

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

LIC. JOSÉ MAURICIO LOUCEL

RECTOR

ING. LORENA DUQUE DE RODRÍGUEZ
VICERRECTORA ACADÉMICA

JURADO EXAMINADOR

LIC. ADOLFO EDGAR MORENO MELENDEZ

PRESIDENTE

LIC. MARCOS ANTONIO CAMPOS ROSALES
PRIMER VOCAL

LIC. DORA ESTELA BATRES
SEGUNDA VOCAL

NOVIEMBRE, 2003

San Salvador, El Salvador, Centroamérica



AGRADECIMIENTOS A:

DIOS: Por haberme dado la fortaleza de terminar mis estudios y por darme el entusiasmo y la sabiduría necesaria para poder concluir y alcanzar mis metas profesionales y como ser humano alcanzar un peldaño en el largo camino del saber.

MI PADRE, Por su apoyo incondicional, por enseñarme a terminar lo que se empieza, sus sabios consejos que siempre me brinda y que son motivación para seguir adelante. Gracias por ser un buen Maestro, gran Profesional, un hombre muy exigente y uno de mis mejores amigos.

MI MADRE, Por alentarme a seguir adelante, encomendarme a **DIOS** en sus oraciones, a que me diera apoyo para concluir mis estudios profesionales y no dejar que mi entusiasmo decayera.

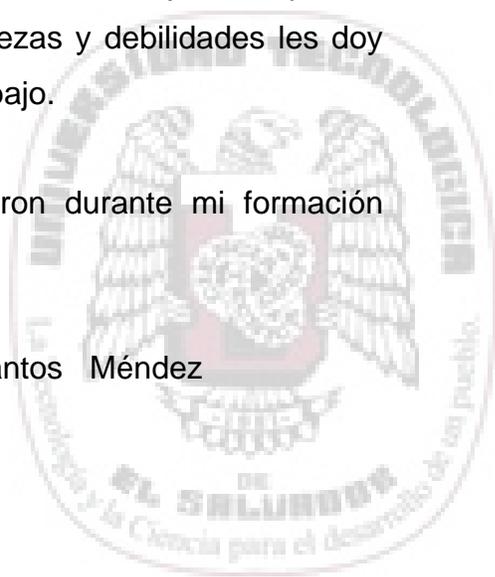
A MIS HERMANOS: Por comprenderme y estar siempre cerca y en todo momento brindándome su ayuda y su apoyo él los momentos que más lo necesitaba.

Un especial agradecimiento para mi equipo de trabajo **PATRICIA Y XIOMARA** Personas que desde mi punto de vista tienen un gran valor como seres humanos, dedicados y entregados cada uno a la consecución de los objetivos que se trazaron independientemente cada uno, con sus fortalezas y debilidades les doy las gracias por haberme aceptado en este grupo de trabajo.

A todos aquellos que de forma personal me apoyaron durante mi formación profesional, mil gracias.

Son los sinceros agradecimientos de su servidor.

Manuel Angel Santos Méndez



Mis agradecimientos a:

Dios por ser la fuente inagotable de amor y fidelidad, gracias por crear mi Universo y gracias al Universo por conspirar a mi favor.

Por hacerme feliz, por ser mi valor, mi orgullo, mi luz, y mi gran amor, porque todo lo que fui, lo que soy y lo que seré se lo debo a ella, mi mamá

A mi koko, por ser parte de mi vida, por existir y por ser mi hermana.

A quien le debo esta rebeldía y esta pasión por la vida, por mis sueños, por mis ideales, por haberme mostrado con su ejemplo que debo ser siempre fiel a mi misma, mi papá

A mis tres tías porque desde que nací hasta hoy, siempre han tenido oro, incienso y mirra para mí.

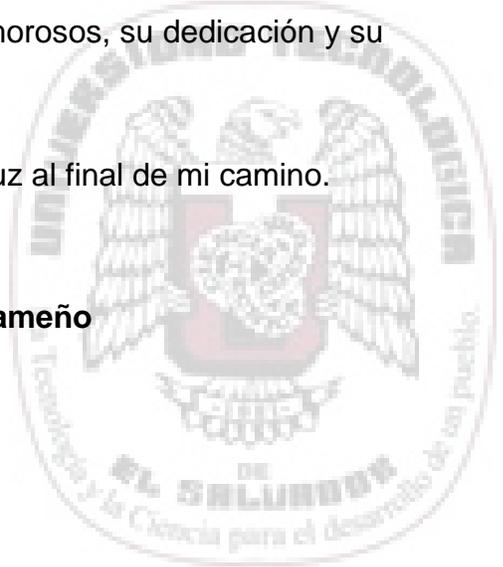
A mi maestro por enseñarme que debo ser siempre fiel a mis sueños y luchar por ellos con fé, por contagiarme de esta divina locura de ser nueva y mejor cada día.

