el Grado de Bachiller en:

Administración de Negocios y Marketing

Lima, diciembre 2018

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación es diseñar una propuesta de plan de merchandising visual para incentivar la compra de chocolate orgánico en los supermercados Wong de Lima. Para cumplir este objetivo, este trabajo se divide en seis capítulos.

El primer capítulo explora algunas experiencias nacionales e internacionales sobre el tema de estudio y describe los conceptos principales según autores sobre el merchandising visual. Además, se presenta el problema de investigación y se plantean las preguntas y los objetivos. En el segundo capítulo, se señala la metodología que seguirá este trabajo, la cual es de tipo exploratoria y descriptiva; mientras que el método usado para la recolección de datos fue la encuesta. El tercer y el cuarto capítulos corresponden al análisis y discusión de los resultados de la encuesta. El quinto capítulo es el fin de esta investigación, es decir, es el diseño y elaboración de la propuesta mencionada en el título de la investigación. El sexto capítulo son las conclusiones y recomendaciones de los autores.

Los principales resultados encontrados fueron, por un lado, que el consumidor conoce la existencia del chocolate orgánico pero no se siente influenciado a consumirlo de manera frecuente, esto se debería a la poca costumbre e información del producto. Por otro lado, la percepción que tiene el consumidor sobre el merchandising es que los colores, la iluminación, los materiales o carteles P.O.P., la ubicación del producto en el estante y los displays ayudan en la decisión de compra en el punto de venta.

Palabras clave:

Chocolate orgánico; chocolate comercial; demanda de chocolate; merchandising visual; consumo de chocolate en Lima