

Universidad Autónoma de Baja California

Facultad de Contaduría y Administración



**“Identificación de la demanda de protectores de plástico para
automóviles en la Ciudad de Tecate Baja California”**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA

L.N.I. JANEETH PAYAN GONZALEZ

DIRECTOR DE TESIS

Dra. NANCY IMELDA MONTERO DELGADO

TIJUANA, B.C. A ENERO DE 2011

FICHA METODOLOGICA

Disciplina de Estudio: Ciencias Administrativas

Area de Conocimiento: Administración de Negocios

Especialidad: Empresa Industrial

Problema Abordado: El desconocimiento por parte de la población de la existencia de productos para protección de automóviles a largo plazo llega a ser muy costoso.

Instrumento de Recolección de Datos: Cuestionarios.

Pruebas Estadística: Estadística Descriptiva.

Objetivo de Estudio: Determinar el interés de la población Tecatense respecto de los protectores de plástico para proteger las puertas de los automóviles.

Sujetos de Estudio: Todas las personas dueñas de un automóvil de modelo 2000-2005 de clase media, media alta; localizados en la ciudad de Tecate Baja California.

Finalidad: Determinar el interés de los ciudadanos para adquirir los protectores de plástico para las puertas de los automóviles.

Tipo de investigación: Descriptiva.

Método de Muestreo: El método de muestreo que se utiliza en la presente investigación será el aleatorio simple, el cual proporciona la misma probabilidad en el universo de ser seleccionado para realizar el cuestionario.

Modelo Aplicado: Laura Fischer.

Aportación: Dar al inversionista información relevante para la toma de una mejor decisión para llevar a cabo o no el proyecto

Autor: Janeeth Payan González

Director de Tesis: Dra. Nancy Imelda Montero Delgado

INDICE.

Resumen / Abstract

Introducción

Capítulo I Generalidades del proyecto.

- 1.1. Antecedentes.
- 1.2. Problemática de estudio
 - 1.2.1. Problema de investigación.
 - 1.2.2. Justificación de la investigación
 - 1.2.3. Objetivos de Investigación
 - 1.2.4. Preguntas de Investigación
 - 1.2.5. Matriz de congruencia

Capítulo II Marco teórico y contextual

- 2.1. Análisis del ambiente
 - 2.1.1. Ambiente Demográfico
 - 2.1.2. Sociocultural
 - 2.1.3. Tecnológico
 - 2.1.4. Legal
 - 2.1.5. Oferta
 - 2.1.6. Demanda
- 2.2. Marco contextual
 - 2.2.1. Entorno mundial
 - 2.2.2. Entorno Nacional
 - 2.2.3. Entorno Regional

Capítulo III Metodología

- 3.1. Diseño de la investigación
 - 3.1.1. Modelo de investigación de Laura Fisher
 - 3.1.2. Método de recolección de datos.
 - 3.1.3. Universo y Muestra
 - 3.1.4. Sujetos de estudio
 - 3.1.5. Instrumento de recolección de datos.
 - 3.1.5.1. Diseño del cuestionario
- 3.2. Diseño del cuestionario
- 3.3. Codificación y método de análisis

Capítulo IV. Resultados

Capítulo V. Conclusiones.

Bibliografía y otras fuentes de información

Resumen

La industria del plástico en Baja California ha sido una de las industrias que han registrado mayor crecimiento. La mayoría de las empresas en este giro están localizadas en el estado debido a las oportunidades que presenta estar ubicadas en la región, ya sea debido a la ubicación estratégica, incentivos del gobierno, diversidad de mano de obra, bajo costo de mano de obra, etc. Pueden ser muchas las razones por las cuales existen empresas dedicadas al moldeo de plástico Baja California, por que hace que todas las empresas estén compitiendo diariamente para lograr eficientizar sus procesos y satisfacer las necesidades de los consumidores.

La competencia Asiática es cada vez mayor en todo el mundo pero sobre todo en México, donde se pueden encontrar productos de origen asiático para utilizarlos en cualquier parte o satisfacer cualquier necesidad, es por lo tanto necesario hacer de los productos mexicanos una diferenciación para lograr atraer mas consumidores hacia nuestros productos para fomentar el crecimiento y desarrollo de la industria nacional. Más sin embargo esto no se lograra sin estudiar e identificar los que realmente desea consumir el cliente. Pero es necesario establecer la cultura en las organizaciones por realizar investigaciones o proyectos que le ayuden a tomar la mejor decisión al momento de querer lanzar un producto al mercado. Para saber que estar tomando la mejor decisión y como poder hacerle frente a la competencia, que en el caso de los plásticos es de gran consideración a tomar por los inversionistas.

Abstract

The plastic industry in Baja California has been one of the industries that have registered higher growth. Most companies are located here in the state because of the opportunities that are located in the region, due to its strategic location, government incentives, diverse workforce, low cost of labor, etc. There are many reasons why there are companies involved in molding plastic here in Baja California, and because there are a lot of them, today they are competing to achieve more efficient processes and meet consumer needs. Asian competition is increasing worldwide, but particularly in Mexico. Here you can find products from Asia, products for everyday use, and products to meet every need. Because of this situation, it is therefore necessary for Mexican products to achieve differentiation in order to attract more consumers to buy our products in order to promote growth and development of our domestic industry. Yet, this will not succeed without studying and identifying what the customer really needs and wants to consume. But it is necessary to establish the culture of the organizations in order to undertake research projects to help you make the best decision when you want to launch a product to market. To know that you are making the best decision and how to cope with competition, which in the case of the plastic is highly regarded by investors to take.

Introducción

La globalización, el intercambio de productos y la desregularización de permisos, aranceles, regulaciones y restricciones no arancelarias hacen de los países mercados atractivos para los inversionistas, para la producción de artículos que requieren mano de obra barata. México a lo largo de la última década ha venido enfrentando esta situación donde empresas llegan y empresas se van. Pero sin duda alguna el mayor beneficio de la globalización es para los consumidores ya que exigen a las empresas productos de mayor calidad constantemente, por lo tanto las necesidades de los compradores no son las mismas.

En el caso de nuestro país la globalización ha tenido consecuencias drásticas para la mayoría del micro, pequeñas empresas, las cuales no se encontraban en las mismas condiciones que empresas extranjeras para enfrentar el fenómeno de la globalización.

Es por ello que las empresas mexicanas han aumentado de manera notable la calidad de sus productos, siendo estos en la actualidad capaces de competir a nivel mundial, cumpliendo con los requisitos mas exigentes por parte de ciertos gobiernos necesarios para su importación.

La confianza y publicidad por parte del gobierno en los productos mexicanos cada vez es mayor, Por lo tanto el impulso por crear nuevas empresas de capital mexicano que traen como consecuencia la generación de nuevos empleos y como consecuencia generara mayor consumo de producto nacional y

tratar de nivelar la balanza comercial del país. Para tener mayor beneficios los mexicanos.

Capítulo I Generalidades del proyecto.

1.1 Antecedentes

La decisión de realizar el presente trabajo surgió de la necesidad de un inversionista en determinar el grado de interés que tienen los consumidores para adquirir protectores de plástico para las pertas de los automóviles. El inversionista tiene pensado comenzar a producir dicho producto, pero antes desea conocer saber el interés de los posibles consumidores y diversas variables que influyen en la compra.

Este trabajo de investigación podrá proporcionar una visión más amplia del panorama de cómo se encuentra el mercado, sus posibles competidos y lo más importante que es lo que los consumidores están buscando al adquirir el producto. Ya será responsabilidad del inversionista que desea realizar con la presente investigación y cuál será el uso de esta en la toma de decisión para la creación del producto.

1.2 Problemática de estudio

La finalidad de la presente investigación se centra principalmente en saber si las personas se encuentran interesadas en comprar el producto, para esto identificaron las variables que ayudaran a obtener una respuesta más

certera, que le fuera posible al inversionista tomar una decisión. Es por ello que se realizó la matriz de congruencia para identificar desde qué punto se requiere partir. Mediante la identificación del grado de interés por adquirir los protectores de plástico para las puertas de los automóviles podemos proporcionar al inversionista que es lo que espera los posibles consumidores el producto. Así como también otras variables que serían importantes tomar en consideración al momento de la elaboración del producto.

1.2.1. Problema de investigación

El problema al que se enfrenta la presente investigación es a la muestra tan grande que existe para la recolección y el presupuesto tan pequeño para poder realizarlo es por ellos que solo se aplicaran solo 30 cuestionarios y sería cuestión de inversionista si desea aplicarse a toda la muestra.

1.2.2. Justificación

En la actualidad los accesorios para los automóviles son abundantes en el mercado, pero ciertos productos que atraigan la atención del cliente por su diseño, accesibilidad y bajo precio es la fórmula perfecta para poder penetrar en este nicho de mercado, donde los posibles compradores por falta de desconocimiento o por un diseño poco agradable a la vista del consumidor, hace un mercado desatendido por parte de los productores. Mediante el presente trabajo se tratará de identificar la demanda de los protectores de plástico para las puertas de los automóviles en la ciudad de Tecate Baja California

El propósito principal de este producto es proteger y ayudar al consumidor a cuidar su automóvil y el de sus terceros evitando golpear a otros vehículos y con ello evitar gastos innecesarios en la posible compostura.

1.2.3. Objetivos de investigación

Antes de comenzar cualquier negocio es necesario identificar si el mercado al que va dirigido se encuentra preparado para la aceptación del producto es por eso que el objetivo de el presente trabajo es el de Identificar el interés de la demanda en los protectores de plástico para las puertas de los automóviles en la ciudad de Tecate Baja California. Datos que le proporcionaran al inversionista información para determinar si los tecatenses se encuentran interesados en la adquisición de estos productos.

1.2.4. Preguntas de investigación

¿Es el diseño de los protectores importante en el proceso de compra de los consumidores de la ciudad de Tecate Baja California?

¿Es el precio del producto importante en el momento de decisión de compra de los consumidores en la ciudad de Tecate Baja California?

¿Son los beneficios de los protectores importantes en el momento de compra por la población de Tecate Baja California?

1.2.5. Matriz de congruencia

Para el presente trabajo se elaboro una matriz de congruencia para que al momento de planear la metodología y enfatizarnos en las necesidades y en la información que realmente se busca encontrar al realizar el presente trabajo.

Capítulo II Marco Teórico y contextual

Para efectos del presente trabajo es necesario definir todas las variables que forman parte del análisis de oportunidades de mercado, para así poder llegar al objetivo de la presente investigación. El Marco teórico nos ayudara para conceptualizar las ideas básicas como punto de partida para el desarrollo de la Tesis.

2.1. Análisis del Ambiente

El origen de la palabra medio ambiente tiene como antecedente el término ingles *environment* que significa “los alrededores, modo de vida, o circunstancias en que vive una persona”. Además, la palabra alemana *umwelt*, que se traduce como “el espacio vital natural que rodea a un ser vivo, o simplemente ambiente”; y también, la palabra francesa *environnement*, que se traduce como “entorno”

La definición de “término *ambiente* Condiciones o circunstancias físicas, sociales, económicas, etc., de un lugar, de una reunión, de una colectividad o de una época.”¹

El medio ambiente lo podemos definir como un conjunto de factores externos de los cuales provienen los recursos necesarios para llevar a cabo el desempeño de la vida diaria, es decir, el medio ambiente es todo lo que nos rodea, el cual permite llevar a cabo las actividades normalmente. Es por lo tanto que el mal uso de los factores que nos ofrece el medio ambiente puede sin lugar a dudas tener como consecuencia un desgaste y como consecuencia causar daños severos, por el simple hecho de no analizar todos los factores que en este intervienen y poder así tomar todas aquellas oportunidades que se presenta a nuestro favor para poder cumplir así con el objetivo que deseamos llegar a realizar.

2.1.1. Ambiente Demográfico

Uno de los factores que intervienen en el medio ambiente para el desarrollo del presente trabajo es la demografía. La cual podemos definirla como el estudio de las poblaciones humanas, dentro de las cuales son inmensas los factores que la demografía trata de estudiar para después entender su

¹ Diccionario de la Lengua Española

comportamiento dentro de los cuales podemos encontrar que estudia la edad, la situación familiar, los nacimientos, fallecimientos, esperanza de vida, matrimonios, delincuencia, nivel de educación, así como otras estadísticas económicas y sociales que intervienen en el desarrollo de los seres humanos, así como también analizar cual es su efecto en la sociedad y economía.

La demografía es por lo tanto un factor importante a estudiar en el presente trabajo ya que se requieren datos que son objetos de estudio de esta ciencia que ayudaran a su investigación. Como podemos percatarnos la demografía encierra dentro de su estudio datos que ayudan a comprender el comportamiento de los seres humanos el cual nos dan la pauta para llegar a las conclusiones del presente trabajo.

La demografía trata de las características sociales de la población y de su desarrollo a través del tiempo. Los datos demográficos se refieren, entre otros, al análisis de la población por edades, situación familiar, grupos étnicos, actividades económicas y estado civil; las modificaciones de la población, nacimientos, matrimonios y fallecimientos; esperanza de vida, estadísticas sobre migraciones, sus efectos sociales y económicos; grado de delincuencia; niveles de educación y otras estadísticas económicas y sociales.

La demografía se encarga de tres partes fundamentales:

1. La medición: Cuantificación de eventos poblacionales.

2. La explicación: Análisis de causas de los efectos.
3. Fenomenología: Explicación de las variables.

2.1.2. Sociocultural

El Término sociocultural encierra muchos adjetivos calificativos de una sociedad, población, entidad, sector. El término sociocultural en el presente trabajo nos ayudara a entender con mayor precisión los gustos, deseos y necesidades con que cuenta cierto grupo de población. La cultura de una población es aquella que determina la pauta para hacer diferentes a todos los grupos humanos, ya no hablemos de diferencias culturales entre países, basta con ver la Republica Mexicana donde en cada región existen culturas diferentes por lo tanto el gusto, necesidades, comportamientos distintos.

Es muy importante analizar esta variable ya que al momento de lanzar un nuevo producto al mercado ya debieron haber analizado al tipo de consumidor que se desea captar. En muchas ocasiones es un factor poco considerado al momento de la introducción al mercado y como consecuencia de no hacer previa consulta trae un fracaso del producto. Factores que a simple vista parecer no importar, son mucho mas determinantes en la vida de un producto y en el simple hecho de ser existo o de fracasar.

2.1.3. Tecnológico

El término tecnología viene del griego technología, de téchne, arte, y logos, tratado. Podríamos decir, en resumen, que tecnología es la aplicación

sistemática de conocimientos estructurados o científicos a tareas prácticas, tal como la enseñanza. No deberá confundirse técnica por método. Método es un modo de decir, de hacer, de enseñar, siguiendo ciertos principios y un orden razonado; también es un procedimiento y modo; orden, sistema, procedimiento. En cambio técnica se refiere al conjunto de materias o actividades dedicadas a la aplicación de los conocimientos científicos; es un conjunto de procedimientos de la cual se sirve una ciencia, arte o habilidad.

