



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

“MERCHANDISING VISUAL EN SUPERMERCADOS TOTTUS SAN

JUAN DE LURIGANCHO, LIMA2016”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
ADMINISTRADOR**

AUTOR:

ARMUTO PACUALA, JESUS

ASESOR:

SOTERO MONTERO, SANTOS ALBERTO

LINEA DE INVESTIGACION:

MARKETING

LIMA - PERU

2016

PAGINA DEL JURADO

PRESIDENTE

SECRETARIO

VOCAL

Dedicatoria

Para toda mi familia que son impulsores de mis metas, objetivos que son ejemplo para seguir, a mis hermanos que son mi apoyo y mi sostén, a dios, sin él no hubiera seguido adelante con mi tesis y poder lograr sacar terminar mi carrera universitaria.

Agradecimiento

Para el asesor; Santos Sotero que siempre me apoyo sobre cualquier duda o consulta, a mi mejor amigo que siempre estuvo conmigo apoyándome moralmente para culminar con satisfacción mi tesis.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Jesús Armuto Pacuala con D.N.I N° 45334097, en efecto poder cumplir con las disposiciones vigentes considerados en el Reglamento de Grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad cesar Vallejo.

Lima 26 de noviembre del 2016

ARMUTO PACUALA, JESUS

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En Cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Merchandising Visual en Supermercados Tottus San Juan de Lurigancho, 2016”, ya que se sometió en consideración y espero que cumplan con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Administrador, Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

ARMUTO PACUALA, JESUS

}

INDICE

Caratula	
Paginas Preliminares	
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCION.....	11
1.1. Realidad Problematica.....	11
1.2 Trabajos Previos	12
1.3 Teorías Relacionadas al Tema	17
1.4 Formulación de Problema	28
1.5.1 Problema General.....	28
1.5.1 Problemas Específicos.....	28
1.5 Justificación del estudio	28
1.6 Hipótesis	30
1.6.1 Hipótesis General	30
1.6.2.Hipótesis Específicos	30
1.7 Objetivo	30
1.7.1 Objetivo General	30
1.7.2 Objetivos Específicos.....	31
II. MÉTODO.....	32
2.1. Diseño de Investigación.....	32
2.1.1 Diseño de Investigación	32

2.1.2 Nivel de Investigación	32
2.1.3 Tipo de Investigación	33
2.2 Operacionalizacion de Variables.....	34
2.3 Poblacion, y Muestreo.....	36
2.1.1 Población	36
2.1.1 Muestreo	36
2.4 Tecnicas de Instrumento de Recoleccion de Datos	38
IV. DISCUSIÓN.....	41
V. CONCLUSIONES.....	43
VI.RECOMENDACIONES.....	45
IV. REFERENCIAS	80
ANEXOS	

RESUMEN

La presente tesis tiene por título “Merchandising Visual en Supermercados Tottus San Juan de Lurigancho, 2016”, mencionamos la importancia de la investigación realizada a la empresa Tottus está en constante cambio de mobiliarios y ubicación de los productos al igual que otros supermercados del distrito es por ello que el marketing que se aplica es dinámico. Podemos establecer estudios analíticos que permitan desarrollar habilidades de implementación para expandir nuestro círculo de clientes. Esta investigación tiene como objetivo principal conocer las estrategias del Merchandising Visual en los Clientes de Supermercado Tottus San Juan de Lurigancho, 2016. Por lo tanto, se utilizó la encuesta; por el cual se prefiere llegar a obtener un conjunto de preguntas dentro de un documento escrito a la muestra de la investigación, el cual esta muestra está compuesta por un total de 336 clientes del supermercado TOTTUS S.A. Los datos obtenidos por el instrumento de medición fueron debidamente procesados por un programa estadístico llamado “SPSS Statistics Versión 22”. Mediante el cual se concluyó que dentro del trabajo investigado tiene como conjunto de técnicas que se aplican en el punto de venta para motivar el acto de compra competitiva de la manera más rentable, tanto para el fabricante como para el distribuidor, satisfaciendo las necesidades del consumidor.

Palabras claves: diseño, arquitectura, estructura, mobiliario, organización, ambientación, imagen.

ABSTRAC

The present thesis takes Lurigancho's Tottus San Juan as a title "Visual Merchandising in Supermarkets, 2016 ", we mention the importance of the investigation realized to the company Tottus it is in constant change of furnitures and location of the products as other supermarkets of the district is for it that the marketing that is applied is dynamic. We can establish analytical studies that allow to develop skills of implementation to expand our clients' circle. It is investigation has as principal aim Evaluate the strategies of the Visual Merchandising in the Clients of Supermarket Lurigancho's Tottus San Juan, 2016. Therefore, the survey was in use; for which one prefers managing to obtain a set of questions inside a document written to the sample of the investigation, which this one shows it is composed by a total of 336 clients of the supermarket TOTTUS S.A. The information obtained by the instrument of measurement was due processed by a statistical so called program "SPSS Statistics Version 22 ". By means of which one concluded that inside the investigated work it has as set of technologies that are applied in the point of sale to motivate the act of competitive purchase of a most profitable way, both for the manufacturer and for the distributor, satisfying the needs of the consumer.

Key words: Excellence, Quality, Efficiency, Efficiency, Value, Competitive Strategy, Implementation.