



# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE**

**ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y**

**HOTELERÍA**

**APLICACIÓN DEL MARKETING ON LINE Y WEB 2.0 PARA LA  
DINAMIZACIÓN DEL TURISMO ESPECIALIZADO EN LA PLAYA  
VICHAYITO – DISTRITO MÁNCORA PIURA 2010**

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

**AUTOR:**

Bach. Avila Domínguez, Irina  
Bach. Morales Ballesteros, Isis

**ASESOR:**

Lic. Aguirre Valdez, Yanilda Arasely

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN  
GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y DE CENTROS DE  
ESPARCIMIENTO**

**PIURA – PERÚ**

2012

## **DEDICATORIA**

A Carlos Avila Nonajulca, el hombre de mi vida, la inspiración de cada paso en mi, la luz de mis ojos, de mi corazón, pensamientos, mi fuerza. El que basta con mirarlo a los ojos para que te entregue paz, ternura, seguridad, y amor puro. A él, mi padre, que todos lo quisieran tener y es mío. El que entregó todo por verme llegar hasta aquí. A él le entrego mis penas, alegrías, triunfos, derrotas y este mi trabajo más grande, que significa nuestros cinco años de sacrificio. Mi compañero fiel, mi debilidad. A mi madre una de las mujeres más fuertes y guerreras que sola ha logrado ser exitosa, ella la que exige, la que no permite debilidades, el motor, el coraje de la familia, motivación de mi padre, a ella que con sus oraciones me protege donde esté. Mis razones de vivir y seguir.

**IRINA AVILA DOMINGUEZ**

## **DEDICATORIA**

A mis padres Hernán y Herótida que me enseñaron que con esfuerzo y dedicación todo se logra en la vida, y con fe y templanza mucho mejor, a mis hermanos, por ser mi apoyo y fortaleza en cada momento de mi existencia.

A mi abuelito y mi tía que desde el cielo me protegen para que cada día goce de mi existencia.

ISIS MORALES BALLESTEROS

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, que nos dio vida para seguir, y estar hoy aquí, nos dio salud, y bendiciones para juntas lograr nuestro objetivo.

A Arturo Castagnino Larriera, que con sus palabras nos dio fuerza para no abandonar.

IRINA AVILA DOMINGUEZ

## **AGRADECIMIENTO**

A nuestros profesores y en especial a nuestros padres, por encaminarnos a ser mejores cada día al brindar las facilidades para lograrlo, y así perseguir nuestros sueños.

ISIS MORALES BALLESTEROS

## **PRESENTACIÓN**

### **SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO CALIFICADOR:**

De acuerdo con las disposiciones vigentes emanadas por el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo y el de su ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA para optar el título de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA, sometemos a vuestro más alto criterio y consideración el presente trabajo de investigación titulado:

### **APLICACIÓN DEL MARKETING ON LINE Y WEB 2.0 PARA LA DINAMIZACIÓN DEL TURISMO ESPECIALIZADO EN LA PLAYA VICHAYITO – DISTRITO MÁNCORA PIURA 2011**

Con la convicción de que se otorgará el valor justo, agradecemos por anticipado las sugerencias y apreciaciones que brinden a la presente investigación.

**Piura, 01 de Febrero de 2012**

## ÍNDICE

Dedicatoria	
Agradecimiento	
Presentación	
Resumen	
Abstract	
Introducción	

### Capítulo I

#### PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Plan de investigación	14
1.1.1.Descripción de la realidad problemática	15
1.1.2. Formulación del problema	17
1.2. Objetivos	17
1.2.1. Objetivo general	
1.2.2. Objetivos específicos	
1.3. Justificación	18
1.4. Limitaciones de la investigación	19

### Capítulo II

#### MARCO REFERENCIAL CIENTÍFICO

2.1. Antecedentes de estudio	21
2.2. Marco teórico	26
2.2.1. Objetivo general	
2.2.2. Objetivos específicos	
2.3. Marco conceptual	49
2.4. Marco Contextual	57

### Capítulo III

#### MARCO METODOLÓGICO

3.1. Hipótesis	59
3.2. Variables e indicadores	60
3.3. Tipo de estudio	61
3.4. Diseño de estudio	61
3.5. Población y muestra	61
3.6. Técnicas e instrumentos para la recolección de información	63
3.7. Métodos de análisis de datos	66

**Capítulo IV**

Resultados \_\_\_\_\_ 67

**Capítulo V**

Discusión de resultados \_\_\_\_\_ 91

**Capítulo VI**

Conclusiones y recomendaciones \_\_\_\_\_ 96  
 Referencias bibliográficas \_\_\_\_\_ 103  
 Anexos \_\_\_\_\_ 106

