

# ESCUELA DE POSTGRADO NEUMANN

MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



**Propuesta de mejora para el área de comercialización y marketing de la empresa Arca Continental & Lindley en la ciudad de Puno, 2021.**

**Trabajo de Investigación  
Para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en  
Administración de Negocios

**Autores:**

Bach. Álvarez Lita, Natalia Elizabeth  
Bach. Villalta Parillo, Bigly Vareshka

**Docente Guía:**

Mg. Leo Rossi, Ernesto Alessandro

**TACNA – PERÚ**

**2022**

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

## DEDICATORIA

“Este trabajo de investigación está dedicado a:

A Dios que me acompañó durante todo este camino de aprendizaje. A mi esposo Armando y mis hijos Nadym y Derek por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso y estar conmigo en cada paso que he dado. A mis padres Tyrone y Miryan y a mis hermanos, en especial a Johanna por estar pendiente de cada uno de mis esfuerzos, por sus consejos, palabras de aliento que hicieron de mí una mejor persona.

Finalmente quiero dedicar este trabajo de investigación a todas las personas que estuvieron en esta etapa, por extender su mano y apoyo en momentos difíciles, gracias por estar ahí”.

***Natalia Álvarez***

Dedico este trabajo de investigación a toda mi familia; a mis padres, a mis hermanos, quienes me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, y todo ello con una gran dosis de amor desinteresado. En especial a mi esposo Orlando León, por su paciencia, por su comprensión, por su fuerza, por su amor incondicional. A todos ellos, Muchas gracias de todo corazón.

Detrás de cada línea de llegada, hay una de partida. Detrás de cada logro, hay otro desafío. Si extrañas lo que hacías, vuelve a hacerlo. Sigue, aunque todos esperen que abandones. No dejes que se oxide el hierro que hay en ti. Sonríe siempre. Anónimo.

***Bigly Villalta***

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a Dios que me acompañó durante todo este camino de aprendizaje, a mi esposo y mis hijos por ser el motor principal, mi apoyo y mi sostén para culminar esta nueva meta académica, a mis padres y hermanos por estar pendiente de cada uno de mis esfuerzos.

Les agradezco no solo por estar presentes en cada paso que he dado, sino por las grandes emociones que siempre me han causado, ya que sin su ayuda y presencia no hubiese sido posible alcanzar esta meta.

Agradezco a la Escuela de Postgrados Neumann por brindarme nuevos conocimientos que me han aportado en el ámbito académico y profesional.

***Natalia Álvarez***

Quiero agradecer profundamente a la Escuela de Postgrado de Neumann, por brindarme conocimientos de gran valor para mi crecimiento profesional y personal. También quiero agradecer a mi amiga Natalia, por la amistad brindada, perseverancia, esfuerzo, dedicación, fortaleza e impulso para realizar este trabajo.

Además, quiero agradecer por su tiempo, conocimiento y colaboración a todas aquellas personas que de alguna u otra manera han participado de forma directa e indirecta en la elaboración del presente trabajo.

Finalmente agradezco a Dios por haber hecho esto posible.

Muchas gracias por todo.

***Bigly Villalta***

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	- 3 -
AGRADECIMIENTO.....	- 4 -
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	- 5 -
ÍNDICE DE TABLAS .....	- 10 -
ÍNDICE DE FIGURAS .....	- 12 -
ÍNDICE DE ANEXOS .....	- 14 -
RESUMEN .....	- 15 -
ABSTRACT .....	- 17 -
INTRODUCCIÓN .....	- 19 -
CAPÍTULO I ANTECEDENTES DEL ESTUDIO .....	- 21 -
1.1 Título del tema .....	- 21 -
1.2 Planteamiento del Problema .....	- 21 -
1.3 Objetivos de la investigación .....	- 22 -
1.3.1. Objetivo general.....	- 22 -
1.3.2. Objetivos específicos .....	- 22 -
1.4 Justificación .....	- 23 -
1.5 Metodología .....	- 24 -
1.5.1. Características del diseño de investigación.....	- 24 -

