baratz | ODA

El marketing mix como estrategia de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas [

2021

text (article)

Analítica

El marketing abarca estrategias claves, para satisfacer el intercambio de bienes y servicios utilizando variables o teorías que estén disponibles para alcanzar los objetivos de posicionamiento y comercialización que se plantean las empresas. Sin embargo, se ha observado poca utilización en las Mipymes ecuatorianas, ocasionando limitada colocación en los mercados, en razón a lo cual para el desarrollo del presente estudio se ha planteado como objetivo analizar la incidencia del marketing mix como estrategia de posicionamiento en las Mipymes. La metodología que se utilizó fue la investigación documental descriptiva la cual permitió realizar un análisis más profundo de la información obtenida de diferentes fuentes secundarias. Por último en los resultados se mostró pesquisa bibliográfica, en donde se consideró lo mencionado por distintos autores que hablaban de las dos variables de estudio en esta investigación.

https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzE0MTgwOTg

Título: El marketing mix como estrategia de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas electronic resource]

Editorial: 2021

Tipo Audiovisual: Mipymes 4 Ps Comercialización Competitividad Estrategias

Documento fuente: Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional, ISSN 2550-682X, Vol. 6, Nº. 3, 2021, pags. 2045-2069

Nota general: application/pdf

Restricciones de acceso: Open access content. Open access content star

Condiciones de uso y reproducción: LICENCIA DE USO: Los documentos a texto completo incluidos en Dialnet son de acceso libre y propiedad de sus autores y/o editores. Por tanto, cualquier acto de reproducción, distribución, comunicación pública y/o transformación total o parcial requiere el consentimiento expreso y escrito de aquéllos. Cualquier enlace al texto completo de estos documentos deberá hacerse a través de la URL oficial de éstos en Dialnet. Más información: https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI | INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS STATEMENT: Full text documents hosted by Dialnet are protected by copyright and/or related rights. This digital object is accessible without charge, but its use is subject to the licensing conditions set by its authors or editors.

Unless expressly stated otherwise in the licensing conditions, you are free to linking, browsing, printing and making a copy for your own personal purposes. All other acts of reproduction and communication to the public are subject to the licensing conditions expressed by editors and authors and require consent from them. Any link to this document should be made using its official URL in Dialnet. More info: https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI

Lengua: Spanish

Enlace a fuente de información: Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional, ISSN 2550-682X, Vol. 6, Nº. 3, 2021, pags. 2045-2069

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es