



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**MARKETING MIX Y POSICIONAMIENTO DE
MARCA, DE LA ASOCIACIÓN DE
PRODUCTORES SAUCE HUANCABAMBA
ALTO PIURA - PIURA**

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

Autora:

CASTILLO MAJUAN MAGALY

Chiclayo, Perú – 2016

Resumen

El objetivo de investigación fue proponer estrategias de marketing mix para el posicionamiento de la marca de la Asociación de Productores el Sauce Huancabamba Alto Piura – Piura.

Se realizó un estudio de tipo descriptivo y propositivo con un diseño no experimental, donde la población estuvo conformada por los asociados (trabajadores) que fueron 82 y por los clientes que conforman 128 de la Asociación El Sauce, los cuales corresponden a la muestra del estudio.

Los resultados indicaron que existe relación entre el marketing mix y el posicionamiento de marca de la Asociación de Productores el Sauce Huancabamba Alto Piura – Piura, ya que a través del análisis de correlación de Pearson, donde la relación de las variables se encuentra en un valor de 0,510; es decir, se acepta H_1 que indicando que existe relación; además, el Marketing mix es bajo aunque el producto que ofrece la Asociación es de total aceptación por el cliente, esto incluye que el precio y la forma de entrega es apropiado, pero los problemas se presentan en el tiempo de entrega, ya que no es el adecuado, debido a la forma como es entregado (cajas) puesto que no es apropiado, no se cuenta con una etiqueta que lo diferencie y cuando requieren de granadilla tienen que esperar hasta la próxima semana para abastecer. Se concluyó que el nivel de posicionamiento de la marca “El Sauce”, se muestra que no tiene presencia en el mercado, pero los clientes si adquieren la granadilla constantemente a la Asociación de Productores “El Sauce”.