

Índice en español

- Aceptabilidad, 15
- Acondicionamiento, 15
 - acondicionar, 15
- Acrescentamiento del mercado, 15
- Actitud, 16
- Actitudes*, 26
- Acuerdo previo*, 60
- Aculturación, 16
- Adaptabilidad*, 17
- Adaptación, 17
- Adecuación, 17
- Administración, 18
- Administración de ventas, 18
- Administración participativa por objetivos (APPO), 19
- Administración por objetivo, 18
- Administrador, 18
- Adopción del producto*, 54
- Agencia de marcas, 19
- Agencia de publicidad, 19
- Agencias*, 127
- Agentes comerciales*, 127
- Ajuste estadístico, 19
- Aleatorio, 20
- Alisadura exponencial, 20
- Alquiler, 20
- Alquiler-venta*, 20
- Alternativa, 20
- Alto patronato*, 167
- Análisis
 - cánónico, 21
 - de componentes principales, 21
 - de contenido, 22
 - de correlación, 22
 - de estilo o estilístico, 24
 - de estructura latente, 24
 - de las ventas, 27
 - de sistemas o sistémico, 25
 - de varianza múltiple, 24
 - del valor funcional, 26
 - discriminativo, 22
 - factorial, 23
 - factorial de las correspondencias, 23
 - jerárquico, 23
 - morfológico, 24
 - secuencial, 24
 - temático, 25
 - transaccional, 25
 - tipológico, 25
- Analista, 27
- Animación de las ventas, 27
- Árbol de decisión, 28
- Ardid, 28
- Área verde y de descanso, 28
- Argumentación*, 29
- Argumentario*, 29
- Argumentos*, 28
- Argumentos de venta, 28
- Armonización (de una gama de productos), 30
 - de colores, 30
- Arrendamiento*, 20
- Artificio, 31
- Asociación de consumidores o usuarios, 31
- Aspiración (nivel de), 31
- Atractivo, 32
- Audiencia, 32
 - acumulada*, 32

- potencial*, 32
- real*, 32
- útil*, 32
- Audimetría*, 32
- Audímetro*, 32
- Auditoría de mercadotecnia, 33
- Autoconsumo, 33
- Autoimagen, 33
- Autoservicio, 34

- Banco y base de datos, 35
- Barómetro, 35
- Batería de pruebas, 35
- Bienes, 35
 - de consumo*, 35
 - de consumo intermedio*, 36
 - de equipo*, 36
 - de inversión*, 36
- Blanco, 36

- Cabildo, 37
 - grupo de presión*, 37
 - cabildeo*, 37
 - contracabildeo*, 37
- Cadena voluntaria, 37
- Caddies*, 34
- Calidad, 37
- Cambio de marca, 38
- Campaña de promoción de ventas*, 38
- Campaña de publicidad, 38
- Campaña de relaciones públicas*, 38
- Canal de comunicación, 38
- Canal de distribución, 39
- Canibalismo, 39
- Cartel*, 52
- Carteles (publicidad mediante), 39
- Casos (método de los), 39
- Categoría socioprofesional, 40
- Causa, 41
- Central de compras, 41
- Centralización, 42
- Centro comercial, 42
- Centro de decisión*, 43
- Centro de ganancia*, 43
- Centro de responsabilidad, 42
- Ciclo de vida del producto, 43
- Circuito de distribución, 43
- Círculo de calidad, 44
- Clase, 44
 - Clase media alta*, 45
 - Clase media baja*, 45
 - Clase media media*, 45
 - Clase social, 43
 - Clasificación, 45
 - Clasificación de las necesidades, 46
 - primarias*, 46
 - secundarias*, 46
 - terciarias*, 46
 - Clasificación de los productos, 46
 - las esperanzas*, 47
 - los ayudantes*, 47
 - los motores*, 46
 - los rezagados*, 47
 - los viejos puestos en tela de juicio*, 47
- Cliché*, 95
- Cliente, clientela, 48
- Clientela, 48
 - acreditar, 48
 - tienda acreditada, 48
- Cobertura publicitaria (tasa de), 48
- Codificación, 48
- Coefficiente de atracción*, 32
- Coefficiente de correlación*, 65
- Coefficiente de variación*, 81
- Cognoscitivo, 48
- Comercialización, 49
- Comercializar*, 49
- Comercio integrado, 49
- Comisión, comité, 50
- Comisionarios*, 127
- Compensación, 50
- Competencia, 51
 - directa, 51
 - formas de, 52
 - abierta*, 52
 - desleal*, 52
 - ilícita*, 52
 - parasitaria*, 52
 - perfecta*, 52
 - pura*, 52
 - indirecta, 51
- Competidores (tipos de), 52
- Competitividad*, 51
- Comportamiento, 53
- Comportamiento de compra, 53
- Compra, 54
 - de urgencia, 55

