

I.-INTRODUCCION

El marketing o mercadotecnia es la ciencia de poner en contacto la oferta y la demanda. Y para ello se sirve de varias herramientas: la investigación de mercado, el diseño de productos, el precio, la distribución y la promoción. El marketing no es un creador de necesidades, sino una ayuda para calibrar la demanda. Hoy el marketing consiste en adaptarse a las peticiones del consumidor. Donde más se concentran las estrategias de marketing es en la fase final del lanzamiento: en su promoción, y los anuncios son su andamiaje principal.

Este estudio tiene por objetivos: Mejorar el conocimiento que tienen la empresa de Hielos "ALASKA" sobre sus mercados, los principales indicadores y sus ventajas competitivas, información de utilidad para la toma de decisiones. Coordinar proyectos de investigación que supongan una aportación de valor al conocimiento de los mercados de alimentación.

La Empresa " ALASKA " es una empresa del departamento de Oruro que se dedica a la fabricación de Hielo filtrado para el consumo humano, viendo dentro las perspectivas del mercado de los helados la empresa decide incursionar en la estrategia de extensión en mezcla, es decir un producto nuevo con diferentes características.

1.1 Análisis de los productos:

El Hielo es el estado sólido del agua. El hielo natural se encuentra en grandes masas en las regiones polares, en las simas de las montañas y en los heleros de los valles elevados. En Invierno se extienden por congelación de las Aguas. Según la forma que adopte constituye la nieve, el granizo o la escarcha. Es incoloro transparente y amorfo cuando procede de la congelación del agua, también se lo produce por fabricación industrial.

Existen cuatro formas de hielo ordinario. Este se clasifica en distintas fases, cuyas relaciones de equilibrio han sido estudiadas: Hielo Continental, en escombros, fósil y seco, este último es el anhídrido carbónico sólido usado para refrigerar. Se evapora sin fundir y no deja residuo se lo llama también nieve carbónica; esta última fase de hielo se lo produce industrialmente.

El helado es una bebida fría que reúne ciertas características de fabricación que son variaciones de ingredientes como sabores, colorantes, cremas, etc.

1.2 Clasificación de los productos

En la búsqueda de estrategias de mercadotecnia aplicables a productos individuales, las empresas han ideado varias clasificaciones de ellos basados en características de cada artículo.

1.2.1 Bienes Durables.– Son bienes tangibles que normalmente resisten a varios usos.

1.2.2 Bienes no Durables.– Son los bienes tangibles que normalmente se consumen después de uno o unos cuantos usos.

1.2.3 Servicios.– Son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen para la venta.

Después de mostrar la clasificación de los productos podemos afirmar que tanto el Hielo como el Helados son Bienes no durables que normalmente se consume después de uno o unos cuantos usos

1.3 Clasificación de los bienes de consumo

El consumidor adquiere un vasto número de bienes, una manera útil de clasificarlos consiste en basarse en los hábitos de compra del público. Distinguimos los bienes de uso común, bienes de comparación, bienes de especialidad y bienes no buscados

1.3.1 Bienes de uso Común.-

Son aquellos que el consumidor adquiere en forma periódica e inmediata con un mínimo de esfuerzo en la compra de comparación; por ejemplo tabaco, jabón y periódicos.

1.3.2 Bienes de Comparación.-

Son aquellos que el consumidor, en el proceso de selección y compra casi siempre compara atendiendo a su idoneidad, calidad, precio y estilo. Entre este tipo de artículos se cuentan el mobiliario, la ropa, los autos usados.

1.3.3 Bienes de Especialidad.-

Son aquellos que reúnen características o identificación de marca muy especiales, están destinados además a un grupo selecto de compradores a quienes no importa mucho el precio.

Nuestros productos son bienes de uso común que se subdividen en artículos básicos de impulso y de urgencia. Nuestro producto es un artículo de Impulso ya que su compra se realiza sin búsqueda previa ni planeación. Normalmente se expenden en varios lugares.

II. INVESTIGACION PRELIMINAR

2.1 Definición del problema

La empresa de helados ALASKA viendo la necesidad de crecer y diversificar su producto, decide invertir en la adquisición de maquinaria industrial para la fabricación de helados de distintos sabores que tendrán como componente crema importada para la producción. La Ciudad de Oruro situada a más de 3.780 metros sobre el nivel del mar, en la altiplanicie central y a poca distancia del lago Poopo es de clima frío lo cual supone que el consumo de productos como el hielo y el helado no son demandados de una manera muy asidua, pero si nosotros analizamos con un criterio mas abierto podemos decir que empresas de helados como: Congelados, Panda, etc. se animaron a introducir sus productos es por que en la realidad existe una demanda de dichos productos, por otra parte también existe competencia en la fabricación del Hielo Filtrado mostrando claramente que los dos productos tienen demanda en el Mercado Urbano del departamento de Oruro.

