

UCV

UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**EL MERCHANDISING Y SU RELACIÓN EN LOS VOLÚMENES
DE VENTAS EN ARTESANÍAS DE LAMAS -2014**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

AUTOR:

VELA GARCÍA VIVIANA

ASESOR:

LIC. ADM. TUR. DIANA ESTHER ZAMORA PANDURO

LINEA DE INVESTIGACIÓN

**GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y CENTROS
DE ESPARCIMIENTO**

**TARAPOTO - PERÚ
2014**

PAGINA DEL JURADO

PRESIDENTE

SECRETARIO (A)

VOCAL

DEDICATORIA

Con todo mi cariño y mi amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento.

A Dios por mostrarnos día a día que con humildad, paciencia y sabiduría toda es posible y demostrarme que soy capaz de realizar mis metas.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad César Vallejo por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional. A mis asesora de tesis por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

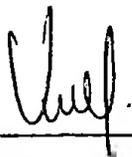
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo **VIVIANA VELA GARCÍA** con **DNI N° 47654363**, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grado y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de **CIENCIAS EMPRESARIALES**, Escuela Académica Profesional de **ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA** , declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo declaro también 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 César Vallejo.

Tarapoto, 22 de octubre del 2014



VIVIANA VELA GARCÍA COD.

UNIV. 1000175862

DNIN°47654363

PRESENTACION

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada **“EL MERCHANDISING Y SU RELACIÓN EN LOS VOLÚMENES DE VENTAS EN ARTESANÍAS DE LAMAS - 2014”**, permitirá obtener información de suma importancia para las personas que se dedican a la venta de artículos de artesanía en el Centro Poblado Menor Wayku.

Que a través de ella se podrá mejorar las actividades de Merchandising, con la finalidad de incrementar sus ventas como ente generador del servicio de turismo, de esta manera estar aportando al desarrollo del turismo en la provincial de Lamas.

Todo ello en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, de esta manera Obtener el Título Profesional de **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**, por ello espero de antemano obtener los requisitos de aprobación.

VIVIANA VELA GARCÍA

Tarapoto, Diciembre del 2014

INDICE

PÁGINAS PRELIMINARES

Página del jurado.....Pág. 01

Dedicatoria.....Pág. 02

Agradecimiento.....Pág. 03

Declaratoria de Autenticidad.....Pág. 04

Presentación.....Pág. 05

Índice.....Pág. 06

RESUMEN.....Pág. 07

ABSTRACT.....Pág. 08

I. INTRODUCCIÓN

Antecedentes.....Pág. 10

Justificación.....Pág. 21

Fundamentación científica.....Pág. 22

1.1. Problema.....Pág.33

1.2. Hipótesis.....Pág. 35

1.3. Objetivos.....Pág. 35

II. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Variables.....Pág. 36

2.2. Operacionalización de variables.....Pág. 37

2.3. Metodología.....Pág. 39

2.4. Tipo de estudio.....Pág. 39

2.5. Diseño.....Pág. 39

2.6. Población, muestra y muestreo.....Pág. 39

2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....Pág. 41

2.8. Métodos de análisis de datos.....Pág. 42

III. RESULTADOS.....Pág. 43

IV. DISCUSIONES.....Pág. 59

V. CONCLUSIONES.....Pág. 62

VI. RECOMENDACIONES.....Pág. 65

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....Pág. 66

VIII. ANEXO.

RESUMEN

En un contexto local se observa que los artesanos del distrito de Lamas, al parecer carecen de conceptos de sus diseños de estantes, ubicación de los productos y el estado de los mismos, se aprecia que los artesanos en muchas oportunidades, sus productos de mayor rotación son trasladados en los estantes más altos, haciendo menos visible ante la visita de los que ingresan al lugar, otras veces el local es muy reducido y no permite una transacción con fluidez, así mismo muchos de estos productos se encontraban polvorientos, y aglomerados en un solo lugar, se cree que estos problemas podría estar ocasionado que las ventas de artesanías del distrito de Lamas, estén sufriendo déficit en el volúmenes de sus ventas, siendo una comunidad con enormes atractivo cultural, es por ello que la presente investigación busca determinar la relación entre el Merchandising que existe en cada artesanía dentro de Lamas y establecer su relación con el volúmenes de ventas de productos artesanales.

Entonces podemos corroborar que los turistas nacionales afirman que es adecuado el Merchandising porque el diseño exterior de los establecimientos son atractivos por la fachada rustica, la identidad que posee cada tienda de artesanía y por el fácil acceso de cada puesto comercial. También consideran que el diseño del interior de los locales que venden artesanías son adecuados por la determinación del punto de acceso, la rápida ubicación de los productos artesanales que se exhiben en el puesto de venta y la ubicación de los productos colocados en la parte superior de sus estantes. Las promociones que ofrecen las tiendas de artesanía, como por la compra de una determinada cantidad de artículos de artesanía el vendedor le otorga un producto adicional y otras tiendas rebajan el precio total de los productos en un 3%, la publicidad que emplean los locales de artesanías son llamativas por la diversidad de colores, por su música folclórica, la atención al cliente por parte de los vendedores y sus vistosos anuncios como gigantografías, carteles, etc.

En la cual se obtuvo interesantes resultados donde se puede describir que las actividades turística como el Corpus Cristi, Santa Cruz De Motilones y la patrona de Santa Rosa De Raymi, se realizan en los meses de junio, julio hasta agosto; y octubre donde se registran un considerable incremento de los turistas nacionales, generando mayores ventas a las tiendas de artesanía ubicadas en el Centro Poblado Menor Wayku, donde podemos comparar que en los meses de junio hasta agosto y octubre se obtienen S/. 224,98.00 nuevos soles en las ventas de dichos productos.

ABSTRACT

In a local context shows that the artisans district Lamas, apparently lacking concepts shelf designs, product placement and status thereof. It is appreciated that the artisans in many instances, their high rotation products are transferred to the highest shelves, making it less visible to the visit of entering the place, sometimes the place is very small and does not allow a transaction fluently likewise many of these products were dusty, and agglomerates in one place, it is believed that these problems could be caused that crafts district Lamas are suffering deficits in sales volumes though a huge community with cultural attractions, is why this research seeks to determine the relationship between the merchandising exists in every craft within Lamas and establish its relationship with sales volumes handicrafts.

So we can confirm that domestic tourists claim that is suitable for the exterior design Merchandising establishments are attractive for the rustic facade, the identity that has every craft store and easy access to each trading post. Also consider that the interior design of the stores that sell crafts are suitable for determining the access point, the rapid location of handicrafts on display at the stall and location of products placed on top of their shelves. Promotions offered by craft stores, for buying a certain amount of craft items the seller gives you an additional product and other stores lower the total price of the products in a 3% advertising used by local crafts are striking for the diversity of colors, for its folk music, customer service from vendors and their colorful ads such as billboards, posters, etc. In which interesting results can be described where the tourist activities such as Corpus Christi Motilones Santa Cruz and Santa Rosa De patron Raymi, occur in the months of June, July and August was obtained; and October where a substantial increase in domestic tourists recorded, generating higher sales at craft stores located in the Town Center Retail Wayku where you can compare the months of June to August and October are obtained S / . 224,98.00 soles in sales of such products. Tourists who buy as many craft items are obtained from the department of Lima, followed by the department of Lambayeque and Cajamarca department. In the months of November and half of December to the students of different educational institutions to conduct site promotion, increasing sales partially, climate instability that occurs in the department of San Martín, makes sales that should performed in a given month based on the previous year and do not decrease sales that day and therefore sales for that month.