

CASO DE MARKETING – PRE GRADO
**“HELADERÍAS PIURANAS,
UNA NUEVA PROPUESTA ESTRATÉGICA”**



AUTOR
ERIC MAYORGA

UNIVERSIDAD DE PIURA

“HELADERÍAS PIURANAS, UNA NUEVA PROPUESTA ESTRATÉGICA”

Camila Flores tuvo interés en emprender su propia empresa desde su época de estudiante en la Universidad de Piura. Al terminar la carrera y trabajar en dos de las principales empresas corporativas de la región por un lapso de cinco años, ganó una visión empresarial muy importante, pero continuaba insatisfecha por su iniciativa personal pendiente.

En una de las vacaciones familiares, se animó de pedirle a su padre un capital para que, junto con sus ahorros, pueda desarrollar su propio negocio personal. Su padre, quien confiaba en su educación y calidad de gestora, no tuvo inconveniente en apoyarla en su nuevo reto personal porque estaba seguro de que sería exitoso como todo lo que se proponía su hija.

El padre le pidió que revise y defina bien su estrategia comercial y el sector donde invertiría, porque quería revisar la propuesta con un amigo empresario que además de aconsejarla, podría estar interesado en aportar un mayor capital en el negocio y así asegurar un crecimiento más rápido.

Camila recopiló la información de: 1. La principal heladería peruana, 2. Una heladería exitosa en la ciudad de Lima, 3. Una heladería exitosa en Piura y 4. Su propuesta personal para la ciudad de Piura, y preparó un informe utilizando el modelo de mix comercial de servicios lo que le permitió sintetizar la información, definir mejor su estrategia y analizar el sector además de asegurar su pedido de capital.

MIX COMERCIAL DE SERVICIOS

- 1. Producto**
- 2. Precio**
- 3. Plaza**
- 4. Promoción**
- 5. Personas**
- 6. Proceso**
- 7. Planta**

ANEXO 1

METODOLOGÍA

Objetivo:

El presente caso de marketing tiene por objetivo desarrollar una estrategia de mix comercial en el sector servicios para un negocio de heladerías.

Este estudio es importante porque permitirá profundizar temas del área de marketing de servicios aplicados a la realidad peruana y local. Para ello, el presente documento recoge algunos aspectos importantes como son noticias de las marcas y exige a los participantes un trabajo de campo para recopilar, analizar y tomar decisiones sobre el modelo solicitado.

Escenario: Año 2020

País: Perú

Ciudad: Piura

Temas desarrollados

- Estrategias de Marketing
- Sector Servicios

Palabras claves

- Estrategias
- Diseño
- Experiencia
- Mix Comercial de Servicio - 7P
- Diferenciación

Estructura

1. El sector de los helados
2. Análisis de la oferta comercial
3. Definición de la estrategia comercial

Recomendaciones:

1. La información se presenta de modo general y no tiene por objetivo mostrar algún aspecto particular ni negativo de las ciudades, país, sector, actividades mencionadas, ni participantes.
2. Los nombres que se presentan en el caso son ficticios y no están relacionados con ningún aspecto de la realidad.
3. Las situaciones presentadas corresponden a un escenario en particular por lo que no se desea definir modelos de gestión únicos. Las alternativas y respuestas en el desarrollo del caso son amplias.

ANEXO 2

El Chalán, tradición piurana

El Regional Piura

<http://elregionalpiura.com.pe/index.php/regionales/150-piura/21335-el-chalan-tradicion-piurana>

El Chalán, tradición piurana

16 JUNIO 2017

Cualquier época del año es buena para comer un delicioso helado en El Chalán. Esta heladería piurana tiene 42 años endulzando a grandes y pequeños, y es uno de los abanderados de la campaña 'Cómprale a Piura ahora', impulsada por Caja Piura.

Sus clientes van desde los 13 hasta los 65 años. "En realidad, no solo los piuranos consumen helados o cremoladas de El Chalán, también tenemos a los viajeros o visitantes de la ciudad que se acercan a los locales por alguno de nuestros productos; normalmente llegan por recomendación de algún amigo o conocido", comenta Juan Carlos Cotillo Sánchez, gerente de El Chalán.

Existen varios motivos que diferencian sus productos de los demás. "Lo que nos caracteriza es la calidad y la variedad. Nos preocupamos por utilizar los mejores insumos para nuestros productos manteniendo precios competitivos y, además, tenemos 72 sabores de helados y 26 de cremoladas, así como un gran surtido de tortas, sanguches, entre otros productos", señala Cotillo.

