



# Índice

<b>Prólogo</b> .....	<b>XIII</b>
<b>I. El consumidor</b> .....	<b>I</b>
El consumidor .....	3
Evolución histórica de la protección al consumidor .....	3
<b>Los derechos del consumidor</b> .....	4
Legislación española .....	5
Derechos básicos de los consumidores .....	7
<b>La tutela efectiva de los derechos del consumidor</b> .....	9
La justicia ordinaria .....	9
Mediación .....	10
Conciliación .....	10
El arbitraje de consumo .....	10
Tramitación del procedimiento arbitral .....	11
<b>Organismos Públicos en materia de consumo</b> .....	12
Administración Central .....	12
Administración Autonómica .....	13
La Administración Local .....	14
La Unión Europea .....	14
<b>Las asociaciones de consumidores</b> .....	16
<b>El comportamiento del consumidor</b> .....	17
Las necesidades humanas .....	18
La decisión de consumir .....	19
Variables que influyen en el comportamiento de la compra .....	20
Perfil del consumidor actual .....	22
<b>Términos básicos</b> .....	26
<b>Para profundizar</b> .....	27
<b>Ejercicios de comprobación</b> .....	28
<b>Actividades</b> .....	29

## 2. La empresa y el marketing ..... 31

<b>La empresa</b> .....	33
El empresario .....	33
Clases de empresas .....	34
La franquicia .....	37
<b>La organización de la empresa</b> .....	38
Evolución de la estructura organizativa .....	39
La estructura organizativa en línea y staff .....	41
Los departamentos o divisiones de la empresa .....	47
El departamento de marketing en la estructura organizativa de la empresa .....	48
<b>El marketing</b> .....	49
El nacimiento del marketing .....	50
Clasificaciones del marketing .....	51
<b>El personal de la empresa</b> .....	53
La motivación .....	53
Teorías de motivación .....	54
Técnicas para motivar al personal .....	55
El liderazgo .....	56
Estilos de liderazgo .....	57
El coaching .....	57
El equipo de ventas .....	57
<b>Términos básicos</b> .....	59
<b>Para profundizar</b> .....	60
<b>Ejercicios de comprobación</b> .....	61
<b>Actividades</b> .....	62

## 3. Investigación comercial y plan de marketing ..... 63

<b>La investigación comercial</b> .....	65
<b>Objetivos de la investigación comercial</b> .....	65
La información .....	66
Dónde localizar la información .....	66
<b>Metodología de la investigación comercial</b> .....	68
Inicio de la investigación comercial .....	68
<b>Técnicas de investigación comercial</b> .....	69
Técnicas cualitativas .....	70
Técnicas cuantitativas .....	78
Tipos de paneles de consumidores .....	80
<b>Otras técnicas de investigación comercial</b> .....	81
<b>El cuestionario</b> .....	83
<b>La muestra en la investigación comercial</b> .....	89
Métodos de muestreo .....	89
El tamaño de la muestra .....	90
<b>Estudio analítico e interpretación de datos</b> .....	92
<b>El plan general de la empresa</b> .....	94
<b>El plan de marketing</b> .....	94
<b>El establecimiento del plan de marketing</b> .....	95
<b>Contenido del plan de marketing</b> .....	96
Análisis de situación .....	96
Análisis Dafo .....	97
Definición de los objetivos .....	98
Estrategias de marketing .....	100
Presupuesto .....	101
Control .....	101
<b>Presentación del plan de marketing</b> .....	101

Términos básicos .....	103
Para profundizar .....	105
Ejercicios de comprobación .....	106
Actividades .....	107

## 4. El mercado ..... 109

El mercado .....	111
El mercado para la gestión comercial de la empresa .....	112
La renta de los consumidores .....	112
El ciclo de consumo .....	114
Confianza del consumidor .....	114
Clases de mercados .....	115
La oferta y la demanda en el mercado .....	118
El precio de equilibrio .....	119
La elasticidad de la demanda .....	120
La segmentación del mercado .....	120
Objetivo de la segmentación .....	121
Criterios de segmentación .....	121
Métodos de segmentación .....	124
El posicionamiento .....	125
Términos básicos .....	127
Para profundizar .....	128
Ejercicios de comprobación .....	129
Actividades .....	130

## 5. El producto ..... 131

El producto .....	133
Clasificación de los productos .....	134
El ciclo de vida del producto .....	136
Etapa de lanzamiento .....	137
Etapa de crecimiento .....	138
Etapa de madurez .....	138
Etapa de declive .....	138
Las excepciones .....	139
Decisiones estratégicas durante el ciclo de la vida del producto .....	139
Etapa de lanzamiento .....	139
Etapa de crecimiento .....	140
Etapa de madurez .....	140
Etapa de declive .....	140
El desarrollo de nuevos productos .....	140
Las curvas de Lambin y Peeters .....	141
La cartera de productos .....	142
Diferenciación y calidad del producto .....	143
Normalización, certificación y homologación de productos .....	143
Análisis de la gama de productos .....	144
Análisis ABC .....	144
Análisis BCG .....	146
El outsourcing .....	147
La marca .....	148
Requisitos del nombre de la marca .....	148
Clases de marcas .....	149
La globalización de las marcas .....	152

Estrategias de marca .....	153
Las licencias de marcas .....	154
La propiedad industrial: la oficina de patentes y marcas .....	155
La Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) .....	155
<b>El envase</b> .....	156
Diseño y presentación del envase .....	157
<b>Las etiquetas</b> .....	157
<b>Términos básicos</b> .....	161
<b>Para profundizar</b> .....	162
<b>Ejercicios de comprobación</b> .....	163
<b>Actividades</b> .....	164

