



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA EL
LANZAMIENTO DEL KING KONG CIRCULAR EN LA
EMPRESA MBN EXPORTACIONES LAMBAYEQUE &
CÍA. S.R.L. LAMBAYEQUE – 2012**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

Autora

Bach. Coyco Neira Isaura Katherine

Pimentel, Perú

2012

RESUMEN

El estudio ha consistido en proponer un plan de estrategias de marketing que introduce un nuevo producto llamado "King Kong" de forma circular en la oferta de la empresa MBN Exportaciones Lambayeque & Cía. S.R.L. Lambayeque. La muestra ha sido observada de la realidad y comparada con las teorías del marketing mix en una investigación descriptiva, con un diseño no experimental y 246 encuestados. El King Kong redondo tuvo una aceptación del 58% en la combinación de sus componentes precio, plaza y promoción.

ABSTRACT

The study has been to propose a plan of marketing strategies that introduces a new product called "King Kong" round-shaped for being offered by company MBN & Export Co. Lambayeque. S.R.L. Lambayeque. The sample has been observed and compared to reality and theories of the marketing mix in a descriptive, non-experimental design with 246 respondents. The round King Kong had an acceptance of 58% in the combination of its components price, place and promotion.