1.5.2. Metodología de investigación.....	- 24 -
1.6 Alcances y Limitaciones .....	- 26 -
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	- 28 -
2.1 Conceptualización de la(s) variable(s) o tópico(s) clave .....	- 28 -
2.1.1 Historia de Coca-Cola Company.....	- 28 -
2.1.2 The Coca-Cola Company en Perú .....	- 31 -
2.1.2.1 Comercialización .....	- 34 -
2.1.3 Marketing.....	- 34 -
2.1.4 Marketing Mix .....	- 35 -
2.1.4.1 Componentes.....	- 35 -
2.1.5 Plan de mejora.....	- 36 -
2.1.5.1 Plan de mejora para la comercialización .....	- 37 -
2.1.5.2 Plan de mejora de marketing.....	- 38 -
2.1.5.3 Estrategias de posicionamiento de la marca .....	- 39 -
2.2 Importancia de la(s) variable(s) o tópico(s) clave .....	- 40 -
2.3 Análisis Comparativo.....	- 41 -
2.4 Análisis Crítico .....	- 41 -
CAPITULO III MARCO REFERENCIAL .....	- 42 -
3.1. Reseña Histórica .....	- 42 -
3.2. Filosofía Organizacional .....	- 43 -

3.2.1.	Objetivos.....	- 44 -
3.2.2.	Misión .....	- 44 -
3.2.3.	Visión.....	- 45 -
3.2.4.	Valores .....	- 45 -
3.2.5.	Compromisos de la empresa .....	- 46 -
3.3.	Diseño Organizacional .....	- 47 -
3.4.	Productos de la Marca Coca-Cola.....	- 48 -
3.5.	Diagnostico Organizacional.....	- 49 -
CAPÍTULO IV RESULTADOS.....		- 50 -
4.1	Diagnóstico Situacional de la empresa Arca Continental & Lindley .....	- 50 -
4.1.1	Análisis Externo .....	- 51 -
4.1.1.1	Competencia .....	- 51 -
4.1.1.2	Principales Competidores.....	- 51 -
4.1.2	Análisis Interno .....	- 52 -
4.1.2.1	La Comunidad (empresa).....	- 52 -
4.1.2.2	Uso de sus actividades.....	- 52 -
4.1.2.3	Registros financieros .....	- 53 -
4.1.2.4	Actividades públicas .....	- 53 -
4.1.2.5	Sustentabilidad Competitiva .....	- 53 -
4.2	Diseño de Mejora .....	- 54 -

4.2.1	Diseño de la encuesta .....	- 54 -
4.2.1.1	Análisis de la encuesta.....	- 56 -
4.2.2	Diseño de la entrevista .....	- 64 -
4.2.2.1	Análisis de la entrevista.....	- 65 -
4.2.3	Principales conclusiones de los instrumentos de investigación.....	- 73 -
4.2.4	Direcciones estratégicas del Marketing.....	- 74 -
4.2.4.1	Direccionamiento de la propuesta de mejora.....	- 75 -
4.2.5	Marketing Mix .....	- 75 -
4.2.5.1	Estrategias de producto.....	- 75 -
4.2.5.1.1	Valor agregado.....	- 75 -
4.2.5.2	Estrategias de precio.....	- 77 -
4.2.5.3	Estrategias de plaza .....	- 79 -
4.2.5.3.1	Canales de distribución en la Ciudad de Puno .....	- 79 -
4.2.5.3.2	La comercialización .....	- 79 -
4.2.5.3.3	Proceso de comercialización .....	- 80 -
4.2.5.4	Estrategias de promoción.....	- 82 -
4.2.6	Matriz de acción de los objetivos estratégicos .....	- 84 -
4.3	Establecimiento del control de la propuesta de mejora.....	- 85 -
4.4	Establecimiento del presupuesto y beneficio de la propuesta de mejora .....	- 86 -
4.4.1	Análisis del presupuesto y beneficios de la propuesta de mejora .....	- 87 -

