



Título:

PROGRAMA ESTRATÉGICO DE MARKETING MIX EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA ROMAS TOMIL CAR 2014.

Autor:

- HUICHO ESCALANTE ALICIA SOLI.

Fecha: 2015

RESUMEN

La importancia de la aplicación de un programa estratégico de marketing mix en las ventas, se basa en las oportunidades de mejora que posee la empresa y lograr que los trabajadores sean más competitivos, consiguiendo que la empresa obtenga éxito empresarial y sea competitiva en el mercado con eficiencia. El objetivo de la investigación es comprobar los efectos que produce la aplicación de un programa estratégico de marketing mix en las ventas de la empresa Romas Tomil Car 2014. El tipo de estudio es descriptivo aplicativo, el diseño de investigación es de tipo pre experimental. La muestra estuvo constituida por un número de 55 personas que incluye trabajadores y clientes de ambos sexos. Los instrumentos utilizados fueron un cuestionario incluyendo 30 ítems. La evaluación de los logros alcanzados en lo referente a la competitividad, ha logrado un crecimiento tanto profesional como empresa. El procesamiento de la investigación se llevó a cabo en el programa SPSS para obtener los resultados que se muestran a través de los gráficos y tablas. Con la realización de la prueba de hipótesis, utilizando la prueba de t de student, se obtuvo como resultado un valor $P = 0,000$ en cuanto a la muestra de clientes y $P = 0,000$ para la muestra de trabajadores, la cual sirvió para tomar la decisión de aceptar la hipótesis alterna, si se aplica el programa estratégico de marketing mix en las ventas entonces mejorará sus ventas la empresa Romas Tomil Car 2014.

Palabras clave: Marketing, ventas, posicionamiento y estrategias.