- necesaria, 55
 por impulso, 54
 Compra de espacio, 55
 Compra industrial, 55
 Compras y abastecimiento, 56
 Comunicación social, 57
 Comunidad, 57
 Concentración, 57
 Concepto, 58
 Concepto de evocación, 58
 Concesión, 58
 Concesionario, 59
 Concurso, 59
 Conducta, 60
 Confiabilidad, 60
 Conjetura, 60
Conjunto original, 153
 Connotación, 61
 Consultor (consultoría externa), 61
 Consumerismo, 61
 Consumidor, 62
 antiguo, 62
 no absoluto, 62
 no relativo, 62
 potencial, 62
 Consumo, 62
 Contracción de gama, 63
 Control, 63
 de mercadotecnia, 64
 de procesos, 64
 presupuestal, 64
 Cooperativa de consumo, 64
Copy-platform. Véase Plataforma de redacción
Corredor, 65
Corredores, 127
 Correlación, 65
 Corretaje, 65
Corrientes psicosocioculturales, 95
Costo de entrada, 167
 Coyuntura, 65
 Creatividad, 66
 Creativo, 66
 Crecimiento, 66
 Crecimiento (fase de), 67
 Criterio, 67
Critical path method, 226
Cuaderno de encargos, 59
 Cualitativo, 67
 Cuantificación, 68
 Cuantitativo, 68
 Cuestionario, 68
 Cultura, 68
 Cuota, 69
 Cupones, 69
 Curva, 69
 de distribución acumulada, 70
 normal reducida, 70
 Curva de ajuste estacional, 70
 Datos, 71
 captura, 71
 técnicas de extracción, 71
 Deciles, 71
 Decisión, 72
 Decisión (los diferentes niveles de), 72
 Declinación (fase de), 73
 gestión del producto en, 73
 Delegación, 74
 Delphi (método), 75
 Demanda, 75
 explícita, 75
 implícita, 75
 solvente, 75
 Denotación, 75
 Desarrollo (fase de), 76
 Descentralización, 76
 Desconcentración, 77
 Descuento (tienda de), 77
Desculturización, 16
 Dsegmentación, 77
 Deseo, 77
 Desglose de sectores, 78
 Desviación estándar, 78
 Devalorización, 78
 Diagnóstico de estructura, 78
 Diagrama, 79
 Diferencial semántico, 79
 Dilema, 79
Diseñador, 80
 Diseño, 80
 Disonancia cognoscitiva, 80
 Dispersión, 81
 Disposición favorable, 81
 Distancia social, 81
 Distribución, 81
 automática, 82

- estadística, 82
 - normal, 82
- Diversificación, 83
- Dominancia, 83

- Edad del producto, 84
- Eficacia, 84
- Eje psicológico, 84
- Elasticidad de la demanda, 85
- Elevación en la gama, 85
- Encuesta, 85
- Encuesta piloto, 86
- Entorno, 86
 - cultural, 87
 - demográfico, 87
 - económico, 87
 - institucional, 87
 - material, 88
 - sociológico, 88
 - tecnológico, 88
- Entrevista, 88
- Envoltura, 89
- Envoltura transparente para venta directa, 89
- Equipo de informática, 89
- Equipo de trabajo, 90
- Escala de actitud, 90
- Escaparate, 91
- Escaparatista*, 91
- Escenario, 91
- Eslogan, 92
- Esnobismo, 92
- Espacio de exhibición, 92
- Especialista, 93
- Esquema, 93
- Estacionalidad, 94
- Estadística, 94
- Estaf*, 18
- Estándar, 94
 - cambio*, 94
 - de vida*, 94
 - estandarización*, 94
- Estandarización, 95
- Estereotipo, 95
- Estilos de vida, 95
- Estimación, 95
 - margen*, 96
- Estimulación, 96
- Estímulo, 96

