



Facultad de
Ciencias Contables y
Financieras



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
HERMILIO
VALDIZÁN**
*Universidad – Sociedad
- Empresa.*

“LAS POLÍTICAS DE VENTAS DE MARIMAR SAC Y SU INFLUENCIA EN EL POSICIONAMIENTO DEL MERCADO Y EN VENTAJAS COMPETITIVAS EN LA MANUFACTURA DE PLÁSTICOS”

MODELOS: Formulación del
Problema, Planteamiento de
los objetivos y ...

ASIGNATURA:

Seminario de TESIS I

Profesor: CPCC.

Yónel Chocano Figueroa

HUÁNUCO - 2015

MODELOS DE FORMULACIÓN DEL PROBLEMA, PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS

I. CASO

El caso presentado trata sobre un trabajo de investigación ejecutado en el año 2012 que se titula "LAS POLÍTICAS DE VENTAS DE MARIMAR SAC Y SU INFLUENCIA EN EL POSICIONAMIENTO DEL MERCADO Y EN VENTAJAS COMPETITIVAS EN LA MANUFACTURA DE PLÁSTICOS"

Para tal efecto, se tiene la información siguiente:

FORMULACION DEL PROBLEMA:

Problema principal.

¿De qué manera las Políticas de Ventas impacta en el posicionamiento del mercado de fabricación de plásticos y en las ventajas competitivas para los Clientes?

Problemas secundarios.

- ❖ ¿La actual participación en el mercado de MARIMAR SAC garantiza la continuidad de sus actividades?
- ❖ ¿La política de ventas que usa MARIMAR SAC brinda competitividad a la empresa?
- ❖ ¿Desde la perspectiva de MARIMAR SAC cuál debe ser la nueva estrategia de Ventas?
- ❖ ¿En qué medida las nuevas políticas de Ventas permitirán el incremento de Ventas de MARIMAR SAC?
- ❖ ¿Qué tipos de estrategias se debe diseñar para ofrecer ventajas competitivas a los Clientes?

PLANTEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar si las Políticas de Ventas determinan el posicionamiento en el mercado y las Ventajas Competitivas de MARIMAR SAC.

Objetivos específicos

- ❖ Establecer la actual participación en el mercado de MARIMAR SAC.
- ❖ Determinar el grado de competitividad actual de MARIMAR SAC
- ❖ Describir las perspectivas de MARIMAR SAC en las nuevas estrategias de ventas
- ❖ Estudiar si las nuevas políticas de ventas permitirán el incremento de ventas de MARIMAR SAC.
- ❖ Diseñar estrategias para ofrecer ventajas competitivas a los Clientes

PLANTEAMIENTO DE LA HIPOTESIS

Hipótesis

“Las nuevas políticas de Ventas propiciarán el posicionamiento del mercado y las ventajas competitivas de MARIMAR SAC”

Operacionalización de la hipótesis.

Identificación de variables.

A. Variable Independiente (X)

X = Las nuevas políticas de ventas.

B. Variable Dependiente (Y)

Y = Posicionamiento del mercado y las ventajas competitivas

C. Variable Interviniente (Z)

Z = Clientes y trabajadores de MARIMAR SAC

Determinación de los indicadores.

A. VARIABLE INDEPENDIENTE

- ❖ El cliente y las nuevas políticas de ventas.....X₁
- ❖ Las nuevas políticas de ventas factor del posicionamiento.....X₂
- ❖ Las estrategias de ventas.....X₃
- ❖ Diseño de ventajas competitivasX₄
- ❖ Los Stakeholders y las políticas de ventas.....X₅

B. VARIABLE DEPENDIENTE

- ❖ Los grupos de interés de la empresaY₁
- ❖ Posicionamiento del mercado.....Y₂
- ❖ Ventajas Competitivas de la empresa.....Y₃
- ❖ Clientes y competitividad.....Y₄
- ❖ Trabajadores y posicionamiento del mercado.....Y₅

II. SOLUCION

En primer lugar se elabora el cuadro de operacionalización de los indicadores, en el cual se determina las técnicas e instrumentos a usar por cada indicador.

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE LOS INDICADORES

INDICADORES	TECNICAS	INSTRUMENTOS	METODOS
<p><u>Grupo I</u> (X₁) El cliente y las nuevas políticas de ventas; (X₃) Las estrategias de ventas; (Y₃) Ventajas competitivas de la empresa</p>	Encuesta	Cuestionario de encuesta	Generales
<p><u>Grupo II</u> (X₂) Las nuevas políticas de ventas factor de posicionamiento; (Y₂) Posicionamiento del mercado; (Y₅) Trabajadores y posicionamiento en el mercado</p>	Entrevista	Guía de entrevista	Generales
<p><u>Grupo III</u> (X₅) Los Stakeholders y las políticas de ventas; (Y₄) Clientes y Competitividad;</p>	Observación ordinaria	Guía de observación ordinaria	Generales
<p><u>Grupo IV</u> (X₄) Diseño de Ventajas Competitivas y Tics; (Y₁) Los Grupos de Interés.</p>	Sistematización bibliográfica y hemerográfica	Fichas bibliográficas y hemerográficas	Histórico

ENCUESTA DE OPINION (Para Funcionarios)

A continuación le formulamos un conjunto de preguntas con varias opciones para responder. De las diferentes alternativas elija usted la respuesta adecuada a su caso y marque con una "x" en el recuadro correspondiente.

La información que usted nos proporcionará servirá para demostrar la hipótesis del trabajo de investigación titulado: *LAS POLÍTICAS DE VENTAS DE MARIMAR SAC Y SU INFLUENCIA EN EL POSICIONAMIENTO DEL MERCADO Y EN VENTAJAS COMPETITIVAS EN LA MANUFACTURA DE PLÁSTICOS*

1. ¿Cuáles son las causas del incremento del volumen de ventas de MARIMAR SAC?

- Las nuevas políticas de ventas de la empresa.....
- Posicionamiento del mercado por MARIMAR SAC.....
- Las estrategias de ventas usadas por los trabajadores....
- Ventajas competitivas de los productos.....
- El rol de los Stakeholders de la empresa.....

Nota.- SIGUEN LAS PREGUNTAS (Para muestra un botón)

2. ¿Cuál es

- X.....
- Y.....
- T.....
- Z.....
- W.....

3. ¿Qué

- M.....
- N.....
- O.....
- P.....

4. ¿Con

- S.....
- R.....
- U.....
- V.....
- Ñ.....

5. ¿Diga

- C.....
- B.....
- C.....
- A.....
- D.....

=====

Fecha			
Realizado por			