Aunque hay muchas tecnologías muy diferentes entre sí, es frecuente usar el término en singular para referirse a una cualquiera de ellas o al conjunto de todas.

Históricamente las tecnologías han sido usadas para satisfacer necesidades esenciales (alimentación, vestimenta, vivienda, protección personal, relación social, comprensión del mundo natural y social), para obtener placeres corporales y estéticos (deportes, música, hedonismo en todas sus formas) y como medios para satisfacer deseos (simbolización de estatus, fabricación de armas y toda la gama de medios artificiales usados para persuadir y dominar a las personas).

El papel que la ciencia y la tecnología han tenido en el desarrollo de las naciones a partir del siglo XVI y aun antes es un hecho conocido y aceptado. Este papel se ha venido incrementando de manera incesante, hasta convertirse al inicio del siglo XXI en factor estratégico de supervivencia e integridad nacionales. Las tecnologías, aunque no son objeto específico de estudio de la

Economía, han sido a lo largo de toda la historia y son actualmente parte imprescindible de los procesos económicos, es decir, de la producción e intercambio de cualquier tipo de bienes y servicios. Desde el punto de vista de los productores de bienes y de los prestadores de servicios, las tecnologías son el medio indispensable para obtener renta. Desde el punto de vista de los consumidores, las tecnologías les permiten obtener mejores bienes y servicios, usualmente (pero no siempre) más baratos que los equivalentes del pasado. Desde el punto de vista de los trabajadores, las tecnologías disminuyen los puestos de trabajo al reemplazarlos crecientemente con máquinas. Estas complejas y conflictivas características de las tecnologías requieren estudios y diagnósticos, pero fundamentalmente soluciones políticas mediante la adecuada regulación de la distribución de las ganancias que generan.

La mayoría de las teorías económicas da por sentada la disponibilidad de las tecnologías. Schumpeter es uno de los pocos economistas que asignó a las tecnologías un rol central en los fenómenos económicos. En sus obras señala “que los modelos clásicos de la economía no pueden explicar los ciclos periódicos de expansión y depresión, como los de Kondratiev, que son la regla más que la excepción. El origen de estos ciclos, según Schumpeter, es la aparición de innovaciones tecnológicas significativas (como la introducción de la iluminación eléctrica domiciliaria por Edison o la del automóvil económico por Ford) que generan una fase de expansión económica. La posterior saturación del mercado y la aparición de empresarios competidores cuando desaparece el

monopolio temporario que da la innovación, conducen a la siguiente fase de depresión.”²

La Tecnología en México es un sector al cual se le invierte al año cantidades ridículas para crear los tan deseados científicos e inventores para la supuesta creación de la tecnología que en México es escasa, pero es contradictorio la formación que se quiere llegar cuando se quiere llegar a la practica o elaboración de la tecnología no existe el apoyo para estos mexicanos científicos que se formaron por el alto interés del gobierno en desarrollar tecnología hecha cien por ciento mexicana. Es por lo tanto contradictorio lo que se pretende para un desarrollo en el país y la formación de científicos si al final no recibirán apoyo. La tecnología es un indicador muy importante en nuestros días para el establecimiento de empresas y la creación de nuevos empleos por lo contradictorio que parezca. Se necesita confiar y darle el apoyo a las nuevas generaciones, para que este país logre el tan deseado crecimiento y desarrollo económico.

2.1.4. Legal

Nuestro gobierno es representativo ya que elegimos a otras personas que nos representen. También La Republica Mexicana es democrática ya que mediante la elección (voto) de los ciudadanos se eligen a los gobernantes. La

² Schumpeter Joseph A., *On entrepreneurs, innovations, business cycles, and the evolution of capitalism*, Addison-Wesley, Cambridge (Mass. EE. UU.)1951.

republica Federal esta formada por estados o entidades federativas que en su conjunto integran la federación. El gobierno de cada estado es autónomo y cada uno elige a su gobernados y así mismo cada estado tiene sus propias leyes no olvidando que se tiene a una ley suprema para toda la nación. En el artículo 49 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos divide al gobierno en tres poderes, ejecutivo, legislativo y judicial. El presidente de la Republica ejerce el Poder Ejecutivo el cual gobierna conforme a las leyes. El poder legislativo elabora las leyes. Y por ultimo el Poder Judicial encargado de que se cumpla la constitución y resolver los conflictos que se crean.

Para efectos del presente trabajo nos abocaremos al Poder Legislativo el cual son los encargados de realizar las leyes ya sea de convivencia social así como también para el desempeño de ciertas actividades. Para el caso del presente trabajo la elaboración de leyes y cuales son las permitidas para el establecimiento o lanzamiento de nuevos productos son necesarios para todo inversionista ya que si son extranjeros diversas formas de operar de un lugar a otra varían de manera considerable.

La legalidad es un factor para prestarle atención precisa pueden existir leyes o reglamentos que impidan la elaboración de ciertos productos, las formas de trabajar, los requisitos necesarios para poder operar están basados en las leyes mexicanas que indican la forma en la cual se debe de llevar a cabo las cosas.

2.1.5. Oferta

En la vida diaria, todos como consumidores es habitual escuchar las palabras de oferta y demanda, en este caso nos adentraremos un poco más en lo que a oferta trata, después hablaremos de la demanda. ¿Qué es oferta? ¿Qué implica el precio en la oferta? Gran variedad de definiciones se pueden encontrar pero para efectos de este estudio de factibilidad la podemos definir como “Cuando el precio aumenta el productor ofrecerán una mayor cantidad de bienes”, y tan sencillo de comprender ya que si uno de nuestros productos se esta vendiendo a un precio mas alto de lo normal y hay consumo de parte de la población interesada, lo atractivo para el oferente es aumentar su producción para ponerla a la venta y es cuando aumenta loa oferta. En cambio si el precio baja el proveedor no estará muy interesado en continuar produciendo a precios bajos donde quizás, no le resulte provechoso o inclusive tener perdidas, por querer seguir en la competencia, cuando en realidad no se encuentra listo de hacerle frente a la competencia.

Por lo tanto estas cuestiones de oferta y demanda están sumamente ligadas al ingreso de los consumidores ya que puede ser nuestro producto una inmensa maravilla donde en realidad, sabemos que es un muy buen producto, pero si el mercado o los consumidores no están dispuestos a pagar el precio como consecuencia la oferta de los productos va a tender a bajar, por el no consumo. Podemos decir bien que si los precios se encuentran elevamos y los consumidores se encuentran dispuestos a adquirir estos productos no

importando la cantidad que se tenga que pagar, yo como productor voy a querer ofrecer mas, que si tuviera precios bajos. Por lo tanto para este estudio de factibilidad diremos que el productor (sujeto al cual se realiza el estudio de factibilidad) estará dispuesto a vender u ofrecer una mayor cantidad de productos (artículos de plástico para proteger las puertas de los automóviles) si estos se venden a un precio mayor que lo que se ofrece en el mercado regularmente.

2.1.6. Demanda

Si bien ya se analizo anteriormente que la oferta representa a los productores podemos inferir que la demanda esta relacionada con los consumidores. Todos los consumidores reaccionamos ante el precio, por lo regular en la mayoría de los casos siempre se buscan precios cómodos y mas nosotros los mexicanos que tenemos por cultura “regatear” toda clase de artículos, siempre se busca bajarse de precio que se encuentra en el mercado para poder adquirir un producto. Por lo tanto podemos inferir y para efectos de este estudio como demanda “Cuanto mas bajos se encuentran los precios los consumidores estarán dispuestos a comprar mas cantidad de productos” Una oración bastante clara de entender si somos nosotros los que jugamos el rol de consumidores. En tanto el precio baja de los artículos mas queremos comprar.

Por lo tanto la demanda se encuentra en función de los precios que se ofrecen los productos. Podemos inferir por lo tanto que los productos se encuentran a precios no accesibles a los compradores la demanda de dichos

artículos será mucho menor, ya que siempre se busca pagar menos para así tener el poder de adquirir diversos productos.

Podemos decir que si el precio de los protectores para las puertas de los automóviles no está bien diseñado y no se encuentran relacionados con factores económicos, políticos, culturales, ya que para que el consumidor se decida a realizar la compra de nuestros productos se encierran gran cantidad de factores, que se puede llegar a tomar decisiones incorrectas y solo dar precio a los artículos y estos ser incorrectos que puedan causar que el precio este muy elevado que los consumidores no tengan la capacidad económica para adquirirlo o la otra opción sería que el precio está tan bajo para ser atractivo a los compradores, pero la empresa no pueda costear esos costos y tener consecuencias graves como la quiebra, solo por no tener en cuenta que un precio mal establecido es una de las razones más importantes (si no es la más importante) para comprar el producto.

La oferta y demanda son un juego de palabras que nos indican la postura de cada uno de los participantes en el mercado si bien es cierto cada uno defenderá su participación a su mejor conveniencia y lo más recomendable siempre es buscar la parte del equilibrio donde oferentes y demandantes adquieran lo que necesitan, uno por su lado obtenga el producto que satisfaga su necesidad y el productor obtenga su utilidad que le resulta después de comercializar sus productos.

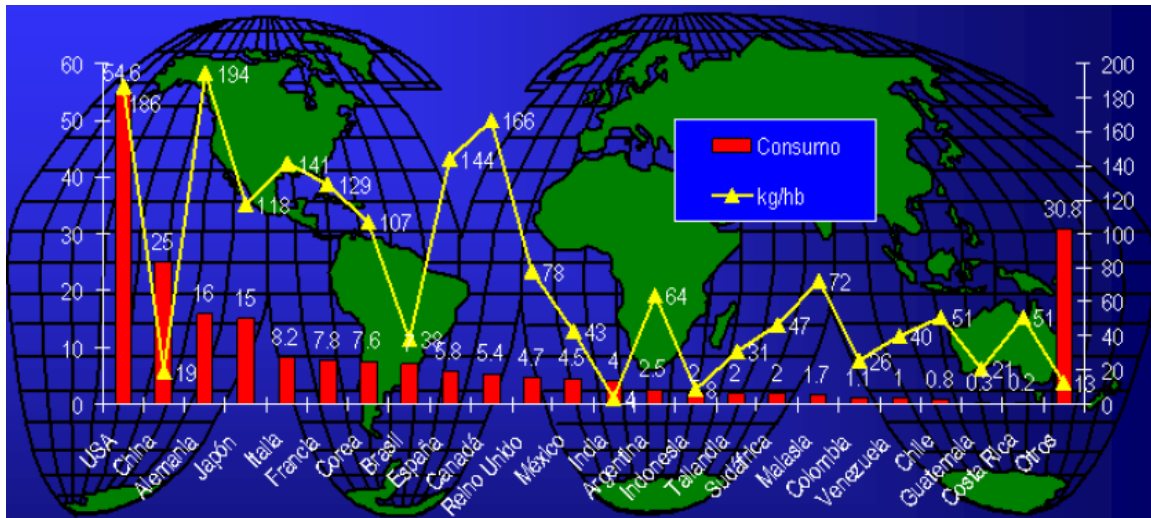
Es en este punto donde se culmina toda la fase de la creación de los productos o servicios que se ofrecen, lo que se busca siempre es vender para así obtener ganancias recuperar lo invertido y seguir produciendo para así estar posicionados en el mercado y hacerle frente a la competencia, para que los clientes no se decidan por productos sustitutos. Ya encontramos otro termino Oferta, Demanda y el nuevo es Punto de Equilibrio los tres participando en una economía estable harán de la participan de consumidores y proveedores una competencia sana, donde en el mercado los participantes quedaran en el supuesto de GANAR – GANAR, que es lo que se pretende, una satisfacción entera de los clientes y los productores logren la utilidad deseada. Para la creación de un producto son términos importantes a tomar en cuenta al momento de realización la planeación para comercializar el producto y observar como proveedor todo lo que conlleva lanzar un nuevo producto y mas si en el mercado ya existen marcas que los consumidores prefieren.

2.2. Marco contextual

2.2.1. Entorno Mundial

La demanda mundial de plásticos fue de 235 millones de toneladas en 2005, pero se prevé un aumento cercano al 30 por ciento en los próximos cinco años para superar los 300 millones. Europa consume el 25 por ciento de total y España ocupa el cuarto lugar entre los países europeos en demanda de estos

materiales. La demanda en nuestro país crecerá a un ritmo del 5,8 por ciento, aunque todavía estamos algo por debajo del incremento europeo que en media superará el 5,3 por ciento anual durante el próximo quinquenio. El plástico, que superó en producción al acero en 1989, se ha convertido en los materiales del siglo XXI.



Fuente: CIATEQ (Centro de Tecnología Avanzada) 2005

El principal productor es Estados Unidos, que produce y consume tres veces más plásticos que sus inmediatos seguidores, Japón y Alemania. La producción de Estados Unidos es del orden de los 35 MT mientras que la de Japón es de 14 MT y la de Alemania de 11 MT. El nivel de producción de los tres principales países es parecido al del consumo.

El factor clave a nivel mundial en los próximos años es, sin embargo, China y otros países asiáticos. La producción de China no queda reflejada en las estadísticas de la Organización Mundial de Plásticos pero tiene una gran trascendencia a nivel mundial porque las principales petroquímicas

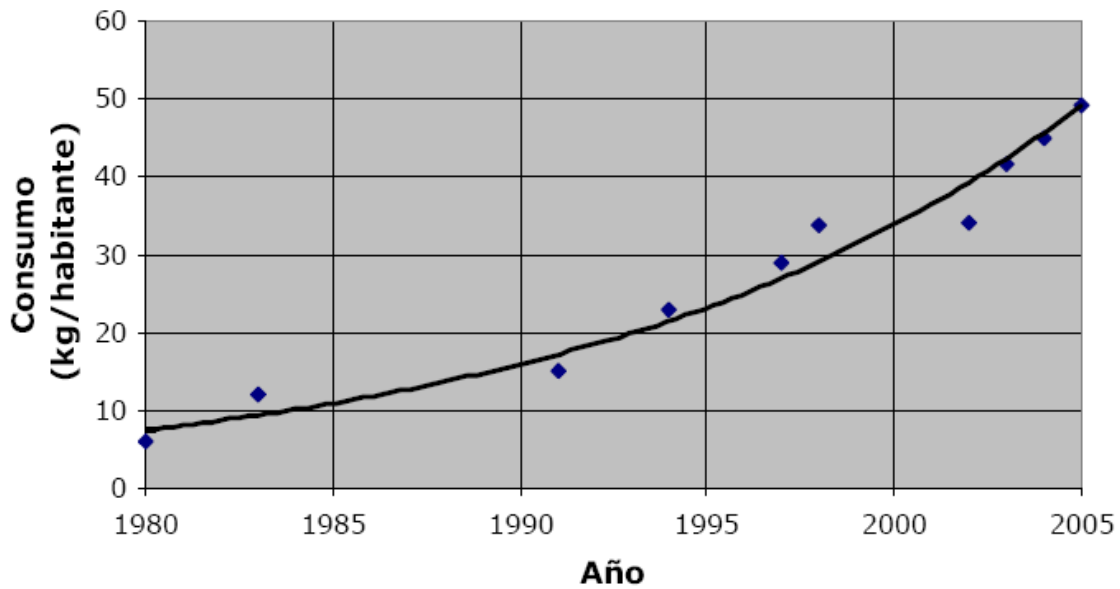
estadounidenses y alemanas realizan inversiones importantes a través de joint ventures con conglomerados locales.

