

## RESUMEN

Autor [Gómez Ignacio, J.A.](#)  
Autor corporativo [Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima \(Peru\). Facultad de Economía y Planificación](#)  
Título **Estrategias de marketing para la comercialización de accesorios telefónicos y electrónica caso: Tecca Ltda. Temuco - Chile**  
Impreso Lima : UNALM, 2018

### Copias

Ubicación	Código	Estado
Sala Tesis	<a href="#">E70. G654 - T</a>	USO EN SALA
Descripción	57 p. : 17 gráficos, 26 cuadros, 17 ref. Incluye CD ROM	
Tesis	Trabajo Monográfico (Ing Gestión Empresarial)	
Bibliografía	Facultad : Economía y Planificación	
Sumario	Sumario (Es)	
Materia	<a href="#">EMPRESAS</a> <a href="#">TELECOMUNICACIONES</a> <a href="#">MERCADERO</a> <a href="#">TECNICAS DE MERCADERO</a> <a href="#">EQUIPO</a> <a href="#">VENTAS</a> <a href="#">MERCHANDISING</a> <a href="#">OFERTA Y DEMANDA</a> <a href="#">EVALUACION</a> <a href="#">CHILE</a> <a href="#">PERU</a> <a href="#">ESTRATEGIAS DE MARKETING</a> <a href="#">ACCESORIOS TELEFONICOS</a> <a href="#">ECCESORIOS ELECTRONICOS</a> <a href="#">TECCA LTDA.</a> <a href="#">TEMUCO (CAP PROV)</a>	
N° estándar	PE2019000095 B / M EUV E70	

La presente investigación tuvo por objetivo evaluar la situación de mercado de la empresa Tecca Ltda. para formular estrategias de marketing orientadas a

incrementar las ventas de los productos y servicios: equipos, accesorios y servicios de comunicación que comercializa en Temuco-Chile. Para lograr este objetivo se realizó un estudio de tipo descriptivo mediante las técnicas investigación: análisis documental, encuesta y entrevistas, efectuándose la encuesta a una muestra de 67 clientes, seleccionados en condiciones relativamente favorables para la investigación, manteniendo el nivel de objetividad requerido. Los resultados del estudio, señalan que dada las condiciones relativamente favorables en que opera la empresa Tecca Ltda, favorable requiere para competitividad y sostenibilidad del negocio la formulación e implementación de nuevas estrategias de marketing: intensivas, defensivas, de segmentación, de posicionamiento y tácticas del marketing mix, arribándose a la conclusión de que la implementación de nuevas estrategias de marketing para la comercialización de equipos, accesorios, servicios y la comunicación, puede lograr un incremento significativo de las ventas de la empresa Tecca Ltda. en el mercado de Temuco; siendo la aplicación de estas estrategias de marketing propuestas viable pues la inversión a realizarse en su implementación de 15,625 000 de dólares americanos tiene una tasa interna de retorno del 55 por ciento.

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to evaluate the market situation of the company Tecca Ltda. To formulate marketing strategies aimed at increasing sales of products and services: equipment, accessories and communication services that it markets in Temuco-Chile. To achieve this objective, a descriptive study was carried out using research techniques: documentary analysis, survey and interviews, the survey was carried out on a sample of 67 clients, selected under relatively favorable conditions for the investigation, maintaining the required level of objectivity. The results of the study indicate that given the relatively favorable conditions in which the company Tecca Ltda operates, favorable requires for business competitiveness and sustainability the formulation and implementation of new marketing strategies: intensive, defensive, segmentation, positioning and marketing tactics. marketing mix, reaching the conclusion that the implementation of new marketing strategies for the marketing of equipment, accessories, services and communication, can achieve a significant increase in sales of the company Tecca Ltda. in the Temuco market; the application of these proposed marketing strategies being viable since the investment to be made in its implementation of 15,625,000 US dollars has an internal rate of return of 55 percent.