Actualmente, El Chalán cuenta con siete locales en Piura y tiene una franquicia en Chiclayo. Su plan es consolidarse en el norte del país, pero no descarta la posibilidad de llegar a Lima en dos o tres años.



ANEXO 3

El Chalán alista arribo a Lima y a países de la región el próximo año

Diario Gestión

<https://gestion.pe/economia/empresas/chalan-alista-arribo-lima-paises-region-proximo-ano-82484>

El Chalán alista arribo a Lima y a países de la región el próximo año

De la mano de Grupo Nexo Franquicia, el negocio de cremoladas y helados ejecutará un plan de expansión. Inversionistas de Ica, Arequipa y Cusco ya mostraron su interés por tomar la marca en el 2015.

Su historia comenzó en 1975 en Piura con el negocio de natillas y toffees. Luego El Chalán evolucionó hacia las cremoladas y helados, un mercado con mayor potencial. Ahora alista su ingreso a Lima y su salida al exterior junto al Grupo Nexo Franquicia.

La socia gerente de esta consultora, Sandra Carrillo, reveló que la heladería de la familia Cotillo culminará su conversión a franquicia a finales del 2014. Sin embargo, inversionistas de Ica, Arequipa, Cusco y Lima ya mostraron su interés por tomar la marca en el 2015.

"Sin perder el concepto familiar, no han querido quedarse en lo tradicional, sino crecer. En cinco años el mercado de heladerías ha crecido 73% en el Perú. Ya hay marcas fuertes como 4D, Laritza D', y franquicias como la colombiana Gelarti", comentó Carrillo a Gestión.

El Chalán opera actualmente cinco locales propios en Piura. Para su expansión como franquicia prepara formatos de tiendas puerta a calle (80 a 100 metros cuadrados) y módulos para malls (12 a 15 metros cuadrados), que demandarían una inversión de hasta US\$ 100,000 y US\$ 40,000, respectivamente.

Hacia el exterior Carrillo afirmó que El Chalán podría debutar en el exterior en el segundo semestre del 2015 con inversionistas de Chile, Colombia, Ecuador y Bolivia. Precisamente, los tres primeros mercados son muy atractivos por su alto consumo de helados (8.3 y 1.7 litros per cápita).

"En el Perú, el consumo llega a 1.1 litros, entonces hay mucha oportunidad afuera", dijo, tras precisar que la marca orientada al segmento familiar espera abrir al menos diez tiendas en el país y la región el próximo año.

El número US\$ 2.8 es el ticket promedio de consumo de helados en el Perú, en América Latina llega a US\$ 4. Desarrollo del mercado está relacionado a la innovación en sabores.

BIBLIOGRAFÍA

1. **MAYORGA, Eric. Presentación del curso de Marketing. Facultad de Comunicaciones. Universidad de Piura.**
2. GRANDE, Idelfonso. Marketing de los Servicios. 4º Edición. Esic Editorial. Madrid 2005.
3. KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary, “Marketing”. Ed. Pearson Educación, México, Decimo Cuarta Edición. 2012.
4. LOVELOCK, Ch., HUETE, L., REYNOSO, J., D’ANDREA, G. Administración de Servicios: Estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos, primera edición, Pearson Educación, México, 2004.
5. MAYORGA, David y ARAUJO, Patricia. “ La Administración Estratégica en la Mercadotecnia Peruana” . Biblioteca Universitaria . Universidad del Pacifico. Lima 1999.
6. ZEITHAML, Valarie y BITNER, Mary. Marketing de Servicios: Un enfoque de integración cliente a la empresa. Mc Graw Hill. Segunda Edición. México 2002.

LINKOGRAFÍA

ANEXOS

1. METODOLOGÍA

2. ARTÍCULO – EL CHALÁN, TRADICIÓN PIURANA EL REGIONAL PIURA

<http://elregionalpiura.com.pe/index.php/regionales/150-piura/21335-el-chalan-tradicion-piurana>

Lunes 10 de febrero de 2020

3. EL CHALÁN ALISTA ARRIBO A LIMA Y A PAÍSES DE LA REGIÓN EL PROXIMO AÑO DIARIO GESTION

<https://gestion.pe/economia/empresas/chalan-alista-arribo-lima-paises-region-proximo-ano-82484>

Lunes, 10 de febrero de 2020

OTROS

FOTO DE CARÁTULA

https://www.tripadvisor.com.pe/Restaurant_Review-g1068079-d10730201-Reviews-Na_vica_Heladeria-S_Alqueria_Blanca_Majorca_Balearic_Islands.html

Lunes, 10 de febrero de 2020