2.2.2. Entorno Nacional

La industria del plástico es insuficiente en México para poder dar abasto a casi 100 millones de habitantes. El país se encuentra ubicado en el lugar número 17 de consumo a nivel mundial, en Latinoamérica se encuentra ubicado como el segundo lugar de consumo en plásticos, se consumen alrededor de 3 millones de toneladas de plástico anualmente. Esta industria genera alrededor de 150,000 empleos y son alrededor de 3,500- 4,500 empresas dedicadas a este sector industrial. Después de China nuestro país es el segundo importador de plásticos a nivel mundial.

Existen factores favorables para la industria del plástico en México para continuar su crecimiento como lo son: el tamaño de mercado, se mencionaba anteriormente que la población en México es de casi 100 millones de personas, y el crecimiento anual varía de 10% al 15% en el consumo de productos de plástico, en el año 2005 un mexicano consumía alrededor de 45 kg anual, esto arroja una población mayormente insatisfecha y es un indicador positivo para la creación de nuevas empresas de productos que el consumidor requiere para satisfacer la demanda doméstica.

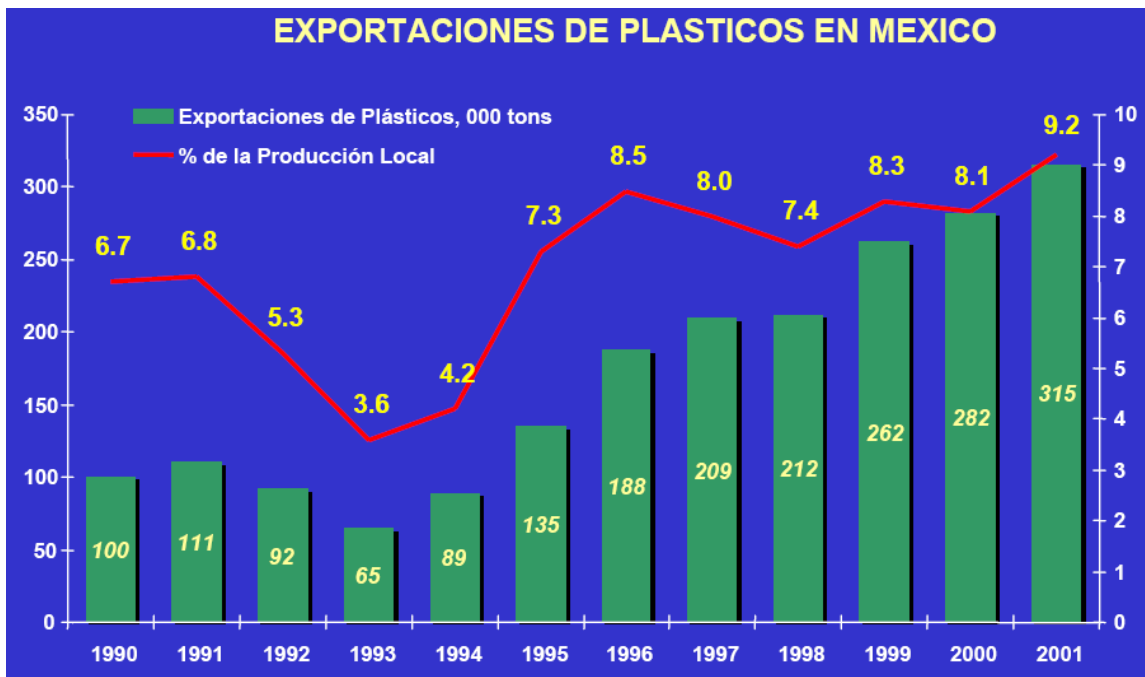
Grafica 1
Consumo de Plásticos por habitante



Fuente: Infoplas

Otros de los factores favorables son las materias primas, el recurso humano, los salarios que todavía se encuentran en competencia con algunos competidores asiáticos y por ultimo la ubicación estratégica, donde nuestro el país numero uno en consumir es Estados Unidos y se encentra como vecino, también se encuentra Canada y Centro América, que juntos importan alrededor de 4 millones de toneladas de productos de plástico.

Grafica 2



Fuente: Infoplas, con datos de INEGI

La grafica anterior nos muestra como las exportaciones del país cada ano se encuentran en aumento y tienen tendencia positiva para seguir creciendo donde la producción local y las exportaciones van de la mano, lo cual indica que cierto mercado nacional puede quedar insatisfecho en la satisfacción de sus necesidades.

Otro de los datos relevantes que podemos concluir en grafica anterior son si aumentan las exportaciones podemos asumir un aumento en la capacidad del país para la producción de productos de plástico lo cual arroja crecimiento de plantas transformadoras y mayor oferta de empleos. En México la mayor parte

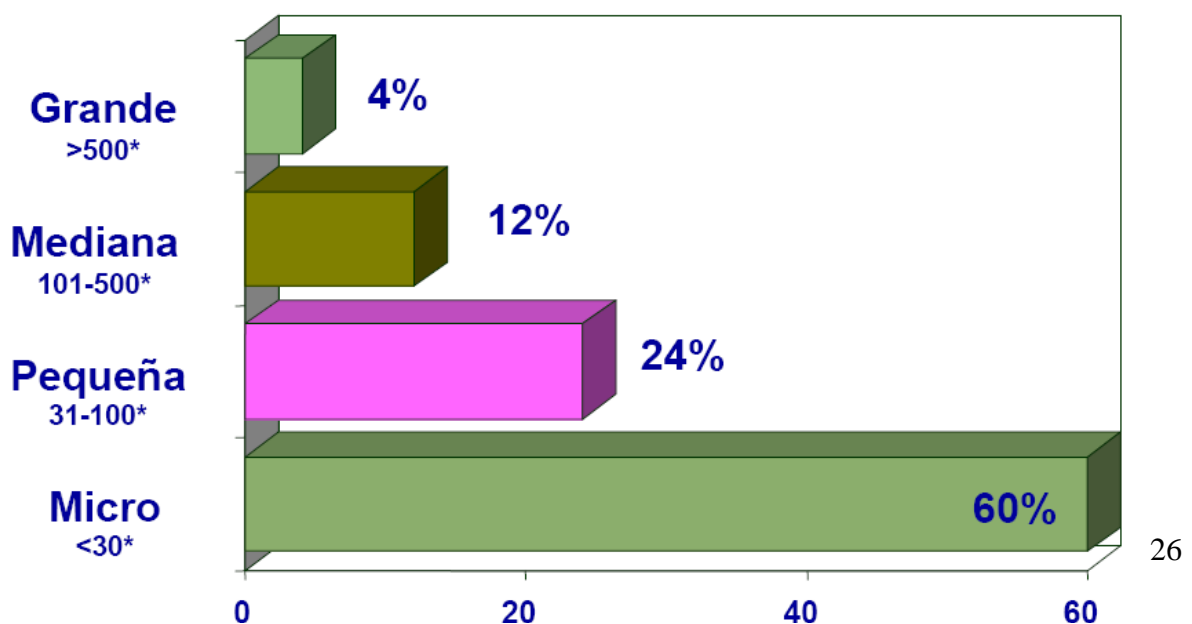
de las empresas son micro y pequeñas empresas alrededor del 84% (ver grafica 3). La ubicación de estas empresas en el territorio nacional se encuentran distribuidas en cinco entidades federativas las cuales son:

1. Distrito Federal
2. Estado de México
3. Nuevo Leon
4. Jalisco
5. Guanajuato

Estas cinco entidades concentran el 72% a nivel nacional de las empresas dedicadas a producción de artículos de plásticos.

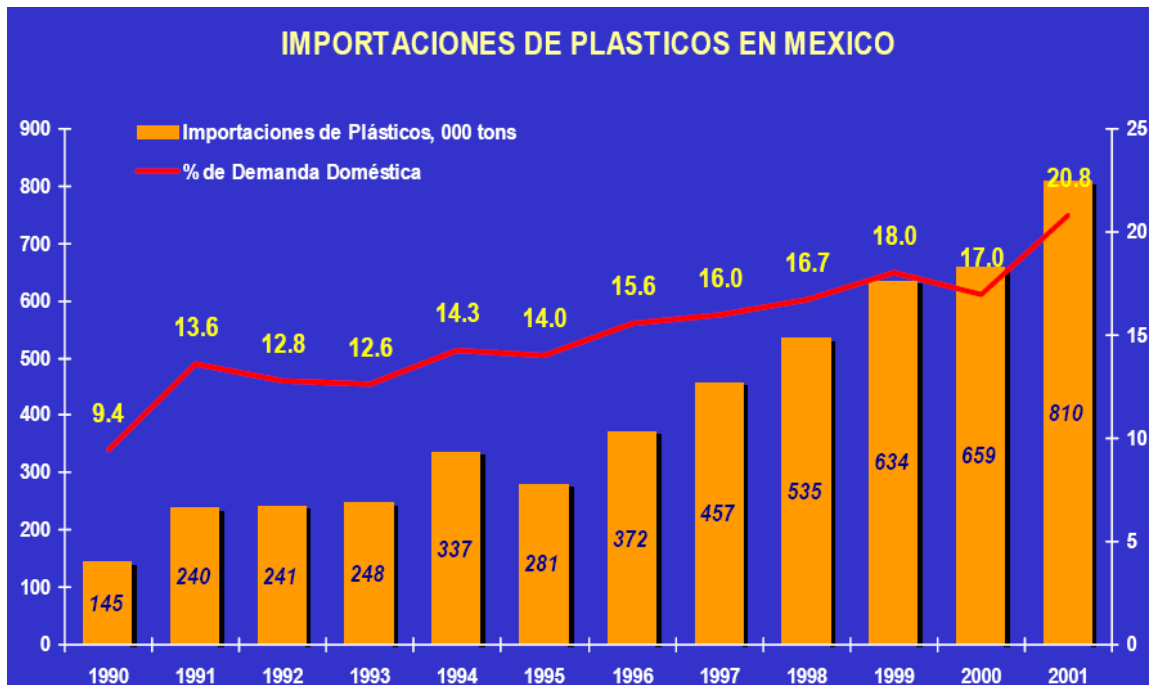
Grafica 3
%

Fuente: Infoplas con datos de INEGI



Las importaciones de productos plásticos a nivel nacional presentan una carga negativa en relación a la demanda nacional como lo podemos apreciar en grafica numero 4 ya que estos datos nos arrojan un déficit en la balanza comercial.

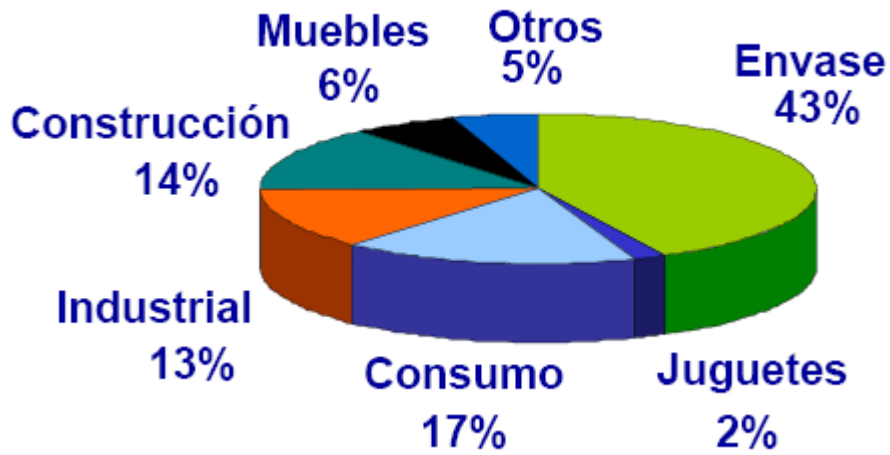
Grafica 4



Fuente: Infoplas con datos de SE

El sector de plásticos tiene diversos consumidores dependiendo de la sector económico de las empresas consumidoras, como se muestra a continuación los embalajes y empaques son el mayor consumidor de plásticos, le siguen el ramo de la consumo y el uso industrial, lo podemos percibir mejor en la grafica 5

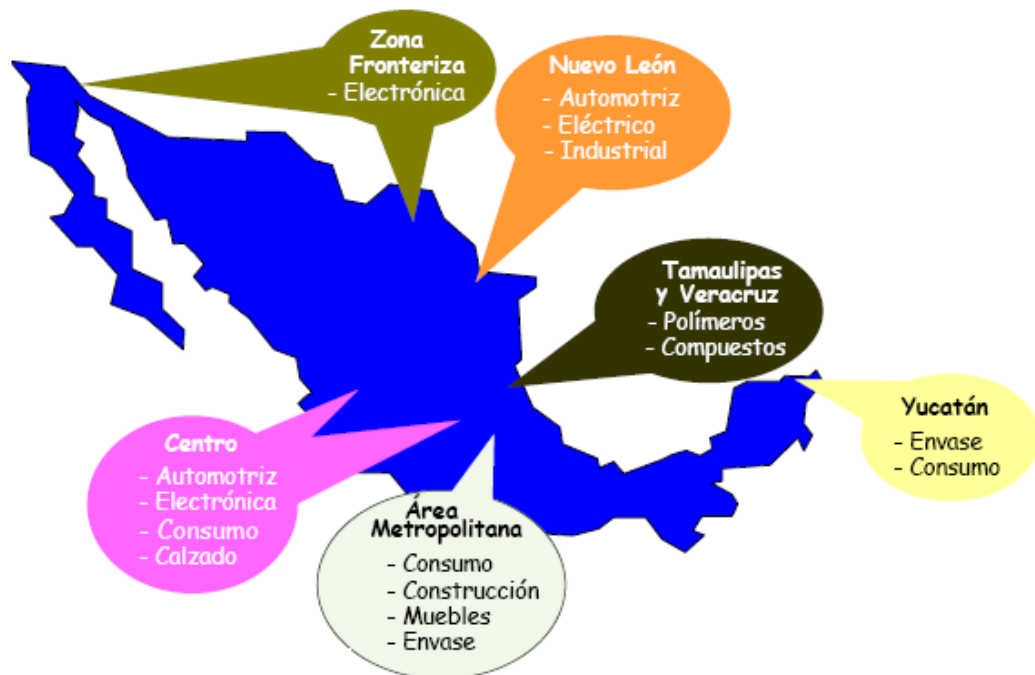
Grafica 5



Fuente: Instituto Mexicano del Plastico Industrial

A nivel país podemos observar como se encuentran distribuidos los consumidores domésticos dependiendo del giro de la industria.

