



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA

“LA PROMOCIÓN PARA EL INCREMENTO DE LA DEMANDA EN EL
RESTAURANTE CAMPESTRE “LA NUEVA PRADERA” – PIURA
2014”.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

AUTORA:

BACH. JIMÉNEZ CATERIANO, SUSANA ELVIRA

ASESOR:

MG. HURTADO CASTAÑEDA, JAMY MARÍA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y CENTROS DE ESPARCIMIENTO

PIURA – PERÚ

2014

PÁGINA DEL JURADO

MG. JOSÉ ÍTALO LAMA ROSALES

PRESIDENTE

MG. JAMY MARÍA HURTADO CASTAÑEDA

SECRETARIA

MG. JUDITH ESTEFANY ARAUJO GARCÍA

VOCAL

DEDICATORIA

A MIS PADRES: SUSANA Y ARTURO

Con todo mi amor y cariño porque hicieron
de todo para que lograré mis metas y sueños, por estar ahí
siempre, por motivarme a seguir adelante, a ustedes por
siempre mi corazón y agradecimiento.

A MIS ABUELITAS Y HERMANO:

Por estar siempre a mi lado en todo momento apoyándome
a seguir y no dar marcha atrás aconsejándome y dándome
ánimos, gracias por su paciencia y sobre todo por
confiar en mí.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradecerles a Dios y a mis padres por haber permitido darme fuerzas y valor para culminar esta etapa de mi vida.

A mis profesores por toda la enseñanza transmitida y por toda la paciencia y dedicación que han tenido hacia mi persona.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo **SUSANA ELVIRA JIEMENZ CATERIANO** con DNI N° **45510568**, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de CIENCIAS EMPRESARIALES , Escuela ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINSITRACION EN TURISMO Y HOTELERIA, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, Diciembre del 2014.

Susana Elvira Jiménez Cateriano.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “LA PROMOCIÓN PARA EL INCREMENTO DE LA DEMANDA EN EL RESTAURANTE CAMPESTRE “LA NUEVA PRADERA” – PIURA 2014”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración en Turismo y Hotelería.

La Autora.

ÍNDICE

CARATULA.....	i
PÁGINAS PRELIMINARES	
JURADO CALIFICADOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Problema.....	13
1.2. Hipótesis.....	15
1.2.1. Hipótesis General.....	15
1.2.2. Hipótesis Específicas.....	15
1.3. Objetivos.....	15
1.3.1. Objetivo General.....	15
1.3.2. Objetivos Específicos.....	15
II. MARCO METODOLOGICO	16
2.1. Variables.....	16
2.2. Operacionalizacion de Variables.....	17
2.3. Metodología.....	18
2.4. Tipos de estudio	18
2.5. Diseño.....	18
2.6. Población, muestra y muestreo.....	19
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	19
2.8. Métodos de análisis de datos.....	20
III. RESULTADOS	21
IV.DISCUSIÓN DE RESULTADOS	30
V. CONCLUSIONES	32

VI. SUGERENCIAS.....	33
VII.REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	34
ANEXOS.....	35

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: BASE DE DATOS.....	46
TABLA 2: PROMOCIÓN POR DIMENSIONES	21
TABLA 3: PROMOCIÓN	22
TABLA 4: DEMANDA POR DIMENSIONES	23
TABLA 5: DEMANDA.....	24
TABLA 6: CORRELACIONES ENTRE LAS DIMENSIONES DE PROMOCIÓN Y DEMANDA	25
TABLA 7: CORRELACIONES ENTRE LAS VARIABLES PROMOCIÓN Y DEMANDA	27
TABLA 8: CHI CUADRADO	28

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01.PLANO DEL RESTAURANTE CAMPESTRE "LA NUEVA PRADERA"-PIURA.....	55
Figura 02. INFRAESTRUCTURA.....	56
Figura 03.AMBIENTES.....	57

RESUMEN

El presente trabajo de investigación respondió a la necesidad de conocer el nivel de relación existente entre la promoción y el incremento de la demanda en el Restaurante Campestre “La Nueva Pradera”- Piura, ante el reducido posicionamiento en el mercado gastronómico local de este establecimiento. En tal sentido, tuvo como objetivo analizar la promoción y su relación con el incremento de la demanda en el Restaurante Campestre “La Nueva Pradera”- Piura 2014. Para su desarrollo se utilizó el tipo de estudio explicativo y un diseño no experimental, transversal-correlacional. La población de estudio estuvo conformada por 400 clientes, que es el número promedio de comensales que acudieron al restaurante en el periodo marzo- agosto 2014, de la cual se seleccionó una muestra 196 clientes. Los datos estadísticos fueron recolectados a través de la encuesta, con el instrumento cuestionario a los clientes. Para el procesamiento de los datos se diseñó una base de datos Excel y se aplicó el programa estadístico SPSS; para el análisis de los resultados se empleó estadísticos descriptivos básicos. Entre los resultados encontrados, la promoción del Restaurante Campestre “La Nueva Pradera”- Piura, resulta deficiente, mientras que la demanda es regular, según apreciación de la mayoría de clientes. Asimismo, se obtuvo un coeficiente de correlación positiva muy baja entre ambas variables que evidencian que la demanda está siendo afectada mínimamente por la promoción.

Palabras Clave: Promoción, Demanda, incremento, restaurante, relación.

ABSTRACT

This research responded to the need to know the level of relationship between the promotion and increased demand in the Campestre "The New Meadow" Restaurant - Piura, to the reduced position in the local food market of this establishment. In this regard, I aimed to analyze the promotion and its relationship with the increase in demand in the country restaurant "The New Meadow" - Piura 2014. For its development the type of comprehensive study and a non-experimental design was used, transversely correlational. The study population consisted of 400 clients, which is the average number of guests who came to the restaurant in the period March-August 2014, from which a sample was selected 196 customers. The statistical data were collected through the survey, the questionnaire to clients instrument. For data processing was designed an Excel database and the SPSS statistical program was applied; for the analysis of the results it was used basic descriptive statistics. Among the results, the promotion of Restaurant Campestre "The New Meadow" - Piura is deficient, while demand is regular, according to the judgment of the majority of customers. Also, a very low coefficient of positive correlation between the two variables that indicate that demand is being affected minimally by the promotion was obtained.

Keywords: Promotion, Demand, increment, restaurant, relationship.