



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**TESIS**

**PROPUESTA DE UNA ESTRATEGIA DE VISUAL  
MERCHANDISING PARA INCREMENTAR LAS VENTAS EN EL  
NEGOCIO DE ACUARIOS ICTHUS CHICLAYO, 2013.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN**

**Autora:**

**Bach. Samamé Vela, Cristina Consuelo**

**Pimentel, Perú - 2014**

## **RESUMEN**

Este estudio tuvo como objetivo principal proponer estrategias de visual merchandising para incrementar las ventas en el negocio de acuarios Icthus Chiclayo, para lo cual se realizó un estudio de tipo descriptivo y propositivo con un diseño no experimental.

Esta investigación propuso estrategias de merchandising visual en “Icthus Chiclayo” como herramienta estratégica del marketing, lo cual es necesaria para rentabilizar y gestionar al máximo el punto de venta de la empresa puesto que se trata de un elemento clave.

Los resultados muestran que la forma actual de promoción de ventas en el negocio de acuarios Icthus es escasa puesto que los clientes encontraron el negocio por recomendación o por casualidad. También se ha determinado que los factores que influyen en las ventas en el negocio están dados principalmente por la calidad de los productos, esto debido a que los clientes se preocupan aspectos relacionados a los beneficios del producto. Finalmente, estrategias de visual merchandising para el negocio de acuarios Icthus fueron elaboradas, debido a que los resultados mostraron que indican que el negocio debe mejorar visualmente.

## **Abstract**

The main objective in this study was to propose visual merchandising strategies to increase sales in the business of aquarium Icthus Chiclayo, for which it made a study the type descriptive and propositional study with a non-experimental design was performed.

This research proposes strategies in visual merchandising "Icthus Chiclayo" as a strategic marketing tool, which is needed to manage the most profitable and manage the maximum the point of sale of the company since it is a key element.

The results show that the current form of sales promotion in the business of aquarium Icthus is scarce because customers found the business by recommendation or by fortuity. It has also been determined that the factors that influence sales in the business are given mainly by the quality of products, because the clients are concerned about aspects related to product benefits. Finally was elaborated the visual merchandising's strategies for the business of aquarium Icthus insomuch as the results showed that the business must visually enhance.