Figura 1



Fuente: Infoplas, INEGI, WTA

Las resinas las cuales son la material prima primordial para la elaboración de productos de plástico en año 2001 no se vieron afectados los productores nacionales por la oferta de estos ya que la importación de estos ayudo a evitar la escasez.

Grafica 6



Fuente: Infoplas

Los mercados del plástico han demostrado tras lo largo de la historia economía del país ser fuertes y estar en constante crecimiento y con ello demostrando una pronta recuperación cuando a momentos en los cuales la economía se encuentra en momentos críticos y así mismo una pronta recuperación.

La industria domestica del plástico se encuentra en un estado de no saturación donde existe espacio para nuevos competidores para satisfacer la demanda de estos. De los cuales en este momento se encuentran satisfechos por las importaciones que se realizan.

Existe una amplia oportunidad para la producción de material de empaque, material para construcción, inyección de partes para automóviles. Se estima una demanda per cápita de 53 Kg. lo cual indica el aumento en el consumo de diversos productos. Actualmente la capacidad instalada de las empresas se encuentra para satisfacer 5 millones de toneladas. Por lo tanto bien aprovechados estos nichos de mercados pueden llegar a representar grandes oportunidades.

2.2.3. Entorno Regional

El Estado de Baja California se encuentra en la parte Noroeste de la Republica Mexicana, este estado cuenta con cinco municipios Tecate, Tijuana, Ensenada, Mexicali y el de reciente creación Rosarito Colindando con la frontera norte con el Sur de California (USA), al sur con Baja California Sur, al este con el Estado de Sonora y al Oeste con el océano Pacifico, tiene una extensión territorial de 70 mil 113 kilómetros cuadrados debido a la ubicación geográfica del estado de Baja California con relación a Estados Unidos de Norteamérica ha sido uno de los grandes factores para que muchas industrias a lo largo de la historia de este estado se hayan establecido. La gran variedad en esta época de la mano de obra que se oferta es clave para el desarrollo de varias actividades. Sobre todo lo industria maquiladora fue uno de los contribuyentes principales

para el desarrollo del estado. Y el sector de los plásticos ha tomado mayor fuerza en los últimos años

Comunicaciones y Transportes

- A) Carreteras: La transportación terrestre ve apoyada por las carreteras que se ofrecen en el estado, las cuales sirven para comunicar al estado, se cuentan con carreteras transpeninsulares No. 1 que recorre toda la península: No.2 que une a Tijuana con Mexicali, pasando por el municipio de Tecate; la No. 3 que sale de Tecate y se conecta con la ciudad de Ensenada; la No. 5 que va de Mexicali a San Felipe; la carretera Ensenada- San Felipe, la carretera de cuota que sale de Tijuana y llega a Ensenada, la carretera de cuota Tijuana- Mexicali y la de Reciente creación el boulevard 2000 el cual conecta a la ciudad de Tijuana con Rosarito en un tiempo menor.
- B) Ferrocarriles: El ferrocarril Sonora-Baja California sale de Mexicali y se uno en Sonora, donde entronca con el ferrocarril que une a Nogales - Guadalajara y la Ciudad de México; cuenta también con la vía ferroviaria que se utiliza para el transito de mercancías para efectos de importaciones y exportaciones, que conectan al Estado de B.C. con California USA.
- C) Transportación Marítima: En el estado se cuenta con el puerto de altura de Ensenada y de existen los de cabotaje como lo son el de San Quintín, San Felipe, los cuales mayoritariamente su función es comercial para

importación y exportación de diversos productos que van o llegar de todas partes del mundo.

D) **Transportación Aérea:** El medio de transporte mas rápido, se cuenta en el estado don aeropuertos que se manejan vuelos nacionales e internacionales los cuales se encuentran ubicados en la ciudad de Tijuana y en la capital Mexicali.

En Baja California las estadísticas que se presentan en el sector de los plásticos generan cerca de 28,000 empleos directos, de los cuales el 80% se encuentra en la ciudad de Tijuana, Mexicali tiene el 14% con mas de 3,800 empleos, el municipio de Tecate participa con el 4% del personal el restante de distribuye en las ciudades de Ensenada y Rosarito ³

Los centros principales de población en el estado cuentan con servicios modernos de comunicación y transporte. Teléfono, carreteras, aeropuertos, líneas del ferrocarril y puertos, interconectan las ciudades de nuestro estado entre ellas así como con el país y el resto del mundo. Las autopistas, las líneas del ferrocarril y las líneas aéreas conectan con las de los Estados Unidos, que conducen a un importante flujo comercial, turístico y migratorio en la frontera. La cercanía con el estado de California ha provocado que algunos centros de la población de ambos estados se integren y sostengan una relación económica, cultural y social regionalmente.

³ Producen

En Baja California se han formado varios agrupamientos empresariales para poder brindarle mayor solidez a ciertos grupos económicos y poder encontrar en conjunto soluciones a problemas que surgen en el entorno. El sector del plástico no es la excepción, en Baja California debido a la diversidad el agrupamiento (cluster) trabaja de forma horizontal para poder así poder proveer a la mayoría de los sectores que requieren del plástico para finalizar su producto.

La industria del plástico en Baja California representa el 93% de materiales directos ya que la mayoría de los productos utilizan el plástico este porcentaje representa en valor monetario alrededor de 1,500 millones de dólares anualmente. Lo que hace atractivo a esta industria de los demás sectores, el plástico tiene varias ventajas de las que podemos citar, la duración del material, el diseño, el precio, ligereza, etc. lo cual lo hace diferenciarse de otros materiales que pudieran en todo caso cumplir con la misma función.

En Baja California existen alrededor de 137 plantas industriales dedicadas a este sector dedicadas a los diferentes tipos de resinas las cuales generan en la región alrededor de 26,000 empleos directos de los cuales la mayoría se encuentran el empleo a los técnicos y conforme van aumentando los requerimientos de los clientes mayor especialización para los trabajadores así se tiene mayor calidad y valor para las empresas.

En términos generales se podría decir que Baja California existen varios segmentos dedicados al sector de los plásticos donde se encuentran los de

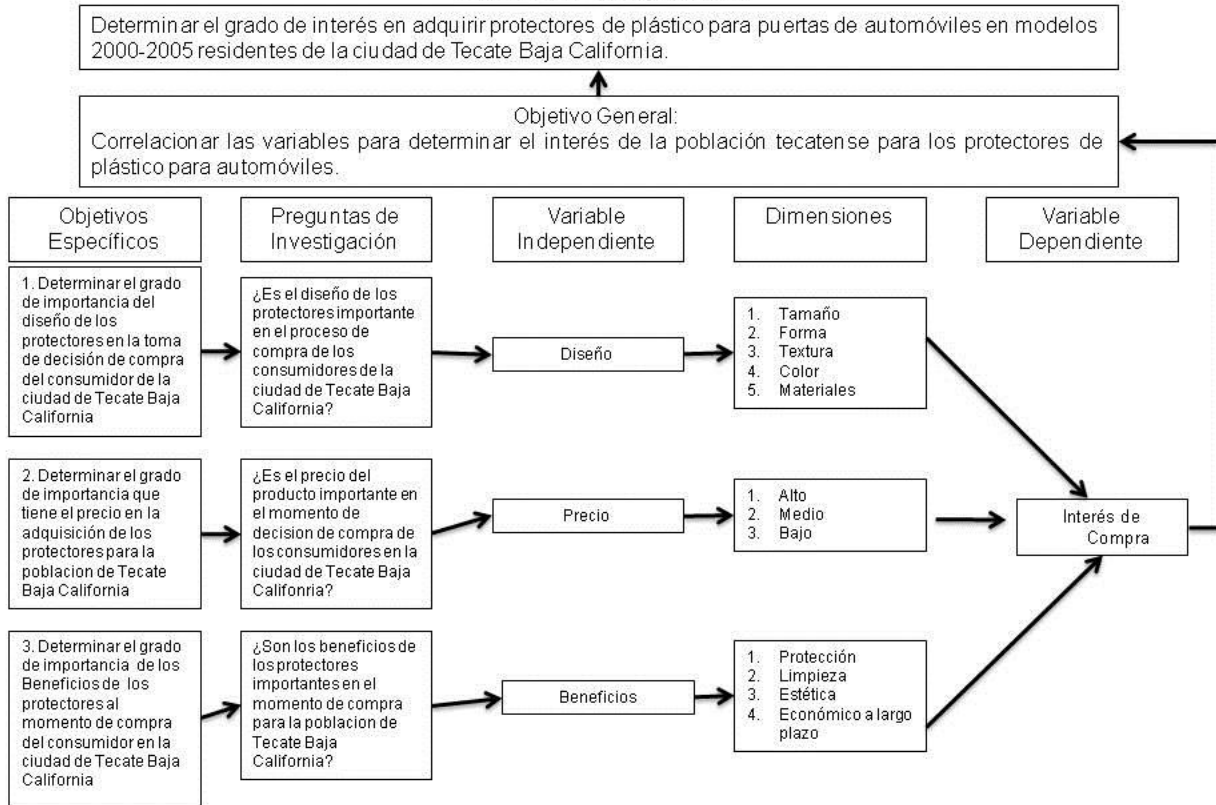
proveeduría de la resinas, las empresas transformadoras de productos finales, empresas transformadoras que continúan en la cadena de proveedurías y productos genéricos. Es muy importante encontrar los componentes o piezas listas para el consumo final en el segundo grupo se encuentran estas empresas las cuales continúan con la cadena para alimentar a otros sectores como pudiera ser: medico, aeroespacial, electrónico, etc. Un tercer grupo podemos hablar de productos genéricos como los son los tubos de plástico y muchos accesorios que por la cantidad de empresas dedicadas a dicha actividad cobra mayor importancia las industrias del plástico dedicadas al envase y empaque.

El Reto para Baja California es para las empresas transformadores de plástico es encontrar actividades que brinden mayor valor a la industria ya sea innovando en el diseño, tecnología sobre todo en aquellas empresas que se dedican al modelo de la resina. También es muy importante frenar el contrabando, la formalización. Ampliar la participación en el mercado regional, incentivar las exportaciones y desarrollar nuevos mercados con gran potencial.

Capítulo III Metodología

Se realizo una matriz de congruencia como herramienta para permita organizar con una mayor eficiencia la planeación, ejecución y no existan vicios que puedan afectar el procedimiento para conocer el interés del inversionista. La matriz de congruencia queda como sigue

Matriz de Congruencia



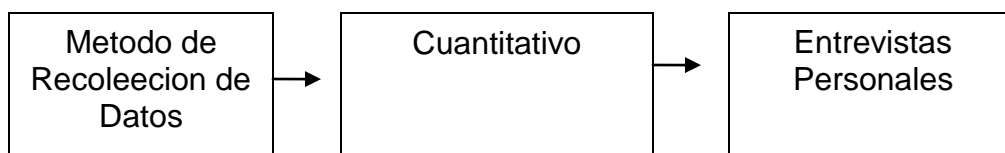
3.1.1 Modelo de Investigación de Laura Fisher

El modelo de Laura Fisher por su factibilidad de entendimiento y para llevarse a cabo arrojando los resultados que son importantes para el inversionista, es el método que se adopto en la presente investigación.

Mediante el modelo de Laura Fisher podemos crear una perfecta guía que nos lleve por el camino que Laura Fisher plantea en su libro. Debido al tipo de mercancía la investigación de las fuentes primarias, secundarias son muy importantes para darse cuenta cual es el interés y conocimiento de las personas hacia el producto. Gracias a la simplicidad de este método nos permite culminar con la información relevante y suficiente para una toma acertada de decisiones.

3.1.2 Metodo de recoleccion de Datos

El método de recolección de datos es por medio de encuestas, las cuales nos permiten me manera directa entablar una comunicación (ya que se realiza una combinación con la observación). Al igual que todos los métodos cuenta con desventajas como los son: lentitud, mayor numero de entrevistadores, alto costo; pero para la presente investigación solo se realizara un sondeo de la muestra determinada, esto debido al presupuesto con el que se cuenta actualmente. Si el inversionista desea a largo plazo aplicar los cuestionarios a la muestra, será decisión de él.

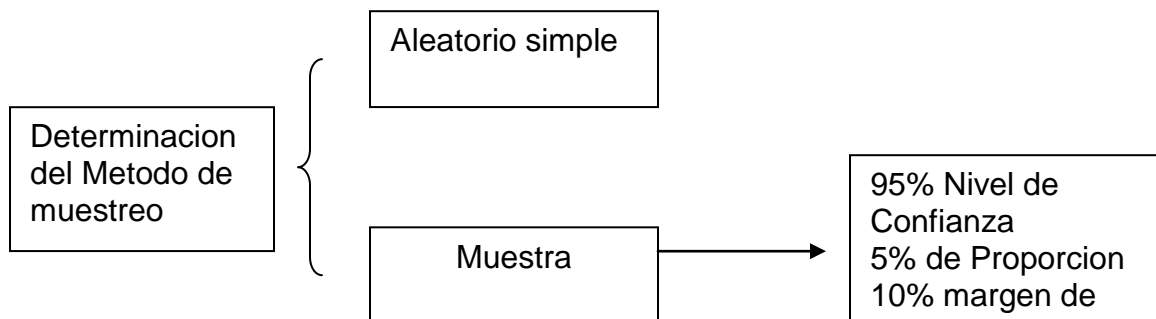


3.1.3 Universo y Muestra

Se tomo en cuenta para conocer el universo la información proporcionada por el gobierno del estado sobre el padrón vehicular registrado en automóviles Nacionales y Fronterizos en la ciudad de Tecate en el año de 2008 con un número de 42,031 vehículos. Por lo tanto podemos considerar un universo finito.

Para determinar el tamaño de la muestra se realizo la formula aplicable a estas utilizando un intervalo de confianza de 95% y un error de estimación de 5%.

Aplicando la formula y con las datos proporcionados se tiene como resultado una muestra de 381 cuestionarios que tendrán que ser aplicados, pero debido al presupuesto no será posible aplicar este numero de cuestionarios por lo tanto se aplicara un sondeo de 30 cuestionarios.



3.1.4 Sujetos de Estudio

El método de muestreo que se determino para la presente investigación es el probabilístico aleatorio simple (al azar). Esta decisión fue tomada ya que todo el universo sujeto al cuestionario tiene la misma oportunidad de ser elegido para su aplicación.

Se realizara en intervalos de una persona (conductor), es decir, una persona se le aplicara el cuestionario a la siguiente persona no se aplicara y a la siguiente persona será sujeta de aplicación

3.1.5 Instrumento de Recolección de Datos

La entrevista se realizara por medio de un cuestionario el cual adoptara las siguientes características para su correcta aplicación. El cuestionario constara de 23 preguntas las cuales el entrevistador procederá a leer al entrevistado para que este conteste con las opciones que se ofrecen, así como también consta de un apartado para comentarios y/o recomendaciones.

