



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y
HOTELERÍA

“Determinación del perfil del consumidor del restaurante turístico El Aguajal,
Los Olivos, 2016”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
ADMINISTRADOR EN TURISMO Y HOTELERÍA

AUTOR:

Castañeda Lingan, Sebastian Alonso Gabriel

ASESOR:

Mg. Carlos Tovar Zacarias

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Empresas Turísticas y de Centros de Esparcimientos

LIMA – PERÚ

2016

HOJA DEL JURADO

Dedico este trabajo a seres amados y al
progreso del país.

Agradezco a dios, mis padres, maestros y compañeros por el apoyo y fortaleza brindaros.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Castañeda Lingan Sebastian Alonso Gabriel con DNI N° 71021731, a defecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideras en el reglamento de Grado y Título de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela profesional de Administración en Turismo y Hotelería, declarado bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declarado 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 apartada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 2016

Castañeda Lingan, Sebastian AlonsoGabriel

PRESENTACIÓN

La presente investigación titulada “El perfil del consumidor del restaurante turístico Aguajal” tiene como objetivo principal analizar el perfil del consumidor del restaurante turístico Aguajal. Esta investigación se conforma de VIII capítulos detallados para una mejor y fácil comprensión del tema.

En el capítulo I se habla de la introducción, de la realidad problemática, de los antecedentes, del marco teórico y conceptual, de los problemas generales y específicos, de la justificación, de los objetivos y de la contribución de la investigación presente.

En el capítulo II se detalla la metodología de la investigación, la población y muestra, los métodos de investigación, las técnicas e instrumentos utilizados para el análisis de datos.

En el capítulo III se menciona los resultados de la investigación, donde se utilizó para su recolección el cuestionario, que permitió lograr la interpretación necesaria para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

En el capítulo IV se contempla la discusión, en el capítulo V se topa las conclusiones del caso, en el capítulo VI se destaca las recomendaciones planteadas, en el capítulo VI se presenta las propuestas, en el capítulo VII se muestra las referencias bibliográficas y se finalizará con el capítulo VIII donde se mostrará los anexos.

ÍNDICE

PAGINA DE JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACION DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACION	vi
INDICE	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCION	1
1.1 Realidad problemática	2
1.2 Trabajos previos	3
1.3 Teorías relacionadas al tema	8
1.4 Formulación del problema	20
1.4.1 Problema general	20
1.4.2 Problemas específicos	20
1.5 Justificación del estudio	20
1.6 Relevancia	21
1.7 Contribución	21
1.8 Objetivos	22
1.8.1 Objetivo general	22
1.8.2 Objetivos específicos	22
II. MÉTODO	23
2.1 Diseño de investigación	23
2.2 Variables, operacionalización	23
2.3 Población y muestra	25
2.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad	26
2.5 Métodos de análisis de datos	26
2.6 Aspectos éticos	27
III. RESULTADOS	28

IV.	DISCUSIÓN	50
V.	CONCLUSIONES	56
VI.	RECOMENDACIONES	59
VII.	PROPUESTA	60
VIII.	REFERENCIAS	61
	ANEXOS	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1:	Sabor del plato	28
Tabla N° 2:	Presentación del plato	29
Tabla N° 3:	Precio del producto y servicio	30
Tabla N° 4:	Atención brindando	31
Tabla N° 5:	Información de la carta	32
Tabla N° 6:	Accesibilidad al restaurante	33
Tabla N° 7:	Preferencia de gastronomía selvática	34
Tabla N° 8:	Forma de visitar el restaurante según agrupación	35
Tabla N° 9:	Forma de visitar el restaurante con respecto a los pagos	36
Tabla N° 10:	Sexo	37
Tabla N° 11:	Edad en frecuencias	38
Tabla N° 12:	Grado de instrucción realizado y en proceso	39
Tabla N° 13:	Principal ocupación	40
Tabla N° 14:	Motivo de visita	41
Tabla N° 15:	Presentación del personal	42
Tabla N° 16:	Calidad de servicio	43
Tabla N° 17:	Medios de difusión de información	44
Tabla N° 18:	Evaluación de las alternativas	45
Tabla N° 19:	Medio influyente	46
Tabla N° 20:	Evaluación del servicio consumido	47
Tabla N° 21:	Recomendaciones del producto	48

RESUMEN

El ámbito de la gastronomía ha tenido un enorme crecimiento en estos últimos años, se ha convertido en uno de los principales motores del turismo, siendo este rubro un motivo participante de las actividades turísticas. El Perú es un país que posee una gran diversidad gracias a las riquezas que ofrece sus tierras que son capaces de elaborar sabrosos y sanos productos y con múltiples virtudes que incorporan, además se debe mencionar que una de las tres regiones del Perú que posee una variedad de productos suculentos es la región selvática, incorporado por el gran abanico de productos alimenticios que sirven como base para la preparación de sus exquisitos platos, por tal motivo se considera que deben tener un aprovechamiento por motivos de que es un gran fuente generadora de ingresos y un medio para generar trabajo, el cual es necesario para el progreso nacional, es por ello que vemos el ámbito de la restauración como medio para el progreso y surgimiento del país.

Esta investigación se desarrolló en el restaurante turístico Aguajal del distrito de Lima, el cual cuenta con una variada oferta gastronómica de platos oriundos de la selva peruana, capaz de satisfacer a los comensales más exigentes. El presente trabajo pretende analizar el perfil del consumidor del restaurante turístico Aguajal y pretende identificar cuáles son las condiciones internas y externas del comportamiento del consumidor y a su vez las fases del proceso de decisión de compra del consumidor del restaurante turístico Aguajal.

PALABRAS CLAVES: Gastronomía, Aguajal, Restauración, Turismo Gastronómico, Perfil del consumidor, Condiciones internas y externas del consumidor, Fases del proceso de decisión de compra.

ABSTRACT

The area of gastronomy has had enormous growth in recent years, it has become one of the main engines of tourism, being this subject a participant motive of tourism activities. Peru is a country that has a great diversity thanks to the wealth offered by its lands that are able to produce tasty and healthy products and with multiple virtues that incorporate, in addition it should be mentioned that one of the three regions of Peru that has a variety Of succulent products is the jungle region, incorporated by the wide range of food products that serve as a basis for the preparation of their exquisite dishes, for this reason they are considered to have an advantage because it is a great source of income and A means to generate work, which is necessary for national progress, is why we see the field of restoration as a means for the progress and emergence of the country.

This research was developed in the tourist restaurant Aguajal of the district of Lima, which has a varied gastronomic offer of dishes originating in the Peruvian jungle, able to satisfy the most demanding diners. This paper aims to analyze the profile of the consumer of the tourist restaurant Aguajal and aims to identify the internal and external conditions of consumer behavior and in turn the phases of the consumer buying decision process of the Aguajal tourist restaurant.

KEYWORDS: Gastronomy, Aguajal, Restoration, Gastronomic tourism, Consumer profile, Internal and external conditions of the consumer, Phases of the purchase decision process.