

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo final de grado comprende el desarrollo de un plan de marketing para el restaurante de comida rápida “EL BURGUESÓN”, ubicado en la ciudad de Tarija provincia Cercado, en el barrio Senac calle Francisco de Uriondo. Este plan de marketing se estructuró sobre el modelo desarrollado por Sainz de Vicuña, presentado en su libro: El Plan de Marketing en la Práctica, edición 22<sup>a</sup>.

Luego de un riguroso análisis externo e interno, el restaurante debe aprovechar sus fortalezas y oportunidades que tiene en el mercado, mientras que las amenazas y debilidades el restaurante deberá mejorar cada día, y estar siempre controlando, para que de esa manera no afecte al restaurante “EL BURGUESÓN”.

También se realizó una investigación de mercado a los clientes potenciales y actuales con el fin de conocer sobre las preferencias, gustos, percepciones que tengan acerca de las comidas rápidas.

A través de objetivos, estrategias de marketing y planes de acción que se plantearon para este proyecto, se realizara una propuesta para el restaurante con el fin de que las ventas se incrementen en los próximos años y que de esta manera genere un impacto positivo en los resultados económicos del restaurante “EL BURGUESÓN”.

El presupuesto para la implementación del plan de marketing tiene un total de Bs. 139.920, de acuerdo a los datos obtenidos por los indicadores financieros, se llegó a la conclusión de que el proyecto es rentable ya que tenemos un VAN positivo de Bs 79079 y una TIR de 32% y una Rb/c de Bs 1,62 lo que significa por cada Bs. Invertido tendrá una ganancia de 62 centavos.

Palabras Clave: 1) Marketing 2) Plan de Marketing 3) Marketing mix 4) Competitividad 6) Estrategia 7) Comida rápida 8) restaurante.