

Resumen

La presente tesis recopila las principales técnicas y procedimientos para el lanzamiento y posicionamiento de nuevos productos en la industria de consumo masivo enfocado en los canales de supermercados y autoservicios del País y tiene como fortaleza la investigación de mercado que se debe realizar previo al lanzamiento de un nuevo producto o en su primeros meses y posteriormente la evaluación financiera para analizar la viabilidad de las inversiones a realizar atado al cumplimiento del presupuesto de ventas.

Palabras Clave:

- **CEBICHE DE PALMITO**
- **CONSUMO MASIVO**
- **PEA: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA**
- **ENCUESTA**
- **CUESTIONARIO**
- **MUESTRA**
- **AUTOSERVICIOS**