



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Tesis para Optar el Título Profesional de Licenciada en Administración;**

**denominada:**

**PLAN DE MERCADEO PARA APERTURAR UN RESTAURANT**  
**GOURMET EN LA CIUDAD DE BAGUA GRANDE**

**AUTORA:**

**Bach. Cily Yudixa Díaz Sánchez**

**PIMENTEL - PERÚ**

**2012**

## RESUMEN

La presente investigación tiene por objetivo proponer un plan de mercadeo que favorezca la demanda para la apertura de un restaurant en la ciudad de Bagua Grande. qse va dedicar a la venta de comida de la zona de Bagua, teniendo como problema principal que en la ciudad no están resaltando la gastronomía por lo que no existen ligares con variedad de platos y no cumplen con requisitos para el funcionamiento de un restaurante.

La investigación es de tipo descriptivo y propositiva, la población estuvo conformada por las personas que acuden a un restaurante, las cuales son 265 personas. Para la recolección de los datos se utilizó la encuesta y las consultas bibliográficas, y para el procesamiento de los datos se utilizó el programa de SPSS 18.0 y Excel, con la finalidad de analizar en qué medida aplicar un plan de mercadeo favorece la demanda de la apertura de un restaurante.

Por lo se concluye que el restaurante gourment no cuenta con un plan de mercadeo para genera demanda potencial en la zona geográfica, por lo que es importante elaborar un plan de mercadeo, dirigido exclusivamente a generar demanda potencial en la zona geográfica.

## **ABSTRACT**

Then the thesis is to propose a marketing plan that promotes demand for the opening of a restaurant in the city of Bagua Grande. To be spent on food sales Bagua area, with the main problem in the city are not highlighting the cuisine so no life hotspot variety of dishes and do not meet requirements for the operation of a restaurant.

The research is of type is descriptive and proportional; the population consisted of people who go to a restaurant, which is 265 people. To collect the data we used the literature survey and consultation, and data processing software was used SPSS 18.0 and Excel, in order to analyze the extent to implementing a marketing plan promotes demand opening a restaurant.

It is concluded that the gourmet restaurant has no marketing plan to generate potential demand in the geographical area, so it is important to develop a marketing plan, aimed solely at generating potential demand in the geographical area.