El problema en si de nuestros productos radica en las acciones y estrategias apropiadas que se debe tomar para lograr que nuestros productos logren introducirse al mercado de Helados y Hielos rápidamente y al mismo tiempo mantener a nuestros clientes satisfechos con un producto de calidad en todas sus características para poder competir en un mercado creciente y lograr de esta manera que nuestra empresa se encuentre como la mas importante en la comercialización del Hielo y el Helado.

2.2 Análisis de la situación

Nuestro producto tiene características de ser un gusto adquirido lo cual nos muestra que no contamos con segunda oportunidad para la degustación de nuestros productos y por lo cual debemos estar seguros que nuestros productos serán del agrado general en el primer contacto con el consumidor para lo cual mostramos las características físicas de nuestro producto en relación con la competencia.

Características de Nuestro Hielo " Alaska "

- Agua Filtrada
- Agua Purificada
- Congelamiento en Maquinaria Industrial Diseñada para la fabricación de Hielos.
- El peso de Nuestro producto con relación a la competencia es mayor.
- Precio mas bajo

Características de Hielos de La competencia.

- Agua Filtrada
- Congelamiento en Maquinaria de enfriamiento comercial (Uso domestico)
- El peso en menor por la forma de los moldes de enfriamiento
- Precio mayor

Características de nuestro helado " cremsol "

- Elaborado con crema Importada
- mayor cantidad de crema en la composición del helado
- Mayor variedad en cuanto a sabores
- Saborisantes Importados.
- Precio accesibles

Características de la competencia de helados

- Elaborado con crema de características no optimas.
- menor concentración de crema en el helado
- saborisantes Inadecuados para la elaboración
- Precios Altos

2.3 Análisis de las necesidades

El problema de compra se inicia cuando el consumidor descubre un problema o una necesidad. Percibe una diferencia entre su estado real y el de satisfacción. La necesidad puede ser desencadenada por estímulos internos. Una de las necesidades normales como la sed alcanza un nivel de umbral y se convierte en impulso. Su experiencia le ha enseñado al sujeto a afrontar el impulso y se siente motivado a obtener la clase de objeto que satisface el impulso.

2.3.1.-Teoría de Freud sobre la motivación

Supuso Freud que el ser humano rara vez tiene conciencia de las fuerzas psicológicas reales que moldean su conducta. Es su opinión las personas se desarrollan y al hacerlo reprime muchos impulsos. Estos no son eliminados por completo, luego emergen en los sueños en las equivocaciones al hablar (lapsus linguae), en actos neuróticos u obsesivos en casos extremos se manifiestan en la psicosis, trastornos de los cuales el ego ya no logra equilibrar la energía impulsiva del id (ello) con la fuerza de represión del superego (superyo)

Se conocen once tipos de mecanismos de defensa:

- REPRESION
- RESISTENCIA
- NEGACION
- SUBLIMACION
- RACIONALIZACION
- COMPENSACION

- DESPLAZAMIENTO
- PROYECCION
- IDENTIFICACION
- FANTASIA
- CONVERSION

Nuestro producto podría utilizar el mecanismo de **COMPENSACION**, es decir que nosotros podríamos lograr mediante una promoción adecuada que el comprador potencial, después de una jornada de clases o trabajo, etc. tenga como una manera de recompensa por su esfuerzo el premio de una bebida con hielo "Alaska" mucho más refrescante o un Helado "Cremsol" de distinto sabor como premio por sus esfuerzos.

2.3.2.-Teoría de Maslow sobre la motivación

Abraham Maslow trato de explicar por que ciertas necesidades impulsan al hombre en un momento determinado. Por que una persona dedica mucho tiempo y esfuerzo a la seguridad personal y otra a la búsqueda de la estimación de la gente?. Su respuesta es que las necesidades humanas están ordenadas en una jerarquía, donde las más urgentes ocupan el primer lugar y así sucesivamente hasta llegar a las menos urgentes.

En el siguiente gráfico mostramos las necesidades según Maslow :