



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y MARKETING**

“RELACIÓN ENTRE EL MARKETING RELACIONAL Y EL
DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO EN LAS
AGENCIAS TURÍSTICAS DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA –
2022”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Marketing

Autores:

De La Torre Salas Jeancarlo Martin

Iglesias Bazan Adelith Arely

Asesor:

Mg. María del Pilar Miranda Guerra

<https://orcid.org/0000-0002-0284-9791>

Cajamarca - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Cristhian Paúl Céspedes Ortiz	26732973
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Liliana Carrillo Carranza	40730539
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Paulo Cesar Cáceres Iglesias	41412453
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

RELACIÓN ENTRE EL MARKETING RELACIONAL Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO EN LAS AGENCIAS TURÍSTICAS DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA – 2022”

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	vdocuments.site Fuente de Internet	2%
2	www.unach.cl Fuente de Internet	2%
3	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	2%
4	www.gob.pe Fuente de Internet	1%
5	recursosbiblio.url.edu.gt Fuente de Internet	1%
6	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	www.gestiopolis.com Fuente de Internet	1%

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	39
1.3. Objetivos	39
1.4. Hipótesis	40
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	42
CAPÍTULO III: RESULTADOS	47
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	61
CONCLUSIONES	68
REFERENCIAS	71
ANEXOS	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cantidad de agencias de viajes de turismo.....	43
Tabla 2: Procedimiento - análisis de datos	45
Tabla 3: Medidas simétricas	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Relación con los clientes externos	47
Figura 2: Relación con los clientes internos	48
Figura 3: Marketing relacional.....	49
Figura 4: ¿Usted considera que su comunicación es eficaz para con sus colaboradores?	50
Figura 5: Sostenibilidad económica	51
Figura 6: Sostenibilidad social	52
Figura 7: Sostenibilidad cultural	53
Figura 8: Sostenibilidad ambiental	54
Figura 9: ¿Cree usted que existe participación en la protección y conservación de los restos arqueológicos, y lugares turísticos por parte de la Municipalidad Provincial de Cajamarca?.....	55
Figura 10: ¿Cree usted que la Municipalidad Provincial de Cajamarca fomenta la educación ambiental en la población para conservar y proteger nuestro patrimonio?..	56
Figura 11: ¿Cree usted que la Municipalidad Provincial de Cajamarca participa activamente en los programas, talleres, capacitaciones para el cuidado y preservación de la arquitectura, diseño y el medio ambiente de la provincia?	57
Figura 12: ¿Cree que es importante, la satisfacción del turista?	59

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el Marketing Relacional y el Desarrollo Sostenible del Turismo en las Agencias Turísticas de la ciudad de Cajamarca – 2022.

El estudio es de tipo aplicada cuantitativa, ya que se enfoca en hacer la utilización de las teorías escritas, por otra parte, el trabajo es no experimental dado que no se manipulan las variables estudiadas, así mismo es transversal y correlacional porque se estudiará la relación entre el marketing relacional y el desarrollo sostenible del turismo.

Se utilizó una encuesta, el cual fue realizado a las agencias de turismo de la ciudad de Cajamarca, llegando a encuestar a 47 empresas, los resultados obtenidos se recogieron a través de un cuestionario y fueron procesados con los programas estadísticos Microsoft Excel y SPSS.

Entre los principales resultados encontrados tenemos que la relación entre el Marketing Relacional y el Desarrollo Sostenible del Turismo posee un coeficiente de correlación de Pearson de 0.15 (directa positiva débil).

Finalmente tenemos dentro de las principales conclusiones que el marketing relacional debe ser un pilar importante para poder desarrollar el turismo a partir de la afluencia de turistas a la ciudad de Cajamarca.

PALABRAS CLAVES: Desarrollo Sostenible del Turismo, Marketing Relacional, Sostenibilidad Económica, Sostenibilidad Social, Sostenibilidad Ambiental, Sostenibilidad Cultural.

NOTA

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto**, por determinación de los propios autores amparados en el Texto Integrado del Reglamento RENATI, artículo 12.

