

ÍNDICE

INDICE DE TABLAS.....	1
ANTECEDENTES.....	3
ENUNCIADO DEL PROBLEMA	4
JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
CONTENIDO	6
OBJETIVO GENERAL	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	8
LIMITACIONES Y DELIMITACIONES DEL ESTUDIO.....	8
CAPITULO I. GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....	10
I.1 BREVE HISTORIA DE LA EMPRESA.....	10
I.2 A QUE SE DEDICA LA EMPRESA	11
I.3 ORGANIGRAMA	12
I.4 UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	12
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO	13
II.1 INTRODUCCIÓN A LA LITERATURA	13
II.1.1 CONCEPTO DE PRODUCTO EN EL MERCADO	13
II.1.2 ATRIBUTOS DE PRODUCTO.....	13
II.1.3 BIENES SUSTITUTOS	14
II.1.4 . BIENES COMPLEMENTARIOS	14
II.1.5 EL MERCADO.....	14
II.1.6 SEGMENTACIÓN DE MERCADOS	15
II.1.7 SELECCIÓN DEL MERCADO META	15
II.1.8 DEMANDA	16
II.1.9 OFERTA.....	18
II.1.10 EL PRECIO DEL PRODUCTO	18
II.1.11 TIPOS DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	19
II.1.12 TIPOS DE DISTRIBUCIÓN FÍSICAS	19
II.1.13 MODELO DE CONDUCTA DEL CONSUMIDOR	20
II.1.14 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	22
II.1.15 TIPOS DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE VENTAS.....	23
II.2 REVISIÓN CRÍTICA DE LA LITERATURA RELEVANTE	23
II.2.1 Identificación del bien o servicio	25
II.2.2 La demanda	25
II.2.3 La oferta	26
II.2.4 Demanda vs. Oferta	26
II.2.5 El precio.....	27
II.2.6 Comercialización.....	27
CAPITULO III. DESARROLLO DEL PROYECTO	29
III.1 PROCEDIMIENTO DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	29
III.2 RESUMEN DE LA METODOLOGÍA	29
III.3 PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS.....	30
III.3.1 Estudio de mercado	30
III.3.1.1 El producto en el mercado.....	30
III.3.1.2 Normas mínimas de calidad vigentes.....	31
III.3.1.3 Productos sustitutivos o similares. Disponibilidad actual. Variación de Precios.	33

III.3.1.4	Productos Complementarios. Disponibilidad actual. Variación de Precios.	34
III.3.1.5	Presentación	35
III.3.1.6	Empaque.....	35
III.4	EL ÁREA DEL MERCADO	36
III.4.1	Población Consumidora	36
III.4.1.1	Número actual	36
III.4.1.2	Tasa de crecimiento	36
III.4.1.3	Segmentación	36
III.4.1.4	Distribución geográfica.....	37
III.5	INGRESO DEL CONSUMIDOR.....	38
III.5.1	Nivel actual.....	38
III.5.2	Tasa de crecimiento en los últimos años	40
III.5.3	Estratificación	41
III.5.4	Elasticidad ingreso de la demanda	41
III.6	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	41
III.6.1	Gustos y preferencias.....	41
III.6.2	Variación en los hábitos de consumo	41
III.7	COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA	43
III.7.1	Situación Actual	43
III.7.2	Serie estadística básico últimos años.....	43
III.7.3	Tendencia histórica de crecimiento.....	44
III.8	3.8. SITUACIÓN FUTURA	44
III.8.1	Estimación de la demanda futura.....	44
III.8.2	3.8.2 Análisis de los factores condicionantes de la demanda futura.....	45
III.8.3	Proyección de la demanda futura.....	47
III.9	COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA.....	49
III.9.1	Situación actual.....	49
III.9.2	Serie estadística básica últimos años.....	50
III.9.3	Tendencia histórica de crecimiento.....	51
III.9.4	Capacidad utilizada	51
III.9.5	Políticas de ventas y de precios.....	52
III.9.6	Métodos publicitarios y promocionales.....	52
III.10	ANÁLISIS DEL RÉGIMEN DE MERCADO	53
III.10.1	Mercado Oligopolio	53
III.10.2	Situación futura	54
III.10.2.1	Planes o proyectos de ampliación.....	54
III.10.2.2	Estimación de la oferta futura	54
III.10.2.3	3.10.2.3 Análisis de los factores condicionantes de la evolución previsible	55
III.10.2.4	Proyección de la oferta futura	57
III.11	EL PRECIO DEL PRODUCTO.....	59
III.11.1	Mecanismos de formación de precios.	59
III.11.1.1	Precio existente en el mercado interno	59
III.11.1.2	Política oficial de precios	59
III.11.1.3	Precio en función del costo de producción.	59
III.11.1.4	Determinación del precio probable	71
III.12	Comercialización.....	72
III.12.1	Decisiones sobre el producto.	72
III.12.2	Decisiones sobre los canales de distribución	73
III.12.3	Decisiones sobre la distribución física	74

III.12.4	Decisiones sobre la promoción y publicidad	75
III.12.5	Decisiones sobre el esfuerzo de ventas.	75
CAPITULO IV. CAPITULO 4 RESULTADOS		78
IV.1	INTRODUCCIÓN	78
IV.2	PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA.....	79
IV.3	DISCUSIÓN.....	81
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		84
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		86
APENDICES		88
TABLA DE LA DISTRIBUCIÓN T-STUDENT.....		92
DIAGRAMA DE LA PLANTA		93

.....	46
.....	48
.....	48
.....	51
.....	55
.....	55
.....	57
.....	58
.....	59
.....	60
.....	64