CAPÍTULO V ..... - 88 -

5. SUGERENCIAS..... - 88 -

    5.1 Conclusiones..... - 88 -

    5.2 Recomendaciones..... - 89 -

    5.3 Bibliografía ..... - 90 -

ANEXOS ..... - 92 -

    Formato de la Encuesta ..... - 92 -

    Formato de la Entrevista ..... - 95 -

    Evidencias Fotográficas ..... - 98 -

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla1 Ventas .....	- 56 -
Tabla2 Consumo .....	- 57 -
Tabla 3 Frecuencia .....	- 58 -
Tabla 4 Marca .....	- 59 -
Tabla 5 Momento de consumo .....	- 60 -
Tabla 6 Cambio de consumo.....	- 61 -
Tabla 7 Consumo sin azúcar .....	- 62 -
Tabla 8 Cambio envases.....	- 63 -
Tabla 9 Frecuencia de ventas .....	- 65 -
Tabla 10 Capacitación.....	- 66 -
Tabla 11 Marketing .....	- 67 -
Tabla 12 Importancia plan de Marketing .....	- 68 -
Tabla 13 Mejora continua .....	- 69 -
Tabla 14 Envases .....	- 70 -
Tabla 15 Incremento de personal .....	- 71 -
Tabla 16 Innovación .....	- 72 -
Tabla 15 Estrategias de Producto de la empresa Arca Continental Lindley .....	- 76 -
Tabla 16 Estrategias de Precio de la empresa Arca Continental Lindley .....	- 78 -
Tabla 17 Estrategias de Plaza de la empresa Arca Continental Lindley .....	- 81 -

Tabla 17 Estrategias de Promoción de la empresa Arca Continental Lindley ..... - 83 -

Tabla 21 Matriz de acción de la empresa Arca Continental Lindley ..... - 84 -

Tabla 22 Matriz de control de la propuesta de mejora ..... - 85 -

Tabla 23 Establecimiento del presupuesto de la propuesta de mejora ..... - 86 -

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.Distribución de la bebida Coca-Cola .....	- 21 -
Figura 2.Botella Contour de 1915.....	- 28 -
Figura 3.Coca Cola sin azúcar .....	- 33 -
Figura 4.Componentes del marketing mix .....	- 36 -
Figura 5: Organigrama de Coca-Cola.....	- 47 -
Figura 6 Principales Competidores.....	- 52 -
Figura 7 Sustentabilidad Competitiva .....	- 54 -
Figura 8 Encuesta; Ventas .....	- 56 -
Figura 9 Encuesta; Consumo .....	- 57 -
Figura 10 Encuesta; Frecuencia.....	- 58 -
Figura 11 Encuesta; Marca .....	- 59 -
Figura 12 Encuesta; Momento de consumo .....	- 60 -
Figura 13 Encuesta; Cambio de consumo.....	- 61 -
Figura 14 Encuesta; Consumo sin azúcar .....	- 62 -
Figura 15 Encuesta; Cambio de envases.....	- 63 -
Figura 16 Entrevista; Frecuencia de ventas .....	- 65 -
Figura 17 Entrevista; Capacitación.....	- 66 -
Figura 18 Entrevista; Marketing.....	- 67 -
Figura 19 Entrevista; Importancia plan de Marketing.....	- 68 -

Figura 20 Entrevista; Mejora continua ..... - 69 -

Figura 21 Entrevista; Envases..... - 70 -

Figura 22 Entrevista; Incremento de personal ..... - 71 -

Figura 23 Entrevista; Innovación ..... - 72 -

Figura 24 Proceso de comercialización ..... - 80 -

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Publicidad cuidado del medio ambiente .....	- 98 -
Anexo 2 Nueva etiqueta .....	- 98 -
Anexo 3 Envases eco friendly .....	- 99 -
Anexo 4 Proceso de envasado.....	- 99 -
Anexo 5 Nueva presentación .....	- 100 -
Anexo 6 Proceso de distribución .....	- 100 -
Anexo 7 Proceso de entrega a los distribuidores.....	- 101 -

