

RESUMEN EJECUTIVO

La Planificación Estratégica es esencial para el éxito de cualquier organización, ya que proporciona un rumbo claro y la capacidad de adaptarse a los cambios del entorno. Sin embargo, el Restaurante El Trébol, con más de 14 años de presencia en el mercado de Tarija, ha enfrentado dificultades en su gestión de ventas, especialmente después de la pandemia de COVID-19. Esta falta de estrategia de marketing ha llevado a una disminución en las ventas.

El problema de investigación radica en la inexistencia de estrategias de ventas efectivas en el Restaurante El Trébol para enfrentar situaciones adversas. A pesar de ofrecer una variedad de platos y servicios, las ventas han disminuido significativamente. La falta de un plan estratégico de marketing es evidente, y esta carencia ha afectado la capacidad del restaurante para adaptarse a los cambios en el mercado.

Para abordar este problema, este trabajo de investigación tiene como objetivo determinar el nivel de incidencia que tiene la falta de un plan estratégico de marketing en el nivel de ventas del Restaurante El Trébol. Se busca identificar las características y preferencias de los consumidores en la ciudad de Tarija, realizar un análisis FODA y diseñar un plan de marketing basado en la información recopilada. Se plantea la hipótesis de que la disminución en las ventas se debe a la falta de un Plan Estratégico de Marketing.

La justificación de este proyecto radica en la necesidad práctica y social de mejorar la posición del restaurante en el mercado. Se espera que la implementación de estrategias de marketing ayude a aumentar las ventas y atraer a más clientes. Este proyecto se llevará a cabo en el Restaurante El Trébol en Tarija, Bolivia.