



**Título:** MEZCLA DE MERCADOTECNIA EN LA ASOCIACIÓN DE CRIADORES “CUY ANDINO” DE LA COMUNIDAD DE CHACÁN - ANTA -2015.

**Autor:** - Edith Yandely Tito Jiménez  
- Idalia Cusihualpa Campana

**Fecha :** 2015

### RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó a los actuales socios de la Asociación de criadores “Cuy Andino” en la comunidad de Chacán, provincia de Anta, es un estudio motivado en poder conocer como realizan la mezcla de mercadotecnia analizando sus 4 dimensiones que son: producto, precio, plaza y promoción.

El tipo de investigación que se realizó fue básica, el nivel fue descriptivo y el diseño no experimental, tomando como población de estudio a los 39 socios inscritos en la asociación, utilizando la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario.

Los resultados de la investigación determinan que el 41% y el 33.3% de los socios de la Asociación de criadores “Cuy Andino” de la Comunidad de Chacán, manifestaron que nunca y a veces respectivamente la mezcla de mercadotecnia que realizan es buena, analizados desde sus cuatro dimensiones: producto, el que se muestra que si es manejo adecuadamente por parte de los socios; el precio, el cual no muestra un manejo adecuado que logre mejorar las ventas de los socios; la plaza, que se muestra muy difícil desde la ubicación que actualmente tienen los socios y los accesos para los clientes y por último la promoción que realizan los socios de la asociación para la venta de sus productos, la cual es escasa ya que no cuentan con los conocimientos, información y contactos necesarios que les ayuden a mejorar y les sea útil para el crecimiento y desarrollo de la asociación y beneficio para los socios.

**Palabras clave:** - Mezcla de mercadotecnia



### ABSTRAC

This research current members of the Association of Breeders "Cuy Andino" was held in the community of Chacan province of Anta, is a reasoned order known as perform marketing mix analyzing its 4 dimensions are studio: product, price, place and promotion.

The research that was conducted was basic, the level was descriptive and non-experimental design, building study population at 39 partners joined the Union, using the technique of the survey and questionnaire tool.

The results of the investigation determined that 41% and 33.3% of the members of the Association of Breeders "Cuy Andino" Chacan Community, said that ever since times respectively, the marketing mix is doing good analyzed from their four dimensions: product, which shows that if proper management by the partners; The price, which does not show a suitable approach that achieves better sales partners; the square, which is very difficult from the location you currently have access to partners and customers and finally the promotion by the members of the association for the sale of their products, which is no longer limited to accounts knowledge, information and contacts needed to help them improve and will be useful for the growth and development of the association and benefit for members.

**Keywords: - Marketing Mix**