



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

**“ESTRATEGIA DE MARKETING Y DESARROLLO SOSTENIBLE
DEL TURISMO EN EL DISTRITO DE LUNAHUANÁ – CAÑETE,
2014”**

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

AUTOR:

DAYAN CLAVO SANCHEZ

ASESOR:

ECON. WILLIAM SEBASTIAN FLORES SOTELO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**Creatividad e Innovación en el Desarrollo de Nuevos Productos Turísticos Sostenibles
LIMA-PERÚ**

2014

DEDICATORIA

A mi padre quien hace pocos meses se convirtió en mi ángel.

A mi madre quien es mi gran compañera y gracias a ella es por quien sigo con nuevos compromisos.

A mi novio por su cariño, apoyo y preocupación.

AGRADECIMIENTOS

- A Dios Todopoderoso por iluminar mis acciones y darme las fuerzas necesarias para cumplir con todas mis metas.
- A mis profesores, de quienes aprendí con gran fervor. A mis compañeros de aula, quienes han pasado a formar parte de mi vida.
- Al Econ. William Flores Sotelo por su constante apoyo, por sus consejos y ser una persona que me oriento en la culminación de la tesis.
- A mis grandes amigos y hermanos Sheyla, Rodrigo, Sandra, Deivi, por brindarme su amistad, su apoyo, confianza y comprensión en cada momento de mi vida universitaria.
- 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.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Estrategia de Marketing y Desarrollo Sostenible del Turismo en el Distrito de Lunahuaná – Cañete”, 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 a la Estrategia de Marketing (primera variable) y Desarrollo Sostenible (segunda variable) con la que se atiende a la población del distrito de Lunahuaná- Cañete, recordemos que de manera eficaz las estrategias de marketing, contiene cuatro factores, precio, plaza, promoción y producto para obtener una óptima percepción. De manera que debemos tener en cuenta que para realizar un eficiente desarrollo sostenible, debemos tener en cuenta el nivel social, económico y medio ambiental, puesto que estos son los elementos primordiales del desarrollo sostenible del turismo es por esto que se ha analizado descriptivamente la correlación entre estas dos variables.

Investigaciones precedentes en la zona de estudio han dejado en evidencia los problemas generales que cuenta el distrito. Ejemplo de ello, es la contaminación que presenta la cuenca del río Cañete, los desastres que provocan los fenómenos naturales, la actitud migratoria de la población a la capital en busca de mejores oportunidades laborales, la escasa sensibilización de la población y de los visitantes por el cuidado de su patrimonio, entre otros; además, la información sobre la actividad turística local carece de estructura y confiabilidad.

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:	20
Fundamentación científica de la variable 2:	21
Justificación	33
1.1. Problema	35
1.2. Hipótesis	37
1.3. Objetivos	37
II. MARCO METODOLÓGICO	
2.1. Variables	40
2.2. Operacionalización de variables	41
2.3. Metodología	41
2.4. Tipo de estudio	41
2.5. Diseño	42
2.6. Población, muestra y muestreo	43
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	44
2.8. Método de análisis de datos	45
2.9. Aspectos éticos	46
III. RESULTADOS	
IV. DISCUSIÓN	
V. CONCLUSIONES	
VI. RECOMENDACIONES	
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1. Análisis de la variable Estrategia de Marketing	49
Tabla 2. Análisis de la plaza y el desarrollo sostenible	50
Tabla 3. Análisis de la promoción y el desarrollo sostenible	51
Tabla 4. Análisis del precio y el desarrollo sostenible	52
Tabla 5. Análisis del producto y el desarrollo sostenible	53

RESUMEN

La investigación, que se ha titulado: “Estrategia de Marketing y Desarrollo Sostenible del turismo en el distrito de Lunahuaná - Cañete”; ha dado respuesta al problema: ¿Qué relación existe entre Estrategia de Marketing y el Desarrollo Sostenible del turismo en el distrito de Lunahuaná- Cañete? El objetivo general ha sido: Determinar la relación que existe entre Estrategia de Marketing y Desarrollo Sostenible del turismo en el distrito de Lunahuaná – Cañete.

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 del distrito de Lunahuaná, haciendo un total de 289 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 de Spearman, se aprecia que si existe relación entre Estrategia de Marketing y Desarrollo Sostenible, hallándose una correlación de 0.834 con un valor calculado para $p < 0.000$ un nivel de significancia de 0.01 (bilateral); lo cual indica que la correlación es alta. Después, ante las evidencias estadísticas presentadas se toma decisión de rechazar la hipótesis nula, y se considera la hipótesis de investigación. Por lo cual se concluye que: Existe la relación significativa directa entre Estrategia de Marketing y Desarrollo Sostenible del turismo en el distrito de Lunahuaná- Cañete.

Palabras clave: Estrategias de Marketing, eficacia, eficiencia, técnica de investigación.

ABSTRACT

The research, which was entitled "Marketing Strategy and Sustainable Tourism Development in the district of Lunahuaná - Cañete"; has responded to the problem: What is the relationship between Marketing Strategy and Sustainable Development of Tourism in the district of Lunahuaná- Cañete? The overall objective was: To determine the relationship between Marketing Strategy and Sustainable Tourism Development in the district of Lunahuaná - Cañete.

The methodology used for the elaboration of this thesis was related to the quantitative approach. It is a pure or fundamental basic research that is located in the explanatory level. The design of the research is correlational. The sample was represented by the residents of the District of Lunahuaná, making a total of 289 people. The research techniques used were: the signing, document analysis, direct observation and the use of a pretest and posttest to collect information about variables.

Among the most important results obtained with the statistical test of Spearman Rho, shows that the correlation between Marketing Strategy and Sustainable Development, being a correlation of 0.834 with $p < 0.000$ calculated for a significance level of 0.01 value (bilateral); indicating that the correlation is high. Then the statistical evidence presented to decision to reject the null hypothesis is taken, and is considered the research hypothesis. Therefore it is concluded that: There is a significant direct relationship between Marketing Strategy and Sustainable Tourism Development in the district of Lunahuaná- Cañete.

Keywords: Marketing Strategies, effectiveness, efficiency, research technique.