



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

**“ESTRATEGIAS DE MARKETING Y DESARROLLO SOSTENIBLE
DEL TURISMO EN EL CENTRO POBLADO DE NUEVO
HORIZONTE, TOCACHE. SAN MARTÍN- 2014.”**

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

AUTOR:

MARGARITA LUZ MARTINEZ LECCA

ASESOR:

Mg. EDWIN NATIVIDAD GABRIEL CAMPOS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**“CREATIVIDAD DE INNOVACIÓN EN EL DESARROLLO
DE NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES”**

LIMA-PERÚ

2014

PÁGINA DE JURADO

DEDICATORIA

A Dios por darme la inteligencia y las fuerzas para seguir adelante, A mis padres y hermanos por su infinito amor y por el apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar dar gracias Dios por darme la sabiduría y el conocimiento, a mis padres, Santos, Felicisma gracias a ellos estoy logrando uno de mis grandes objetivos de llegar a tener una carrera universitaria y mis queridos hermanos, Walter, Orlando, Magda y Edras por ser mi gran apoyo en todo momento.

En este párrafo un agradecimiento muy especial a mi asesor Edwin Gabriel Campos y al profesor William Flores Sotelo, ellos me brindaron su sabiduría y su conocimiento en la elaboración de mi tesis.

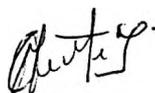
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Margarita Martínez Leca con DNI N° 46757326, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas 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, 7 de octubre de 2014



MARGARITA MARTINEZ LECCA

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 el Centro Poblado de Nuevo Horizonte, Tocache. San Martín- 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 a la Estrategias de Marketing (primera variable) y Desarrollo sostenible del Turismo (segunda variable) con la que se pretende desarrollar las estrategias de marketing con el producto, precio, comercialización y promoción, entonces se podrá realizar un buen marketing, asimismo debemos tener en cuenta realizar un desarrollo sostenible, en el aspecto económico, social y ambiental, ya que estos son los elementos importantes para desarrollo sostenible es por esto que se ha analizado descriptivamente la correlación entre estas dos variables.

La información se ha estructurado en siete capítulos teniendo en cuenta el esquema de investigación sugerido 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. En capítulo VI las Recomendaciones Y por último, en el capítulo VII se consideran las referencias bibliográficas y los anexos de la investigación.

El investigador.

ÍNDICE

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Presentación	v
Índice	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	
Introducción	12
Antecedentes	13
Fundamentación científica de la variable 1:	19
Fundamentación científica de la variable 2:	24
Justificación	28
1.1. Problema	30
1.2. Hipótesis	31
1.3. Objetivos	31
II. MARCO METODOLÓGICO	
2.1. Variables	35
2.2. Operacionalización de variables	35
2.3. Metodología	36
2.4. Tipo de estudio	36
2.5. Diseño	37
2.6. Población, muestra y muestreo	37
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	39
2.8. Método de análisis de datos	39
2.9. Aspectos éticos	40
III. RESULTADOS	41
IV. DISCUSIÓN	57
V. CONCLUSIONES	60
VI. RECOMENDACIONES	63
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	65
ANEXOS	70

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de la variable Estrategias de Marketing.	35
Tabla 2. Operacionalización de la variable Desarrollo Sostenible del Turismo	36
Tabla 3. Confiabilidad del instrumento Estrategias de Marketing.	40
Tabla 4. Confiabilidad del instrumento Desarrollo Sostenible del Turismo	40
Tabla 5. Resultados de la variable Estrategias de Marketing.	42
Tabla 6. Resultados de la dimensión Precio	43
Tabla 7. Resultados de la dimensión Producto	44
Tabla 8. Resultado de la dimensión Plaza	45
Tabla 9. Resultado de la dimensión Promoción	46
Tabla 10. Resultado de la Variable Desarrollo Sostenible del Turismo	47
Tabla 11. Resultado de la dimensión Económica	48
Tabla 12. Resultado de la dimensión Social	49
Tabla 13. Resultado de la dimensión Ambiental	50
Tabla 14. Prueba de Normalidad K-S	51
Tabla 15. Chi-Cuadrado de Pearson Estratégias de Marketing y Desarrollo Sostenible	52
Tabla 16. Chi-Cuadrado de Pearson de la dimensión Precio	53
Tabla 17. Chi-Cuadrado de Pearson de la dimensión Producto	54
Tabla 18. Chi-Cuadrado de Pearson de la dimensión Plaza o Distribución	55
Tabla 19. Chi-Cuadrado de Pearson de la dimensión Promoción	56

