

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. PROBLEMÁTICA.-.....	2
1.1.1. Planteamiento del problema.....	3
Formulación del problema.....	5
1.2. JUSTIFICACION.....	5
1.2.1. Justificación Teórica.....	5
1.2.2. Justificación Metodológica.....	6
1.2.3. Justificación Práctica.....	6
1.3. OBJETIVOS.....	6
1.3.1. Objetivo General.....	6
1.3.2. Objetivos Específicos.....	7
1.3.2.1.Objetivos Específicos el marco Teórico.....	7
1.3.2.2.Objetivos específicos del Marco Práctico.....	7
1.4. ALCANCES.....	8
1.4.1. Ámbito Geográfico.....	8
1.4.2. Sector Económico.....	8
1.4.3. Universo de Estudio.....	8
1.4.4. Instituciones relacionadas.....	8
1.4.4.1. Área temática.....	8
1.5. HIPOTESIS.....	8
1.6.METODOLOGÍA.....	9
1.6.1.Tipo de Estudio.....	9
1.6.2. ETICA DE LA INVESTIGACION.....	10
2. MARCO TEORICO.....	12
CAPITULO II.....	12
DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO.....	12
2.1.CONCEPTO DE ESTRATEGIA.....	12
2.2.ESTRATEGIAS COMPETITIVAS.....	14

2.3. ESTRATEGIA POR TIPO DE NEGOCIO.....	15
2.4. ESTRATEGIA DEL ESPECIALISTA EN EL CLIENTE.....	15
2.4. ESTRATEGIA DEL SERVICIO	16
Capitulo III.....	17
SERVUCCION	17
3.1. DEFINICIÓN DE SERVUCCIÓN.....	17
3.4.1.1. Cliente externo:.....	22
3.4.1.3. Clientes finales:	22
3.4.1.4. Intermedios:	23
Capitulo IV.....	43
4. ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACION	43
4.1. La estrategia de diversificación de mercados	56
4.1.1. Valoración de la adopción de la estrategia de diversificación	57
Capitulo V.....	59
EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	59
5.1. DEFINICIÓN DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	59
5.2. NATURALEZA DE LA PERCEPCIÓN.....	61
5.3. EXPOSICIÓN.....	62
5.4. ATENCIÓN	62
5.5. FACTORES DEL ESTIMULO	63
5.6. FACTORES INDIVIDUALES.....	64
5.7. FACTORES SITUACIONALES.....	64
5.8. ATENCIÓN NO DIRIGIDA	65
5.9. ACTITUD DEL CONSUMIDOR.....	65
5.9.1. Componente cognoscitivo	66
5.9.2. Componente afectivo.....	68
5.9.3. Componente del comportamiento.....	68
5.9.4. Consistencia del componente.....	68
5.10. EL CONSUMIDOR Y LA INFORMACIÓN	68
5.11. COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES.....	69

CAPITULO VIII.....	133
PROPUESTA.....	133
8.1. INTRODUCCION DE LA PROPUESTA.-.....	133
8.2. RELACIÓN CAUSA – EFECTO – SOLUCIÓN	135
7.15. ANÁLISIS PRELIMINAR AL DESARROLLO DE LA PROPUESTA....	137
7.15.1. Consideraciones iniciales	137
7.16. SITUACION	137
7.17. OBJETIVOS.....	138
7.18. PÚBLICO OBJETIVO	138
7.19. ESTRATEGIAS.....	138
7.20. TACTICAS.....	138
CONCLUSIONES	158
RECOMENDACIONES	159
BIBLIOGRAFIA	399