

ÍNDICE DE CONTENIDO

Capítulo 1.....	1
1. Antecedentes	1
1.1. Planteamiento del problema	4
1.2. Objetivos	6
1.2.1. Objetivo general	6
1.2.2. Objetivos específicos.....	6
1.3. Delimitación y alcance.....	7
1.3.1. Delimitación espacial.....	7
1.3.2. Delimitación temporal.....	7
1.3.3. Delimitación sustantiva	7
1.3.4. Alcance.....	7
1.4. Justificación	8
Capítulo 2.....	10
2. Marco teórico.....	10
2.1. Marco referencial	10
2.2. Marco conceptual	12
2.2.1. ¿Qué es la Espirulina?.....	12
2.2.2. Beneficios del consumo de Espirulina.....	13
2.2.3. Producción de Espirulina (<i>Arthrospira máxima</i>)	17
Características nutricionales de la Espirulina	23
2.2.4. Concepto de estrategia	29
2.2.5. Concepto de mercado	31
2.2.6. Segmentación del mercado.....	31
2.2.7. Mercado meta	32
2.2.8. Concepto de comercialización.....	33
2.2.9. Estudio de mercado	35
2.2.10. Relación de oferta y demanda.....	36
2.2.11. Mercadotecnia	37
2.2.12. Muestreo	38
2.2.12.1. Muestreo aleatorio simple.....	38
Capítulo 3.....	39
3. Metodología	39
3.1. Métodos a utilizar	39
3.1.1. Método exploratorio.....	39
3.1.2. Método descriptivo.....	39
3.2. Tipo de investigación.....	40
3.3. Diseño de investigación.....	40

3.3.1.	Universo y población	40
3.3.2.	Muestra	41
3.4.	Selección de la población	42
3.5.	Técnicas o instrumentos de investigación	42
3.5.1.	Encuesta	42
3.5.1.1.	Cuestionario	42
3.5.2.	Entrevista semiestructurada a Expertos	43
3.5.3.	Panel de Expertos	43
Capítulo 4	44
4.	Resultados del diagnóstico	44
4.1.	Mercado de Espirulina en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra	44
	Tablas de cruce de variables	66
4.2.	Experiencia de los expertos en cuanto a producción y comercialización de la Espirulina .	73
	Ingeniero Rafael Pando	73
	Doctora Marisol Silva	73
4.3.	Evaluación del panel de expertos en base al planteamiento de estrategia	74
	Precios de la Espirulina ofertada en Santa Cruz de la Sierra por otros actores	74
Capítulo 5	76
5.	Conclusiones y recomendaciones del diagnóstico	76
5.1.	Conclusiones	76
5.2.	Recomendaciones	77
Capítulo 6	78
6.	Propuesta	78
6.1.	Introducción	78
6.2.	Objetivo de la propuesta	78
6.3.	Planteamiento estratégico	79
6.3.1.	Estrategia de comercialización para la Espirulina en polvo con dosificador	79
6.3.2.	Estrategia de comercialización para la Espirulina en cápsula	83
6.4.	Evaluación del planteamiento estratégico	87
6.5.	Evaluación de escenarios	89
Bibliografía	92
Anexos		
	Anexo 1: Encuesta	98
	Anexo 2: Entrevista a expertos	103
	Anexo 3: Panel de expertos	114
	Anexo 4: Memoria de cálculos	125