



UCV
UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

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

**“EVALUACIÓN Y FORMULACION DE LA ESTRATEGIA DE
POSICIONAMIENTO EN EL RECURSO TURÍSTICO BAÑOS SULFUROSOS
DE OROMINA DE LA CIUDAD DE MOYOBAMBA, REGIÓN SAN MARTIN
EN EL AÑO 2013”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

AUTORA:

MÓNICA MELISSA MARINA SALAS

ASESOR

Ms.Sc. ALBERTO SOTERO MONTERO

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

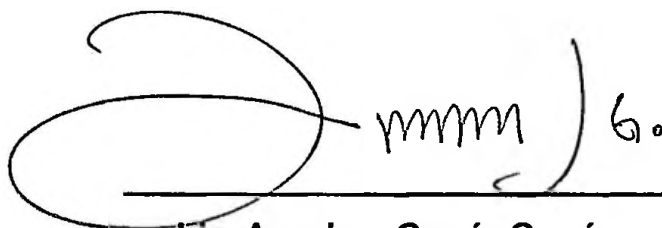
GERENCIA DE MARKETING TURISTICO

**TARAPOTO – PERÚ
2013**

PÁGINA DEL JURADO



Lic. Michael Arévalo Aching
PRESIDENTE



Lic. Ancelmo García García
Secretario



Ms.Sc. Alberto Sotero Montero
Vocal.

DEDICATORIA

A mis padres, por su apoyo, amor y comprensión, porque son la luz de mi vida y motivo de superación para terminar mi carrera y a Dios por darme la fuerza para seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

En el presente trabajo realizado agradezco a todas las personas que contribuyeron para la culminación de mi carrera, así como mis padres, que me brindaron su apoyo incondicional y esfuerzos realizados.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

La suscrita **MARINA SALAS MÓNICA MELISSA** con **DNI N° 72352294**, 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 EN TURISMO Y HOTELERÍA**, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en el trabajo de investigación 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.

Tarapoto, Diciembre del 2013



.....
Mónica Melissa Marina Salas
COD. UNIV. 2091603057
DNI N° 72352294

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada **“Evaluación y Formulación de la Estrategia de Posicionamiento en el Recurso Turístico Baños Sulfurosos de Oromina de la Ciudad de Moyobamba, Región San Martín en el Año 2013”**, con la finalidad de Evaluar el posicionamiento y formular estrategias de Marketing Turístico en el Recurso Turístico Baños Sulfurosos de Oromina, para de esta manera aportar al desarrollo competitivo de la misma, todo ello en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, de esta manera Obtener el título Profesional de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA, por todo ello espero de antemano cumplir con los requisitos de aprobación.

MÓNICA MELISSA MARINA SALAS

Tarapoto, Diciembre del 2013

ÍNDICE

Página del Jurado -----	Pág.2
Dedicatoria -----	Pág.3
Agradecimiento -----	Pág.4
Declaración de autenticidad -----	Pág.5
Presentación -----	Pág.6
Índice -----	Pág.7
RESUMEN -----	Pág.9
ABSTRACT -----	Pág.10
I. INTRODUCCIÓN -----	Pág.11
1.1. Antecedentes y fundamentaciones científicas, técnicas o humanistas -----	Pág.12
1.2. Justificación-----	Pág.23
1.3. Marco Teórico-----	Pág.25
1.4. Problema -----	Pág.64
1.5. Hipótesis-----	Pág.64
1.6. Objetivos-----	Pág.64
1.6.1. Objetivo General-----	Pág.64
1.6.2. Objetivos Específicos -----	Pág.64
II. MARCO METODOLÓGICO -----	Pág.65
2.1. Variables-----	Pág.65
2.2. Operacionalización de variables-----	Pág.65
2.3. Metodología-----	Pág.66
2.4. Tipos de estudio -----	Pág.66
2.5. Diseño-----	Pág.66
2.6. Población, muestra y maestro -----	Pág.67
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos -----	Pág.68
2.8. Métodos de análisis de datos -----	Pág.70
2.9. Aspectos éticos -----	Pág.71

