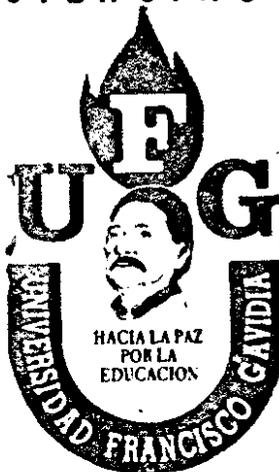


UNIVERSIDAD "FRANCISCO GAVIDIA"
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS



**ACEPTACION DEL PRODUCTO "PROTECTOR PLASTICO
PARA EL CALZADO" EN LA EPOCA INVERNAL.**

CASO PRACTICO :

INVESTIGACION DE MERCADO EN EL MUNICIPIO DE SAN MARCOS

TRABAJO PRESENTADO PREVIO A LA OBTENCION DEL GRADO

TECNICO EN COMERCIALIZACION

PRESENTADO POR :

**BLAS ALBERTO CAMPOS MARTINEZ
DORIS ELIZABETH ARTIGA RECINOS
ALONSO LISANDRO RIOS TORRES**

JUNIO DE 1988

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTRO AMERICA.

DEDICATORIA

- A DIOS TODOPODEROSO : POR HABERNOS DADO SU SABIDURÍA Y FORTALEZA PARA CORONAR CON ÉXITO UNA META MAS EN NUESTRAS VIDAS.
- A NUESTROS PADRES : POR SU AMOR, COMPRESION Y CONFIANZA QUE DEPOSITARON EN NOSOTROS EN TODO MOMENTO DE NUESTRAS VIDAS.
- A NUESTROS HERMANOS : POR TODA LA AYUDA Y CARIÑO QUE DE ELLOS RECIBIMOS EN TODO MOMENTO.
- A NUESTROS MAESTROS Y AMIGOS : POR SU COLABORACIÓN Y APOYO EN TODO MOMENTO QUE NOS DEDICARON DESINTERESADAMENTE PARA EL LOGRO DE NUESTRA CARRERA.

BLAS ALBERTO CAMPO MARTINEZ

DORIS ELIZABETH ARTIGA R.

ALONSO LISANDRO RIOS TORRES

INDICE

PAGINA N°

INTRODUCCION	1
CAPITULO I	
MARCO TEORICO SOBRE LA INVESTIGACION DE MERCADOS DE UN PRODUCTO	3
A- GENERALIDADES	
1. CONCEPTO DE MERCADO	4
2. HISTORIA DEL MERCADO	4
3. CARACTERISTICAS DEL MERCADO	5
B- INVESTIGACION DE MERCADO	
1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS	7
2. CONCEPTO DE INVESTIGACION DE MERCADOS	9
3. EVOLUCION HISTORICA DE INVESTIGACION DE MERCADOS..	10
4. TIPOS DE INVESTIGACION	11
5. FUNCIONES DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS	14
6. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS	16
7. DISEÑO DE LA INVESTIGACION EN EL ANALISIS DE MERCADOS	17
8. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS ..	19
9. ESTRATEGIAS DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS	20
C- EL PRODUCTO	
1. OBJETIVOS DEL PRODUCTO	21
2. EL PRODUCTO, DEFINICION Y CONCEPTO	23
3. CLASIFICACION DEL PRODUCTO	24
4. LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS	27
5. ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO	30
6. QUE ES UN PRODUCTO NUEVO	31
7. DESARROLLO DE PRODUCTOS NUEVOS	32
8. PORQUE TIENEN EXITO Y FRACASO LOS PRODUCTOS NUEVOS.	34
9. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO	36