Índice de figuras

Figura 1. Modelo las tres Dimensiones de Desarrollo Sostenible del Turismo	27
Figura 2. Resultados de la variable Estrategias de Marketing	42
Figura 3. Resultados de la dimensión Precio	43
Figura 4. Resultados de la dimensión de producto	44
Figura 5. Resultados de la dimensión de Plaza o Distribución	45
Figura 6. Resultados de la dimensión promoción	46
Figura 7. Resultados de la Variable de desarrollo sostenible	47
Figura 8. Resultados de la dimensión económico	48
Figura 9. Resultado de la dimensión social	49
Figura 10. Resultado de la dimensión Ambiental	50

RESUMEN

La investigación, que se ha titulado: “Estrategias de Marketing y Desarrollo Sostenible del Turismo en el Centro Poblado de Nuevo Horizonte, Tocache. San Martín- 2014”; ha dado respuesta al problema: ¿Existe relación entre las estrategias de marketing y desarrollo sostenible del turismo en el centro poblado de Nuevo Horizonte, Tocache. San Martín 2014? El objetivo general ha sido: Determinar si existe relación entre Estrategias de Marketing y Desarrollo Sostenible en centro poblado de Nuevo Horizonte, Tocache. San Martín 2014.

La metodología empleada para la elaboración de esta tesis estuvo relacionada al enfoque cuantitativo. Es una investigación básica pura o fundamental que se ubica en el nivel explicativo. El diseño de la investigación es correlacional. La muestra estuvo representada por los pobladores de Nuevo Horizonte, haciendo un total de 266 personas. Las técnicas de investigación empleadas han sido: el fichaje, el análisis documental, la observación directa y el empleo de un pre test y post test para recoger información sobre las variables.

Entre los resultados más importantes obtenidos con la prueba de chi-cuadrado de Pearson, se aprecia que si existe relación entre estrategias de marketing y desarrollo sostenible del turismo en el centro poblado de Nuevo Horizonte, Tocache. San Martín -2014, hallándose la X calculada y la X crítica, para lo cual, con la fórmula de la X obtenida el resultado es de 98.777, asimismo con la tabla la X crítica obtenida es de 12.5916 por lo tanto, al ser la X obtenida (98.777), entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis planteada (H). Por lo cual se concluye que: Si existe relación entre estrategias de marketing y desarrollo sostenible del turismo en el centro poblado Nuevo Horizonte, Tocache. San Martín-2014.

ABSTRACT

The research, which has been titled "Marketing Strategies and Sustainable Development in the Town Centre Nuevo Horizonte, Tocache. San Martin 2014 "; has responded to the problem: What is the relationship between marketing strategies and sustainable development in the town of Nuevo Horizonte, Tocache center. 2014 San Martín? The overall objective was: To determine the relationship between Marketing Strategies and Sustainable Development in populated New Horizon, Tocache center. San Martín 2014.

The methodology used for the elaboration of this thesis was related to quantitative approach. It is a pure or fundamental basic research that is at the explanatory level. The research design is correlational. The sample was represented by the settlers of Nuevo Horizonte, making a total of 266 people. The research techniques used were: the signing, document analysis, direct observation and the use of a pretest and posttest to collect information about the variables.

Among the most important results obtained with the chi - square test, we see that the correlation between marketing strategies and sustainable development of tourism in the population center of Nuevo Horizonte, Tocache. San Martin -2014 , being the χ^2 and χ^2 calculated critical , for which , with the formula χ^2 is obtained the result of 98 777 , also with the χ^2 table is 12.5916 critical obtained therefore being the χ^2 obtained (98 777) , then the null hypothesis (H_0) is rejected and the hypothesis (H_1) is accepted. Therefore it is concluded that: If a relationship exists between marketing strategies and sustainable development of tourism in the population center Nuevo Horizonte, Tocache. San Martín- 2014.