3.1.5.1 Diseño del Cuestionario

El cuestionario tendrá las siguientes características:

- Tipos de preguntas Filtro, Estructuradas Cerradas y Abiertas
- Constructo: Se dividen en preguntas de clasificación y de investigación (Diseño, Precio y Beneficio)
- Escala: Nominal, Ordinal y de Intervalos
- Tipo de Cuestionario: Sencillo por el tipo de información
 - Pregunta no. 1-3 Son preguntas obligatorias de datos generales
 - Pregunta no. 9-11 Preguntas sobre percepción del producto es importante conocer si para el cliente es verdaderamente importante los golpes en las puertas de los automóviles.
 - Pregunta no. 12-18 El diseño de los protectores de plástico, no solo la funcionalidad es algo primordial si no que la apariencia juega un papel importante al momento de realizar la compra de dicho producto.

- Pregunta no.19-20 Conocer el grado de conocimiento sobre los beneficios que nos proporciona es muy importante y sobre todo saber si este tipo de productos que existen en el mercado ayudara a resolver el problema.
- Pregunta no. 21-23.2 El precio juega un papel importante al momento de la compra ya que hace la diferencia entre escoger un proveer de otro, con estas preguntas se pretende entender la relación entre precio-beneficio.

3.2 Codificación y Método de Análisis

Se ordenara la información de cada una de las preguntas que se presentan en el cuestionario mediante análisis de frecuencias el cual es optimo para este tipo de investigación. Se realizara la tabulación en un sistema electrónico para así posteriormente graficarse para un mejor análisis de las respuestas del entrevistado para posteriormente emitir conclusiones.

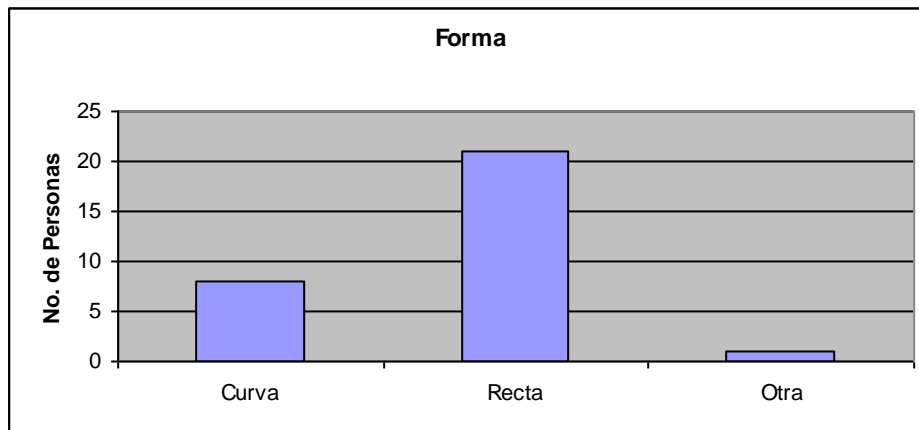
Capítulo IV. Resultados

La aplicación del sondeo en la ciudad de Tecate Baja California mediante 30 cuestionarios se obtuvieron los siguientes resultados los cuales se derivan de la matriz de congruencia enfocada en los a objetivos específicos antes realizada.

De acuerdo al sondeo los resultados sobre la importancia del diseño de los productos al momento de realizar la compra es muy importante ya que tiene que existir una afinidad entre las expectativas de los clientes, es decir, lo que ellos

buscan para satisfacer el deseo de compra. Con lo que encuentran en la tienda, refaccionaria, autoservicio, etc. Este grupo de cinco preguntas enfocadas al diseño del producto nos permite conocer lo que al cliente realmente desea adquirir.

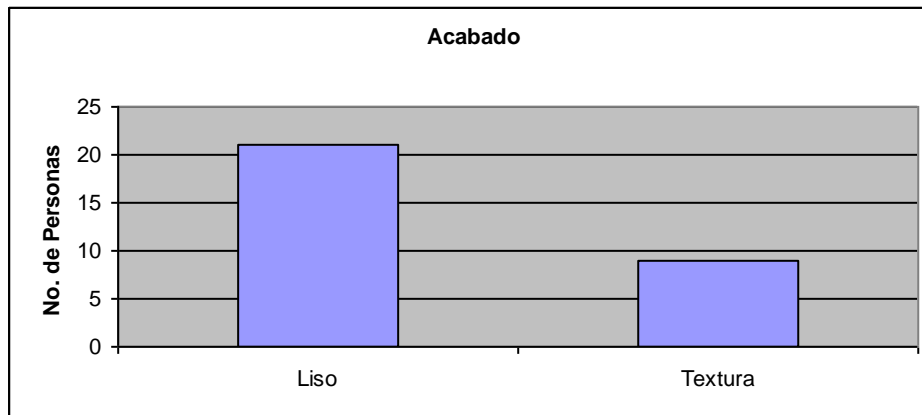
En la siguiente grafica podemos contestar el primer objetivo específico de investigación. La pregunta consistía en lo siguiente, ¿Cual forma prefiere? Las opciones a respuesta son tres, la primera hacia referencia a una curva, la segunda respuesta señalaba una figura recta, y la tercera pregunta es para que el cliente si no se encuentra satisfecho con alguna de las respuestas anteriores pueda emitir su opinión. Arrojando lo siguiente:



La cual podemos concluir que del total de 30 cuestionarios aplicados el 70% esta de acuerdo o prefiere adquirir los protectores de plástico para las puertas de los automóviles en forma recta. Ya que estos tienen un mayor área de cobertura en referencia con los curvos, solo una persona decidió utilizar la

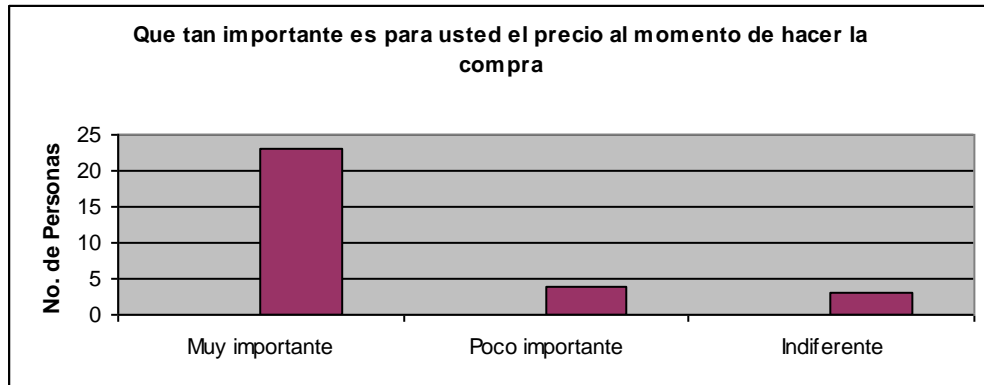
opción en la cual decide que la mejor forma para este producto sea un producto dirigido a cada automóvil y no manejar un estándar.

Otra de las preguntas las cuales afirman la importancia del diseño es el acabado en los protectores de plástico como se muestra en la siguiente grafica:



La cual nos muestra la inclinación de los clientes por un acabado liso, ya que para los clientes lo que ellos necesitan es un producto, que cumpla su función de protección con una mayor discreción posible.

Otro de los objetivos específicos redactados en la matriz de congruencia es el enfocado al precio, en el cual son muy interesantes los resultados obtenidos. Se planteo una pregunta especifica en el cuestionario la cual consistía en lo siguiente: ¿Que tan importante es para usted el precio al momento de tomar una decisión de compra en este tipo de productos?, las opciones de respuesta incluidas en el cuestionario fueron: Muy importante. Poco importante, y por ultimo me es indiferente. La cual arroja el siguiente resultado:



Observemos la grafica y nos dice que para el consumidor el precio si es de gran importante cuando se tiene la intención de adquirir un producto para la protección de las puertas de los automóviles, lo cual es comprensible ya que la mayoría de las personas siempre se encuentra en la búsqueda de precios bajos sobre todo los relacionados con artículos que no pertenecen a los básicos.

Lo contradictorio es el resultado arrojado en la pregunta final numero 23, esta pregunta se divide en dos 23.1 y 23.2 las cuales dice lo siguiente:

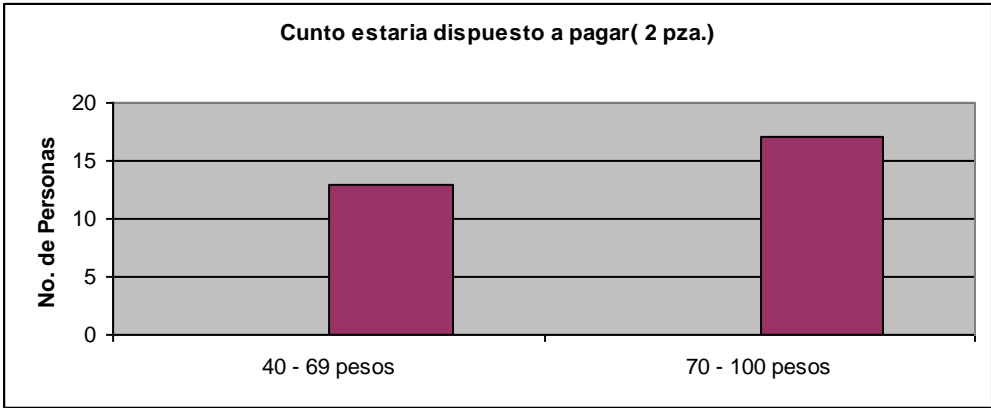
23.- ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el producto?

23.1 (En la presentación de dos piezas) como respuesta se brinda dos rangos de precios el primero es de 40-69 pesos y el segundo es de 70-100 pesos.

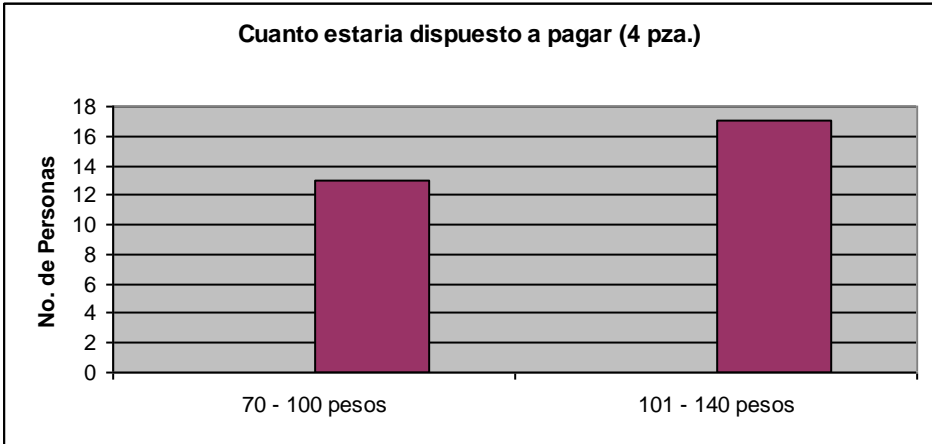
23.3 (En la presentación de cuatro piezas) se da opción a dos respuestas la cual va de 70-100 pesos y una segunda a 101-140 pesos.

Los resultados los podemos observar en las siguientes graficas:

*23.1



*23.2

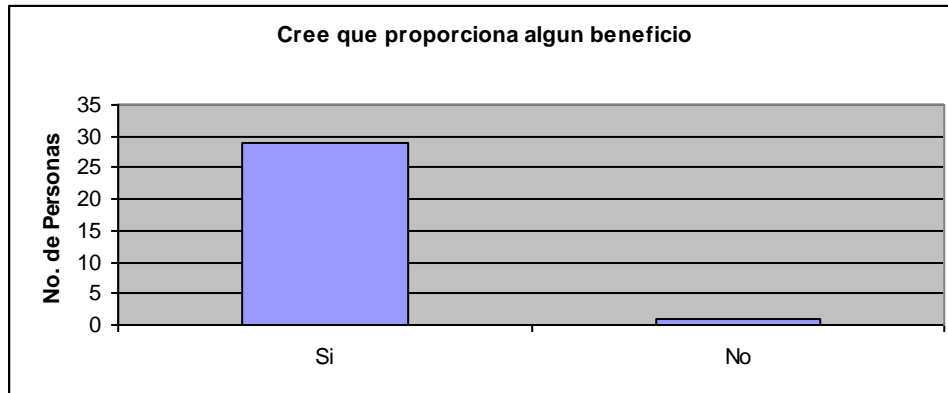


En las interpretaciones de las dos graficas anteriores podemos denotar que es un poco contradictorio el resultado arrojado en la pregunta 21. Pero esto nos brinda una conclusión ya que si el cliente es muy importante el precio al

momento de la compra, prefiere adquirir por un precio más alto un producto con mayor calidad, ya que el cliente hace la referencia entre calidad y precio. Pero podemos aseverar que los compradores están dispuestos a incrementar su gasto si siente en la percepción de este tipo de producto una calidad mayor a la de la competencia, figurada en el diseño de los protectores de plástico para las puertas de los automóviles.

El último de los objetivos específicos que figuran en la matriz de congruencia es determinar el grado de importancia de los beneficios al momento de compra. Los beneficios de este producto los podemos considerar en protección, brinda mayor limpieza y evita un mal aspecto y/o deterioro en los automóviles. Los consumidores están de acuerdo que si un producto no proporciona alguno de los beneficios por los cuales se inclinan a la compra del producto, prefieren abstenerse o buscar algún sustituto a los cuales si brinde las especificaciones que busca el cliente. Para poder darle solución al presente objetivo específico se realizaron tres preguntas las cuales fueron enfocadas al beneficio que pudiera proporcionar el producto. La pregunta correspondiente al número 19 está realizada para abordar los puntos de beneficio antes mencionados, la cual se encuentra redactada de la siguiente manera:

¿Cree usted que le proporciona algún beneficio el uso de los protectores de plástico en las puertas de su automóvil? se dieron como respuesta dos opciones simplemente si o no. De los cuales el 96.6% de los entrevistados afirmaron la pregunta como lo muestra la presente gráfica:



Esto nos indica que las personas tienen una percepción positiva en lo beneficios que en algún momento después de la compra del producto pueda proporcionar.

Como podemos observar los objetivos específicos establecidos en la matriz de congruencia dan al inversionista una guía de las necesidades de los clientes. Los 3 objetivos específicos tuvieron una respuesta afirmativa, de lo que el cliente considera al momento de realizar la compra. De los cuales se puede tomar datos importantes al momento de llegar a la producción de estos junto con la información recabada en el sondeo aplicado, para tratar de aumentar el grado de asertividad en el momento que el cliente desee comenzar a trabajar.

Capitulo V. Conclusiones

La industria del plástico tiende a ir en crecimiento por la simplicidad y el rápido uso de productos. Como observamos en el marco teórico el plástico en México tiene grandes oportunidades de crecimiento en Baja California, un gran número de empresas se dedican a este ramo de la industria, enfocado a la producción de diversos artículos. Los protectores de plástico para las puertas de los automóviles son elaborados por medio de inyección plástica, mediante el

llenado de moldes, lo cual la hace mas fácil de para las empresas establecidas el cambio de un producto a otro, para el inversionista tiene que estar siempre al pendiente de como se mueve la competencia y como esta realizando su producto ya que de los éxitos y fracasos que tenga ellos, son factores claves para atender de manera eficaz al mercado.