A mis amigos y amigas por todo el amor que sus almas emanan para mí, porque la llama de su amor siempre se mantuvo encendida para calentar mi corazón, hasta en los días más grises y fríos, porque sus vidas y la mía fueron escritas por la misma mano y en el mismo libro. Muchas gracias

A mis ángeles, mis guardianes, mi refugio, mi roca, por ser el amor manifestado, por cargar mi espada y mi escudo, por sus cuidados amorosos, su dedicación y su entrega para con mi alma. Muchas gracias.

A Paulito, mi hijo, gracias por ser mi inspiración y la luz al final de mi camino.

Patricia Verónica Hernández Panameño



En la vida, todo ser humano cuando alcanza una meta, tiene que detenerse y pensar a quien o a que debe su logro, todo merece un merito, indistintamente la porción que haya aportado en el logro de una meta tan anhelada, es por esto que deseo dejar plasmados mis agradecimientos en tan preciado documento que me permitió concluir mi título como profesional en Mercadeo.

Agradezco a:

DIOS el ser que me da vida, salud, el ser que limpiò mi camino de todo obstáculo, el ser que me regalò el don de perseverancia, el ser que me proveyó de todo lo necesario para poder realizarme como profesional. Gracias.

A MI ESPOSO, EDGAR DAVID AVILES ,quien se veìa obligado a soportar mis ausencias en casa, quien tenìa que ser atendido por otra persona y no por su esposa, por todo ese tiempo robado le agradezco ya que todo su sacrificio en cuanto a mis ausencias y tiempo fue parte de mi logro como profesional.

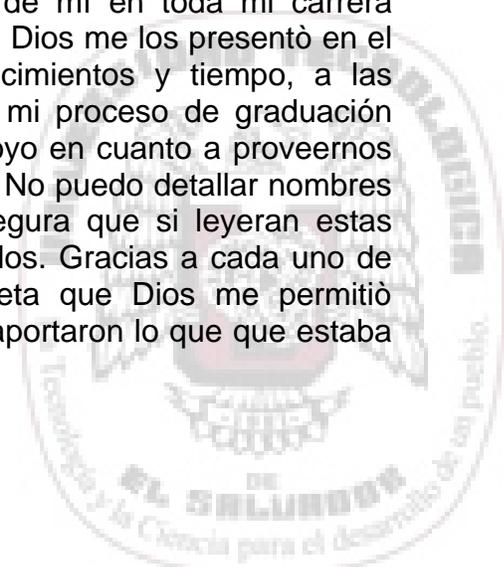
A MIS HIJAS, ROCIO Y FATIMA, que en muchas ocasiones se durmieron sin ver a su mamá, a mis pequeñas que en su inocencia tuvieron que comprender que su mami no podía estar en casa porque tenìa que leer y estudiar mucho. Por ese inocente sacrificio les agradezco y les plasmó mi gran amor. A mis niñas gracias , que no comprenden por estar pequeñas que los sacrificios de sus padres representan un mejor futuro para ellas. Gracias mis amores.

A MILAGRO JIMENEZ, la persona que cuida mis hijas, a ella gracias porque muchas veces le ha tocado desempeñar el papel de mamá, porque cuando yo llegaba tarde a casa, mis hijas ya estaban cambiadas y atendidas, a Milagro, por su cariño, lealtad y comprensión le agradezco, pues sin su ayuda en cuanto al cuidado de mi tesoro más preciado: Mis hijas yo no hubiera culminado mi carrera. Gracias Milagro.

A MI MADRE, TERESA AGUIRRE DE MATHUS, porque estoy segura que sus oraciones a nuestro amado Dios eran escuchadas, porque se que sus suplicas (entre muchas peticiones) se basaban que Dios me regalara todas las herramientas para poder alcanzar mi meta. Gracias mamá por su gran amor.

