



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

**“ESTRATEGIAS DE MARKETING Y DESARROLLO SOSTENIBLE
DE LA RUTA ARTESANAL EN EL DISTRITO DE SAN PEDRO DE
CAJAS PROVINCIA DE TARMA - REGIÓN JUNÍN 2014”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERIA

AUTOR:

BEATRIZ ESPINOZA GUTIERREZ

ASESOR:

Mg:EDWIN GABRIEL CAMPOS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Creatividad e innovación en el desarrollo de nuevos productos turísticos sostenibles

LIMA – PERÚ

2014

PAGINA DE JURADO

DEDICATORIA

Con todo mi amor y cariño a mi Padre, hoy que no lo tengo físicamente, con el ánimo aun quebrantado, este esfuerzo de conclusión es para Él, que me mira desde el cielo.

A mi madre por ser mi modelo, maestra y una mujer luchadora.

A mis queridos hermanos, Elizabeth, Edwin, Katherine.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en esta ocasión a todas aquellas personas que en diferentes momentos de mi vida han contribuido a mi crecimiento espiritual y profesional.

Dar gracias a Dios porque fue mi guía a lo largo de mi carrera, y me supo sostener y levantar en momentos de pruebas y desánimos “Todo lo puedo en Cristo que me fortalece, filipenses 4:13”

Agradecer a mi familia: Rosa Gutierrez mi madre, Elizabeth Espinoza, Edwin Espinoza, Katherine Espinoza, Gloria Gutierrez, Julia Espinoza, Jimmy Espinoza, Michael Lavado, Arcio Vila, gracias por brindarme su amor, comprensión y cariño, espero ser de ejemplo para mis primos y sobrinos.

Agradecer a mis queridos maestros y asesores : William Flores Sotelo, quien me enseñó a entender el complicado mundo de la investigación y con quien compartí algunos años de estudio, su paciencia y el humor que desplegaba en sus clases, a las que tuve el privilegio de asistir. Así mismo agradezco al profesor Edwin Campos por guiarme en la conclusión del trabajo de investigación y a todos los docentes que me enseñaron a lo largo de mi carrera, como: Renzo Solari, José Badillo, César Mescua, Irma Iriarte.

Quiero mencionar a todo un grupo muy querido, con el que he compartido gran parte de mi vida laboral al que quiero y aprecio mucho: Dr. Jaime Monroy y Noemí Ángeles, Carol Sanz y José Luis Paredes, María Elena Kooe Iván Ayala. A cada uno de ellos mi agradecimiento.

Por otro lado es el momento de mencionar a la Universidad Cesar Vallejo de Lima, institución que me dio la oportunidad de crecer en el ámbito profesional, agradezco por el apoyo continuo que me brindo al transcurso de la carrera.

Este párrafo, lo reserve para mis amigas y amigos, todos sin excepción, brillantes profesionales, con quien tuve el placer de compartir trabajos, monografías, clases, y están siempre presentes a la hora de rescatar los recuerdos más hermosos de mi vida personal y profesional: Liz Alva, Margarita Martínez, Ángela Rodríguez, Nora Acero, Paola Sánchez, Emerson Villareal, Carlos Carhuachin, AnnieEgoavil, etc.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Beatriz Espinoza Gutierrez con DNI N° 43635399, a efecto de complicar con las disposiciones vigentes consideras en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César 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 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, 13 de setiembre de 2014



Beatriz Espinoza Gutierrez

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 de la ruta artesanal del Distrito de San Pedro de Cajas, provincia de Tarma – Región Junín 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 estrategia de marketing (primera variable) y desarrollo sostenible (segunda variable) la que se evaluó a los artesanos del distrito de San Pedro de Cajas, provincia de Tarma, recordemos que si trabajamos adecuadamente el producto, el precio, la comercialización y sobre todo la promoción entonces se podrá tener una perspectiva del cliente con una propuesta de valor atractiva y de alta calidad conjuntamente con los tres pilares social, económico, ambiental las cuales deben conseguir un equilibrio entre ellos, para lograr un efectivo desarrollo, donde se tomen medidas que sean económicamente viables, que respeten el medio ambiente y sean socialmente equitativas para el desarrollo de la provincia de San Pedro de Cajas.

