

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

**PLAN DE TRADE MARKETING PARA LA LÍNEA DE AUDIO Y VIDEO DE LA
MARCA SAMSUNG EN COSTA RICA**

**Trabajo final de graduación sometido a la consideración de la Comisión del
Programa de Estudios de Posgrado en Administración y Dirección de
Empresas para optar al grado y título de Maestría Profesional en
Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo y Ventas**

JOSUÉ SÁNCHEZ MONTERO

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, Costa Rica

2015

Dedicatoria

Dedico esta Tesis a Dios, mis padres, a mi hija Nicole y seres queridos que me han apoyado en todo momento para lograr alcanzar una meta más en mi vida, esperando seguir teniendo el apoyo incondicional de todos ellos.

Agradecimientos

Agradezco primero a Dios y a mis padres por darme el apoyo y fuerzas necesarias para luchar por un logro más en mi vida.

Especialmente a la agencia de publicidad Liftbrand S.A por brindarme el soporte requerido en el desarrollo del presente trabajo, así como, al personal de Samsung que colaboró en todo momento para llevar a cabo esta ardua labor.

A mi profesor guía y lector por su dedicación en el transcurso del desarrollo de la Tesis y a todas las personas que estuvieron a mi lado apoyándome en cada momento.

“Este trabajo final de investigación aplicada fue aceptado por la Comisión del Programa de Estudios de Posgrado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Costa Rica, como requisito parcial para optar al grado y título de Maestría Profesional en Administración de Empresas con énfasis Mercadeo y Ventas”

M.A.E. Roque Rodríguez Chacón

Profesor Guía

Dr. Abel Salas Mora

Lector (Profesor de Posgrado)

MBA. Roberto Monge Navarro

Lector de Empresa

Dr. Aníbal Barquero Chacón

Director Programa de Posgrado en Administración y Dirección de Empresas

Josué Sánchez Montero

Sustentante

Tabla de Contenidos

1 Capítulo I.....	1
1.1INDUSTRIA DE AUDIO Y VIDEO.....	1
1.1.1Reseña Histórica.....	1
1.1.2 Tendencias de la industria.....	3
1.2 LA INDUSTRIA DE AUDIO Y VIDEO EN COSTA RICA.....	4
1.2.1 Estructura de la industria de audio y video en Costa Rica.....	5
1.2.2 Economía de la industria de audio y video.....	8
1.3 ASPECTOS CONCEPTUALES.....	10
1.3.1 Trade Marketing.....	10
1.3.2 Objetivos del Trade Marketing.....	10
1.3.3 Productos.....	12
1.3.4 Servicios.....	13
1.3.5 Mercadeo de Servicios.....	14
1.3.6 Marca.....	15
1.3.7 Calidad de Servicio.....	16
1.3.8 Posicionamiento de Marca.....	17
1.3.8.1 Satisfacción del Cliente.....	20
1.3.8.2 Fidelidad del cliente.....	21
1.3.9 Administración de las relaciones con el cliente CRM.....	22
2. Capítulo II.....	24

2.1 Aspectos Generales de la empresa.....	24
2.1.1 Reseña Histórica.....	24
2.1.2 Cultura Organizacional.....	29
2.1.2.1 Visión y Misión de la empresa.....	30
2.1.2.2 Valores Organizacionales	32
2.1.2.3 Objetivos de la empresa.....	33
2.2 Tipo de empresa.....	33
2.3 Ubicación y tamaño de la empresa.....	34
2.4 Descripción de los productos de la empresa, proveedores y clientes.....	38
2.5 Descripción del Trade Marketing de la empresa.....	39
2.6 Situación Financiera.....	44
2.7 Presupuesto destinado al mercadeo y publicidad.....	46
2.8 Flujos de Caja de los últimos 5 años.....	47
3. Capítulo III.....	49
3.1 Objetivo del estudio.....	50
3.2 Justificación del estudio.....	52
3.3 Análisis de producto y precio.....	53
3.4 Análisis de plaza.....	57
3.5 Análisis de comunicación.....	58
3.6 Análisis de mercado.....	60
3.7 Resultados de la investigación de campo.....	61
3.7.1 Encuesta dirigida a los canales de venta.....	62

3.7.2 Encuesta dirigida a los clientes.....	75
3.7.3 Entrevista a profundidad realizada en Electrónica Daytron.....	86
3.8 FODA.....	90
4. Capítulo IV.....	92
4.1 Objetivo de la propuesta.....	92
4.2 Justificación de la propuesta.....	93
4.3 Mercado meta.....	94
4.4 Propuesta de procesos.....	95
4.5 Propuesta de valor.....	97
4.6 Propuesta de plaza.....	99
4.7 Propuesta de comunicación	100
4.8 Justificación Económica.....	103
4.9 Conclusiones.....	104
4.10 Recomendaciones.....	107
Bibliografía.....	110
Anexos.....	112

Resumen

Samsung Electronics es una división del gigante sur coreano Samsung, esta empresa tiene presencia en Costa Rica desde hace varias décadas, donde tiene como único cliente y distribuidor a Electrónica Daytron, empresa encargada de distribuir y comercializar todos los productos de esta marca en distintas cadenas comerciales a nivel nacional.

