



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**"MERCHANDISING VISUAL Y SU RELACION CON EL COMPORTAMIENTO DE  
COMPRA DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA MANTARÓ RETAIL SRL  
HUANCAYO 2016"**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Administración**

**AUTOR:**

**ARREDONDO ROQUE NATALY VANESSA**

**ASESOR:**

**Mg. JOSE LUIS FERNANDEZ DAVILA VILLAFLUERTE**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**MARKETING**

**LIMA – PERÚ**

**2016**

---

**PRESIDENTE**

---

**SECRETARIO**

---

**VOCAL**

MI proyecto de tesis lo dedico a  
Dios por estar conmigo siempre  
y a mis padres Por guiarme y  
darme valor para enfrentar los  
obstáculos con mucha  
perseverancia y dedicación.  
Ellos son mi motivo para realizar  
las cosas bien y llegar a a meta  
proyectada

Este proyecto es el resultado del esfuerzo de un buen trabajo en equipo es decir agradecer a mi asesor Fernández Dávila Vilafuerte José Luis quien me orientó en la elaboración de mi tesis brindándome las herramientas necesarias para realizarlo. A mis amistades cercanas que no dudaron en mí y me apoyaron de alguna forma.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Nataly Verónica Arredondo Roque** con DNI N° 70832519, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo, facultad de Ciencias Empresariales escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es verdadera y auténtica.

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

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

Lima, ..... 31 ..... de ..... 2018 ..... del 2018.



\_\_\_\_\_  
Nataly Verónica Arredondo Roque  
DNI N° 70832519

## **PRESENTACIÓN**

**Señores miembros del jurado:**

En cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes de la tesis "Merchandising visual y su relación con el comportamiento de compra de los clientes de la empresa Mantec Retail S.R.L. Huaracayo 2016" la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los que requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

**NATALY VANESSA ARREDONDO ROQUE**

## INDICE

Página del Jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de Autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	
1.1 Realidad Problemática.....	13
1.2 Trabajos Previos.....	15
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	18
1.4 Formulación del problema.....	24
1.5 Justificación del estudio.....	25
1.6 Hipótesis.....	26
1.7 Objetivo.....	27
<b>II. METODO</b>	
2.1 Diseño de la Investigación.....	28
2.2 Variables, Operacionalización.....	28
2.3 Población y Muestra.....	30
2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	31
2.5 Métodos de análisis de datos.....	36
2.6 Aspectos éticos.....	37
<b>III. RESULTADOS</b>	39
<b>IV. DISCUSION</b>	58

V	CONCLUSIONES.....	84
VI	RECOMENDACIONES.....	88
VII	REFERENCIAS.....	88

#### **ANEXOS**

- ✓ Instrumentos
- ✓ Validación de los instrumentos
- ✓ Matriz de consistencia



## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cuadro de Operacionalización .....	29
Tabla 2: Validación por juicio de expertos "Merchandising Visual" .....	33
Tabla 3: Validación por juicio de expertos "Comportamiento de compra del consumidor" .....	35
Tabla 4: Cuadro de Expertos .....	35
Tabla 5: Cuadro de confiabilidad de Merchandising Visual .....	38
Tabla 6: Cuadro de confiabilidad de Comportamiento de compra .....	38
Tabla 7: Cuadro de confiabilidad (dos variables) .....	41
Tabla 8: Prueba de normalidad .....	43
Tabla 9: Contraste de hipótesis .....	45
Tabla 10: Tabla cruzada de merchandising .....	47
Tabla 11: Tabla cruzada de psicología .....	49
Tabla 12: Tabla cruzada de arquitectura .....	51
Tabla 13: Tabla cruzada de esparcimiento .....	53
Tabla 14: Tabla cruzada de atmósfera .....	55
Tabla 15: Tabla cruzada de presentación .....	57
Tabla 16: Tabla cruzada de plv .....	59

## INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 1: Grafico de Merchandising.....	37
GRAFICO 1: Graficos de comportamiento de compra.....	38
GRAFICO 3: Grafico de Packaging.....	38
GRAFICO 4: Grafico de Arquitectura.....	38
GRAFICO 5: Grafico de Escaparate.....	38
GRAFICO 6: Grafico de Atmosfera.....	40
GRAFICO 7: Grafico de Presentación.....	40
GRAFICO 8: Grafico de PLV.....	41

## RESUMEN

El objetivo principal del presente trabajo de investigación siendo descriptivo correlacional fue identificar la relación entre el Merchandising Visual y el Comportamiento de compra de los clientes de la empresa Mantaro Retail S.R.L. Huancayo 2016. La investigación se llevó a cabo en el distrito del Tambo provincia de Huancayo, departamento de Junín. Para el desarrollo de la tesis Palomeras menciona que el merchandising visual es una técnica relevante para aplicar ya que cuenta con elementos precisos a desarrollar. Mientras Solomon resalta las teorías que sustentan el comportamiento del consumidor. Se utilizó un diseño de investigación No experimental de tipo transversal cuyo método de investigación aplicado fue el Hipotético Deductivo y para la recopilación de datos la población estuvo conformada por 131 clientes que visitan a menudo la tienda Mantaro Retail Ubicada en el Tambo. Debido al mismo número de elementos, se tomaron en cuenta todos sus elementos obteniendo la muestra poblacional. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento de medición aplicado fue el cuestionario. Para el procesamiento de datos se realizó la calificación del cuestionario, la codificación, la tabulación y luego se realizó el análisis estadístico de datos basado en la estadística descriptiva, en el contraste de Hipótesis y en la correlación. Se concluyó que existe relación entre el merchandising visual y el comportamiento de compra la cual demostrada en la prueba de estadística de Rho de Spearman que nos dio un coeficiente de correlación de 0.681, con un Sig. (Bilateral) de 0.420.

**Palabras claves:** Merchandising Visual, Comportamiento de compra,

## **ABSTRACT**

The main objective of this research work being correlational descriptive was to identify the relationship between the Visual Merchandising and the Purchase behavior of the clients of the company Martara Retail SRI, Huancayo 2018. The research was carried out in the district of Tambo, province of Huancayo Department of Junin. For the development of the thesis Palomares mentioned that the visual merchandising is a relevant technique to apply since it has precise elements to develop. While Solomon highlights the theories that underpin consumer behavior. A non - experimental cross-sectional research design was used whose hypothetical method of investigation was applied. Deductive, and for the collection of data, the population was made up of 131 customers who often visit the Martara Retail store located in Tambo. Due to the minimum number of elements, all its elements were taken into account, obviating the population sample. The technique used was the survey and the instrument of measurement applied was the questionnaire. For data processing we performed the questionnaire qualification, coding, tabulation and then performed statistical analysis of data based on descriptive statistics, contrasting hypothesis and correlation. It was concluded that there is a relationship between the visual merchandising and the buying behavior which was demonstrated in the Spearman Rho statistic test, which gave us a correlation coefficient of 0.881 with a Sig. (Bilateral) of 0.420.

**Keywords:** Visual Merchandising, Buying Behavior