D- LA COMERCIALIZACION	
1. CONCEPTO DE COMERCIALIZACION	40
2. FUNCIONES DE LA COMERCIALIZACION	41
3. IMPORTANCIA DE LA COMERCIALIZACION	42
4. NATURALEZA DE LA COMERCIALIZACION	44
5. ALCANCE DE LA COMERCIALIZACION	46
6. RELACION DE LA COMPRA CON LA COMERCIALIZACION...	47
7. VARIABLES CONTROLABLES DE LA COMERCIALIZACION...	48
7.1 EL PRODUCTO	49
7.2 EL PRECIO	50
7.3 LA PROMOCION	51
7.4 LA PLAZA O CANAL DE DISTRIBUCION	52
8. VARIABLES INCONTROLABLES DE LA COMERCIALIZACION ...	53
8.1 LA COMPETENCIA	53
8.2 EL MEDIO ECONOMICO	54
8.3 LA TECNOLOGIA	55
8.4 EL MEDIO LEGAL	57
8.5 EL MEDIO CULTURAL Y SOCIAL	58
E- TOMA DE DECISIONES DE LOS CONSUMIDORES	
1. CONCEPTO DE CONSUMIDOR	59
2. MOTIVACION DEL CONSUMIDOR	60
3. EL CONSUMIDOR SUS NECESIDADES DE PRODUCTO	61
4. METODO EXPERIMENTAL PARA LA ESTIMACION DE LA DEMANDA	62
5. DECISIONES DE COMPRAS DE LOS CONSUMIDORES	63
6. INFLUENCIAS EN LOS CONSUMIDORES PARA COMPRAR ...	65
F- LA PUBLICIDAD	
1. OBJETIVOS PUBLICITARIOS	66
2. CONCEPTO DE PUBLICIDAD	68
3. NATURALEZA DE LA PUBLICIDAD	69
4. FUNDAMENTOS DE LA PUBLICIDAD	70
5. FUERZA E INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD	71

CAPITULO II

CARACTERISTICAS DEL PROTECTOR PLASTICO PARA EL CALZADO	73
1. GENERALIDADES	74
2. MATERIALES APLICAR EN LA FABRICACION	75
3. EQUIPO A EMPLEAR	76
4. CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO	77
5. VENTAJAS	79

CAPITULO III

INVESTIGACION DE CAMPO	80
1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE CAMPO	81
A- GENERALES	
B- ESPECIFICOS	
2. DETERMINACION DEL UNIVERSO.....	82
3. TABULACION DE DATOS	84
4. ANALISIS Y DIAGNOSTICO DE LOS RESULTADOS DE LA ACEPTACION DEL PRODUCTO PROTECTOR PLASTICO PARA EL CALZADO EN LA EPOCA INVERNAL	98

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	106
1. CONCLUSIONES	107
2. RECOMENDACIONES	118
2.1 RECOMENDACIONES A LA EMPRESA	118
2.2 RECOMENDACIONES AL CONSUMIDOR.....	110
ANEXO	111
CUESTIONARIO	
DISEÑO DEL PRODUCTO	
BIBLIOGRAFIA	

INTRODUCCION

Esta investigación contiene información sistemáticamente - obtenida a través de una investigación bibliográfica y de campo, sobre el marco doctrinario y práctico que podría utilizarse convenientemente para medir la aceptación de un protector plástico del calzado en el municipio de San Marcos; el cual nos servirá como una muestra representativa para la obtención de datos concretos, que nos ayudará para realizar nuestra investigación de campo del producto; por lo tanto, nos permitirá si será aceptado en el segmento de mercado, además de determinar la necesidad de producir este producto que venga a resolver la inconveniente de la falta de protección de el calzado en época invernal.

La investigación estará basada tomando en cuenta los fenómenos que se dan en un mercado y para lo cual formularemos objetivos e hipótesis que permitan la solución al problema.

El presente trabajo comprenderá la descripción de los si--guientes capítulos:

Capítulo I: Comprenderá el marco teórico sobre la investi-gación de mercado de la aceptación de un producto, el cual estará basado en la investigación bibliográfica del tema en estudio.

Capítulo II: Comprenderá las características del protector plástico para el calzado.

Capítulo III: Comprenderá la investigación de campo, sobre

la aceptación del producto, el cual determinamos en base al -- cuestionario; que nos determinará el tamaño de la muestra y ta**bulación** de la información recopilada para medir cual va a ser la aceptación del producto en el área de estudio.

- Capítulo IV: Comprenderá la formulación de conclusiones, y recomendaciones para la empresa interesada.

Aparte de lo anterior queremos reconocer que nuestra in--vestigación es un esfuerzo que constituye la aceptación de un protector plástico para el calzado y que satisficará las necesidades que existen para futuros consumidores esperando de que esto sea de beneficio y provechoso para la sociedad.