A TODAS LAS PERSONAS que estuvieron cerca de mí en toda mi carrera (compañeras de estudio, de desvelo) a los amigos que Dios me presentó en el camino para que me brindaran parte de sus conocimientos y tiempo, a las personas que estuvieron conmigo en el camino de mi proceso de graduación gracias, a las personas que nos brindaron todo el apoyo en cuanto a proveernos de información para terminar nuestro trabajo, gracias. No puedo detallar nombres porque no me alcanzaria la presente, pero estoy segura que si leyeran estas líneas sabrían que estoy hablando de cada uno de ellos. Gracias a cada uno de ellos porque se que además de disfrutar de la meta que Dios me permitió alcanzar, se sienten satisfechos que estuvieron y me aportaron lo que que estaba a su alcance. Mil gracias.

Firma: Xiomara Elizabeth Argueta de Avilès.

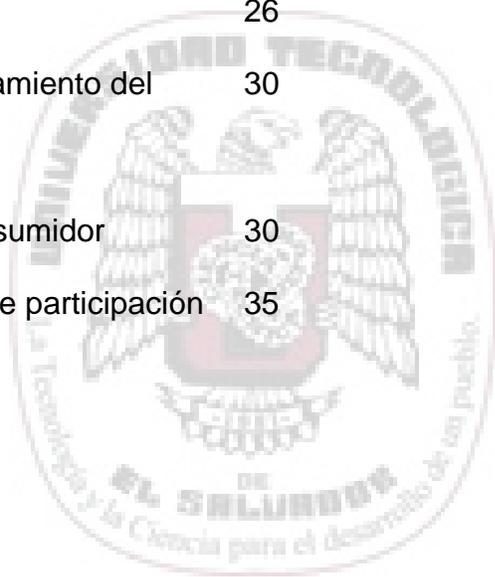


ÍNDICE

CAPÍTULO I

GENERALIDADES SOBRE LA ADMINISTRACIÓN POR CATEGORÍA DE PRODUCTOS Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Contenido	No. Página
Introducción	i
1. Situación actual de las cadenas de supermercados en El Salvador	1
2. Conceptualización e Importancia de la Administración por categorías de productos	3
2.1 Conceptualización	3
3. Aplicación de la Administración por categorías de productos	10
3.1 Información y Tecnología	12
3.2 Relaciones de colaboración	13
3.3 Organización (Estructura y Capacidades)	15
3.4 Objetivos y Medidas de desempeño	17
3.5 Pasos para implantar la administración por categorías	21
4. Comportamiento del consumidor	24
4.1 Hábitos y cultura de compra	26
4.2 La importancia de comprender el comportamiento del consumidor	30
4.3 El Proceso de toma de decisiones del consumidor	30
4.4 Tipos de decisiones de compra y niveles de participación de los consumidores	35



4.5	Factores que determinan el nivel de participación del consumidor	37
4.5.1	Experiencia	38
4.5.2	Interés	38
4.5.3	Percepción del riesgo de consecuencias negativas	39
4.5.4	Situación	39
4.5.5	Visibilidad social	40
4.6	Implicaciones de la participación del consumidor en la mercadotecnia	40
4.7	Principales factores que influyen en la conducta del consumidor	41

CAPITULO II

INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LA ADMINISTRACIÓN POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS, COMO HERRAMIENTA MERCADOLÓGICA Y SU INCIDENCIA, EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES DE LAS CADENAS DE SUPERMERCADOS DEL ÁREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR

1.	Objetivos de la Investigación	44
1.1	General	44
1.2	Específicos	44
2.	Metodología de la Investigación	45



2.1	Tipo de Investigación	45
2.2	Técnicas	46
2.3	Instrumentos	46
3.	Universo en estudio	46
3.1	Unidades de análisis	46
3.2	Sujetos de estudio	47
3.3	Determinación de la muestra	51
4.	Presentación e interpretación de resultados	60
4.1	Población A	61
4.2	Población B	71
5.	Conclusiones	
5.1	Análisis FODA	90
5.2	Opinión de los consumidores	94

CAPITULO III

PROPUESTA DE UNA GUIA PARA LA IMPLANTACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS COMO HERRAMIENTA MERCADOLÓGICA QUE INCIDA, EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES DE LAS CADENAS DE SUPERMERCADOS DEL ÁREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR

