



**UCV**  
UNIVERSIDAD  
CÉSAR VALLEJO

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**TÍTULO :**

---

**“ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LAS ESTRATEGIAS TRADE MARKETING  
EN LAS VENTAS DE AMBEVPERÚ EN EL MERCADO DE TRUJILLO 2011”**

---

**TESIS PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR :**

**BACH. FRANCO PLASENCIA OLIVER SAID**

**ASESOR :**

**MG. LINARES CAZOLA JOSÉ GERMAN**

**CHIMBOTE - PERÚ**

**2011**

## DEDICATORIA

Dedico esta tesis en primer lugar a Dios, pues él es el que me ha dado la fuerza y sabiduría para llegar a esta parte de mi vida estudiantil y como dice su Santa Palabra “Háganlo todo para la Gloria de Dios”, se lo dedico a mi madre por sus consejos, oraciones y esfuerzos para hacer de mí una persona de excelencia, a mi padre por su apoyo a pesar de todas las situaciones me ha sabido apoyar.

Oliver Franco.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida y la oportunidad de terminar mis estudios universitarios, agradezco a mis padres por su apoyo incondicional, agradezco a mis profesores que supieron guiarme en este camino de formación profesional, termino agradeciendo a mis compañeros que me permitieron trabajar junto a ellos en este curso y compartir experiencias y conocimientos.

Oliver Franco.

## RESUMEN

El objetivo de realizar esta investigación surge debido a la constante innovación y desarrollo de estrategias de nuestro principal consumidor Backus, generando como resultado una disminución de nuestras ventas, perjudicando de esta manera el buen crecimiento de la empresa Ambev Perú. La presente investigación permitirá analizar la Influencia De Las Estrategias Trade Marketing En Las Ventas De Ambevperú En El Mercado De Trujillo 2011”

El presente estudio a todos aquellas empresas que se dedican a la elaboración, comercialización y distribución de bebidas, específicamente a la empresa AmbevPerú en el mercado de Trujillo 2011 y la influencia que produce el Trade Marketing en las ventas de esta empresa.

Para el desarrollo de la investigación se tomaron como bases teóricas: Definición, de Ventas; así como concepto, características y demás conceptos relacionados con la Trade Marketing. Además, el uso de la estadística y sus herramientas para la tabulación, análisis y evaluación de resultados de las encuestas; con ello, encontrar el nivel de la Influencia De Las Estrategias Trade Marketing En Las Ventas De Ambevperú En El Mercado De Trujillo 2011”

El autor.

## ABSTRACT

The objective of this research arises from the constant innovation and development strategies of our main consumer Backus, generating results in a decrease in our sales, impairing Thus the proper growth of the company AmBev Peru. This research will analyze the influence of Trade Strategies Marketing Ambevperú sales of Trujillo in the Market of 2011 "

This study to all those companies that engage in processing, marketing and distribution of beverages, specifically the company AmbevPerú Trujillo in the market for 2011 and the influence that produces the Trade Marketing sales of this company.

For the development of the research were taken as the theoretical basis: Definition of Sales, as well as concept, features and other items Trade-related Marketing. Furthermore, the use of statistics and tools for tabulation, analysis and evaluation of results surveys, thus, find the level of Influence Of Strategy Trade Marketing Ambevperú sales of Trujillo in the Market of 2011 "

The author.

## ÍNDICE GENERAL

Dedicatoria	02
Agradecimientos	03
Resumen	04
Abstract	05
Índice general	06
Índice de cuadros	08
Índice de gráficos	10
CAPITULO I. Marco Metodológico	14
1.1 El Problema	15
1.1.1 Selección del problema	17
1.1.2 Antecedentes del problema	17
1.1.3 Formulación del problema	19
1.1.4 Justificación	19
1.1.5 Limitaciones	20
1.2 Objetivos	20
1.3 Hipótesis	21
1.4 Variables – Indicadores	21
1.5 Diseño de la ejecución	25
1.5.1 Tipo de investigación	25
1.5.2 Población – Muestra	25
1.5.3 Técnicas, instrumentos e informantes	26
CAPITULO II. Marco Referencial Científico	27
2.1 Marco Teórico	28
2.2 Marco Conceptual	32

CAPITULO III. Descripción de Resultados	36
CAPITULO IV. Contratación de Hipótesis	69
CAPITULO V. Discusión de Resultados	75
CAPITULO VI. Conclusiones y Recomendaciones	79
6.1 Conclusiones	80
6.2 Recomendaciones	81
CAPITULO VII. Bibliografía y Anexos	83
7.1 Bibliografía consultada	84
7.2 Anexos	86

## ÍNDICE DE CUADROS

### Primera encuesta:

1. Ambev Trujillo los ayuda a diseñar y/o arreglar su punto de venta?
2. El punto de venta de productos de Ambev Trujillo en su negocio es...
3. Con qué frecuencia Ambev revisa sus requerimientos?
4. Según el trato recibido de Ambev Trujillo, usted cree que ellos consideran a los distribuidores como...
5. Usted considera a los funcionarios de Ambev que visitan su negocio como..
6. Se realizan revisiones de los diseños de lugares de venta de sus productos:
7. En caso de que su respuesta sea Si, podría precisar con qué frecuencia:
8. A su parecer las Marcas de Ambev son...
9. Vender productos Ambev a usted le reditúa
10. si dejara de vender productos Ambev, su negocio...
11. De qué manera Ambev Trujillo le motiva a vender sus productos?:
12. Es adecuado el surtido de productos Ambev en su negocio?
13. La visibilidad de los productos Ambev en su negocio es...