- Estocástico, 97
- Estrategia de comunicación, 97
- Estrategia de mercadotecnia, 97
- Estrategia de una marca*, 139
- Estratificación social, 98
- Estratos*, 94
- Estructura, 98
- Estructura (de línea o gama), 99
- Estructuración, 99
 - reestructuración*, 99
- Estudios de mercado, 99
- Estudios documentales, 99
- Etapas, 100
- Ética, 100
 - deontología*, 100
 - etología*, 100
 - moral*, 100
- Etiqueta, 100
- Evolución, 100
- Exhibición, 101
- Exhibidor, 101
- Exhibir, 101
- Expectativas*, 16
- Exportación, 101
- Exposición, 102
 - ferias*, 102
 - salón*, 102
- Extensión de línea, 102
- Extrapolación, 102

- Faceta, 104
- Factible, 104
- Factor dominante*, 83
- Fenómenos cíclicos*, 228
- Ficheros, 104
- Fidelidad (de los clientes), 104
- Flexibilidad, 105
- Fraccionamiento, 105
- Frecuencia, 105
- Fuerza de venta, 105

- Gama, 107
 - alta, 107
 - baja, 107
 - estrategia de, 107
- Ganancia, 108
 - colectiva*, 108
 - cualitativa*, 108
 - privada*, 108
 - pública*, 108

- Gastos comerciales, 108
Gastos de venta, 108
 Gerente de difusión, 109
 Gerente de marca, 109
 Gerente de mercado, 109
 funciones, 110
 misiones, 109
 Gerente de producto, 111
 funciones, 112
 misiones, 111
 Gerente de ventas, 113
 funciones, 113
 Gestión previsional, 113
 Góndola, 114
 Grafismo, 114
Gran consumo, 63
 Grandes almacenes, 114
 Granel, 114
 Grupo de compras, 115
 Guía (o cuestionario) de entrevista,
 115
 Hábito, 116
 de compra, 116
 de escucha, 117
 de frecuentación, 117
 de lectura, 117
Hardware, 137
 Heterogeneidad, 117
 Hipermercado, 118
 Histograma, 118
Holdings, 58, 118
 Identificación, 119
 de un producto, 119
 Imagen, 119
 de firma, 120
 de gama o de línea, 120
 de marca, 120
 de producto, 121
 Imitación, 122
 Impacto, 122
 Implantación, 122
 Implicación, 122
 Incompatibles, 122
 Inconsciente, 123
 Indicador, 123, 124
Indicadores económicos, 124
Indicadores sociales, 124
 Índice, 124
 Influencia, 124
 Influenciabilidad, 124
 Influyente, 125
 Información, 125
 Ingeniero comercial, 125
 Innovación, 126
 Innovador, 126
 Integración, 126
 Interacción, 126
 Interdependencia, 127
 Interfase, 127
 Intermediario, 127
 Interpretación, 127
 Intervalo de confianza, 128
Intervalo de variación, 81
 Inventario, 128
 de seguridad, 128
 puntos de revisión, 128
 ruptura de inventario, 128
 Investigación, 129
 -acción, 129
 aplicada, 129
 a largo plazo, 129
 de mercados, 130
 fundamental, 130
 y desarrollo, 129
 Investigación de campo, 130
 Ji cuadrada (χ^2), 131
Jingle, 131
Joint-venture, 217
 Juego de negocios, 131
 Juicio de valor, 132
Know-how, 133
 Lanzamiento (fase de), 134
 Latente, 134
 Licencia, 134
 Líder, 135
 de opinión, 135
 Línea, 18, 136
 Liquidación, 136
Liquidador, 136
 Lista de atributos, 136
 de control, 136
 Logística, 137
 Logotipo, 137

