



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

### **ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**“Marketing turístico en las Lomas de Lúcumo, distrito  
de Pachacámac 2016”**

### **TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**Autor:**

Capche León, Rubí Stephannie

**Asesor:**

Mg. Vigo Gálvez, María

**Línea de investigación:**

Patrimonio y Recursos Turísticos

**Lima – Perú**

**2016**

## **PÁGINA DEL JURADO**

---

**PRESIDENTE**

**Mg. María Vigo Gálvez**

**SECRETARIO**

**Mg. Karina Enríquez Gamarra**

---

**VOCAL**

**Mg. Manuel Alexander López Uribe**

## **DEDICATORIA**

Dedico de manera especial este trabajo a mis padres y familia por haberme brindado su apoyo, consejos y comprensión, en los momentos que más lo necesité.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por permitirme terminar mi carrera satisfactoriamente y con salud.

A mis padres y familia por estar conmigo siempre en los momentos más difíciles y por haberme enseñado a valorar todo lo que tengo.

A mis asesores y profesores que me ayudaron en la realización de este trabajo de investigación.

## **DEDICATORIA DE AUTENTICIDAD**

Yo Rubí Stephannie Capche León con DNI N° 48475036, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración de Turismo y Hotelería, declaro bajo juramento que toda la 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, 27 de junio del 2016

---

Rubí Stephannie Capche León

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Marketing Turístico en las Lomas de Lúcumo, distrito de Pachacámac 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Administración en Turismo y Hotelería.

La Autora.

## INDICE

<b>PÁGINA DEL JURADO .....</b>	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PRESENTACIÓN.....</b>	<b>vi</b>
<b>INDICE .....</b>	<b>vii</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xi</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>12</b>
1.1 Realidad Problemática .....	12
1.2. Trabajos previos.....	14
1.3. Teorías relacionadas al tema .....	18
1.4 Formulación del Problema .....	22
1.5 Justificación del estudio .....	22
1.6 Objetivos .....	24
<b>II. MÉTODO.....</b>	<b>25</b>
2.1 Diseño de investigación .....	25
2.2 Variables, Operacionalización.....	26
2.3 Población y muestra.....	28
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad..	28
2.5 Métodos de análisis de datos.....	31
2.6 Aspectos éticos.....	32
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>33</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>36</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>40</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>41</b>

<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>42</b>
--	-----------

<b>ANEXOS .....</b>	<b>45</b>
---------------------	-----------

- ✓ ANEXO N° 1: Instrumento
- ✓ ANEXO N° 2: Matriz de Consistencia
- ✓ ANEXO N° 3: Fichas de Validación
- ✓ ANEXO N° 4: Registro de padrón de socios de la Asociación Circuito Ecoturístico Lomas de Lúcumo.
- ✓ ANEXO N° 5: Parámetros estadísticos de resultados obtenidos por indicador.
- ✓ ANEXO N° 6: Parámetros estadísticos de resultados por ítems.



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla. 2.1 Operacionalización de la Variable.....	27
Tabla. 2.2 Criterios de Validación.....	29
Tabla. 2.3 Juicio de Expertos.....	30
Tabla. 2.4 Resumen de procesamiento de los casos.....	31
Tabla. 2.5 Estadísticos de fiabilidad.....	31
Tabla. 3.1 Parámetros estadísticos de los resultados obtenidos por comparación de la variable Marketing Turístico.....	33
Tabla. 3.2 Frecuencia de la variable Marketing Turístico.....	34
Tabla. 3.3 Frecuencia de la dimensión Marketing Estratégico.....	34
Tabla. 3.4 Frecuencia de la dimensión Marketing Operacional.....	35
Tabla. 3.5 Parámetros estadísticos de los resultados obtenidos por comparación de las dimensiones Marketing Estratégico y Marketing Operacional.....	36

## RESUMEN

La presente investigación fue de tipo cuantitativa, cuyo objetivo principal fue establecer las características del marketing turístico en las Lomas de Lúcumo desde la perspectiva de la Asociación Circuito Ecoturístico Lomas de Lúcumo, ya que ellos son los encargados de la gestión de estas lomas. La técnica e instrumento de recolección de datos aplicados la encuesta y el cuestionario, cuyo muestreo fue no probabilístico intencional dirigida a 30 integrantes activos que forman parte de la ACELL. La recolección de datos se dio en un solo momento es decir en un tiempo único, así mismo, los datos fueron procesados en el programa de spss.

Los resultados de la variable arrojaron que la percepción de los integrantes de la Asociación Circuito Ecoturístico Lomas de Lúcumo con un 76,7%, está en un nivel alto en relación a las características del marketing turístico en las Lomas de Lúcumo, distrito de Pachacámac.

**Palabras claves:** Marketing turístico, gestión.

## **ABSTRACT**

This research was quantitative type, whose main objective was to establish the characteristics of tourism marketing in “Lomas de Lúcumo” from the perspective of the Ecotourism Circuit Association “Lomas de Lúcumo”, because they are responsible for managing these hills. The technique and data collection instrument was the questionnaire survey; whose sample was not probabilistic intentional directed to 30 active members who are part of the ECALL. Data collection occurred in a single moment that is in a unique time, also, the data were processed in SPSS program.

Variable results showed that the perception of the members of the Association Circuit Ecoturístico “Lomas de Lúcumo” with 76.7%, is at a high level in relation to the characteristics of tourism marketing in “Lomas de Lúcumo” district of Pachacamac.

**Keywords:** Tourism marketing, management.