Después de haber analizado todos lo puntos que trata esta ¿??? Es necesario aclarar que solo se aplico un sondeo y es opción del inversionista si desea aplicar las muestras arrojadas, para tener una mayor certeza de las inquietudes que pueden llegar a presentar los ciudadanos de Tecate Baja California.

De todo lo expuesto anteriormente podemos llegar a la conclusión de que este proyecto si es factible para su elaboración, tomando los datos del marco teórico y del desarrollo de esta industria en Baja California, pero sobre todo de la aceptación expresada por los posibles compradores que participaron en la encuesta en el interés de parte de los consumidores en adquirir los protectores de plástico para las puertas de los automóviles. El inversionista solo debe de tomar en cuenta la información arrojada en las encuestas para tomar información clave al momento de lanzar el producto al mercado, tratando de no desatender a los compradores y estar atentos como la competencia.

Biografía y otras fuentes de información

Asociación Nacional de Instituciones de Plásticos A. C. (Enero, 2007). Estudio del sector plásticos en México. Extraído el día 30 de julio de 2008. De la página de internet www.anipac.com

Asociación Nacional de Instituciones de Plásticos A. C. (Enero, 2007) Perspectivas de la Industria del Plástico de México. Extraído el día 20 de julio de 2008. De la página de internet www.anipac.com

Bernard G. (1998) La Microeconomía. Extraído el 9 de Septiembre de 2008 de la pagina de internet www.eumed.net/cursecon/

Calderón A. E. (2005, octubre 29) La ciencia y la tecnología en México. Extraído el 3 de julio de 2008 de <http://www.jornada.unam.mx/2005/10/29/025a1pol.php>

Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, "Definición", en *Medio ambiente* [Actualización: 28 de agosto de 2006], extraído el 3 de julio de 2008.

En la pagina de Internet www.diputados.gob.mx/cesop/

Diccionario de la Lengua Española, Vigésima Segunda Edición (n. d.) Ambiente. Recuperado el día 06 de Julio de 2008. De la pagina

http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=medio%20ambiente
nte

Diccionario de la Lengua Española, Vigésima Segunda Edición (n.d.) extraído el 3 de julio de 2008 de la pagina de internet

http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=demografia

Fischer L y Navarro A. (1996) Introducción a la Investigación de Mercados, México D. F.

La enciclopedia Libre (n. d.) Medio Ambiente. Recuperado el día 06 Julio de 2008. De la pagina http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_ambiente

La enciclopedia Libre (n. d.) Demografía . Recuperado el día 06 Julio de 2008. De la pagina <http://es.wikipedia.org/wiki/Demograf%C3%ADa>

La enciclopedia Libre (n. d.) Derecho. Recuperado del día 3 de julio de 2008 de la pagina de internet <http://es.wikipedia.org/wiki/Derecho>

La enciclopedia Libre (n. d.) extraído el 15 de julio de 2008 de la pagina de internet http://es.wikipedia.org/wiki/Principio_de_legalidad

Pérez Díaz J(n.d) extraído del 3 de julio de 2008 desde la pagina de internet <http://www.ced.uab.es/jperez/pags/demografia/Lecciones/Definicion.htm>

Porter Michael (1990) *The competitive advantage of nations*. Londres. The Macmillan Press.

Rivas Tovar Luis Arturo (2005) *¿Cómo hacer una tesis de Maestría?* Instituto Politécnico Nacional

Schumpeter Joseph A., *On entrepreneurs, innovations, business cycles, and the evolution of capitalism*, Addison-Wesley, Cambridge (Mass. EE. UU.), 1951.

Sharstri R. y Vega M. A. (Enero 2007) *Formación de Recursos Humanos en Plásticos en México*. Extraído el día 20 de julio de 2008. De la pagina de internet www.ciateq.com.mx

www Investigado por el usuario (n. d.) Bell Automotive Products, Inc. Extraído el 01 Mayo de 2008. De la pagina de Internet www.bellautomotive.com

www Investigado por el usuario (n. d.) C. Cowles & Company. Extraído el 25 Mayo de 2008. De la pagina de Internet <http://www.ccowles.com/>

www Investigado por el usuario (n. d.) Centro de Inteligencia Estratégica. Extraído el 8 de septiembre de 2008. De la pagina de Internet <http://www.producen.org>

www. Investigado por el usuario (n.d.) Gobierno del Estado de Baja California.
Extraído el día 20 de Agosto de 2008. De la pagina de Internet
http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/nuestro_estado/nuestro_estado.jsp

www investigación del usuario (n. d.) extraído el 3 de julio de 2008 de la pagina
de internet

http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=demografia

www investigación del usuario (n.d.)Extraída el 3 de julio de 2008 de la pagina
de internet http://www.cinu.org.mx/ninos/html/onu_n5.htm

www investigación del usuario (n. d.) extraído el 15 de julio de 2008 de la pagina
de internet <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/jirr-prol/1d.htm>

www. investigación del usuario (n.d.) Extraída el 20 julio de 2008 de la pagina de
internet

http://www.bancomext.com/Bancomext/publicasecciones/secciones/6139/La_industria_mexicana_del_plastico.pdf

Yukavetsky C. Gloria J. (n. d.) Que es la tecnología? Extraído el 3 de Julio de
2008 de la pagina de internet

http://www1.uprh.edu/gloria/Tecnologia%20Ed/Lectura_1%20.html

Capítulo VII Anexos



Universidad Autónoma de Baja California

Facultad de Contaduría y Administración

Maestría en Administración

Folio:

Objetivo de Investigación: Determinar la oportunidad de lanzar al mercado de protectores de plástico para las puertas de los automóviles.

Instrucciones: Utilice los espacios o cuadros asignados para cada respuesta, asignando el número correspondiente a su respuesta.

I Generalidades

1.-Sexo: (1) Masculino (2) Femenino

2.-Edad: (1) 18 – 25 (2) 26 – 33 (3) 34 _ 41 (4) Más de 41

3.-Estado Civil:
(1) Soltero/a (2) Casado/a (3) Unión libre (4) Divorciado
(5) Viudo/a

4.- ¿Que modelo es su automóvil?
(1) menor 1993, (2) 1994 – 1999, (3) 2000 – 2005, (4) mayor 2006

5.- Su automóvil es:
(1) Nacional
(2) Fronterizo

6.- Ocupación: (1) Estudiante (2) Trabajo (3) Desempleado (4) Hogar

7.- Nivel de Ingresos mensual:
(1) Mayor de 35,000 (2) 11,600 – 34,999 (3) 6,800 – 11,599
(4) 2,700 – 6,7900 (5) 0 – 2,699

8.- ¿Se ha visto usted afectado a causa de algún puertazo o abolladura en las puertas de su automóvil?
(1) Si
(2) No

II. Percepción sobre el producto

9.- ¿Cual es el grado de molestia para usted cuando le dan golpes en las puertas de su automóvil?

(1) Poca molestia, (2) Me es indiferente (3) Mucha molestia

10.- ¿Conoce usted los protectores de plástico para las puertas de los automóviles?

(1) Si
(2) No

11.- ¿Estaría dispuesto a comprar un protector de plástico que evite los golpes en las puertas de los automóviles?

(1) Si
(2) No

III- Diseño

12.- ¿En que presentación le gustaría que se vendieran los protectores de plástico para las puertas de los automóviles?

(1) Presentación de 2 pza.
(2) Presentación de 4 pza.
(3) Ambas

13.- ¿De que color le gustaría comprar los protectores de plástico para las puertas de los automóviles?

(1) Mismo del Automóvil, Color _____
(2) Diferente, ¿Cual? _____
(3) Transparente

14.- ¿Que tamaño es ideal para usted en los protectores de plástico?

(1) De 1 – 5 cm.
(2) De 6 – 10 cm.
(3) De 10 – 15 cm.
(4) De 15 – o más cm.

15.- ¿Que tipo de acabado le gustaría para los protectores de plástico?

(1) Liso
(2) Textura

16.- ¿Cual forma prefiere?



(1) Curva
(3) Otro, ¿Cuál? _____

(2) Recta

17.- ¿Considera la usted la fácil instalación de los productos como un factor importante al momento de realizar la compra?

(1) Si
(2) No

IV Beneficio

18.- ¿Piensa usted que mantener la pintura de los automóviles en buen estado es importante?

- (1) Si
- (2) No
- (3) Me es indiferente

19.- ¿Cree usted que le proporciona algún beneficio el uso de los protectores de plásticos en las puertas de su automóvil?

- (1) Si
- (2) No

20.- ¿Piensa que el uso de protectores de plástico pueda prevenir algún daño (raspaduras, abolladuras)?

- (1) Si
- (2) No

IV. Precio

21.- ¿Qué tan importante es para usted el precio al momento de tomar una decisión de compra en este tipo de productos?

- (1) Muy importante
- (2) Poco importante
- (3) Indiferente

22.- ¿Conoce el precio del producto en el mercado?

- (1) Si
- (2) No

23.- ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el producto?

23.1 (En la presentación de dos piezas)

- (1) 40 – 69 pesos
- (2) 70 – 100 pesos

23.2 (En la presentación de cuatro piezas)

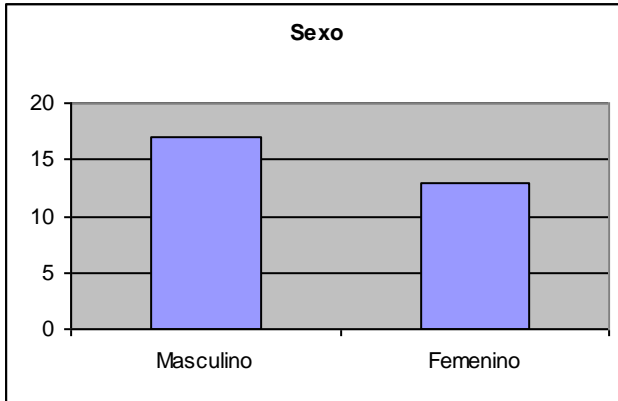
- (1) 70 – 100 pesos
- (2) 101 – 140 pesos

Comentarios y/o recomendaciones: _____

Gracias por su atención y participación!!!

Pregunta 1

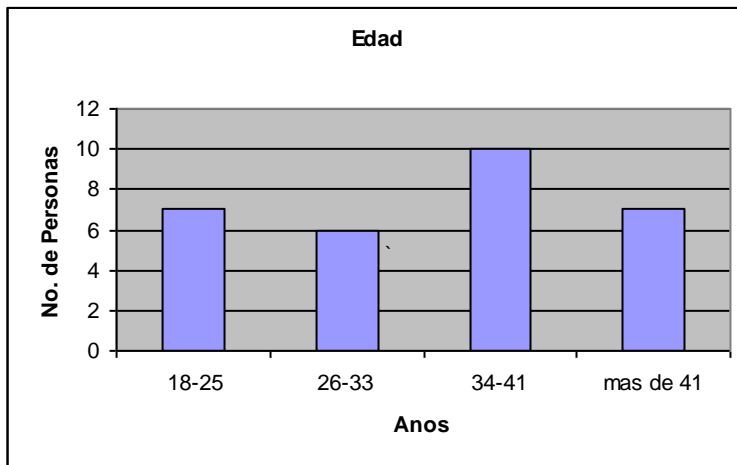
Masculino	17
Femenino	13



Pregunta 2

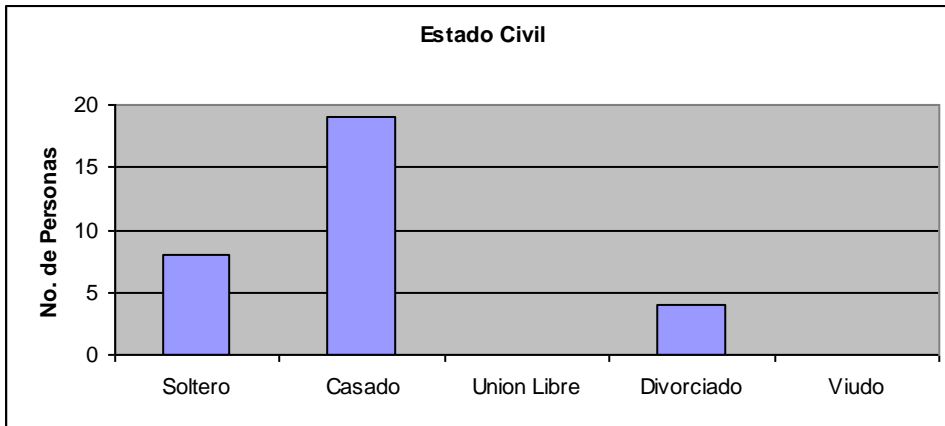
Edad:

18-25	7
26-33	6
34-41	10
mas de 41	7



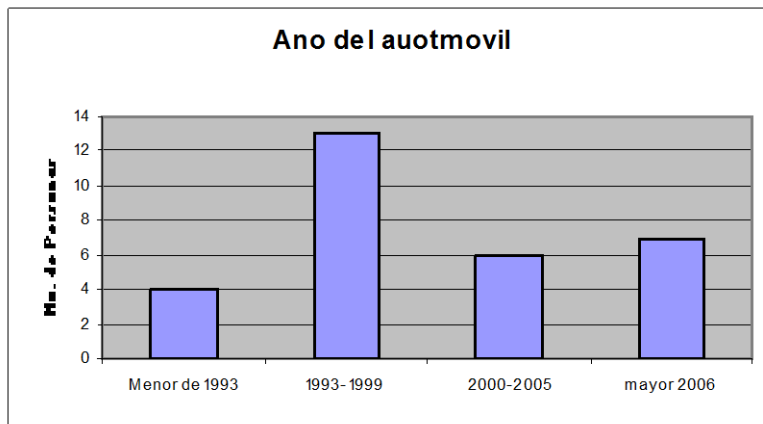
Pregunta 3
Estado Civil

Soltero	8
Casado	19
Unión Libre	0
Divorciado	4
Viudo	0



Pregunta 4
¿Que modelo es su automóvil?