La información se ha estructurado en siete 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. 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
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	ix
Resumen	x
Abstract	xi
I. INTRODUCCIÓN	
Introducción	14
Antecedentes	15
Fundamentación científica de la variable 1:	20
Fundamentación científica de la variable 2:	25
Justificación	32
1.1. Problema	33
1.2. Hipótesis	35
1.3. Objetivos	36
II. MARCO METODOLÓGICO	
2.1. Variables	38
2.2. Operacionalización de variables	38
2.3. Metodología	39
2.4. Tipo de estudio	40
2.5. Diseño	40
2.6. Población, muestra y muestreo	41
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	42
2.8. Método de análisis de datos	42
2.9. Aspectos éticos	43

III. RESULTADOS	
IV. DISCUSIÓN	60
V. CONCLUSIONES	62
VI. RECOMENDACIONES	63
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	66
ANEXOS	72

Índice de tablas

Tabla 1.Operacionalización de la variable estrategias de marketing	38
Tabla2. Operacionalización de la variable desarrollo sostenible	39
Tabla 3. Prueba de confiabilidad	43
Tabla 4. Resultados de la variable estrategias de marketing	45
Tabla 5. Resultados de la dimensión producto	46
Tabla 6.resultado de la dimensión precio	47
Tabla 7. Resultados de la dimensión comercialización	48
Tabla 8. Resultados de la dimensiónpromoción	49
Tabla 9. Resultados de la variable desarrollo sostenible	50
Tabla 10. Resultados de la dimensión social	51
Tabla 11. Resultados de la variable económico	52
Tabla 12. Resultados de la dimensión ambiental	53
Tabla 13. Prueba de chi- cuadrado de V1y V2	54
Tabla 14. Prueba de chi- cuadrado de la dimensión producto	55
Tabla 15. Prueba de chi- cuadrado de la dimensión precio	56
Tabla 16. Prueba de chi - cuadrado de la dimensión comercialización	57
Tabla 17. Prueba de chi - cuadrado de la dimensión promoción	58

Índice de figuras

Figura 1. Diagrama de diseño correlacional	40
Figura 2. Resultados de la variable estrategias de marketing	45
Figura 3. Resultados de la dimensión producto	46
Figura 4. Resultados de la dimensión precio	47
Figura 5. Resultados de la dimensión comercialización	48
Figura 6. Resultados de la dimensión promoción	49
Figura 7. Resultados de la variable desarrollo sostenible	50
Figura 8. Resultados de la dimensión social	51
Figura 9. Resultados de la variable económico	52
Figura 10. Resultados de la dimensión ambiental	53

RESUMEN

La investigación, que se ha titulado: “Estrategias de marketing y desarrollo sostenible de la ruta artesanal del distrito de San Pedro de Cajas, Provincia de Tarma- Región Junín 2014”; ha dado respuesta al problema: ¿Existe relación entre estrategias de marketing y desarrollo sostenible de la ruta artesanal en el distrito de San Pedro de Cajas, Región Junín 2014? El objetivo general ha sido: Determinar la relación que existe entre estrategias de marketing y desarrollo sostenible de la ruta artesanal en la provincia de San Pedro de Cajas, Región Junín 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 artesanos del distrito de San Pedro de Cajas Provincia de Tarma, haciendo un total de 150 artesanos. 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 Chi de cuadrado de Pearson, se aprecia que sí existe relación entre estrategias de marketing y desarrollo sostenible, hallándose una correlación, con un valor calculado para $X = 120,534$ a un nivel de significancia de 0.05 (bilateral); lo cual indica que existe correlación entre las variables. 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: Si existe relación entre estrategias de marketing y desarrollo sostenible de la ruta artesanal del distrito de San Pedro de Cajas, Provincia de Tarma- Región Junín 2014.

Palabras clave: publicidad, educación ambiental, planificación, capacitación, producto artesanal.

ABSTRACT

The research, which was entitled : " Marketing strategies and sustainable development of artisanal route in the San Pedro de Cajas, Province of Junín Region Tarma- 2014 " ; has responded to the problem: Is there a relationship between marketing strategies and sustainable development of artisanal route in the district of San Pedro de Cajas, Junín Region 2014 The overall objective was : To determine the relationship between marketing strategies and development sustainable artisanal route in the province of San Pedro de Cajas, 2014 Junín Region .

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 craftsmen in the San Pedro de Cajas Province of Tarma, making a total of 150 artisans. The research techniques used were: the signing, document analysis, direct observation and the use of a pre test and post test to collect information about the variables.

Among the most important results from the statistical test chi square test , it is seen that there is a relationship between marketing strategies and sustainable development , finding a correlation , with a value calculated for $X = 120.534$ with a significance level of 0.05 (bilateral) ; indicating that there is a correlation between the variables. Then, the statistical evidence presented to the decision to reject the null hypothesis is taken, and the research hypothesis is accepted. Therefore it is concluded that: If there is a relationship between marketing strategies and sustainable development of artisanal route in the San Pedro de Cajas, Province of Junín Region Tarma- 2014.