- Madurez (fase de),** 138
Maniobra de influencia, 37
Mapa, 138
Marca, 138
 de distribuidor, 140
 de fabricante, 140
 de tienda, 140
Margen, 141
 bruto, 141
 neto, 141
Masa, 141
Maximización, 163
Mayorista, 141
Media, 142
Medios, 142
 de comunicación masiva, 142
 personalizados, 142
Mensaje, 125
Mercadeo, 142
 especialista, 142
 del distribuidor, 143
 del productor, 143
Mercado, 143
 adquirido, 143
 cautivo, 143
 de prueba, 144
 potencial, 143
 propio, 144
 proyectado, 144
 real actual, 144
 teórico, 144
 testigo, 144
Mercados-blanco, 36
Mercados (evaluación de los), 145
 dinamismo, 146
 expectativas, 145
 penetrabilidad, 145
 potencial, 145
Mercadotecnia, 146
 diferenciada/no diferenciada, 147
 equilibrada, 148
 estratégica, 150
 integral, 147
 mezcla de, 148
 operacional, 148
 política, 148
 social, 149
Mercática (ciencia de los mercaderes),
 150
 marketing, 150
 Método del camino crítico, 226
 Me-too product, 122
 Mezcla de comunicación, 150
 Mezcla de productos, 150
 Misión, 150
 Moda, 151
 Modelización, 151
 Modelo, 151
 Modificación del producto, 151
 Monopolio, 52
 Monopsonia, 52
 Motivación, 152
 Motivaciones, 26
 Motivos de compra, 152
 Móvil, 152
 Muestra de población, 153
 Muestra de producto, 152
 de ensayo, 153
 de prueba, 153
 Muestras apareadas, 154
 Muestreo, 153
 Necesidad, 155
 Negociación, 156
 Nicho de mercado, 156
 Nivel de vida, 157
 Norma, 157
 normal, 157
 normalidad, 157
 normalización, 157
 normalizar, 157
 normativo, 157
 Notoriedad, 157
 Objeción, 159
 Objetivo, 160
 Observación, 160
 Observador, 161
 Obsoleto, 161
 Obstáculos a la compra, 162
 Oligopolio, 52, 162
 Opción, 162
 Opinión, 162
 Opinión pública, 163
 Optimización, 163
 Optimizar, 163
 Organigrama, 164
 Organización y métodos, departamen-
 to de, 164

- Padrinazgo*, 167
 Pagar y llevar, 165
 Panel, 165
 Paquete, 165
 Parcialidad, 166
 Participación de mercado, 166
 Patente de invención, 166
 Patrocinio, 166
Patronato, 167
 Penetración, 167
 Perecederos (productos), 167
 Perfil, 168
Perfil de un producto 136
 Pertenencia (grupo de), 168
 Plan, 168
 Plan de acción comercial, 169
 Plan de campaña publicitaria, 169
 Plan de contingencia, 169
 Plan de medios, 170
 Plan de mercadotecnia, 170
 Planificación, 170
Plataforma de redacción, 97
 Plus-mercadotecnia, 170
 Poder de compra, 171
 Política, 171
 de comunicación, 171
 de distribución, 171
 de investigación, 172
 de mercados, 171
 de mercadotecnia, 172
 de precios, 172
 de productos, 172
 Porcentaje, 172
 Posicionamiento, 173
 Posicionar, 173
 Post-test, 174
 Potencial de riqueza, 174
 Precio(s), 174
 definición de los, 174
 psicológico, 174
 Predicción, 175
 Pregonador, 175
 Pregunta, 175
 abierta, 176
 cerrada, 176
 circunstancial, 175
 de clasificación, 176
 de opción múltiple, 175
 dicotómica, 176
 Prejuicio, 176
 Prescripción, 177
Prescriptor, 177
Press book, 109
 Presupuesto, 177
 de promoción de ventas, 177
 de publicidad, 178
 de tiempo, 178
 provisional de ventas, 177
 Pre-test, 179
 Previsión, 179
 Previsión tecnológica, 180
 Previsiones de venta, 180
Probe, 209
 Problema, 181
 problemática, 181
 Procedimiento, 181
 Proceso, 182
 Productividad, 182
 Producto(s), 182
 complementarios, 183
 desechable o de uso único, 184
 de apoyo, 184
 de conveniencia, 183
 estrella, 185
 gancho, 182
 innovador, 183
 libre o sin marca, 184
 locomotora, 184
 seguidor, 184
 subproductos, 183
 “vaca lechera”, 184
 Progóstico, 185
 Programa de venta, 185
 Programación, 185
Progreso, 67
 Promedio móvil, 186
Promoción, 167
 Promoción de ventas, 186
 Promotor de ventas, 187
Pronóstico, 65
 Propagador, 187
 Prospección, 187
 Prospectiva, 188
Prospecto, 188
Prospector, 188
 Protocolo, 188
 Prototipo, 188
 Prueba de percepción temática, 192

