



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración; denominada:
**PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING BASADO EN EL MODELO DE
LAS SIETE “P” PARA AUMENTAR LA ROTACIÓN DEL ACEITE FRIOL EN
ALICORP SAA DE CHICLAYO, 2009.**

AUTORES:

Bach. Augusto Toribio Pozo Panduro

Bach. Javier Eduardo Solís Cubas.

Pimentel - Perú

2009

RESUMEN

El presente trabajo denominado: “Propuesta de un Plan de Marketing basado en el modelo de las siete “P” para Aumentar la rotación del Aceite Friol en ALICORP SAA de Chiclayo, 2009” es un investigación que se basa en un análisis de mercado de la industria oleaginosa la cual representa el 1,64% del PBI manufacturero. Cabe señalar que el desempeño del sector durante el año anterior ha sido favorable, creciendo en un 13.4% con respecto al 2007. Hoy en día la industria cuenta con adecuado nivel de tecnología, similar al de sus pares regionales, lo que le permite ser competitiva regionalmente. Asimismo, cuenta con altos niveles de eficiencia lo cual les ha permitido reducir costos para contrarrestar la competencia extranjera.

Los aceites son productos básicos que tienen una alta participación en la canasta familiar, lo que disminuye la probabilidad de fuertes caídas en el consumo de los mismos. Adicionalmente, estos productos carecen de sustitutos. Uno de los principales problemas de la industria es la alta presencia de aceites importados, los cuales en su mayoría ingresan al mercado con precios subvaluados.

Es importante precisar que los aceites y grasas son productos de bajo valor agregado, lo cual se refleja en los reducidos márgenes de las empresas. Sin embargo, hay empresas que se encuentran integradas hacia atrás con otras industrias. La industria oleaginosa tiene una alta dependencia de materias primas importadas, las cuales representan el 67% del total. Asimismo, estas representan aproximadamente entre el, 75% y 85% del costo de producción de los aceites.

Nuestro aporte se centrar en desarrollar una propuesta de marketing que permita alcanzar altas rotaciones en el producto de aceites Friol; en la región Lambayeque.

ABSTRACT

This paper entitled: "Proposal for a Marketing Plan based on the model of the seven" P "to Increase Oil rotation SAA ALICORP Friol in Chiclayo, 2009" is an investigation that is based on an analysis of market oilseed industry which accounts for 1.64% of GDP in manufacturing. Note that the performance of the sector during the past year has been favorable, growing 13.4% over 2007. Today the industry has adequate level of technology, similar to its regional peers, which should be competitive regionally. It also has high levels of efficiency which has enabled them to cut costs to counter foreign competition.

The oils are commodities that have high participation in the market basket, which decreases the likelihood of sharp declines in their consumption. Additionally, these products have no substitutes. One of the main problems of the industry is the high presence of imported oil, which mostly enter the market at undervalued prices.

It is important to note that oils and fats are products of low added value, which is reflected in reduced margins of companies. However, there are companies that are integrated backward with other industries. The oilseed industry has a high dependence on imported raw materials, which represent 67% of the total. Moreover, these represent approximately between 75% and 85% of the cost of oil production.

Our contribution will focus on developing a marketing approach that achieves high rotations in Friol oil product, in the Lambayeque region.