1.	Soporte Estratégico de la propuesta	96
1.1	Generalidades de la propuesta	96



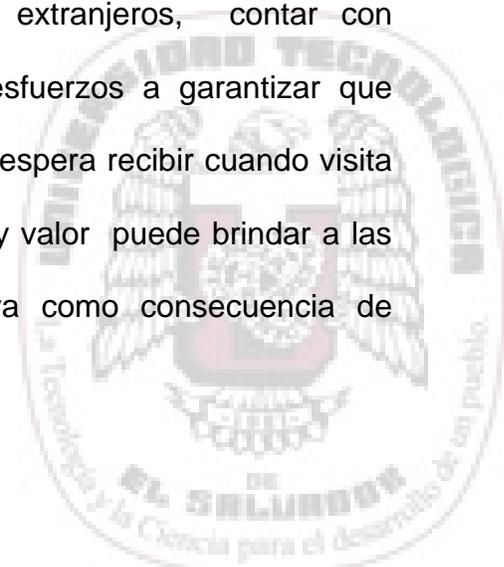
1.2	Objetivos de la propuesta	97
1.2.1	Objetivo General	97
1.2.2	Objetivos Específicos	97
1.3	Justificación de la propuesta	97
1.4	Beneficios	100
2.	Medición de impacto	101
2.1	Medidas de control	104
2.2	Resultados esperados	112
3.	Pasos a seguir para la implantación de la administración por categorías de productos	114
Paso I	Selección de las categorías	115
Paso II	Selección del socio estratégico	118
Paso III	Definición de las categorías	119
Paso IV	Determinación del rol de las categorías	120
Paso V	Evaluación de las categorías	125
Paso VI	Establecer las estrategias y tácticas de las Categorías	127
Paso VII	Plan Piloto	132
Paso VIII	Aplicar la administración por categorías de Productos en forma generalizada	137
Paso IX	Seguimiento, supervisión y mejoramiento continuo	138
	Bibliografía	139
	Anexos	140



INTRODUCCION

Nuestro país, desde hace unos años ha encaminado sus esfuerzos hacia la formulación de acuerdos que le permitan integrarse en diferentes bloques comerciales de países, conciente de que esta realidad implica una mayor competitividad a lo interno de nuestro mercado; por la entrada de productos similares a los que comercializamos. Debido a la apertura comercial, es indispensable contar con herramientas mercadológicas que nos permitan adaptarnos a las nuevas reglas del juego que también se establecerán, dichos procesos además incidirán de forma directa en nuestras prácticas mercadológicas; por lo que las organizaciones deben basar sus decisiones en los cada vez mas exigentes gustos y preferencias de los consumidores.

Específicamente en el sector de supermercados, éstos deben tener en cuenta que no solo tienen que ser capaces de satisfacer las necesidades, los requerimientos y deseos del consumidor, sino que hay que saber diferenciarse de los múltiples competidores tanto nacionales como extranjeros, contar con herramientas competitivas y encauzar todos sus esfuerzos a garantizar que otorgan el servicio y valor que el consumidor desea o espera recibir cuando visita una sala de ventas de supermercado; dicho servicio y valor puede brindar a las cadenas de supermercados una ventaja competitiva como consecuencia de



características que le sean propias, y que por lo tanto, no posean los demás miembros del sector.

Es en este contexto que el presente estudio propone la administración por categorías de productos, que no es más que: el proceso cadena de supermercados-proveedor en el que se administran categorías de productos como unidades estratégicas de negocios, generando mejores resultados comerciales al concentrarse en la entrega de un mayor valor al consumidor. Este proceso como herramienta mercadológica que incide en la decisión de compra de los consumidores.

El capítulo I, contiene generalidades sobre el término administración por categorías de productos y el comportamiento del consumidor, en el capítulo II se detallan los resultados de la investigación de campo, realizada con el fin de determinar la incidencia de la administración por categorías de productos en la decisión de compra de los consumidor y el capítulo III, es una guía práctica diseñada como un esquema detallado para implantar la administración por categorías de productos.

Le invitamos a utilizar la información proporcionada, aplique lo que se le sugiere, a medida que visualiza e implanta su propia administración por categorías de productos y forme parte de las múltiples cadenas de supermercados en el ámbito mundial, que han mejorado sus resultados comerciales y han obtenido logros competitivos gracias a la administración por categorías de productos.