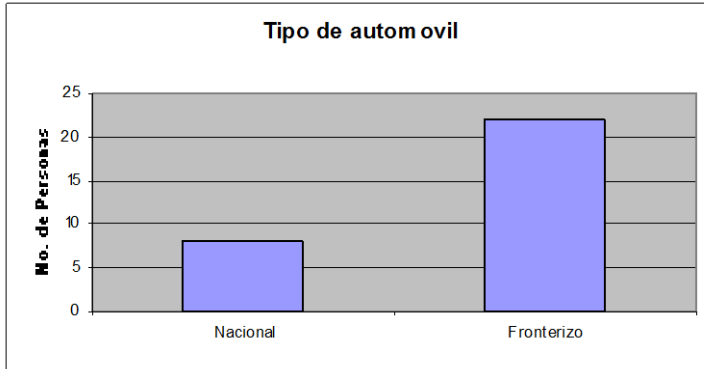
Menor de 993	4
1993-1999	13
2000-2005	6
mayor 2006	7



Pregunta 5

Su automóvil es:

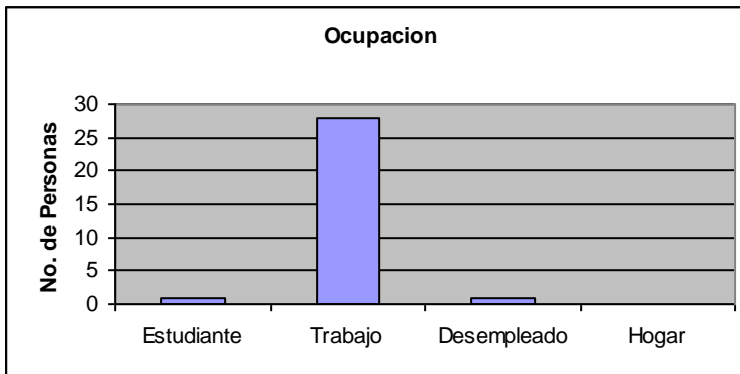
Nacional	8
Fronterizo	22



Pregunta 6

Ocupación

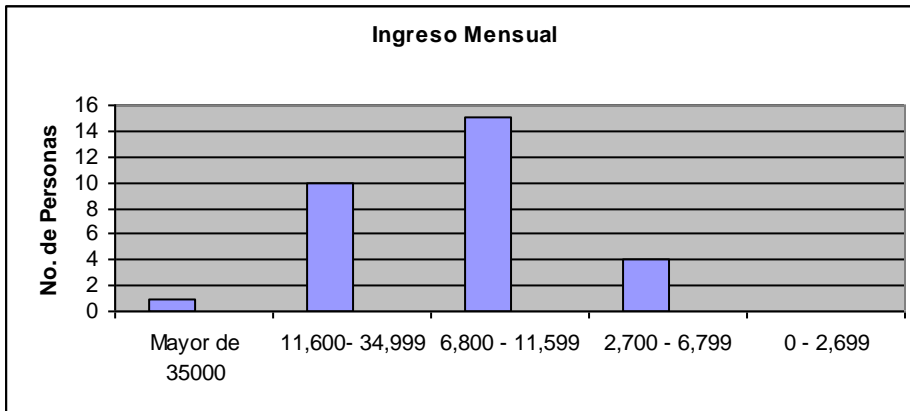
Estudiante	1
Trabajo	28
Desempleado	1
Hogar	0



Pregunta 7

Nivel de Ingresos Mensual

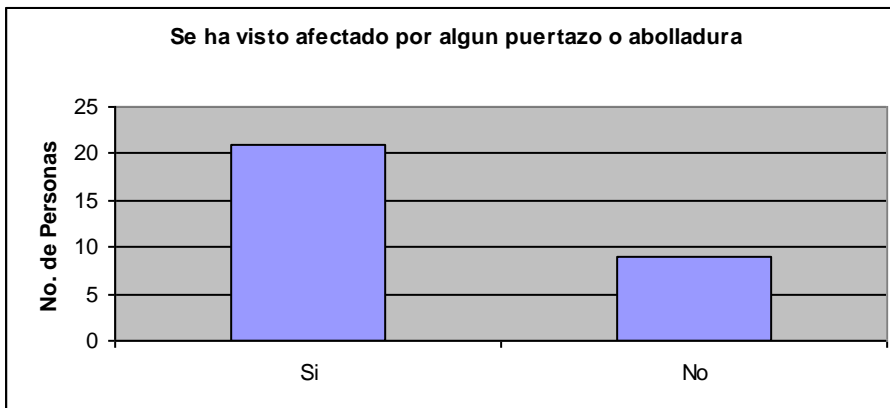
Mayor de 35000	1
11,600- 34,999	10
6,800 - 11,599	15
2,700 - 6,799	4
0 - 2,699	0



Pregunta 8

Se ha visto usted afectado a causa de algún puertazo o abolladura en las puertas de su automóvil?

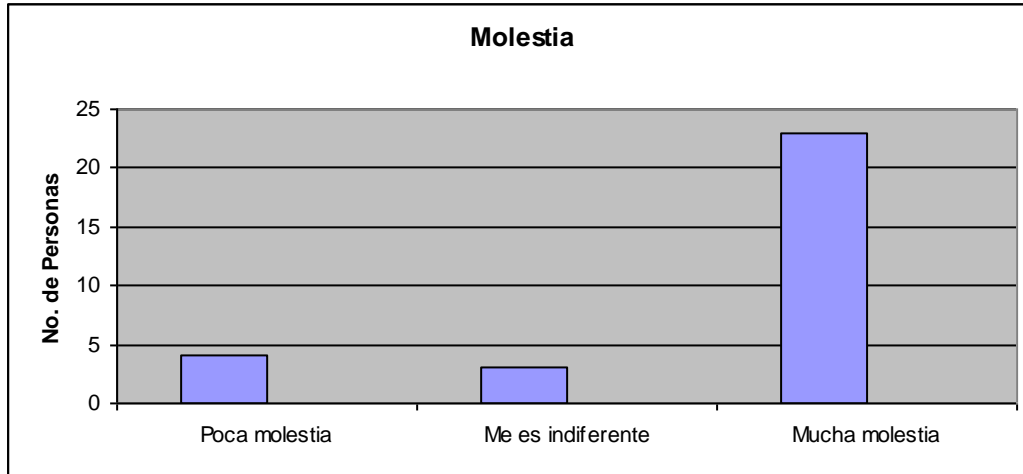
Si	21
No	9



Pregunta 9

Cual es el grado de molestia para usted cuando le dan golpes en las puertas de su automóvil?

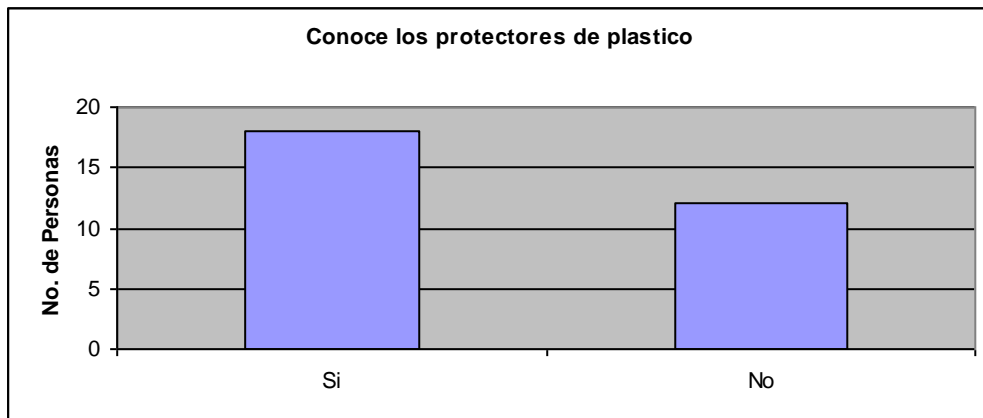
Poca molestia	4
Me es indiferente	3
Mucha molestia	23



Pregunta 10

Conoce usted los protectores de plástico para las puertas de los automóviles

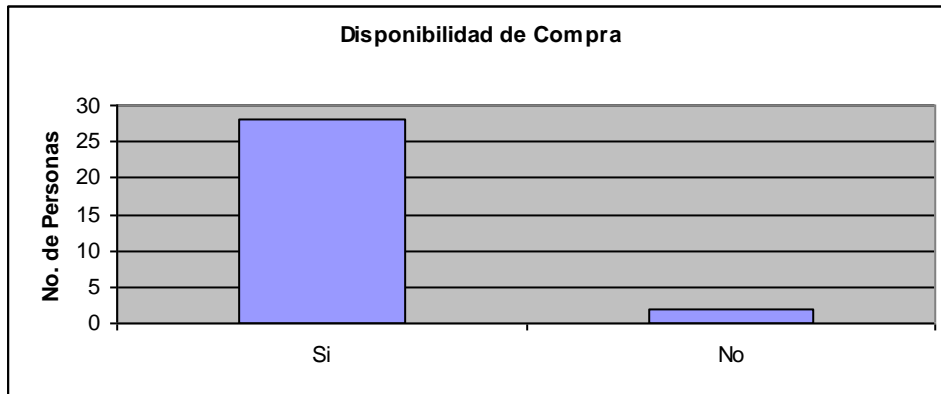
Si	18
No	12



Pregunta 11

Estaría dispuesto a comprar un protector de plástico que evite los golpes en las puertas de los automóviles

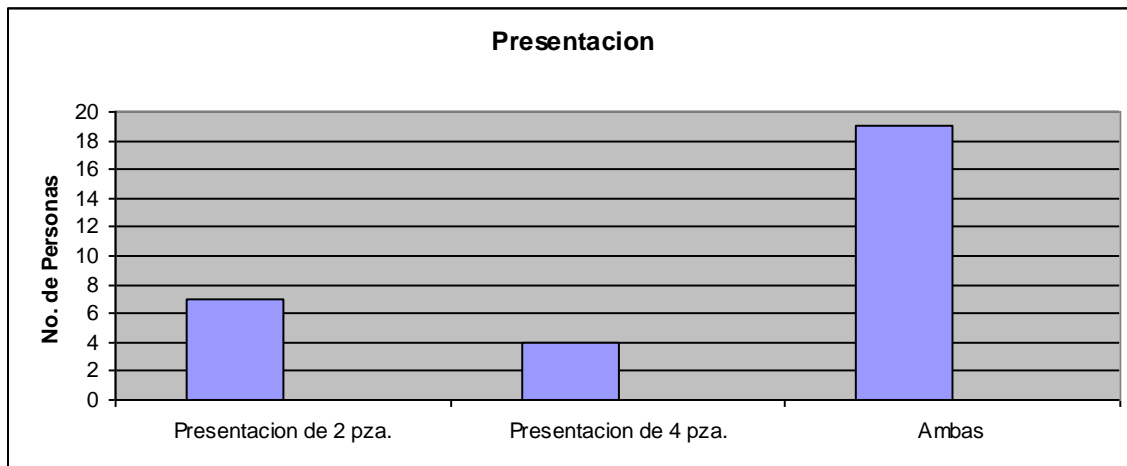
Si	28
No	2



Pregunta 12

En que presentación le gustaría que se vendieran los protectores de plástico para las puertas de los automóviles?

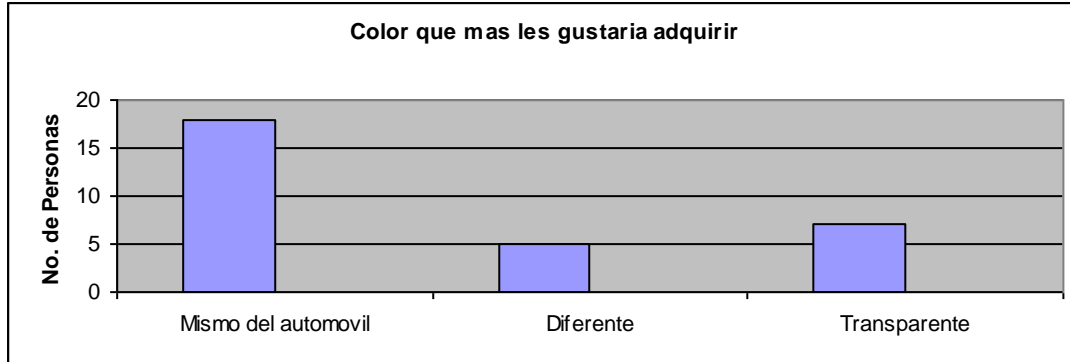
Presentación de 2 pza.	7
Presentación de 4 pza.	4
Ambas	19



Pregunta 13

De que color le gustaría comprar los protectores de plástico para las puertas de los automóviles?

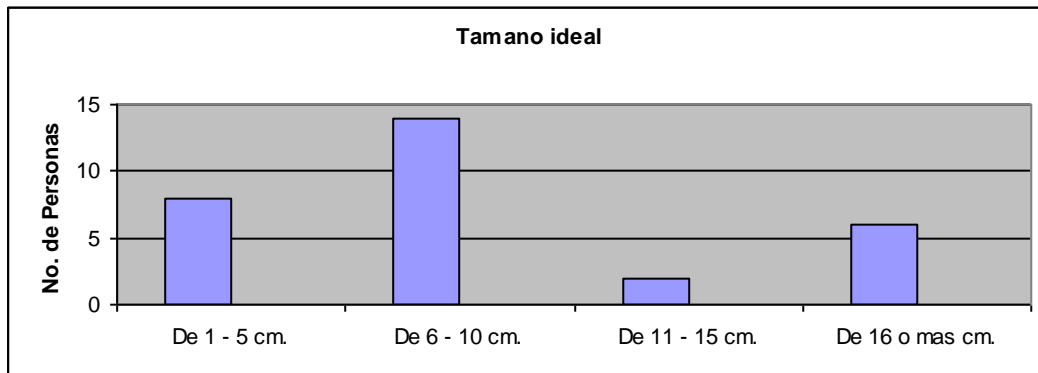
Mismo del automóvil	18
Diferente	5
Transparente	7



Pregunta 14

Que tamaño es ideal para usted en los protectores de plástico?

