

RESUMEN

Autor [Condori Quispe, G.V.](#)

Autor corporativo [Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima \(Peru\). Facultad de Economía y Planificación](#)

Título **Estrategias de mercadeo para el posicionamiento del queso de oveja de la empresa Inversiones y Servicios Trepal S.A.C.**

Impreso Lima : UNALM, 2017

Copias

Ubicación	Código	Estado
Sala Tesis	E72. C6 - T	USO EN SALA
Descripción	184 p. : 31 fig., 28 tablas, 44 ref. Incluye CD ROM	
Tesis	Tesis (Ing Gestión Empresarial)	
Bibliografía	Facultad : Economía y Planificación	
Sumario	Sumarios (En, Es)	
Materia	QUESO DE OVEJA INVESTIGACION DE MERCADOS MERCADERO DISTRIBUCION ECONOMICA VENTAS ANALISIS DE LA VARIANZA METODOS ESTADISTICOS PERU POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO VARIABLES DE MARKETING ESTRATEGIAS DE MERCADERO INVERSIONES Y SERVICIOS TREPAL S.A.C.	
Nº estándar	PE2018000257 B / M EUV E72	

La presente investigación tienen como objetivo principal elaborar estrategias de mercadeo para la empresa Inversiones y Servicios Trepal S:A.C, que permita el posicionamiento del queso de oveja e incremente las ventas en el mercado de Lima Metropolitana; siendo un producto de consumo de primera necesidad, el queso de oveja, mayormente es consumido por la clase A y B, a consecuencia de esta segmentación, se elabora estrategias necesarias para que se posicione en la mente en la mente del consumidor de todos los sectores de Lima.

ABSTRACT

The main objective of this research is to develop marketing strategies for the company Inversiones y Servicios Trepal S: A.C, which allows the positioning of sheep's cheese and increases sales in the Lima Metropolitana market; Being a staple consumer product, sheep's cheese is mostly consumed by class A and B, as a result of this segmentation, the necessary strategies are developed so that it is positioned in the mind in the mind of the consumer of all sectors from Lima.