



UCV
UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**“ESTRATEGIAS DE MARKETING Y DESARROLLO SOTENIBLE
DEL TURISMO EN LA LOCALIDAD DE SAN VICENTE DE
AZPITIA PROVINCIA DE CAÑETE, LIMA”**

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

**AUTOR
LINA ESTHER GRANDES RAYGADA**

**ASESOR:
William Sebastian Flores Sotelo**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Creatividad e innovación en el desarrollo de nuevos productos turísticos sostenibles

LIMA - PERÚ

2014

PÁGINA DE JURADO

DEDICATORIA

A Dios, por haberme permitido llegar hasta aquí y haberme dado salud y fuerza para lograr mis objetivos.

A mi esposo, por ser mí apoyo moral en cada decisión personal que he tomado y por tener la paciencia para comprenderme.

A todos mis profesores por qué con su motivación y su entrega incondicional nos impulsaron a culminar nuestra carrera profesional.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer sinceramente a todas aquellas personas que de distintas formas han contribuido con su noble ayuda y desinterés a la realización del presente proyecto de investigación. A todos aquellos que me motivaron a seguir adelante.

A la Universidad César Vallejo por brindarme la oportunidad de capacitarme en la actividad que he elegido para desarrollar en mi vida.

A todos los docentes de la Universidad que siempre estuvieron dispuestos a despejar todas mis dudas e inquietudes, en especial a mis asesores de tesis por su tiempo y gran disposición al guiarme en este reto de mi vida.

A mi familia, mis amigos y mis compañeros que me han apoyado sin condiciones para alcanzar esta meta tan importante para mi persona.

Muchas gracias

Lina Esther Grandes Raygada

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Lina Esther grandes Raygada con DNI N°42331467, a efecto de complicar con las disposiciones vigentes consideras en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración en turismo y hotelería, declaro bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y autentica.

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, 11 de noviembre de 2014

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Lina Esther Grandes Raygada', is written over a horizontal dotted line.

Lina Esther Grandes Raygada

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Estrategias de marketing y desarrollo sostenible del turismo en la localidad de san Vicente de Azpitia provincia de Cañete, Lima” la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título de Licenciado de Administración de Empresas.

En esta investigación se ha realizado una correlación de resultados hallados en torno a las estrategias de marketing (primera variable) y el desarrollo sostenible del turismo (segunda variable) en la localidad de san Vicente de Azpitia provincia de Cañete, Lima.

La información se ha estructurado en seis capítulos teniendo en cuenta el esquema de investigación sugerido por la universidad. En el capítulo I, se ha considerado la introducción de la investigación. En el capítulo II, se registra el marco metodológico. En el capítulo III, se considera 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 considera las conclusiones. Finalmente en el capítulo VI las se señalan las recomendaciones.

Lina Esther Grandes Raygada.

ÍNDICE

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de Tablas	viii
Índice de Figuras	ix
Resumen	x
Abstract	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
Introducción	13
Antecedentes	15
Fundamentación científica de la variable estrategias de marketing	18
Fundamentación científica de la variable desarrollos sostenible	21
Marco Conceptual	25
Justificación	28
Realidad Problemática	29
1.1. Formulación de Problema	31
1.2. Formulación de Hipótesis	31
1.3. Objetivos	32
II. MARCO METODOLÓGICO	32
2.1. Variables	34
2.2. Operacionalización de variables	34
2.3. Metodología	37
2.4. Tipo de estudio	37
2.5. Diseño	38
2.6. Población, muestra y muestreo	39
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	40
2.8. Método de análisis de datos	41
2.9. Aspectos éticos	43

