



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

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

**“DESARROLLO SOSTENIBLE Y ESTRATEGIA DE MARKETING DE
LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE MAZAMARI
2014”**

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

AUTOR:

SHEYLA AMELLY, RODRIGUEZ VILLAR

ASESOR:

Mg. 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 mis padres Rosa y Robin que son mi mayor motivación, para salir adelante.

A mi esposo Danilo por su cariño, apoyo y preocupación.

AGRADECIMIENTOS

- A Dios Todopoderoso por iluminar mi vida, mi carrera y darme las fuerzas necesarias para cumplir con todas mis metas.
- A la Universidad César Vallejo, que me acogió en sus aulas y me brindó la oportunidad de formarme como profesional en Administración de Turismo y Hotelería.
- Al profesor William Flores Sotelo por ser una persona maravillosa como asesor docente de la presente investigación, también por su dedicación, amistad y valiosa orientación en la realización de la tesis.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Sheyla Amelly, Rodríguez Villar con DNI N° 46010440, 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, octubre de 2014

Sheyla Amelly, Rodríguez Villar

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Desarrollo Sostenible y Estrategia de Marketing de los atractivos turísticos del distrito de Mazamari 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 de Turismo y Hotelería.

En esta investigación se ha realizado una correlación de resultados hallados en torno al desarrollo sostenible (primera variable) y estrategia de marketing (segunda variable) con la que se busca que se incremente el desarrollo turístico en el distrito de Mazamari, ya que cuenta con atractivos turísticos muy hermosos, que lamentablemente no se encuentran en buen estado de conservación, falta de señalización y sobre todo la falta de las vías de acceso hacia los atractivos, es por ello que con la investigación que estoy realizando quiero llegar a poder fomentar los atractivos de la forma más adecuada en primer lugar logrando un desarrollo sostenible para luego utilizar una estrategia de marketing y así poder obtener más ingresos de turistas al distrito de Mazamari de la forma más adecuada.

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	vi
Índice	vii
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	ix
Resumen	x
I. INTRODUCCIÓN	
Introducción	13
Antecedentes	14
Fundamentación científica de la variable 1:	17
Fundamentación científica de la variable 2:	22
Justificación	39
1.1. Problema	31
1.2. Hipótesis	32
1.3. Objetivos	33
II. MARCO METODOLÓGICO	
2.1. Variables	35
2.2. Operacionalización de variables	35
2.3. Metodología	37
2.4. Tipo de estudio	37
2.5. Diseño	37
2.6. Población, muestra y muestreo	38
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	39
2.8. Método de análisis de datos	40
2.9. Aspectos éticos	42
III. RESULTADOS	43
IV. DISCUSIÓN	54
V. CONCLUSIONES	58
VI. RECOMENDACIONES	60
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	62
ANEXOS	67

Índice de tablas

Tabla 1: Análisis del Desarrollo Sostenible y Estrategia de Marketing	43
Tabla 2. Análisis de la dimensión Económico y Estrategia de Marketing	44
Tabla 3. Análisis de la dimensión Social y Estrategia de Marketing	45
Tabla 4. Análisis de la dimensión Ambiental y Estrategia de Marketing	46

Índice de figuras

Figura 1. Análisis de la variable Desarrollo sostenible y Estrategia de Marketing	43
Figura 2. Análisis de la dimensión Económico y Estrategia de Marketing	44
Figura 3. Análisis de la dimensión Social y Estrategia de Marketing	45
Figura 4. analisis de la dimensión Ambiental y Estrategia de Marketing	46

RESUMEN

La investigación, que se ha titulado: “desarrollo sostenible y estrategia de marketing de los atractivos turísticos del distrito de Mazamari 2014”; ha dado respuesta al problema: ¿Cuál es la relación que existe entre desarrollo sostenible y estrategia de marketing de los atractivos turísticos del distrito de Mazamari 2014? El objetivo general ha sido: Determinar la relación que existe entre desarrollo sostenible y estrategia de marketing de los atractivos turísticos del distrito de Mazamari 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 la población del distrito de Mazamari, haciendo un total de 379 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 estadística de Rho Spearman, se aprecia que sí existe relación significativa entre desarrollo sostenible y estrategia de marketing, hallándose una correlación de 0.618** con un valor calculado para $p = 0.000$; a un nivel de significancia de 0.01 (bilateral) lo cual indica que la correlación es buena. Luego, ante las evidencias estadísticas presentadas se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de investigación. Por lo cual se concluye que: Existe relación entre desarrollo sostenible y estrategia de marketing de los atractivos turísticos del distrito de Mazamari, 2014.

Palabras clave: Económico, Social, Ambiental, Precio, Plaza, Producto Y Promoción.

ABSTRACT

The research, which has been titled "sustainable development and marketing strategy of the tourist attractions of the district Mazamari, 2014"; has responded to the problem: ¿What is the relationship between sustainable development and marketing strategy of the tourist attractions of the district Mazamari, 2014? The overall objective was to analyze the relationship between sustainable development and marketing strategy of the tourist attractions of the district Mazamari, 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 population was represented by District Mazamari, making a total of 379 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.

The most important results from the statistical test of Spearman Rho, it is appreciated that there exists significant relationship between sustainable development and strategy marketing, finding a correlation of 0.618** with $p = 0.000$ calculated for a significance level value 0.01 (bilateral); this indicates that the correlation is high. Then, the statistical evidence presented to the decision to reject the null hypothesis is taken, and the research hypothesis is accepted. There it is concluded that: There is a direct and significant relationship between sustainable development and strategy marketing attractions Mazamari district, 2014

Keywords: Economic, Social, Environmental, Price, Place, Product and Promotion.