



UCV
UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN DEL MARKETING MIX Y POSICIONAMIENTO DEL
RECREO TURÍSTICO PARAÍSO VERDE BANDA DE SHILCAYO, 2014.**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACION**

AUTOR:

ARÉVALO VÁSQUEZ ANA LUCIA

ASESOR:

ING. FERNANDO RUIZ SAAVEDRA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

TARAPOTO - PERÚ

2014

Página del jurado

LIC. BURGOS BARDALES ROGER

ING. RUIZ SAAVEDRA FERNANDO

LIC. MARTELL ALFARO KARLA PATRICIA

Dedicado a:

Dios, por haberme permitido culminar con éxito mis estudios profesionales, dándome la vida, la salud y todo lo necesario para lograr este gran paso, ya que de no haber sido por El, nada de esto hubiera pasado.

Mi familia, ya que gracias a su apoyo incondicional es que pude lograr este gran paso en mi vida; son ellos quienes con su ejemplo me enseñaron que para alcanzar un sueño es necesario sacrificar muchas cosas y esforzarse al máximo, y lo más importante, que para Dios no hay nada imposible.

Agradecimiento

Agradezco a Dios porque si no fuera por su cuidado y su provisión no hubiera podido llegar hasta donde llegue, es el quien en todo este tiempo me ha dado además de la sabiduría, las fuerzas para culminar con éxito esta etapa de mi vida; a mi familia, ya que es por su apoyo incondicional y su esfuerzo que pude llegar hasta aquí y convertirme en la persona que soy, así también agradezco a mi casa de estudios, la Universidad Cesar Vallejo, por la formación adquirida durante estos cinco años, contribuyendo con los conocimientos necesarios para la culminación de mi carrera profesional.

Declaratoria de autenticidad

Yo, **Ana Lucia Arévalo Vásquez**, con **DNI N°71419738**, domiciliada en Jr. Santa María #265 Banda de Shilcayo, estudiante del X Ciclo de la escuela de Administración de esta casa universitaria, quien ha elaborado la tesis denominada: **"Gestión del Marketing Mix y su incidencia en el Posicionamiento del Recreo Turístico Paraíso Verde, distrito de la Banda de Shilcayo, año 2014"**, para optar el grado de Bachiller en ADMINISTRACIÓN, otorgado por la Universidad César Vallejo.

Declaro bajo juramento que el presente trabajo ha sido íntegramente elaborado por mi persona y que en el no existe plagio de naturaleza alguna, en especial copia de otro trabajo de tesis o similar presentado por cualquier persona ante cualquier Institución Educativa. Igualmente dejo expresa constancia que se ha respetado las reglas nacionales de derechos de autor.

En caso de incumplimiento de esta declaración me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, diciembre del 2014

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'A' and 'L' followed by a long horizontal stroke extending to the right. The signature is written over a horizontal dotted line.

Ana Lucia Arévalo Vásquez

DNI N°71419738

Presentación

Señores miembros del jurado:

De conformidad y en cumplimiento con los requisitos establecidos en el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo, pongo a su consideración la presente Tesis titulada **“GESTIÓN DEL MARKETING MIX Y POSICIONAMIENTO DE RECREO TURÍSTICO PARAÍSO VERDE, BANDA DE SHILCAYO, 2014”**.

En el Capítulo I se desarrolla la Introducción, la cual está comprendida por una amplia descripción de las variables, los antecedentes, la justificación, el problema, la hipótesis y los objetivos correspondientes.

En el Capítulo II se desarrolla el Marco Metodológico, el cual está comprendido por la descripción de las variables, la operacionalización de las mismas, la metodología utilizada, el tipo de estudio, el diseño, la población, muestra y muestreo, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, el método de análisis de datos y los aspectos éticos.

En el Capítulo III se presentan los resultados, derivados de la aplicación de las técnicas de recolección de datos.

En el Capítulo IV se realiza la discusión, comparando los resultados con los antecedentes y relacionándolos con la teoría dada por los autores.

En el Capítulo V se realizan las conclusiones, plasmando los resultados de la investigación realizada.

En el Capítulo VI se realizan las recomendaciones, provenientes de las conclusiones generadas para dar soluciones eficientes a los problemas.

En el Capítulo VII se presentan las referencias bibliográficas, fuentes que respaldan la presente investigación.

Esperando que la presente investigación sea evaluada y considerada conforme a sus conocimientos, y así mismo sirva para motivar a la población estudiantil universitaria de la escuela de Administración, en la búsqueda de las soluciones a los problemas que aquejan el desarrollo económico social, a fin de que sigan investigando diversos temas vinculados a nuestra profesión.

La autora

Índice

PAGINAS PRELIMINARES

	Pág.
Pagina del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Indice	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCION	11
1.1 Problema	35
1.2 Hipótesis	35
1.3 Objetivos	35
II. MARCO METODOLOGICO	37
2.1 Variables	37
2.2 Operacionalización de variables	38
2.3 Metodología	40
2.4 Tipos de estudio	40
2.5 Diseño	40
2.6 Población, muestra y muestreo	41
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	42
2.8 Método de análisis de datos	43

2.9 Aspectos éticos	43
III. RESULTADOS	44
IV. DISCUSION	73
V. CONCLUSIONES	75
VI. RECOMENDACIONES	78
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	80
ANEXOS	84

Resumen

La presente investigación está orientada a demostrar la incidencia que tiene el Marketing Mix en el Posicionamiento del Recreo Turístico Paraíso Verde Banda de Shilcayo; por consiguiente, es necesario apreciar la gestión de los directivos del Recreo Turístico con respecto al Marketing Mix y cómo es que este incide en el Posicionamiento logrado hasta el momento.

Así tenemos que, el estudio ha permitido conocer cómo se aplican las estrategias del Marketing Mix, las cuales repercuten directamente sobre las decisiones de los visitantes, y su satisfacción al momento de consumir el servicio, y si estas a su vez inciden positiva o negativamente en el Posicionamiento que tienen o podría tener el Recreo Turístico Paraíso Verde.

Palabras claves: Marketing Mix, Posicionamiento, gestión, incidencia, Recreo Turístico Paraíso Verde.

Abstract

This research is aimed at demonstrating the incidence of the Marketing Mix in the positioning of Recreo Turístico Paraíso Verde Banda de Shilcayo; therefore, it is necessary to appreciate the management of the Tourism Recreation managers regarding the Marketing Mix and how this affects the positioning achieved so far.

So we have that, the study has revealed how the strategies of Marketing Mix, which directly affects the decisions of the visitors and their satisfaction when consuming the service apply, and if these in turn affect positively or negatively Positioning that have or could have Recreo Turístico Paraíso Verde.

Keywords: Marketing Mix, Positioning, management, incidence, Recreo Turístico Paraíso Verde.