



Título: ESTRATEGIAS DEL MARKETING MIX EN LA ASOCIACIÓN DE PANIFICADORES INDUSTRIALES DEL DISTRITO DE OROPESA – 2013.

Autor: - Herminia Miranda Arredondo

Fecha: 2015

RESUMEN

El presente trabajo tiene desarrollado los conceptos básicos de las estrategias del marketing mix para la Asociación de panificadores industriales del Distrito de Oropesa, dedicado a la elaboración y comercialización de panes en forma artesanal que comparte conocimientos de generación en generación. Para esto se hará un recorrido por la fundamentación teórica actual del marketing.

Este presente trabajo se realizó en la Asociación de panificadores industriales del distrito de Oropesa, cuyo objetivo general fue Identificar como son las estrategias de marketing mix de dicha Asociación. Para lograr su cumplimiento se aplicaron de forma combinada diferentes técnicas y herramientas de investigación, entre las cuales se puede señalar: encuestas a los dueños de los hornos, observación, imágenes y cuestionario que dieron la posibilidad de identificar en cuál de las estrategias adoptar para garantizar el producto, precio, plaza, promoción y personas de los servicios que brindan a la población nacional, regional y local, con la finalidad de satisfacer necesidades del cliente.

Posteriormente a través de una investigación de mercados de tipo descriptivo se mide el nivel de Estrategias del marketing mix de la Asociación de panificadores industriales del distrito de Oropesa para realizar mejoras en el marketing mix para incrementar las ventas, participación en nuevos mercados, mejorar el nivel de satisfacción de los clientes.

Por ultimo las estrategias de marketing mix son la base de la empresa para mejorar la propuesta para el mercado actual y competitivo.



ABSTRACT

This paper aims to develop the basic concepts of marketing mix strategies for industrial bakers Association of the District of Oropesa, dedicated to the development and marketing of handmade breads sharing knowledge from generation to generation. To this will be a tour of the current theoretical foundation of marketing.

This experiment was conducted at the Association of industrial bakers district Oropesa, whose overall objective was to determine the marketing mix strategies applied by that Association. To achieve its compliance were applied in combination different techniques and research tools, among which one can point: surveys kiln owners, observation, images and questionnaire giving the possibility yo identify which of the strategies adopted to ensure product, price, place, promotion and people who provide services to national, regional and local population, in order to satisfy customer needs.

Subsequently through market research descriptive level strategies of marketing mix of the association of industrial bakers district Oropesa measured for improvement in the marketing mix to increase sales, participation in new markets improve the level of customer satisfaction.

Finally marketing mix strategies are the foundation of the company to improve the proposal for today's competitive market.