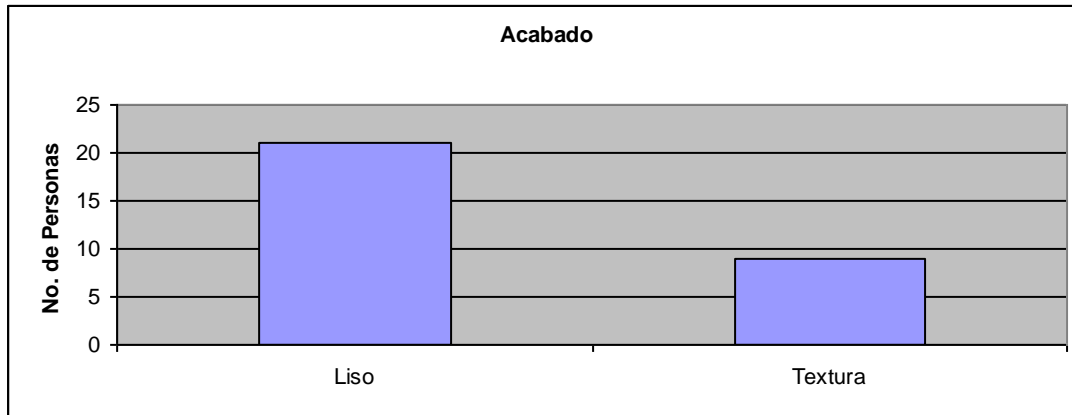
De 1 - 5 cm.	8
De 6 - 10 cm.	14
De 11 - 15 cm.	2
De 16 o mas cm.	6



Pregunta 15

Que tipo de acabado le gustaría para los protectores de plástico

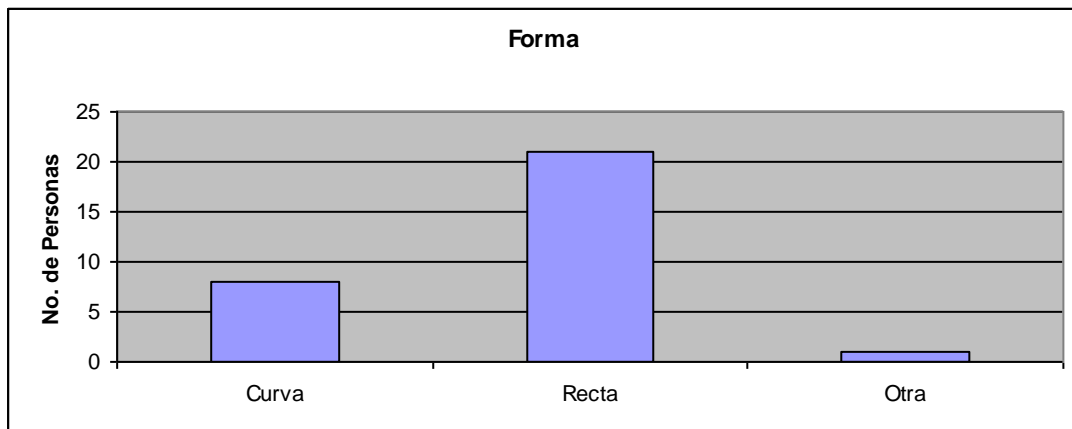
Liso	21
Textura	9



Pregunta 16

Cual forma prefiere

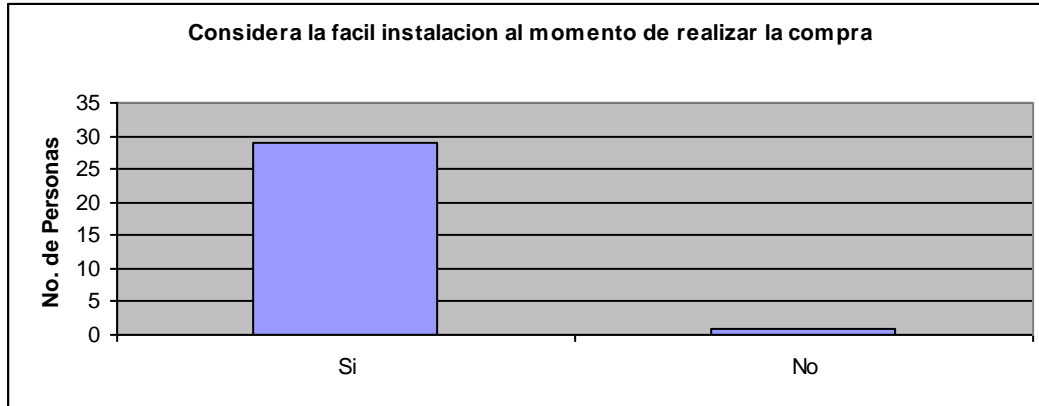
Curva	8
Recta	21
Otra	1



Pregunta 17

Considera usted la fácil instalación de los productos como un factor importante al momento de realizar la compra

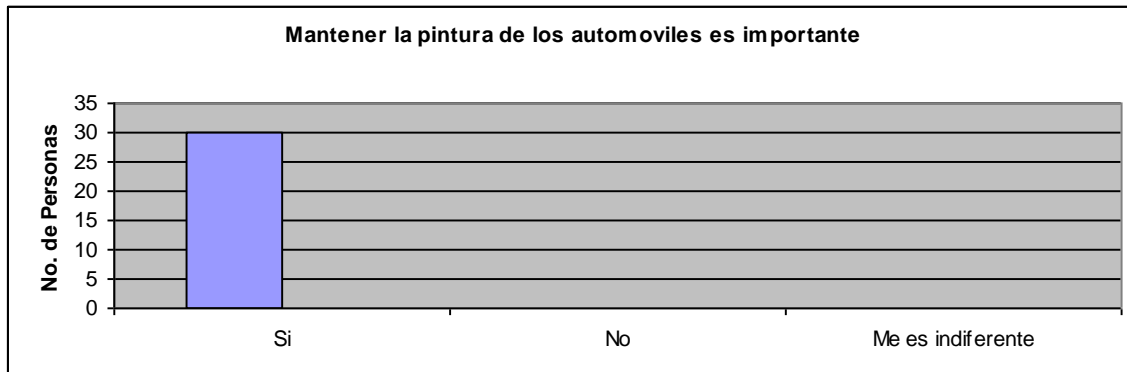
Si	29
No	1



Pregunta 18

Piensa usted que mantener la pintura de los automóviles en buen estado es importante?

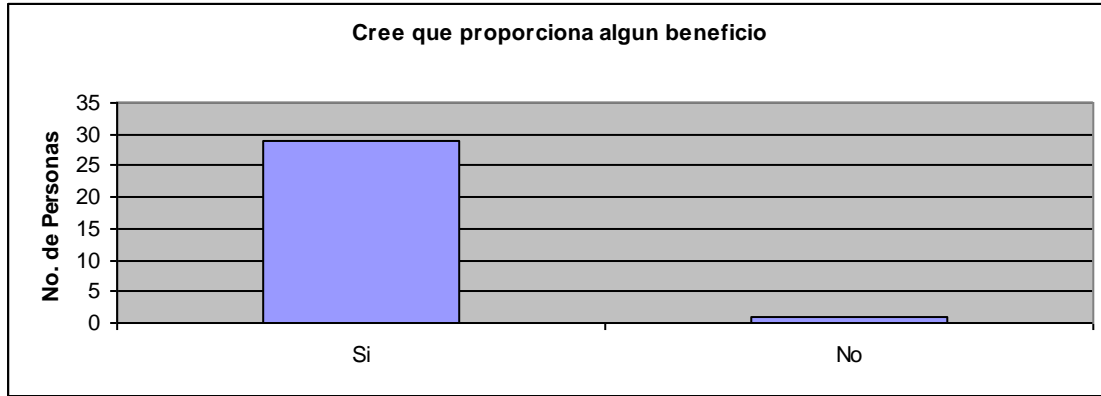
Si	30
No	0
Me es indiferente	0



Pregunta 19

Cree usted que le proporcionaría algún beneficio el uso de los protectores de plástico en las puertas de los automóviles

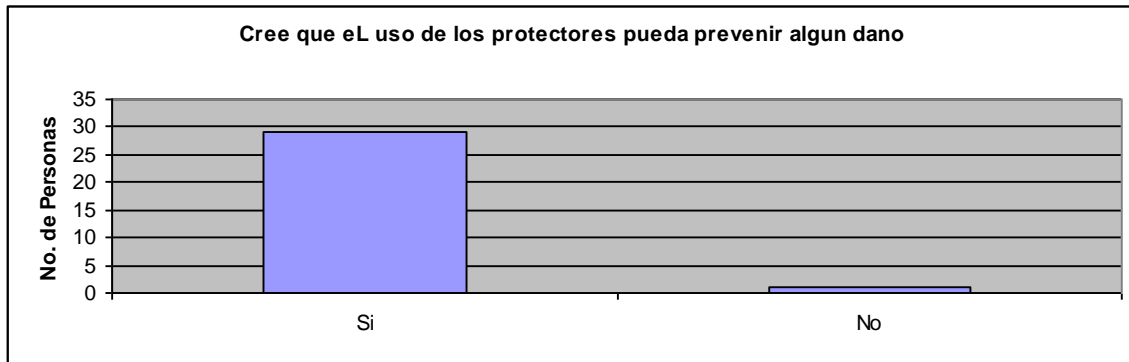
Si	29
No	1



Pregunta 20

Piensa que el uso de protectores de plástico pueda prevenir algún daño (raspaduras, abolladuras)

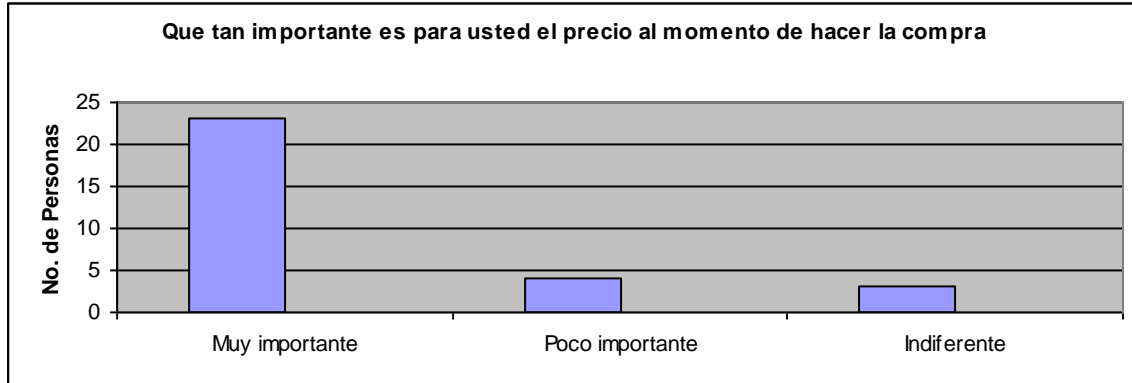
Si	29
No	1



Pregunta 21

Que tan importante es para usted el precio al momento de tomar una decisión de compra en este tipo de productos?

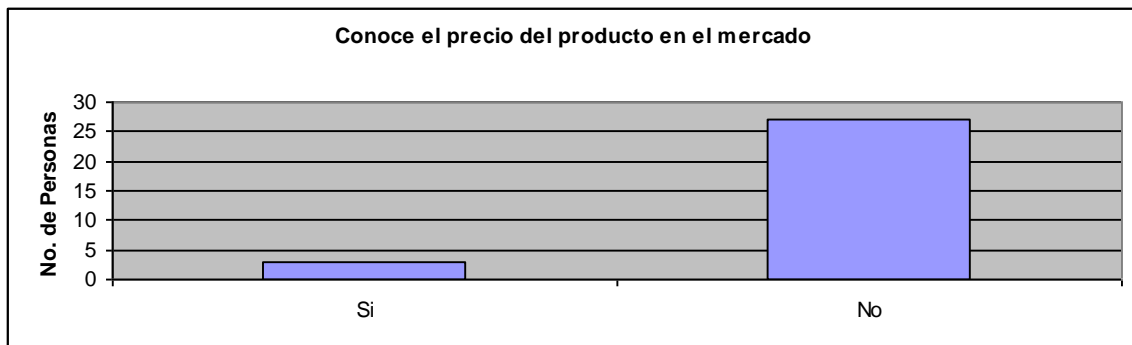
Muy importante	23
Poco importante	4
Indiferente	3



Pregunta 22

Conoce el precio del producto en el mercado?

Si	3
No	27



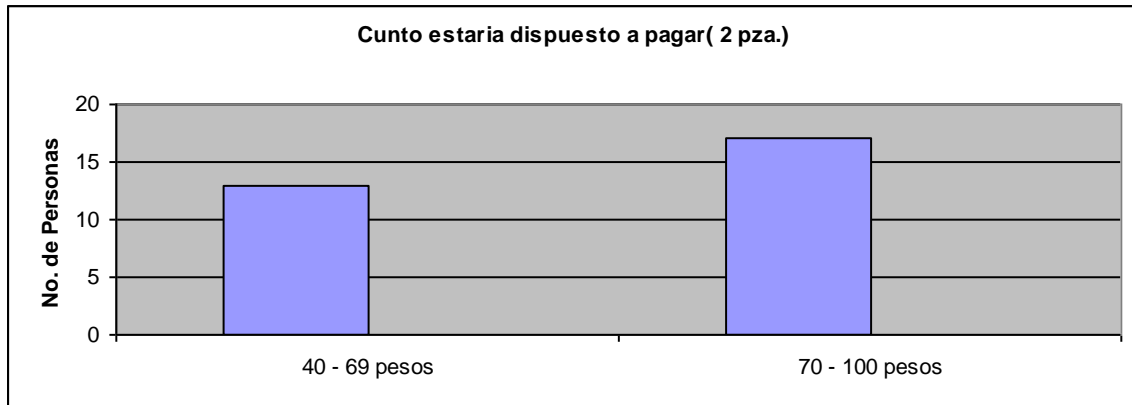
Pregunta 23

Cuanto estaría dispuesto a pagar por el producto

Pregunta 23.1.

(En presentación de 2 pza.)

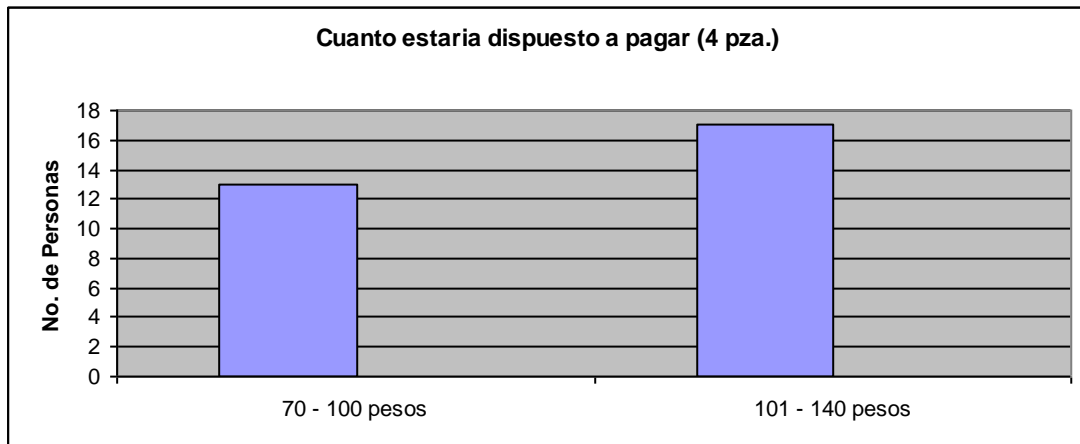
40 - 69 pesos	13
70 - 100 pesos	17



Pregunta 23.2.

(En presentación de 4 pza.)

70 - 100 pesos	13
101 - 140 pesos	17



Determinacion de la Muestra

*Muestras de Poblaciones Finitas

$$\text{Formula: } n = \frac{\sigma^2 N pq}{e^2 (N-1) + \sigma^2 pq}$$

En donde:

σ : nivel de confianza

N: Universo

p: Probabilidad a favor

q: Probabilidad en contra

e: error de estimación

n: Numero de elementos

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 42031 \times 0.50 \times 0.50}{(.05)^2 \times (42031-1) + (1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{3.84 \times 42031 \times 0.50 \times 0.50}{.0025 (42030) + (.9604)}$$

$$n = \frac{40,349.76}{.0025 (42030) + (.9604)}$$

$$n = \frac{40,349.76}{106.0354} = \mathbf{381 \text{ entrevistas a realizar}}$$