

Anexo I. Registro del Título del Trabajo Fin de Grado (TFG)

NOMBRE DEL ALUMNO: Elena Zamora Rubio

PROGRAMA: E-2

GRUPO: A

FECHA: 19/10/2024

Director Asignado: Fernández del Hoyo

Apellidos

Alfonso Pedro

Nombre

Título provisional del TFG:

**DISEÑO E IMPLANTACIÓN DE UN PLAN DE
INTERNACIONALIZACIÓN EN EL SECTOR DE *FAST FOOD*
GOURMET. EL CASO DE VICIO.**

ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 2 páginas: objetivo, bibliografía, metodología e índice preliminares)

Firma del estudiante:

Elena Zamora Rubio

Firma del Director:

Alfonso Fernández del Hoyo

OBJETIVO

El objetivo de este trabajo de fin de grado es analizar la estrategia de expansión internacional para un restaurante de comida rápida gourmet, utilizando como caso de estudio la marca española Vicio. Para ello, se realizará un análisis detallado del sector de la restauración tanto a nivel nacional como global, explorando las oportunidades y desafíos específicos que enfrenta este sector y la empresa particularmente en procesos de internacionalización.

Se estudiará en profundidad el caso de Vicio, examinando sus hitos históricos junto con su misión, visión, valores, así como el modelo de negocio, para posteriormente aplicar un marco metodológico de internacionalización *ad hoc* para la empresa, basado en los principales modelos de Plan de Marketing Internacional existentes en la literatura académica. A través de este análisis, se buscará proponer un plan de expansión internacional viable, que incluya la selección de mercados objetivo, las estrategias de entrada más adecuadas y las tácticas de implantación, con el fin de evaluar las oportunidades, retos y posibles mejoras para la empresa en su proceso de expansión.

METODOLOGÍA, ESTRUCTURA Y PARTES

Con el fin de cumplir los objetivos establecidos para el trabajo, se partirá de una revisión de la literatura existente sobre el sector, usando fuentes secundarias académicas y científicas que permitan fijar un marco teórico adecuado empleando las bases de datos disponibles en la Universidad (EBSCO, WOS, Scopus) así como Google Scholar y otras fuentes externas fidedignas. Esto servirá para estudiar las posibles estrategias de entrada en mercados exteriores. Dentro de esta metodología propuesta, también se incluirá la información de fuentes internas ya sean informes del sector, noticias relevantes, estudios de mercados, y toda la información disponible en la empresa.

En una Parte Primera se analizará el sector a nivel nacional e internacional, así como a la empresa con la ayuda de herramientas como el análisis PESTEL, DAFO, 5 Fuerzas, Cadena de Valor, entre otros. A continuación, en la Parte Segunda se diseñará un modelo de internacionalización en base a los más acreditados adaptándolo a la empresa. Seguidamente, se implantará un plan de expansión basado en el análisis de los mercados objetivos identificados y se finalizará con las conclusiones y recomendaciones para mejorar la viabilidad del proceso de potencial internacionalización de la empresa.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA

PARTE PRIMERA: EL ESTADO DE LA CUESTIÓN

1. Análisis del sector de *Fast Food* gourmet
 - i. Análisis a nivel global
 - ii. Análisis a nivel nacional
2. El caso de Vicio
 - i. Historia de la marca
 - ii. Misión, visión y valores
 - iii. Modelo de negocio
 - iv. Principales competidores

PARTE SEGUNDA: DISEÑO E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN

3. Concepto de internacionalización
4. Modelos de internacionalización
5. Desarrollo del modelo elegido

IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE VICIO

6. Análisis del mercado objetivo y elección de mercados
7. Marketing mix
8. Implantación

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA PRELIMINAR

- Alarcia, I. (2024). *Plan de marketing para la internacionalización de Noon en mercados exteriores*. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/79563/TFG%20ALARCIA%20SANTOS%2c%20ISABEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Álvarez, P., & Graziano, A. (2024, abril). Un año excepcional para el sector de la restauración en España. *CaixaBank Research*. https://www.caixabankresearch.com/sites/default/files/content/file/2024/04/10/34455/im04_24-07-ee-focus-7-es.pdf
- Loor, M. A. (2022). *Las plataformas delivery en españa*. <https://repositorio.upct.es/server/api/core/bitstreams/c1f45646-c869-40f8-8275-bd4bba0295a7/content>
- Lozoya, M. M. (2024). *Plan de internacionalización para una empresa en el sector de la moda: el caso de la marca nícoli*. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/79514/TFG%20-%20Lozoya%20Beato%2c%20Marta%20Maria.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Miragaya, L. C., & Miret-Pastor, L. (2018). Fuentes estadísticas para analizar el sector de la restauración en España. *Papers Revista de Sociologia*, 104(1), 129. <https://doi.org/10.5565/rev/papers.2483>
- Ramos, A. E. A., & Segura, F. M. (2024). Marketing Digital para la Internacionalización en las pequeñas y medianas empresas: Una revisión. *RAN Revistas Academia y Negocios*, 10(2), 280-294. <https://doi.org/10.29393/ran10-18mdia20018>
- Rivero, B. (2023). *Plan de marketing sensorial para la empresa de hamburguesas vicio*. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/74122/TFG%20-Rivero%20Rodriguez%2c%20Barbara.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>