

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
“FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS”
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II
MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



“PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA EL RESTAURANTE EL TRÉBOL DE LA CIUDAD DE TARIJA, PROVINCIA CERCADO”

POR: Sánchez Leyton Sonia
Torres Fabiana

Proyecto de grado presentado a consideración de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar el grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

DOCENTE GUIA: Adrián Silisque

18 de octubre de 2023

TARIJA – BOLIVIA

DEDICATORIA

A nuestra familia:

Por ser el pilar fundamental en todo lo que somos, que gracias a sus consejos y palabras de aliento crecimos como personas, aportando grandes cosas a nuestras vidas.

Y a todas las personas que nos apoyaron incondicionalmente durante el transcurso del mismo.

ÍNDICE

Página

CAPÍTULO I

PERFIL DE INVESTIGACIÓN

1.1	DEFINICIÓN DE LA IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.2	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.2.1	Planteamiento del problema.....	2
1.2.2	Formulación del problema	3
1.3	JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.3.1	Justificación.....	3
1.3.2	Justificación Práctica	3
1.3.3	Justificación Social	3
1.4	DELIMITACIÓN	4
1.5	OBJETIVOS	4
1.5.1	Objetivo general	4
1.5.2	Objetivos específicos	4
1.6	PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS	5
1.7	VARIABLES	5
1.7.1	Definición y Operacionalización de las variables	6
1.8	MARCO METODOLÓGICO	6
1.8.1	Nivel de investigación	6
1.8.1.1	Exploratoria.....	6
1.9	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	7
1.9.1	Exploratoria.....	7
1.9.2	Descriptiva	7

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1	MARKETING.....	8
2.1.1	Definición del marketing	8
2.2	IMPORTANCIA DEL MARKETING	8
2.3	TIPOS DE MARKETING.....	9
2.3.1	Marketing estratégico	9
2.3.1.1	Beneficios del marketing estratégico.....	9
2.3.2	Marketing operativo.....	10
2.4	DESARROLLO DEL MARKETING MIX.....	11
2.4.1	Producto	11
2.4.2	Precio	11
2.4.3	Distribución.....	11
2.4.4	Promoción	12
2.5	DEFINICIÓN DE PLAN.....	12
2.6	TIPOS DE PLANES.....	12
2.6.1	Plan estratégico.....	12
2.6.1.1	Objetivo del plan estratégico.....	13
2.6.2	Plan operativo.....	13
2.6.3	Plan de marketing	13
2.7	HERRAMIENTAS DEL PLAN DE MARKETIN	13
2.8	MISIÓN	15
2.8.2	Características	15
2.8.3	Importancia	16

2.9 VISION.....	16
2.9.2 Características	16
2.9.3 Importancia	16

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO

3.1 CARACTERISTICAS GENERALES DE LA EMPRESA.....	17
3.2 MARCO ESTRATÉGICO.....	21
3.3 COMPORTAMIENTO DE LAS VENTAS	22
3.4 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LA FUNCION DEL MARKETING EN LA EMPRESA.....	26
3.5 ANÁLISIS MATRIZ BCG (BOSTON CONSULTING GROUP) PARA EL RESTAURANTE EL TRÉBOL.....	27
3.6 ANÁLISIS DEL MARKETING MIX DEL RESTAURANTE EL TRÉBOL, PARA MANTENER O RECUPERAR EL NIVEL DE COMPETITIVIDAD.....	32

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 MISIÓN	40
4.2 VISIÓN.....	40
4.3 VALORES	40
4.4 OBJETIVOS	41
4.4.1 Objetivo general	41
4.4.2 Objetivos específicos.....	41
4.5 POLÍTICAS	41
4.6 ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	42

4.6.1 Marketing Digital.....	43
4.6.2. Marketing Offline.....	46
4.7 PRESUPUESTO	49

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
TABLA 3.1: MENÚ DE PLATOS EXTRAS DEL RESTAURANTE EL TRÉBOL.....	19
TABLA 3.2: MENÚ SEMANAL DE ALMUERZOS DEL RESTAURANTE EL TRÉBOL DURANTE UN MES.....	20
TABLA 3.3: VENTAS DEL PRIMER SEMESTRE 2022.....	22
TABLA 3.4: VENTAS DEL SEGUNDO SEMESTRE 2022.....	22
TABLA 3.5: INGRESOS MENSUALES AÑO 2022	23
TABLA 3.6: VENTAS DEL PRIMER SEMESTRE 2023.....	24
TABLA 3.7: VENTAS TOTALES PRIMER SEMESTRE DEL 2023.....	25
TABLA 3.8: PRODUCTOS	27
TABLA 3.9: MATRIZ BCG PARA EL RESTAURANTE “EL TRÉBOL” GESTIONES 2022 Y 2023.....	29
TABLA 3.10: PRODUCTOS	32
TABLA 4.1: PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA	49

ÍNDICE DE GRAFICOS

	Página
GRÁFICO 3.1: Nit del restaurante “EL TRÉBOL”	17
GRÁFICO 3.2: Licencia de funcionamiento del restaurante “EL TRÉBOL”.....	178
GRÁFICO 3.3: Certificado de registro obligatorio de empleados.....	18
GRÁFICO 3.4: Logo.....	19
GRAFICO 3.5: Ventas Gestión 2022.....	23
GRÁFICO 3.6: Ventas Primer Semestre 2023	24
GRAFICO 3.7: Matriz BCG para el restaurante “El Trébol” gestiones 2022 y 202	30
GRÁFICO 3.8: Plaza.....	34
GRÁFICO 3.9: Restaurante.....	34
GRÁFICO 4.1: Página del restaurante “EL TRÉBOL” actualizada.....	43
GRÁFICO 4.2: Actualizacion de productos ofertados en la página	44
GRÁFICO 4.3: Ofertas de productos en la página.....	44
GRÁFICO 4.4: Menú enviado diariamente por whatsapp a sus comensales	45
GRÁFICO 4.5: Ofertas promocionales por whatsapp a sus comensales	45
GRÁFICO 4.6: souvenirs del restaurante “EL TRÉBOL”	46
GRÁFICO 4.7: Tarjeta de presentación del restaurante.....	47
GRÁFICO 4.8: Panfleto del restaurante “EL TRÉBOL”	48