

HOJA RESUMEN

PROPUESTA DE ESCAPARATISMO Y VISUAL MERCHANDISING PARA LA FERRETERÍA “LA MERCED”.

Hay que desterrar la idea de que el Merchandising es sólo aplicable al gran establecimiento comercial, a la gran superficie o a los supermercados de alimentación. El comercio pequeño puede y debe hacer un esfuerzo para adentrarse en este campo (Bort Muñoz, 2006). Es por ello que la Ferretería “La Merced” tras diecinueve años de experiencia comercial sí puede adaptarse a nuevas técnicas que ayuden a la venta de libre servicio como lo es el “Visual Merchandising y Escaparatismo”.

Se realizó una matriz de Ishikawa para plantear el problema de estudio de la Ferretería “La Merced” y un análisis situacional del Macro ambiente y Microambiente mediante la matriz FO FA DO DA, obteniendo así las respectivas estrategias.

Posteriormente para la Investigación de Mercados se ejecutó la matriz de recolección de datos en base a los objetivos específicos de la investigación, en la cual se aplican técnicas como la entrevista, encuestas, Focus Group e investigación a la competencia potencial mediante la observación mecánica.

Obteniendo de esta manera conclusiones y propuestas estratégicas para aplicar la exposición del modelo Merchandising como herramienta en el punto de venta, en donde se analiza al establecimiento y se bosquejan las propuestas tanto para la Arquitectura Externa, como para la Arquitectura Interna de la Ferretería “La Merced”; así como su nueva imagen corporativa y estrategias de marketing directo.

Finalmente el análisis financiero en el cual se comprueba que la inversión es viable mediante los criterios de evaluación financiera TMAR, VAN, TIR y RAZÓN COSTO BENEFICIO.