

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tuvo como objeto identificar los principales problemas que tiene la Empresa GAMA en lo que se refiere a su comercialización, identificando las principales variables que impiden que los consumidores potenciales no puedan acceder a los productos que ofrece GAMA.

Al mismo tiempo se formularon soluciones para mejorar el actual sistema de comercialización que permitirán de esta manera poder llegar al mercado de la ciudad de Tarija de una forma más directa.

La *primera parte* corresponde a conceptos teóricos sobre lo que se refiere al plan de marketing en sus principales variables que permitieron tener una idea conceptual más clara, para lograr que la empresa GAMA pueda aplicar de una forma más adecuada su correspondiente plan.

En la *segunda parte* del trabajo se realizó un análisis externo de la unidad de análisis en busca de aspectos positivos y negativos que fueron tomados en cuenta para que la empresa GAMA pueda aplicar un plan de marketing adecuado y de esta manera poder llegar al mercado potencial tarijeño.

Así mismo esta dirigida a la evaluación interna de la unidad de análisis y poder encontrar los factores o variables que no han permitido aplicar un plan de marketing adecuado. Finalmente formular posibles soluciones.

En base a los factores críticos analizados en el medio externo e interno de la empresa se plantean posibles soluciones a los problemas de comercialización, donde se definen todos los pasos que se tienen que cumplir para llevar a cabo un plan de marketing.