



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

*“MARKETING MIX TURÍSTICO Y DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA
COMUNIDAD LOCAL DE CHINCHA ALTA, ICA 2014”*

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

AUTORA:

CARMEN ROSA HUASASQUICHE REYES

ASESOR:

MG. EDWIN GABRIEL CAMPOS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Creatividad e Innovación en el Desarrollo de Nuevos Productos Turísticos Sostenibles

LIMA-PERÚ

2014

PÁGINA DE JURADO

DEDICATORIA

Con mucho amor a Dios por iluminarme, guiarme, brindarme sabiduría y fortaleza

A mi mamá Consuelo y papá Jorge por ser el motivo de seguir adelante

A mi hermano Jorge Luis por su comprensión

A mi amor príncipe Bhrayan por estar siempre a mi lado

AGRADECIMIENTOS

A Dios por el intermediario en mi vida.

Agradezco a mis padres por ser parte de mi formación profesional y personal.

A mis profesores Renzo Solari, Irma Iriarte, “Muchachón”, José Badillo por inculcarme sus conocimientos, valores, moralejas,

A mi profesor William Flores por escucharme, aconsejarme, dirigiéndome hacia la senda del éxito.

A mi asesor Edwin Gabriel Campos por su perseverancia, enseñanzas, apoyo constante durante el proceso del desarrollo de la tesis.

A ti príncipe Bhryan por tu paciencia, tiempo, preocupación, apoyo constante y los momentos anecdóticos que hemos pasado juntos.

A mis compañeros, amigos y amigas por ser parte de mi vida universitaria.

A los pobladores de la comunidad local de Chincha Alta por su ayuda y participación en el desarrollo de mi trabajo de investigación.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Carmen Rosa Huasasquiche Reyes con DNI N° 46739815, a efecto de complicar con las disposiciones vigentes consideras en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración en Turismo y Hotelería, declaro bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

Lima, 25 de noviembre de 2014

Carmen Rosa Huasasquiche Reyes

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Marketing mix turístico y desarrollo sostenible en la comunidad local de Chincha Alta, Ica 2014”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título de Licenciado de Administración en Turismo y Hotelería.

En esta investigación se ha realizado una correlación de resultados hallados en torno al Marketing mix turístico y Desarrollo Sostenible con la que se pretende dar una buena interpretación al producto, precio, promoción y plaza en relación a una buena perspectiva de posicionamiento de Chincha Alta con la finalidad de buscar el buen uso e interpretación de las mismas. Conjugándolo de este modo el ámbito social, económico y ambiental que permitan el desarrollo sostenible de la localidad.

La información se ha estructurado en siete capítulos teniendo en cuenta el esquema de investigación sugerido por la universidad. En el capítulo I, se presenta la introducción de la investigación. En el capítulo II, se expone el marco metodológico. En el capítulo III, se detalla los resultados a partir del procesamiento de la información recogida. En el capítulo IV se considera la discusión de los resultados. En el capítulo V se refiere a las conclusiones. En capítulo VI se presenta las Recomendaciones. Por último, en el capítulo VII se consideran las referencias bibliográficas y los anexos de la investigación.

La investigadora.

ÍNDICE

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	ix
Resumen	x
Abstract	xi
I. INTRODUCCIÓN	
Introducción	12
Antecedentes	15
Fundamentación científica de la variable 1:	21
Fundamentación científica de la variable 2:	29
Justificación	37
1.1. Problema	41
1.2. Hipótesis	41
1.3. Objetivos	41
II. MARCO METODOLÓGICO	
2.1. Variables	44
2.2. Operacionalización de variables	44
2.3. Metodología	45
2.4. Tipo de estudio	45
2.5. Diseño	46
2.6. Población, muestra y muestreo	47
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	48
2.8. Método de análisis de datos	48
III. RESULTADOS	51
IV. DISCUSIÓN	66
V. CONCLUSIONES	69
VI. RECOMENDACIONES	71
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74
ANEXOS	79

