



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Viabilidad de mercado para la instalación de un restaurante en Piura - Año 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Bach. Yarlequé Chunga, Percy (ORCID: 0000-0001-7644-6947)

ASESOR:

Dr. Castillo Palacios, Freddy William (ORCID: 0000-0001-5815-6559)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

PIURA – PERÚ

2019

Dedicatoria

A Dios, por el don de la vida y por la bendición
de vivirla a plenitud cada día.

Agradecimiento

A Dios por ser nuestra fuente de vida e inspiración.

A mis padres por sus cuidados y apoyo desde que vine a este mundo.

Gracias.

Página del jurado



Universidad César Vallejo
Facultad de Ciencias Empresariales
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Facultad Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Piura,
siendo las 11:00 am del día VIERNES 24 de DICIEMBRE del 2019

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

**"Viabilidad de mercado para la instalación de un restaurante en Piura
– Año 2019"**

Sustentada por:

YARLEQUÉ CHUNGA PERCY

(Apellidos)

(Nombres)

Bachiller en:
Administración.

ACUERDAN:

Aprobar

RECOMENDAN:

Presidente (a) del Jurado: Dr. Freddy Castillo Palacios
Nombres y Apellidos

[Firma]
Firma

Miembro del Jurado: Dra. Nalida Rodríguez de Peña
Nombres y Apellidos

[Firma]
Firma

Miembro del Jurado: Mgtr. Iván Vegas Palomino
Nombres y Apellidos

[Firma]
Firma

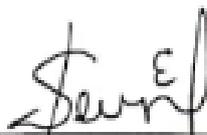
Declaratoria de autenticidad

Yo, Percy Yarlequé Chunga, identificado con DNI N° 42127755 con el propósito de cumplir las disposiciones vigentes establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, por lo cual declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro bajo juramento que los datos e información que se han mencionado anteriormente en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Piura, diciembre de 2019


Percy Yarlequé Chunga
DNI N° 42127755

ÍNDICE

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de tablas	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	11
2.1. Diseño de Investigación	11
2.2. Variables de Operacionalización	11
2.3. Población, muestra y muestreo	13
2.3.1. Población.....	13
2.3.2. Muestra.....	13
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	13
2.4.1. Técnica	13
2.4.2. Instrumento de la recolección de datos	14
2.4.3. Validez	14
2.4.4. Confiabilidad.....	14
2.5. Procedimiento	14
2.6. Método de análisis de datos	14
2.7. Aspectos éticos	15
III. RESULTADOS	16
IV. DISCUSIÓN	27
V. CONCLUSIONES.....	30
VI. RECOMENDACIONES	31
REFERENCIAS	32
ANEXOS.....	34
Anexo N° 1 Matriz de consistencia.....	35

Anexo N° 2 Formato de cuestionario	37
Anexo N° 3 Guía de observación a los restaurantes de la competencia	39
Anexo N° 4 Guía de observación a los restaurantes de la competencia	40
Anexo N° 5 Validación de jueces expertos	41
Anexo N° 6 Acta de aprobación de originalidad de la tesis.....	51
Anexo N° 7 Pantallazo del porcentaje turnitin.....	52
Anexo N° 8 Autorización de la publicación de la tesis.....	53
Anexo N° 9 Autorización de la versión final.....	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Cantidad de platos y bebidas que venden restaurantes durante el día en Piura .	16
Tabla N° 2 Nivel de precios de los platos y bebidas ofrecidas en los restaurantes	17
Tabla N° 3 Porcentaje de clientes potenciales según tipo de comida preferida	18
Tabla N° 4 Porcentaje de clientes potenciales según tipo de bebida preferida	18
Tabla N° 5 Porcentaje de clientes potenciales del restaurante según los servicios adicionales que le gustaría encontrar en el nuevo restaurante	19
Tabla N° 6 Porcentaje de clientes potenciales del restaurante según días preferidos de atención	20
Tabla N° 7 Porcentaje de clientes potenciales del restaurante según el horario preferido ..	20
Tabla N° 8 Porcentaje de clientes potenciales del restaurante según lo que más valoraría .	21
Tabla N° 9 Porcentaje de clientes potenciales del restaurante según lugar preferido para el local	22
Tabla N° 10 Porcentaje de clientes potenciales del restaurante en la ciudad de Piura según el sexo	23
Tabla N° 11 Porcentaje de clientes potenciales del restaurante en Piura según edad	23
Tabla N° 12 Porcentaje de clientes potenciales del restaurante según estado civil	24
Tabla N° 13 Consumo promedio por personas de platos y bebidas ofrecidos en un restaurante	25
Tabla N° 14 Porcentaje de clientes potenciales del restaurante en Piura según promedio de ingreso mensual	26

RESUMEN

La tesis analizó la viabilidad de mercado para la creación de un restaurante en Piura, la muestra de estudio estuvo conformada por 384 hombres y mujeres entre las edades de 18 a 60 años. Para determinar la oferta se aplicó una guía de entrevista y una guía de observación a los distintos restaurantes que cuenta en Piura, de esta forma se obtuvo información respecto al volumen de ventas y el nivel de precios de los restaurantes. Para la demanda se aplicó un cuestionario a los individuos conformantes de la muestra, logrando determinar los gustos y preferencias y el nivel de ingresos. La investigación de mercado logró establecer que en Piura existe una demanda insatisfecha con un gran gusto por la comida criolla, la cerveza y los shows, avalando que existe viabilidad de mercado para la idea de negocio.

Palabras claves: mercado, restaurantes, oferta, demanda, gustos

ABSTRACT

The thesis analyzed the market viability for the creation of a restaurants in Piura, the study sample was made up of 384 men and women between the ages of 18 to 60 years. To determine the offer, an interview guide and an observation guide were applied to the different restaurants in Piura, thus obtaining information regarding the volume of sales and the level of prices of the restaurants. For the demand, a questionnaire was applied to the individuals making up the sample, managing to determine the tastes and preferences and the income level. The market research managed to establish that in Piura there is an unsatisfied demand with a great taste for Creole food, beer and shows, guaranteeing that there is market viability for the business idea.

Keywords: market, restaurants, supply, demand, tastes