

## INDICE

RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	3
I Introducción.....	3
II Razones que motivaron realización de la práctica en el tema elegido.....	4
III Objetivos del trabajo de práctica.....	4
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	6
1.1. Estudios de mercado.....	6
1.1.1 Definición de estudios de mercado.....	6
1.1.2. Tipos de estudios de mercado.....	7
1.1.3. Proceso para realización de estudios de mercado.....	7
1.1.3.1. Definición del problema.....	7
1.1.3.2. Definición de los objetivos de la investigación.....	8
1.1.3.3. Recogida de información.....	9
1.1.3.4. Análisis de la información.....	9
1.1.3.5. Presentación de los resultados.....	10
1.2. Conceptos básicos para realizar estudios de mercado.....	10
1.2.1. Datos demográficos.....	10
1.2.2. Opinión del cliente.....	10
1.2.3. La competencia.....	10
1.2.4. Precios.....	10
1.2.5. Ubicación.....	11
1.2.6. Análisis de costos.....	11
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA ACCÍÓ.....	12
2.1. Introducción: Cataluña y Barcelona.....	12
2.1.1. Posición estratégica.....	12
2.1.2. Economía dinámica.....	12
2.1.3. Internacional y global.....	13
2.1.4. Talento y creatividad.....	13
2.1.5. Entorno innovador.....	13
2.1.6. Calidad de vida.....	13
2.2. Reseña histórica.....	14
2.3. Misión.....	15
2.4. Visión.....	16
2.5. Valores.....	16
2.6. Objetivos.....	17
2.7. Servicios.....	17
2.7.1. Servicios de ACCÍÓ.....	17
2.7.1.1. Empresas catalanas que quieren internacionalizarse.....	17
2.7.1.2. Empresas interesadas en invertir en Cataluña.....	18
2.7.2. Servicios de ACCÍÓ Delegación Chile.....	19

2.7.2.1. Internacionalización.....	19
2.7.2.2. Chile país de referencia.....	20
2.7.2.3. Cooperación.....	21
2.8. Mercados.....	22
2.9. Estructura organizacional.....	23
CAPÍTULO III: Descripción de las funciones realizadas.....	24
3.1. Trabajo desarrollado.....	24
3.1.1. Búsqueda de canales de comercialización.....	24
3.1.2. Estudios de mercado.....	24
3.1.3. Elaboración de bases de datos.....	25
3.1.4. Seguimientos telefónicos.....	25
3.1.5. Preparación agendas de negocios.....	25
3.1.6. Intermediación con contrapartes chilenas.....	26
3.1.7. Constitución de empresa.....	26
3.1.8. Selección de personal.....	27
3.1.9. Misión comercial.....	27
3.1.10. Plataforma empresarial.....	27
3.2. Proyectos en los que se participó.....	28
3.3. Estudio de mercado para HERMEX: Mercado del mobiliario infantil en Chile.....	30
3.3.1. HERMEX en España.....	30
3.3.2. Metodología de trabajo.....	31
3.3.3. Desarrollo de estudio de mercado.....	34
3.3.3.1. Introducción.....	34
3.3.3.1.1. HERMEX en España.....	34
3.3.3.1.2. Chile.....	34
3.3.3.2. Análisis de la situación.....	40
3.3.3.2.1. Legal normativo.....	40
3.3.3.2.2. Demográfico/Socio Cultural/Educación.....	66
3.3.3.3. Análisis de mercado.....	68
3.3.3.3.1. Clientes. Mercado potencial.....	68
3.3.3.3.2. Proveedores.....	79
3.3.3.3.4. Análisis de la demanda.....	94
3.3.3.3.5. Análisis de la competencia.....	96
CONCLUSIONES.....	114
BIBLIOGRAFÍA.....	117
ANEXOS.....	119