RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo de investigación titulado “Estrategia de Marketing Mix, para incrementar las ventas del producto Galletas de Avena perteneciente a la Unidad Productiva “La Libélula” en la Ciudad de Tarija”, se desarrolló aspectos importantes orientados a recabar información que contribuya a la empresa a mejorar su participación dentro del mercado al cual está dirigido.

El trabajo se encuentra dividido en siete capítulos, en el primer capítulo, se muestra el plan de investigación en el cual se observa una visión general de la temática que se abordó a lo largo del trabajo, identificando aspectos como el problema principal referido al producto, en base a esto, se definió los objetivos de investigación general y específicos, como también las respectivas variables de la investigación posteriormente se diseñó la metodología que permitió desarrollar el trabajo.

En el capítulo II, se presenta el marco teórico sobre el cual se apoyó el presente proyecto de investigación.

En el capítulo III y IV, se presenta el respectivo análisis de las variables externas del macro y micro entorno en el cual desarrolla sus actividades productivas y comerciales la Unidad Productiva La Libélula. En el siguiente capítulo se realizó el análisis interno sobre cada una de las áreas funcionales de la empresa, permitiendo tener un conocimiento de su situación actual.

En el capítulo VI, se exhibe la Investigación de Mercados realizada, a través de la cual se pudo conocer las necesidades y tendencias de los actuales y potenciales clientes respecto al producto Galletas de Avena.

Finalmente se diseñó una propuesta solución basada en el análisis situacional materializado y la información obtenida por parte del mercado objetivo; dicha propuesta permitirá a la

Unidad Productiva La libélula, adecuar su producto Galletas de Avena a las necesidades que expresa su mercado objetivo y de esta manera incrementar su participación en el mismo.