## RESUMEN

En la actualidad la correcta comercialización de los productos es de vital importancia y no están exentas empresas grandes o pequeñas, nacionales o internacionales, en base a esta conclusión se desarrolla la presente investigación titulada Propuesta de mejora para el área de comercialización y marketing de la empresa Arca Continental & Lindley en la ciudad de Puno, 2021. La empresa inició sus actividades en el país en 1998 y se dedicada a las actividades de asesoramiento y gestión empresarial, por lo cual tiene como principal objetivo la elaboración de una propuesta de mejora para el área de comercialización y marketing de la compañía.

Para lograr el objetivo propuesto, el proyecto se desarrolló en base al enfoque cuantitativo, la investigación bibliográfica-documental y la aplicación de las técnicas de la entrevista y la encuesta, a través de las cuales se obtuvo y recopiló los datos e información necesarios para conocer y analizar los problemas presentados en el proceso de comercialización y en las estrategias de marketing que la empresa utiliza para posicionar su producto en el mercado de la ciudad de Puno.

Con la elaboración y establecimiento de la propuesta de mejora a la empresa Arca Continental & Lindley se espera aplicar los correctivos necesarios para lograr un adecuado manejo en la comercialización de sus productos, así como la aplicación de nuevas estrategias de mercadotecnia que permitan captar la atención de nuevos consumidores, eleva el porcentaje de ventas de las bebidas y mejorar la imagen corporativa de la empresa.

El análisis de situación nos permitió observar que es necesario establecer esta propuesta de mejora como tal para potenciar la bebida gaseosa de Coca-Cola,

convirtiéndose en una de las más consumidas y así poder imprimir las estrategias del producto, precio, plaza y promoción. En el análisis, queda claro que las principales ventajas de la empresa Arca Continental & Lindley es el producto como tal, por lo que sus diseños son elaborados a mano y con detalles que son irrepetibles.

**Palabras clave:**

- Arca Continental
- Corporación Lindley
- Comercialización
- Marketing
- Estudio de mercado
- Propuesta de mejora

## **ABSTRACT**

At present, the correct commercialization of the products is of vital importance and large or small, national or international companies are not exempt, based on this conclusion, the present investigation entitled Improvement Proposal for the commercialization and marketing area of the company is developed. Arca Continental & Lindley in the city of Puno, 2021. The company began its activities in the country in 1998 and is dedicated to business consulting and management activities, for which its main objective is to prepare an improvement proposal for the sales and marketing area of the company.

To achieve the proposed objective, the project was developed based on a quantitative approach, bibliographic-documentary research and the application of interview and survey techniques, through which the data and information necessary to know and analyze the problems presented in the commercialization process and in the marketing strategies that the company uses to position its product in the market of the city of Puno.

For this reason, with the preparation and establishment of the improvement proposal to the company Arca Continental & Lindley, it is expected to apply the necessary corrections to achieve an adequate management in the commercialization of its products, as well as the application of new marketing strategies that allow attract the attention of new consumers, increase the percentage of sales of beverages and improve the corporate image of the company.

The situation analysis allowed us to observe that it is necessary to establish this improvement proposal as such to promote the Coca-Cola soft drink, becoming one of the

most consumed and thus being able to print the product, price, place and promotion strategies. In the analysis, it is clear that the main advantages of the Arca Continental & Lindley company is the product itself, so its designs are made by hand and with details that are unrepeatabe.

**Keywords:**

- Arca Continental
- Lindley Corporation
- Commercialization
- Marketing
- Market study
- Improvement proposal.