**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1. Tipo de alojamiento preferido \_\_\_\_\_ 70  
 Figura 2. Motivaciones de los turistas para visitar Vichayito. \_\_\_\_\_ 71  
 Figura 3. Reservaciones online \_\_\_\_\_ 74  
 Figura 4. Propuesta online \_\_\_\_\_ 74  
 Figura 5. Información satisfactoria \_\_\_\_\_ 75  
 Figura 6. Compartió su experiencia mediante redes sociales \_\_\_\_\_ 75  
 Figura 7. La web está actualizada \_\_\_\_\_ 76  
 Figura 8. Lo que más gustó \_\_\_\_\_ 78  
 Figura 9. Lo que más disgustó \_\_\_\_\_ 78  
 Figura 10. Piensa visitar nuevamente a la playa Vichayito \_\_\_\_\_ 79  
 Figura 11. Tipo de publicidad utilizado \_\_\_\_\_ 82  
 Figura 12. Tipo de información \_\_\_\_\_ 82  
 Figura 13. Actualización periódica del portal \_\_\_\_\_ 84  
 Figura 14. Publicidad adecuada a través de la Web 2.0 \_\_\_\_\_ 84  
 Figura 15. Uso de foros \_\_\_\_\_ 85  
 Figura 16. Promociona cuidado del medio ambiente \_\_\_\_\_ 89  
 Figura 17. Turismo especializado en Vichayito \_\_\_\_\_ 89  
 Figura 18. La Ley General de Turismo favorece turismo especializado \_\_\_\_\_ 90

**ÍNDICE DE TABLAS**

TABLA 1. Nacionalidad de los turistas \_\_\_\_\_ 68  
 TABLA 2. Tiempo que el turista conoce la playa Vichayito \_\_\_\_\_ 69  
 TABLA 3. Medio de comunicación por el que el turista conoce la playa Vichayito \_\_\_\_ 69  
 TABLA 4. Tiempo de estadía que el turista permanece en la playa Vichayito. \_\_\_\_\_ 70



TABLA 5.	Tipo de alojamiento preferido por los turistas _____	70
TABLA 6.	Visitó Vichayito acompañado de _____	72
TABLA 7.	Organización de la visita _____	72
TABLA 8.	Comportamiento de los estadígrafos _____	73
TABLA 9.	Información fidedigna _____	76
TABLA 10.	Comportamiento de los estadígrafos _____	77
TABLA 11.	Calidad de los servicios recibidos _____	78
TABLA 12.	Análisis de los estadígrafos de satisfacción del cliente _____	80
TABLA 13.	Usa la Web 2.0 para marketing interactivo online _____	81
TABLA 14.	Tiempo de uso de Web 2.0 _____	81
TABLA 15.	Contribución de la Web en la promoción empresarial _____	83
TABLA 16.	Huéspedes que antes visitaron el portal _____	83
TABLA 17.	Aplicación de marketing online _____	86
TABLA 18.	Facilidades que brindan los hoteles de la playa Vichayito _____	87
TABLA 19.	Análisis descriptivo de la playa Vichayito _____	88

### ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.	Encuesta a turista _____	106
Anexo 2.	Entrevista aplicada en empresas _____	109
Anexo 3.	Escala de apreciación – hoteles _____	111
Anexo 4.	Escala de apreciación – playa _____	112
Anexo 5.	Perú vive la Leyenda: Publicidad online _____	113
Anexo 6.	Ingresos de divisas a Países en Turismo _____	117
Anexo 7.	Vista Satelital del terreno de Vichayito _____	119
Anexo 8.	Mapa de Playas de Mancora a Vichayito _____	120
Anexo 9.	Vista de Playa Vichayito _____	121
Anexo 10.	Hotel Mirador de Vichayito _____	122
Anexo 11.	El Mirador de Vichayito _____	123
Anexo 12.	Refugio Natural _____	124
Anexo 13.	Vichayito Bungalows y Carpas _____	125
Anexo 14.	Lista de empresas encuestadas _____	126
Anexo 15.	Propuesta de uso de herramientas web 2.0 como estrategia de marketing de las empresas hoteleras de vichayito _____	127

