



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO  
DE LA AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO MÁNCORA, DEL  
DISTRITO DE MÁNCORA. AÑO 2015”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA**

HIDALGO TUME, EVELYN PATRICIA

**ASESORA**

DRA. NELIDA RODRIGUEZ DE PEÑA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

MARKETING

**PIURA – PERÚ**

**2015**

## **PÁGINA DEL JURADO**

.....  
Dra. Nélide Rodríguez de Peña  
**PRESIDENTE**

.....  
Lic. José M. Lazo Sánchez  
**SECRETARIO**

.....  
Mg. Milena Noblecilla Saavedra  
**VOCAL**

## **DEDICATORIA**

A dios por guiarme, en protegerme, bendecirme en cada día de mi vida, y por nunca dejarme vencer ante los obstáculos.

A mis padres Josué Hidalgo y Yolanda Tume agradecer todo el apoyo incondicional que me brindaron por sus buenos consejos y por criarme de la mejor forma para poder ser mejor cada día.

A mi abuelo Melitón porque siempre estuvo pendiente de que culminara mi carrera profesional para poder ser el sostén de mi familia.

A mis hermanos Juan y Cesar por siempre estar a mi lado y brindarme todo su cariño en todo momento.

A mis maestros por la enseñanza que me dieron a lo largo de mi carrera y a todos los que hicieron posible que mi trabajo de investigación llegue al final deseado.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a todas las personas que formaron parte e hicieron posible la realización del proyecto de investigación porque me dieron su apoyo durante la elaboración del trabajo de investigación.

Agradecer a mis padres por su apoyo incondicional, por ser tan buenas personas conmigo y haberme criado con buenos valores también por sus críticas constructivas, buenos consejos y su sabiduría que me brindaron día a día.

Agradecer a mis docentes de la Escuela Académica Profesional de Administración por sus conocimientos que me transmitieron durante mi formación universitaria.

Agradecer a la doctora Nélide Rodríguez por sus asesorías constante, por su comprensión, amabilidad, confianza, preocupación y apoyo manifestado en todo momento, ya que hizo posible la culminación del presente trabajo de investigación.

## **DECLARATORIA DE AUTENCIDAD**

Yo Evelyn Patricia Hidalgo Tume con DNI 73304708, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo Piura, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es auténtica y veraz. Así mismo declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en trabajo de investigación son auténticos.

Por lo tanto asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad 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 Piura.

Piura, diciembre del 2015

.....  
Evelyn Patricia Hidalgo Tume

## **PRESENTACIÓN**

Distinguidos Miembros del Jurado, les presento el trabajo de investigación titulado “ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO MÁNCORA, DEL DISTRITO DE MÁNCORA. AÑO 2015”.

Tiene como finalidad diseñar estrategias de marketing para la Agencia de Viajes y Turismo Máncora que contribuirán a mejorar el posicionamiento en el distrito de Máncora, en cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad cesar Vallejo Piura para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración. Esperando así cumplir con los resultados de aprobación.

La Autora.

## ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO .....	II
DEDICATORIA .....	III
AGRADECIMIENTO .....	IV
DECLARATORIA DE AUTENCIDAD .....	V
PRESENTACIÓN .....	VI
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT .....	XI
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Realidad Problemática.....	1
1.2. Antecedentes .....	2
1.3. Marco Teórico.....	4
1.4. Formulación del Problema .....	13
1.5. Justificación .....	14
1.6. Objetivos .....	15
II. METODOLOGIA.....	16
2.1. Tipo de Estudio.....	16
2.2. Diseño de Investigación.....	16
2.3. Identificación de Variables .....	17
2.4. Población y Muestra .....	19
2.5. Técnicas Instrumentos de Recolección de Datos .....	20

2.6.	Validación y Confiabilidad del Instrumento .....	21
2.7.	Métodos de Análisis de datos .....	21
2.8.	Aspectos Éticos .....	21
III.	RESULTADOS.....	22
IV.	DISCUSIÓN.....	29
V.	CONCLUSIONES.....	33
VI.	RECOMENDACIONES .....	34
VII.	PROPUESTA .....	35
VIII.	REFERENCIAS .....	39
IX.	ANEXOS .....	42



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Operacionalización de variables	18
Tabla N° 2 Percepción de la población encuestada por las dimensiones del servicio	23
Tabla N° 3 Niveles de precios por los servicios ofrecidos	24
Tabla N° 4 Medios publicitarios de la Agencia de Viajes y Turismo Máncora	25
Tabla N° 5 Agencia de viaje utilizado en su viaje a Máncora	26
Tabla N° 6 Calificación de los elementos del servicio ofrecido	27
Tabla N° 7 Estrategias para mejorar las características del servicio	36
Tabla N° 8 Estrategias de Medios Publicitarios	38

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación se diseñó estrategias de Marketing para la Agencia de Viajes y Turismo Máncora con el fin de que se mejore su posicionamiento en el distrito de Máncora. La población está conformada por todos los turistas nacionales e internacionales que lleguen al distrito de Máncora, y los clientes de la Agencia de Viajes y turismo Máncora; siendo la muestra de 385 turistas, así mismo se aplicó un cuestionario de opinión a 150 personas, para medir el posicionamiento de la Agencia a investigar.

Se aplicó una técnica cualitativa de una guía de entrevista, cuestionario al turista y cuestionario al cliente; la validez y confiabilidad de dichos instrumentos fue debidamente demostrado y los datos fueron procesados debidamente con el programa "SPSS y Excel".

Se propuso estrategias para cada elemento del servicio que salió en negativo para así poder mejorar el posicionamiento de la Agencia de viajes y Turismo Máncora, se propuso realizar talleres de capacitación, adquirir de equipos, confeccionar uniformes para el personal, implementar medidas de seguridad en la agencia y renovar la publicidad todo esto llevando a mejorar el posicionamiento y sobresalir ante las demás agencias competidoras.

Se pudo concluir que aplicando las estrategias de marketing podrán permitir el posicionamiento de la agencia de viajes y turismo Máncora.

Palabras claves: Estrategias de Marketing, Posicionamiento.

## **ABSTRACT**

The present research strategies Marketing for Travel and Tourism Agency Mancora order they improve their position in the district of Mancora was designed. The population is made up of all domestic and international tourists come to the district of Mancora, and customers of the travel agency and tourism Mancora; Being the sample of 385 tourists, also an opinion questionnaire was applied to 150 people, to measure the position of the Agency to investigate.

A qualitative technique of an interview guide, questionnaire tourists and customer questionnaire was applied; the validity and reliability of these instruments was duly shown and the data were properly processed with the "SPSS and Excel" program.

Strategies for each service element that came out negative in order to improve the positioning of the Travel and Tourism Mancora was proposed, it was proposed to hold training workshops, purchase of equipment, making uniforms for staff, implement security measures in the advertising agency and renew all this leading to improve the ranking and excel at other competing agencies. It was concluded that applying marketing strategies may allow the positioning of the travel agency and tourism Mancora.

Keywords: Marketing Strategies, Positioning.