III. RESULTADOS	44
3.1. Descripción de las variables y dimensiones	45
3.2. Prueba de Hipótesis - Contrastación de la Prueba de Hipótesis	50
3.3. Prueba de Hipótesis - Demostración de la Prueba de Hipótesis	51
IV. DISCUSIÓN	59
V. CONCLUSIONES	62
VI. RECOMENDACIONES	64
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	66
ANEXOS	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	Análisis de las variables estrategias de marketing y desarrollo sostenible en la localidad de San Vicente de Azpitia	45
Tabla N° 2	Análisis de la dimensión Producto y desarrollo sostenible en la localidad de San Vicente de Azpitia	46
Tabla N° 3	Análisis de la dimensión Precio y desarrollo sostenible en la localidad de San Vicente de Azpitia	48
Tabla N° 4	Análisis de la dimensión plaza y desarrollo sostenible en la localidad de San Vicente de Azpitia	49
Tabla N° 5	Análisis de la dimensión promoción y desarrollo sostenible en la localidad de San Vicente de Azpitia	51
Tabla N° 6	Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra	52
Tabla N° 7	Análisis de la correlación entre las variables estrategias de marketing y desarrollo sostenible en la localidad de Azpitia.	53
Tabla N° 8	Análisis de la correlación entre las Producto y desarrollo sostenible en la localidad de Azpitia.	54
Tabla N° 9	Análisis de la correlación entre precio y desarrollo sostenible en la localidad de Azpitia.	55
Tabla N° 10	Análisis de la correlación entre la plaza y el desarrollo sostenible en la localidad de Azpitia.	56
Tabla N° 11	Análisis de la correlación entre la promoción y el desarrollo sostenible en la localidad de Azpitia.	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1	Triangulo de factores del Desarrollo sostenible	24
Figura N°2	Diagrama del diseño Correlacional	38

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1	Análisis de las variables estrategias de marketing y desarrollo sostenible en la localidad de San Vicente de Azpitia	45
Gráfico N° 2	Análisis de la dimensión Producto y desarrollo sostenible en la localidad de San Vicente de Azpitia	47
Gráfico N° 3	Análisis de la dimensión precio y desarrollo sostenible en la localidad de San Vicente de Azpitia	48
Gráfico N° 4	Análisis de la dimensión plaza y desarrollo sostenible en la localidad de San Vicente de Azpitia	50
Gráfico N° 5	Análisis de la dimensión promoción y desarrollo sostenible en la localidad de San Vicente de Azpitia	51

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N°1	Matriz de consistencia de hipótesis	71
Anexo N°2	Cuadro matriz operacional de variables	72
Anexo N°3	Encuesta realizada a los pobladores del poblado de San Vicente de Azpitia para medir la relación entre estrategias de marketing y desarrollo sostenible	74

RESUMEN

La investigación, que se ha titulado: “Estrategias de marketing y desarrollo sostenible del turismo en la localidad de San Vicente de Azpitia provincia de Cañete,Lima”; ha dado respuesta al problema: ¿Qué relación existe entre estrategias de marketing y desarrollo sostenible del en la localidad de San Vicente de Azpitia, Cañete?

El objetivo general ha sido: Determinar la relación que existe entre estrategias de marketing y desarrollo sostenible del en la localidad de San Vicente de Azpitia, provincia de Cañete, Lima

La metodología empleada para la elaboración de la tesis fue el método descriptivo correlacional, empleado para describir y analizar sistemáticamente lo que ya existe con respecto a las variaciones o a las condiciones de una situación. La muestra para la aplicación de la técnica (encuesta) estuvo representada en su mayoría por los pobladores que poseen un establecimiento de servicios o productos turísticos.Según hemos podido comprobar con los resultados existe una relación entre estrategias de marketing y desarrollo sostenible en la localidad de San Vicente de Azpitia la cual nos hace proponer mejoras sustanciales en la gestión de la actividad turística.

Palabras clave: Estrategias de marketing, Desarrollo sostenible, San Vicente de Azpitia

ABSTRACT

The research, which was entitled: "Marketing strategies and sustainable development of tourism in the town of San Vicente de Cañete Province Azpitia , Lima " ; has responded to the problem: What is the relationship between marketing strategies and sustainable development in the village of San Vicente de Azpitia , Cañete ?

The overall objective was : To determine the relationship between marketing strategies and sustainable development in the village of San Vicente de Azpitia province of Cañete , Lima

The methodology for developing the thesis was descriptive correlational method used to describe and analyze systematically what already exists with respect to changes or conditions of a situation. The sample for the application of the technique (survey) was represented mostly by the people who own a service establishment or travel.

We've found results with a relationship between marketing strategies and sustainable development in the town of San Vicente Azpitia which makes us propose substantial improvements in the management of tourism.

Keywords : Marketing Strategies , Sustainable Development , San Vicente Azpitia