



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO  
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



---

---

**MARKETING MIX EN LOS RESTAURANTES DE TRES TENEDORES PARA LA  
ELABORACIÓN DE PLATOS A BASE DE QUINUA DEL CENTRO HISTÓRICO  
DEL CUSCO 2016**

---

---

Presentado por:

**Bach. IVONE ESPERANZA RUEDA VERA**

Tesis para optar al Título Profesional de:

**LICENCIADA EN TURISMO**

Asesora:

**Mg. TANIA VILLAFUERTE TOLEDO**

**CUSCO – PERÚ**

**2017**



**Título :** MARKETING MIX EN LOS RESTAURANTES DE TRES TENEDORES PARA LA ELABORACIÓN DE PLATOS A BASE DE QUINUA DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO 2016.

**Autor :** - Ivone Esperanza Rueda Vera

**Fecha :** 28-06-2017

### RESUMEN

En la presente tesis se muestra el concepto de Quinoa su importancia y la buena oportunidad de negocio que se puede dar para los restaurantes de tres tenedores en el Centro Histórico de la Ciudad del Cusco, por la gran tendencia que ha tenido estos últimos años a través de la implementación de platos andinos basados en Quinoa, se pudo observar la aceptación que se tuvo por parte de los gerentes y los distintos comensales para lo cual se hizo el respectivo proceso de implementación.

El objetivo del presente trabajo de investigación es determinar el Marketing mix en los Restaurantes de tres tenedores para la elaboración de platos a base de Quinoa en el Centro histórico del Cusco 2016. La metodología aplicada fue de tipo básico y el nivel fue descriptivo el diseño es noexperimental porque aquello cuyas variables independientes carecen de manipulación intencional, y no poseen grupo control, ni mucho menos experimental. Analizan los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia. Se concluyo que se puede ver bien el producto que en este caso es los Platos elaborados a base de Quinoa ya que se identificó la forma de ofertar el producto que viene a ser en el almuerzo en la presentación de postre ya que estas tuvieron el mayor %. Lo cual permitió aceptación por parte de los Gerentes de los Restaurantes de Tres Tenedores del Centro Histórico del Cusco.

**Palabras Claves:** Marketing Mix. Restaurantes de tres tenedores. Elaboración de platos elaborados a base de Quinoa.



### ABSTRACT

This thesis shows the concept of Quinoa its importance and the good business opportunity that can be given for three forks restaurants in the Historic Center of the City of Cusco, for the great trend that has had in recent years through of the implementation of Andean dishes based on Quinoa, it was possible to observe the acceptance that was had by the managers and the different commensals for which the respective implementation process was made. The objective of the present research work is to determine the Marketing mix in the Three Forensic Restaurants for the elaboration of dishes based on Quinoa in the historical Center of Cusco 2016.

The methodology applied was of a basic type and the level was descriptive. The design is non-experimental because those whose independent variables lack intentional manipulation and do not have a control group, let alone experimental. They analyze the facts and phenomena of reality after its occurrence. It was concluded that you can see the product well in this case is the Plates made with Quinoa as it was identified how to offer the product that comes to be at lunch in the presentation of dessert since they had the highest%. This allowed acceptance by the Managers of Three Fork Restaurants of the Historical Center of Cusco.

Keywords: Marketing Mix. Three fork restaurants. Preparation of dishes made with Quinoa