

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El siguiente Proyecto de Investigación se realizó con el propósito de poner a disposición de la empresa sujeta a estudio, un instrumento que le sirva de ayuda para poder solucionar sus problemas que tiene en la actualidad, en cuanto a la comercialización de sus productos.

Para poder sustentar dicho proyecto, se procedió en primer lugar a realizar una revisión bibliográfica, donde se tuvo las principales bases teóricas a cerca de lo que comprende el proceso de comercialización y las principales ideas acerca de las funciones que contiene dicho proceso.

Para conocer la situación real en la que se encuentra Delicious, se realizó un diagnóstico interno de la misma, en el cual está contenido el estudio de mercado tomando en cuenta tanto al intermediario como al consumidor final, a través de los cuales, se pudo determinar que la presencia de esta empresa en el mercado tarijeño, no es la más favorable para la misma, presentando constantes problemas en cuanto a la distribución de sus productos provocando un constante desabastecimiento en el mercado, y otros problemas relacionados con lo mismo.

Con los resultados obtenidos del análisis realizado a la empresa, se planteó una propuesta que consiste en un sistema de comercialización para la empresa, donde se puede visualizar a la empresa como un sistema integrado entre sus partes de manera que todos sus componentes puedan interrelacionarse entre sí.

También se desarrollan las principales estrategias que la empresa puede adoptar para mejorar su presencia en el mercado y elevar su nivel de ventas, y por tanto, tener una mejor proyección a futuro.