

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación denominado “Estrategias de marketing para la microempresa La Pañalera La Cigüeña”. Tiene como principal objetivo proponer estrategias de Marketing Mix que permitan incrementar la demanda de la misma y sus ventas.

La microempresa Pañalera “La Cigüeña” ubicada en la calle Cochabamba, entre Ballivian y Alcides Dorbigni en la ciudad de Tarija, provincia Cercado. Tiene como principal actividad la comercialización de productos exclusivos para bebé, teniendo como producto estrella los pañales.

En el marco teórico se establecen los fundamentos teóricos mediante los cuales nos basamos para el cumplimiento de esta investigación. Se encuentran incorporados diferentes temas como son: El marketing, el método PESTA, las cinco fuerzas de Porter, cadena de valor y la investigación de mercados.

La microempresa presenta una deficiencia en su actual estrategia de marketing de acuerdo al diagnóstico realizado a la misma, limitando su capacidad de llegar a un mayor número de personas y así aumentar sus clientes.

Se llevó a cabo una Investigación de Mercado aplicando una encuesta, la cual permitió determinar las características del mercado y se constató que la microempresa es conocida por su ubicación y sus precios bajos, no obstante, un 76% de las madres encuestadas no apreciaron que se haya realizado promociones de venta y no da a conocer toda la cartera de productos que ofrece.

Para finalizar el presente trabajo, se formula una propuesta donde se toma en cuenta el Diagnóstico y la Investigación de Mercado aplicado a la microempresa, lo que permite presentar estrategias de marketing Mix que ayuden a la misma a incrementar la demanda, tomando en cuenta los productos que ofrece, mejoras a su tienda física, una programación de diferentes promociones a realizarse y utilizar el medio de comunicación preferido por el mercado meta, además de las redes sociales como ser FACEBOOK y WHATSAPP BUSINESS.