14. la venta de productos Ambev, desde que recibe apoyo de la empresa para acondicionar su punto de venta, ha...
15. Cada cuanto tiempo atienden sus quejas en Ambev
16. Cuando hay promociones o canjes de Ambev para sus clientes, la empresa...
17. Aprecia usted las promociones de Ambev por qué medio de comunicación?
18. Qué le parecen las campañas publicitarias de Ambev?
19. Cómo es la relación de usted con los vendedores de Ambev
20. El abastecimiento de sus productos Ambev es...
21. Los precios que Ambev le brinda en sus productos, le parecen...
22. Si usted quisiera una reducción de precio al incrementar su volumen de compra, observa que...
23. Sus consumidores, cuando hay promociones de Ambev, adquieren...

### **Segunda encuesta:**

1. AmbevPerú Aplica Trade Marketing en Trujillo?(explicar)
2. Con qué frecuencia revisan los requerimientos de sus distribuidores?
3. Dentro del FODA de AmbevPerú, usted cree que se considera a los distribuidores como...
4. Se realizan revisiones de los diseños de lugares de venta de sus productos:

5. En caso de que su respuesta sea Si, podría precisar con qué frecuencia:
6. A qué tipo de estrategias recurre AmbevPerú para posicionarse entre sus distribuidores:
7. A qué tipo de medios de comunicación recurre AmbevPerú para posicionarse entre sus distribuidores:
8. Existe en AmbevPerú , algún programa de software (no contable) que ayude a llevar el control de las actividades y relaciones con sus principales distribuidores
9. Conoce usted cuáles son los puntos de Venta más importantes de AmbevPerú?
10. Cada cuanto tiempo atienden quejas de los distribuidores?
11. Según su opinión desde que Ambev aplica Trade Marketing, usted diría que...

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

### Primera encuesta:

24. Ambev Trujillo los ayuda a diseñar y/o arreglar su punto de venta?
25. El punto de venta de productos de Ambev Trujillo en su negocio es...
26. Con qué frecuencia Ambev revisa sus requerimientos?
27. Según el trato recibido de Ambev Trujillo, usted cree que ellos consideran a los distribuidores como...
28. Usted considera a los funcionarios de Ambev que visitan su negocio como..
29. Se realizan revisiones de los diseños de lugares de venta de sus productos:
30. En caso de que su respuesta sea Si, podría precisar con qué frecuencia:
31. A su parecer las Marcas de Ambev son...
32. Vender productos Ambev a usted le reditúa
33. si dejara de vender productos Ambev, su negocio...
34. De qué manera Ambev Trujillo le motiva a vender sus productos?:
35. Es adecuado el surtido de productos Ambev en su negocio?
36. La visibilidad de los productos Ambev en su negocio es...

37. la venta de productos Ambev, desde que recibe apoyo de la empresa para acondicionar su punto de venta, ha...
38. Cada cuanto tiempo atienden sus quejas en Ambev
39. Cuando hay promociones o canjes de Ambev para sus clientes, la empresa...
40. Aprecia usted las promociones de Ambev por qué medio de comunicación?
41. Qué le parecen las campañas publicitarias de Ambev?
42. Cómo es la relación de usted con los vendedores de Ambev
43. El abastecimiento de sus productos Ambev es...
44. Los precios que Ambev le brinda en sus productos, le parecen...
45. Si usted quisiera una reducción de precio al incrementar su volumen de compra, observa que...
46. Sus consumidores, cuando hay promociones de Ambev, adquieren...

### **Segunda encuesta:**

12. AmbevPerú Aplica Trade Marketing en Trujillo?(explicar)
13. Con qué frecuencia revisan los requerimientos de sus distribuidores?
14. Dentro del FODA de AmbevPerú, usted cree que se considera a los distribuidores como...
15. Se realizan revisiones de los diseños de lugares de venta de sus productos:

16. En caso de que su respuesta sea Si, podría precisar con qué frecuencia:
17. A qué tipo de estrategias recurre AmbevPerú para posicionarse entre sus distribuidores:
18. A qué tipo de medios de comunicación recurre AmbevPerú para posicionarse entre sus distribuidores:
19. Existe en AmbevPerú, algún programa de software (no contable) que ayude a llevar el control de las actividades y relaciones con sus principales distribuidores
20. Conoce usted cuáles son los puntos de Venta más importantes de AmbevPerú?
21. Cada cuanto tiempo atienden quejas de los distribuidores?
22. Según su opinión desde que Ambev aplica Trade Marketing, usted diría que...