En materia de Trade Marketing, Samsung Electronics contrata una empresa para que maneje esta parte fundamental, de una compañía tan grande como Samsung. En el caso de Costa Rica, Liftbrand S.A es la agencia de publicidad encargada de realizar esta función desde el año 2014, teniendo actualmente, un equipo de 17 personas para este departamento.

Al ser Samsung una marca tan conocida y competitiva a nivel nacional y mundial, es necesario estudiar, evaluar y brindar posibles recomendaciones en la relación que existe entre Liftbrand S.A, Electrónica Daytron y Samsung Electronics en el país. Así como, el impacto que tiene la relación entre estas partes en el momento de compra por parte de los clientes y cómo influye en el mercado costarricense, en este caso, específicamente, en la línea de audio y video, ya que son productos que tienen gran consumo y tienen un peso importante en el modelo de negocio de Samsung Electronics en el país.

El presente Trabajo Final de Graduación, pretende ser entregado a la agencia de publicidad Liftbrand S.A como guía para desarrollar un Plan de Trade Marketing para la línea de audio y video de la marca Samsung en Costa Rica, permitiendo llevar un adecuado control y manejo de los elementos relacionados al Trade Marketing en los distintos puntos de venta donde tiene presencia la marca.

En primera instancia se desarrollará un capítulo con los conceptos utilizados en el transcurso del trabajo, así como otra sección con los antecedentes de Samsung, procesos, modelo de negocio, estrategias, distribuidores, divisiones y manera de llevar a cabo el manejo de la marca en el mercado costarricense. En un tercer apartado, se hará un análisis profundo sobre la situación de mercado que enfrenta la marca en distintos puntos de venta de las principales cadenas comerciales del país, también, percepción de los clientes en cuanto a la línea de audio y video de Samsung y, el análisis del único distribuidor autorizado, en este caso Electrónica Daytron. Por último, brindar una serie de conclusiones y recomendaciones que permitan tener un Plan de Trade Marketing para la línea de audio y video para la marca Samsung en Costa Rica, sirviendo como guía para Liftbrand S.A y, para afianzar aún más esta importante línea de productos para la compañía.

Lista de Cuadros

Cuadro 1. Cuenta de Resultados.....	45
Cuadro 2. Flujo de Caja.....	47
Cuadro 3. Modelos de Televisores Samsung.....	53
Cuadro 4. Modelos de equipos de audio y video de Samsung.....	54

Lista de Gráficos

Gráfico 1. Años de experiencia de trabajar con Samsung.....	62
Gráfico 2. Conocen el mercado meta al que apunta Samsung en la línea de audio y video.....	64
Gráfico 3. Competitividad del mercado costarricense en la línea de audio y video.....	65
Gráfico 4. Considera la marca Samsung líder en la línea de audio y video en Costa Rica	66
Gráfico 5. Productos de audio y video con menos competitividad de Samsung.....	67
Gráfico 6. Competitividad de los productos de audio y video de Samsung.....	68
Gráfico 7. Principal beneficio de los productos de audio y video de Samsung.....	69
Gráfico 8. Es adecuado el número de promotores (audio y video/línea blanca) de la marca Samsung para la cantidad de tiendas en el país.....	70
Gráfico 9. Calificación del canal distribuidor de la marca Samsung en Costa Rica, según el personal de los puntos de venta.....	71
Gráfico 10. Responsabilidad que tienen los promotores para garantizar la venta de los productos de audio y video.....	72
Gráfico 11. Es necesario incentivos por parte de Samsung para los asesores de venta.....	73

Gráfico 12. Calificación del material publicitario (POP) colocado en la línea de audio y video en el punto de venta.....	74
Gráfico 13. Tiene productos de audio y video de Samsung en su lugar de habitación.....	75
Gráfico 14. Principales artículos de Audio y Video que tienen en su lugar de habitación.....	76
Gráfico 15. Grado de satisfacción con los productos de audio y video de Samsung.....	78
Gráfico 16. Adquisición de productos de audio y video de Samsung.....	79
Gráfico 17. Razón por la que prefiere la marca Samsung en productos de audio y video.	80
Gráfico 18. Tienda de preferencia para los clientes.....	82
Gráfico 19. Percibe valor agregado en los productos de audio y video de Samsung.....	83
Gráfico 20. Información sobre los productos.....	84