III. RESULTADOS	Pág.72
IV. DISCUSIÓN	Pág.89
V. CONCLUSIONES	Pág.96
VI. RECOMENDACIONES	Pág.97
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	Pág.98
VIII. ANEXOS	Pág.100

RESUMEN

El tema del presente trabajo de investigación se fundamenta en el título **“Evaluación y Formulación de la Estrategia de Posicionamiento en el Recurso Turístico Baños Sulfurosos de Oromina de la Ciudad de Moyobamba, Región San Martín en el Año 2013”**, información que será de mucha utilidad para el recurso en estudio, para evaluar el posicionamiento del Recurso Turístico se utilizará la teoría propuesta **Kotler Philip, et al. (2011)** quien establece el posicionamiento turístico debe ser evaluado en base a la perspectiva de la Empresa y del Turista, esta contrastación de resultados nos permitirá saber si el recurso turístico tiene o esta **adecuadamente posicionada**, o tiene **subposicionamiento**, o **posicionamiento confuso**, todo ello se determina mediante la metodología de **Hankinson, (2004)**, quien resuelve el posicionamiento en base al enfoque mixto y adiciona la evaluación del cuidado del medio ambiente.

Encontrando una problemática en el recurso turístico ¿Cómo es el posicionamiento y cuál será la estrategia de Posicionamiento para el Recurso Turístico Baños Sulfurosos de Oromina de la Ciudad de Moyobamba, Región San Martín en el año 2013?

Para la formulación de la estrategia de posicionamiento se comenzó por establecer un conjunto de objetivos , se continuo analizando un conjunto de las posibles diferencias: enmarcando a: **“Diferenciación por las características físicas”**, convirtiéndose este atributo en su ventaja competitiva y por consiguiente toma como atributo principal para la formulación de la estrategia de posicionamiento; **“OROMINA DESAFÍA TU INTERIOR”**, dicha expresión se convierte en el concepto de posicionamiento; es el mensaje que se sugiere que cabe en la mente del turista. Resulta imprescindible que la gerencia utilice la estrategia formulada en la presente investigación para elaborar un plan de marketing para el próximo año, dicho plan deberá ser guiado por los distintos resultados encontrados en la presente investigación, así mismo deberá contener alto sentido del marketing relacional ya que debe involucrar básicamente inversión en capacitación de su personal, todo ello permitirá que el turista eleve su nivel de satisfacción y que el Recurso Turístico tenga un adecuado Posicionamiento.

ABSTRACT

The theme of this research is based on the title "Assessment and Strategy Formulation Positioning the Tourist Resource of Sulfur Baths Oromina Moyobamba City, San Martin Region in the Year 2013", information that will be useful resource for the study to evaluate the positioning of the Tourism resource proposal Philip Kotler, et al theory used. (2011), who sets the tourist positioning should be evaluated based on the perspective of the Company and the Economy, the contrasting results will tell us if the tourist resort has or is properly positioned, or has subposicionamiento, overlay or confused positioning, all determined methodology by Hankinson (2004), positioning solver based on the mixed approach and additional assessment environmental care.

Finding a problem in the tourist resort How is the positioning and what positioning strategy for the Tourism Resource of Sulfur Baths Oromina City will be Moyobamba, Region San Martin in 2013?

For the formulation of the positioning strategy began to establish a set of objectives, continuous analyzing a set of possible differences: framing to "Differentiation by physical characteristics", becoming this attribute on their competitive advantage and therefore taken as main attribute for developing positioning strategy, a set of concepts helped to conclude that "OROMINA DESAFIA TU INTERIOR", this expression becomes the concept of positioning, is the message suggests that seep into the mind of the tourist. It is essential that management use the strategy developed in this research to develop a marketing plan for next year, the plan must be guided by the different results found in this investigation, and must contain the same high sense of relationship marketing as basically should involve investment in staff training, all of which will raise the level of tourist satisfaction and tourist resource that has adequate positioning.