



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERIA Y TURISMO

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL
DE ADMINISTRACION**

TESIS

**PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING PARA LA
DIFUSIÓN GASTRONÓMICA DEL DISTRITO DE
PACHACAMAC.**

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LIC. HOTELERIA Y TURISMO

AUTOR(ES)

ANDREA FIORELLA, LAZO ALARCON.

Asesor metodológico:

Miguel Cornejo

Asesor teórico:

Mauro Granados

LIMA – PERÚ

2011

DEDICATORIA

Mi dedicatoria principal a Dios quien permite que estemos aquí, realizando este aporte a la comunidad y también a mi familia, quien me ha brindado su apoyo incondicional, amor y comprensión en cada momento.

Gracias a todos quienes aportaron su granito de arena en esta importante tesis.

AGRADECIMIENTO

Expreso un agradecimiento especial a todos los habitantes del Distrito de Pachacámac y de la Oficina de Turismo , quienes compartieron conmigo sus conocimientos y con todo su apoyo y disposición sin limite, hicieron posible que esta tesis culmine con éxito y se convierta en un aporte para el distrito de Pachacámac y cualquier otra que decida adoptar este modelo.

Agradezco a la Universidad Cesar Vallejo, por dame la oportunidad de entregar a al distrito este valioso aporte, gracias apreciados facilitadores por su valiosa ayuda, comprensión y tiempo brindado para realizar esta tesis,

RESUMEN

La presente tesis plantea un modelo orientado a apoyar a la difusión de la gastronomía de Pachacamac, implementando un plan de marketing con un enfoque centrado en el desarrollo gastronómico en torno a las estrategias establecidas.

Asimismo se ha constatado la escasez cuando no a la ausencia de un registro histórico que resalte la descripción desarrollo de la variedad de potajes típicos, como sus productos orgánicos siendo los principales pilares para una captación alta de demanda gastronómica en el distrito de Pachacamac.

Plantear una perspectiva analítica sobre el plan de marketing que se enfocara a desarrollar una difusión de su gastronomía del distrito de Pachacamac, disolviendo de esta manera la problemática, buscando procesos de integración con entes privados y públicos para el diseño y ejecución de este plan.

En el plano teórico se revisan los conceptos, ideas y teorías existentes sobre la problemática que existe dentro del distrito acerca de su difusión gastronómica, como también estrategias contractuales que fomentaran al diseño del plan de marketing para que sea ejecutado de manera adecuada, enfocándose en que sus visitantes cuenten con conocimientos acerca de su desarrollo gastronómico, a través de los lineamientos estratégicos.

ABSTRACT

This thesis presents a model aimed to support the dissemination of the gastronomy of Pachacámac, implementing a marketing plan with a focus on culinary development around established strategies.

It has also found a shortage when the absence of a historical development that emphasizes the description of the variety of typical foods, such as organic products remain the main pillars for a gastronomic demand high uptake in the district of Pachacámac

Pose an analytical perspective on the marketing plan that focused on developing its food distribution in the district of Pachacámac, thus dissolving the problem, seeking integration with public and private entities for the design and implementation of this plan.

In theoretical reviews the concepts, ideas and existing theories about the problem that exists within the district about their gastronomic spread, as well as contractual strategies that encourage the design of the marketing plan to be executed properly, focusing on that visitors have knowledge of culinary development through the strategic guidelines.