## **6. El precio ..... 165**

<b>El precio</b> .....	167
Distintas denominaciones de precios .....	167
<b>La importancia del factor precio</b> .....	169
Características del precio .....	169
<b>Factores condicionantes en la fijación de precios</b> .....	170
<b>Métodos de fijación de precios</b> .....	171
<b>Los costes de la empresa</b> .....	171
Tipos de costes .....	174
La curva de la experiencia o de aprendizaje .....	174
<b>Métodos de fijación de precios basado en el coste</b> .....	175
Coste más margen .....	175
Fijación de precios en servicios .....	176
<b>Métodos de fijación de precios basados en la competencia</b> .....	177
Problemas de la empresa que decide poner precios altos .....	177
Cómo justifican las empresas ante los consumidores unos precios más elevados .....	178
Los concursos públicos .....	178
<b>Métodos de fijación de precios basados en el mercado</b> .....	179
Descuentos .....	180
Formas de pago .....	181
Precios de penetración .....	181
Precios de prestigio .....	181
Precios psicológicos .....	182
<b>Legislación sobre precios</b> .....	182
<b>La inflación, la deflación y los tipos de interés</b> .....	183
La inflación .....	183
La deflación .....	183
Los tipos de interés .....	183
<b>Términos básicos</b> .....	184
<b>Para profundizar</b> .....	185
<b>Ejercicios de comprobación</b> .....	186
<b>Actividades</b> .....	187

## **7. La distribución ..... 189**

<b>Concepto</b> .....	191
<b>La logística de la distribución</b> .....	192
Almacenamiento y stock .....	192
Transporte .....	194
Embalajes .....	195
Contenedores .....	195

Gestión .....	195
<b>Los canales de distribución .....</b>	<b>195</b>
Funciones del canal de distribución .....	196
Circunstancias que afectan a la distribución en la actualidad .....	197
Tipos de canales de distribución .....	198
El trade marketing .....	199
<b>Tipos de intermediarios .....</b>	<b>200</b>
Mayoristas .....	200
Clases de mayoristas .....	201
Minoristas (o detallistas) .....	203
Funciones de los minoristas .....	203
Modelos de comercio minorista .....	204
Establecimientos de venta minorista o al detall .....	205
<b>La ventana sin establecimientos en el comercio minorista .....</b>	<b>206</b>
<b>Las licencias comerciales .....</b>	<b>207</b>
<b>Horarios comerciales .....</b>	<b>208</b>
<b>Periodos de rebajas .....</b>	<b>208</b>
<b>Observatorio de la distribución comercial .....</b>	<b>209</b>
<b>Comercio electrónico .....</b>	<b>209</b>
<b>La distribución comercial en España .....</b>	<b>209</b>
Estructura del comercio minorista .....	210
<b>La globalización de la distribución .....</b>	<b>212</b>
<b>Términos básicos .....</b>	<b>213</b>
<b>Para profundizar .....</b>	<b>214</b>
<b>Ejercicios de comprobación .....</b>	<b>215</b>
<b>Actividades .....</b>	<b>216</b>

## **8. La comunicación comercial ..... 217**

<b>La comunicación comercial .....</b>	<b>219</b>
Formas de comunicación externa de la empresa .....	219
Publicity .....	220
Product placement .....	220
Merchandising .....	220
Patrocinio .....	220
Las ferias .....	221
Marketing directo .....	221
<b>Tipos de comunicación .....</b>	<b>222</b>
<b>Elementos del proceso de comunicación .....</b>	<b>223</b>
<b>Análisis de las cuatro principales formas de comunicación externa de la empresa .....</b>	<b>224</b>
<b>La publicidad .....</b>	<b>224</b>
Breve historia de la publicidad .....	224
El anunciante .....	225
El producto o servicio .....	227
El anuncio .....	227
El eslogan publicitario .....	228
La marca .....	229
Los medios de comunicación .....	229
La creación publicitaria .....	230
La eficacia del mensaje publicitario .....	234
<b>Las promociones .....</b>	<b>235</b>
<b>Las relaciones públicas .....</b>	<b>237</b>
Actividades de relaciones públicas .....	238
Objetivo de las relaciones públicas .....	239
Lobbys .....	239
<b>La venta personal .....</b>	<b>239</b>

La fuerza de ventas .....	240
El proceso de comunicación en la venta personal .....	241
Técnicas de argumentación .....	241
El cierre de la ventana .....	242
<b>Términos básicos</b> .....	243
<b>Para profundizar</b> .....	244
<b>Ejercicios de comprobación</b> .....	245
<b>Actividades</b> .....	246

## **9. Atención al cliente ..... 247**

El cliente .....	249
El nuevo cliente .....	249
<b>Marketing relacional</b> .....	249
Ventajas de implantar el marketing relacional .....	252
<b>Círculos de calidad</b> .....	253
<b>Las normas ISO 9000</b> .....	253
Requisitos para un sistema de calidad ISO 9001 e ISO 9002 .....	254
Las certificaciones ISO 9001 e ISO 9002 .....	255
Ventajas .....	255
<b>La fidelización del cliente</b> .....	256
La insatisfacción del cliente .....	256
<b>Las relaciones con los clientes</b> .....	257
Internet .....	257
Intranet .....	257
Extranet .....	258
El tándem tecnología-talento .....	258
<b>CRM un enfoque hacia el cliente</b> .....	259
Implantación de un enfoque CRM .....	261
<b>Términos básicos</b> .....	263
<b>Para profundizar</b> .....	264
<b>Ejercicios de comprobación</b> .....	265
<b>Actividades</b> .....	266

## **Bibliografía ..... 267**