- Pruebas, 189
 ciega, 190
 comparativa, 190
 degustación, 190
 de acondicionamiento, 190
 de asociación de palabras, 189
 de memoria, 191
 de mercado, 191
 de oraciones incompletas, 191
 de producto, 191
 proyectivas, 192
- Psicosociología, 193
- Publicidad, 193
 colectiva, 194
 comparativa, 194
 directa, 194
 informática, 194
 institucional, 194
 engañosa, 195
 en el punto de venta, 196
 redaccional, 195
- Publicidad por correo, 196
- Publicista*, 196
- Publicitario, 196
- Público, 197
- Público-blanco*, 197
- Racionalidad*, 198
- Racionalización, 198
 racional, 198
- Reactividad, 17, 198
- Reafirmar, 198
- Rebaja, 136, 199
- Receptividad*, 16
- Receptor, 199
- Rechazo, 199
- Recursos, 199
- Red*, 125
- Red de distribución, 200
- Referencia, 200
referenciamiento, 200
- Referencia (grupo de), 200
- Regresión múltiple, 201
- Relación, razón, 201
- Relaciones públicas, 201
- Rendimiento, 202
- Renta*, 20
- Rentabilidad, 202
- Reponer*, 17
- Representante, 202
- Resegmentación, 202
- Resistencia al cambio, 202
- Resolución de problemas, 203
- Responder a las objeciones*, 159
- Reestructuración, 204
- Retroalimentación, 204
- Revisión de los objetivos, 204
- Riesgo, 205
- Royalties*, 58
- Satisfacción, 206
- Saturación, 206
- Sector de venta*, 202
- Sectores económicos, 206
cuaternario, 207
primario, 206
secundario, 206
terciario, 206
- Segmentación, 207
- Segmento de mercado, 207
- Seguidor, 208
- Seguimiento, 209
Seguimiento de las ventas, 18
- Seguimiento, retomar, relanzar, 209
- Selección de los puntos de venta, 209
- Semántica, 210
- Semiología, 210
- Serie cronológica, 210
- Servicio, 211
- Servicio posventa, 211
- Sesiones de grupo, 212
- Simbolización*, 213
- Símbolo, 212
 simbolismo, 213
- Simulación, 214
- Sincretismo, 214
- Sinéctica, 215
- Sinergia, 215
- Síntesis, 215
- Sistema, 215
- Sistema de informaciones de mercado-
 tecnia, 216
- Situación, 216
- Socio, 217
- Sociología, 217
- Sociometría, 217
sociodrama, 217
sociograma, 217

- Sondeo, 217
 Sondeo de opinión, 218
 Sonorización, 218
 Soporte, 218
 Status, 219
 Student (prueba *t* de), 219
 Subcontratación, 219
Subespacios, 207
 Sucursal, sucursalista, 219
 Superficie o unidad de presentación, 220
 Supermercado, 220
 Supermercado pequeño, 220
 Superyó, 220
 Supresión de productos, 221
 Surtido, 221
 amplitud, 221
 de base, 221
 especial, 221
 estrategia, 222
 periódico, 221
 profundidad, 221
Systems analyst, 27
- Tabla de Bavelas, 223
 Tabla de planificación, 223
 Tabú, 223
 Taquistoscopio, 224
 Tasa, 224
 de caída, 224
 de crecimiento demográfico, 224
 de equipamiento, 224
 de erosión, 224
 de marca, 224
 de notoriedad, 225
 de penetración, 225
 de renovación o rotación, 225
 de respuesta, 225
Tasa de aceptabilidad, 15
Tasa de crecimiento, 15
Tasa de marca, 141
Tasa de satisfacción, 32
 Técnica de revisión y evaluación de programas, 226
 Técnica de venta, 226
 Tele, 226
 Telemática, 226
 tiempo compartido, 227
 tiempo real, 227
- Tema, 227
Temática, 227
 Tendencia, 227
 Término, 228
 Tienda, 228
 de proximidad, 228
 popular, 228
 -testigo, 229
 Tiendas departamentales, 229
 Tipología, 26, 229
Tipos, 25
 Tormenta de ideas, 230
Transculturización, 16
 Transferencia, 230
- Umbral, 231
 de sensibilidad, 231
 de significancia, 231
 de rentabilidad, 231
 Universo, 231
 Urgencia, 231
 Usuario, 232
 Utilizador, 232
- Validez (de una prueba), 233
 Valor, 233
 agregado, 234
 de intercambio, 233
 de uso, 233
 de utilidad, 233
 funcional, 233
 mercantil, 233
 sentimental, 233
 Valoración, 234
 Variable, 234
Varianza, 81
 Vendedor, 234
 Venta, 235
 por correspondencia, 235
 por teléfono, 235
 Vocación, 235
- Yo, 236
 ideal, 236
- Zona, 237
 de atracción, 237
 de comercio local, 237
 de iniciativa, 237
 de venta, 237