Índice de tablas

Tabla 1. Evolución del marketing	27
Tabla 2. Evolución del Marketing en el sector turístico	28
Tabla 3. Evolución del Desarrollo Sostenible	33
Tabla 4. Paradigmas e ideas principales	34
Tabla 5. Operacionalización de la variable Marketing mix turístico	44
Tabla 6. Operacionalización de la variable Desarrollo Sostenible	45
Tabla 7. Resultados de la variable Marketing mix turístico	52
Tabla 8. Resultados de la dimensión Producto	53
Tabla 9. Resultados de la dimensión Plaza	54
Tabla 10. Resultados de la dimensión Promoción	55
Tabla 11. Resultados de la dimensión Precio	56
Tabla 12. Resultados de la variable Desarrollo sostenible	57
Tabla 13. Resultados de la dimensión Social	58
Tabla 14. Resultados de la dimensión Económico	59
Tabla 15. Resultados de la dimensión Ambiental	60
Tabla 16. Prueba de chi cuadrado del Marketing mix turístico y Desarrollo Sostenible	61
Tabla 17. Prueba de chi cuadrado de la dimensión Producto	62
Tabla 18. Prueba de chi cuadrado de la dimensión Plaza	63
Tabla 19. Prueba de chi cuadrado de la dimensión Promoción	64
Tabla 20. Prueba de chi cuadrado de la dimensión Precio	65

Índice de figuras

Figura 1. Enfoque de las tres dimensiones de la sostenibilidad	30
Figura 2. Diagrama del diseño correlacional	46
Figura 3. Resultados de la variable Marketing mix turístico	52
Figura 4. Resultados de la dimensión Producto	53
Figura 5. Resultados de la dimensión Plaza	54
Figura 6. Resultados de la dimensión Promoción	55
Figura 7. Resultados de la dimensión Precio	56
Figura 8. Resultados de la variable Desarrollo Sostenible	57
Figura 9. Resultados de la dimensión Social	58
Figura 10. Resultados de la dimensión Económico	59
Figura 11. Resultados de la dimensión Ambiental	60

RESUMEN

La investigación, que se ha titulado: “Marketing mix turístico y desarrollo sostenible en la comunidad local de Chincha Alta, Ica 2014”; ha dado respuesta al problema: ¿Existe relación entre el marketing mix turístico y el desarrollo sostenible en la comunidad local de Chincha Alta, Ica 2014?”. El objetivo general ha sido: Determinar si existe relación entre el marketing mix turístico y el desarrollo sostenible en la comunidad local de Chincha Alta, Ica 2014.

La metodología empleada para la elaboración de esta tesis estuvo relacionada al enfoque cuantitativo. El diseño de la investigación es correlacional. La muestra estuvo representada por los pobladores de la comunidad local de Chincha Alta, haciendo un total de 380 personas. La técnica de investigación empleada ha sido: la encuesta para recoger información sobre las variables.

Por lo cual se concluye que: Si existe relación entre marketing mix turístico y desarrollo sostenible en la comunidad local de Chincha Alta, Ica 2014. Debido que los resultados obtenidos a través de la prueba estadística del Chi cuadrado se aprecia que sí existe relación entre marketing mix turístico y desarrollo sostenible, hallándose una correlación entre sí. De manera que la X obtenida es 105,025; el grado de libertad (g) es 16 por la cual relacionando con la tabla del Chi cuadrado la X obtenida es mayor a la X crítica es menor. Es decir, ante los datos estadísticos presentados se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Palabras clave: Marketing mix, marketing mix turístico, desarrollo, sostenibilidad, desarrollo sostenible.

ABSTRACT

The research, which was entitled "Marketing mix tourism and sustainable development in the local community of Chincha Alta, Ica 2014"; has responded to the problem: Is there a relationship between the tourism marketing mix and sustainable development in the local community of Chincha Alta, Ica 2014? ". The overall objective was: To determine the correlation between the tourism marketing mix and sustainable development in the local community of Chincha Alta, Ica 2014.

The methodology used for the elaboration of this thesis was related to quantitative approach. The research design is correlational. The sample was represented by people from the local community of Chincha Alta, making a total of 380 people. The research technique used was: a survey to collect information on variables.

Therefore it is concluded that: If there is a relationship between marketing mix tourism and sustainable development in the local community of Chincha Alta, Ica 2014. Because the results obtained from the statistical test of chi square shows that there is a relationship between marketing mix tourism and sustainable development, being correlated with each other. So the X obtained is 105.025; the degree of freedom (g) which is 16 relating to table chi square obtained X is greater than is less critical. That is, the presented statistical data to the decision to reject the null hypothesis is taken and the research hypothesis is accepted.

Keywords: Marketing mix, marketing mix tourism, development, sustainability, sustainable development.