## **INTRODUCCIÓN**

El mundo actual, con sus exigencias y retos ha cambiado la forma de ver, de pensar y de hacer del orbe mundial. Las tecnologías de la información y la comunicación y específicamente la Web 2.0 con sus herramientas que permiten la participación y fidelización de un usuario con nuevas expectativas, ha permitido el auge de muchas empresas a lo largo y ancho de nuestro planeta, que han debido adaptarse a las nuevas expectativas que el entorno les depara. Este trabajo de investigación permite que se tome conciencia de ello y de la oportunidad que se está desaprovechando, puesto que se ha encontrado que falta mucho camino por recorrer en materia de apropiación, cambio de actitud y mente abierta y creativa para aprovechar las ventajas que ofrecen las distintas herramientas Web 2.0, un escenario nuevo en el que se debe pensar en un marketing nuevo, capaz de ser significativo y que tenga impacto en los potenciales turistas que puedan visitar los hermosos parajes de la Playa Vichayito. En base a lo que se explicaba anteriormente la presente investigación tuvo como objetivo precisar el nivel de conocimientos y el uso de la Web 2.0 por parte de los departamentos de marketing y de los clientes de las empresas que realizan su gestión en playa Vichayito.

La investigación realizada pretende describir el estado actual concerniente al uso del marketing online a través de las herramientas Web 2.0.

La investigación fue vertida en el presente documento y dividida en capítulos, quedando constituida de la siguiente manera:

El primer capítulo presenta el marco metodológico logrando definir el problema a investigar, los antecedentes que respaldan esta investigación y su correspondiente diseño que marcó la senda de la presente tesis.

En el segundo capítulo se explora el marco teórico histórico conceptual de web 2.0 y estrategias de marketing enfocado a las empresas del rubro turístico y de los sectores visibles en la playa Vichayito.

En el tercer capítulo se examina la aplicación de la metodología y se define el tipo de investigación y las técnicas de recolección de datos para ayudarían a la consecución de los objetivos.

En el cuarto capítulo se presenta la información resumida y el respectivo análisis e interpretación de los resultados, como una manera de precisar el logro de los objetivos, planteados.

En el quinto capítulo se muestran las conclusiones y recomendaciones y finalmente las referencias bibliográficas,

Esperando de esta manera generar un aporte a las empresas que se objetiva en la propuesta diseñada con la intención favorecer el uso de las herramientas de marketing online que se utilizan actualmente.

## **RESUMEN**

La investigación se ha centrado en la aplicación de las herramientas informáticas, marketing on-line y la Web 2.0, para la promoción y dinamización del turismo especializado en la playa Vichayito del Distrito de Máncora en el departamento de Piura.

La Tesis tratará de innovar y sensibilizar al Sector Turismo Regional de Piura, tanto en el ámbito privado como público, para unir y complementar esfuerzos con la asignación de recursos humanos, materiales y financieros para el desarrollo sustentable del turismo especializado.

El método empleado en el desarrollo de la investigación comprendió la aplicación de los instrumentos de las encuestas, listas de cotejo, entrevistas, y la recopilación de información sobre el estado actual de la tecnología de la Web 2.0 y del marketing on-line. La muestra fue seleccionada de dos universos, uno de ellos el de los empresarios hoteleros y otra de los encargados de las áreas de marketing y sistemas de las empresas, y por otro lado el universo de los destinatarios que son los turistas.

También la investigación ha comprobado la importancia de la aplicación de las herramientas informáticas de la Web 2.0 y el marketing on-line para la publicidad turística, a través de mensajes personalizados de los hoteles en los sitios Web. La aplicación de las herramientas informáticas es hoy terreno virgen en el ámbito del turismo especializado en Playa Vichayito.

## **ABSTRACT**

The investigation has centred on the application of the IT tools, on-line marketing and the Web on 2.0, for the promotion and dynamization of the tourism specialized in the beach Vichayito of Máncora's District on Piura's department.

The Thesis will try to introduce and sensitize to the Sector Piura's Regional Tourism, so much in the area deprived like publicly, to join and to complement efforts with the assignment of human, material and financial resources for the sustainable development of the specialized tourism.

The method used in the development of the investigation understood the application of the instruments of the surveys, lists of check, you interview, and the summary of information about the current condition of the technology of the Web 2.0 and of the on-line marketing. The sample was selected of two universes, one of them that of the hotel businessmen and other one of the managers of the areas of marketing and systems of the companies, and on the other hand the universe of the addressees who are the tourists.

Also the investigation there has verified the importance of the application of the IT tools of the Web 2.0 and the on-line marketing for the tourist advertising, across personalized messages of the hotels in the web sites. The application of the IT tools is today a virgin area in the area of the tourism specialized in Beach Vichayito.