



**UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Tesis para Optar el Título Profesional de Licenciado en Administración;
denominada:**

**PLAN DE MARKETING BASADO EN LOS MODELOS DE
DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS Y DE NICHOS DE MERCADO
PARA INCREMENTAR LAS VENTAS EN LA DISTRIBUIDORA M.G.C.
INVERSIONES S.R.L. DE CHICLAYO – 2010**

Autores:

Bach. LUIS AUGUSTO FLORES SECLÉN

Bach. JOSÉ ALEJANDRO SILVA BECERRA

Pimentel – Perú.

2010

RESUMEN

Dado el clima de incertidumbre y los constantes cambios en el entorno económico, como en el sector de las Distribuidoras de Gaseosas se busca alternativas que le permitan integrarse, desarrollarse y mejorar su competitividad.

En este sentido, el presente trabajo de investigación se realizó, con el objetivo de diseñar un Plan de Marketing basado en dos modelos de diversificación de productos y de nichos de mercado en la Distribuidora de gaseosas M.G.C. Inversiones S.R.L. en virtud de que la distribuidora necesita incrementar sus ventas en nuevos mercados.

Para lograr el objetivo planteado, la metodología utiliza información aportada por dos variables que son determinantes para la distribuidora. Finalmente, se diseñó una propuesta fundamentada en el enfoque de varios pasos para diversificar sus productos y nichos de mercado como herramienta que le permita planificar los cambios necesarios desde el punto de vista estratégico y lograr así la sobrevivencia ante el entorno económico local y, de ese modo, responder a la intensificación de la competencia en el mercado de gaseosas.

ABSTRACT

Given the climate of uncertainty and constant changes in the economic environment, as in the fields of Soft Drinks Distributors are looking for alternatives that will allow social integration, develop and improve their competitiveness.

In this sense, the present research was conducted with the aim of designing a marketing plan based on two models of diversification of products and market niches in the soft drink distributor MGC Investment SRL under the distributor needs to increase its sales in new markets.

To achieve the stated objective, the methodology used information provided by two variables that determine the distribution. Finally, design a proposal based on the focus of several steps to diversify its products and market niches as a tool that allows you to plan the necessary changes from the strategic point of view, thereby achieving survival to the local economic environment and that similarly, responding to intensifying competition in the soft drink market.