REFERENCIAS

Ingreso De Divisas Por Turismo. (14 de junio del 2017). Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/INGRESO_DE_DIVISAS_MINCETUR_BCRP.pdf.

Thompson, I. (24 de agosto del 2006). Obtenido de https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf.

Programa De Turismo Sustentable En México. (18 de marzo, 2014). Obtenido de http://www.sectur.gob.mx/PDF/planeacion_estrategica/PTSM.pdf.

Velasco, M. (2009). Gestión Turística Del Patrimonio Cultural: Enfoques Para Un Desarrollo Sostenible Del Turismo Cultural. Cuadernos de Turismo, (23), 237-253. Recuperado de: <http://redalyc.org/articulo.oa?id=39811874012>.

Carvalho, M. (2011). A Importância Do Marketing Relacional Para A Sustentabilidade Dos Empreendimentos De Alojamento No Turismo Natureza. Tourism & Management Studies, 1, 447-456. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=388743867040>.

Bertoni, M. (2008). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo. Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía, (17), 155-163. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281821942010>.

Cardoso, C. (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. El Periplo Sustentable, (11), 5-21. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193420679001>

“Relación entre el marketing relacional y el desarrollo sostenible del turismo en las agencias turísticas de la ciudad de Cajamarca – 2022”

Cardoso, C. & Castillo, M., & Hernández, C. (2014). Sosteniendo Al Turismo O Turismo Sostenible (Ts). Reflexiones teóricas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23 (2), 376-395.

Recuperado de :<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180730867009>>.

Aparecida, M., & dos Santos, R. (2005). Marketing De Servicios En El Contexto Del Turismo De Negocios. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 14 (2), 169-183. Recuperado de:

<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713886004>>.

Coelho, A., & da Rocha, A. (2013). Observação participante aplicada a pesquisas em marketing sobre turismo e lazer. *Caderno Virtual de Turismo*, 13 (3), 341-353. Recuperado de:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115429356004>>.

Promperu-Cusco lovers. (Lima, 23 de abril 2019). Recuperado de https://www.promperu.gob.pe/Repos/pdf_novedades/2442019112956_993.pdf.

Pingo, R. (2012). Marketing región de Lambayeque: mejorando el turismo receptivo. *Contabilidad y Negocios*, 7 (14), 117-128. Recuperado de:

<<http://redalyc.org/articulo.oa?id=281624914008>>.

Regalado, O., & Arias, J. (2006). Desarrollo Sostenible En Turismo: Una propuesta para Machu Picchu. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 11 (20), 63-73.

Recuperado de: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360735259003>>.

Área de comunicaciones del SERNANP. (18 de febrero de 2019). Recuperado de <http://www.sernanp.gob.pe/noticias-leer-mas/-/publicaciones/c/presentan-alternativas-ecoeicientes-en-reemplazo-de-864607>.

“Relación entre el marketing relacional y el desarrollo sostenible del turismo en las agencias turísticas de la ciudad de Cajamarca – 2022”

Suito, J. (2019, 25 de junio). Marca Perú se encuentra en el segundo lugar de valor en Latinoamérica (obtenido literalmente) [publicación de blog]. Obtenido de: https://www.mercadonegro.pe/marca-peru-encuentra-segundo-lugar-valor-latinoamerica/?fbclid=IwAR3A_1HGJlid1YpRfT5TpLDaFa7r8-kns8qZ1K1ZnN9yZPBgK0_hUcjFQDo.

Koniszczew, G. (2019, 12 de junio). Recuperado de <http://comunicacionpublica.com/gustavo-koniszczew-marca-peru-es-un-fenomeno-comunicacional-que-ha-logrado-una-difusion-internacional-de-dimensiones-asombrosas/>.

Sobrino, E. (2018). El Desarrollo Del Turismo En Espacios Rurales: Estudio y análisis del potencial ecoturístico como alternativa de desarrollo en el distrito de Pomabamba, departamento de Ancash (Tesis de título). Pontificia Universidad Católica Del Perú, Lima.

García, F. (2010). La promoción turística sostenible: Chaparrí y la Comunidad Santa Catalina de Chongoyape (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica Del Perú, Lima.

Carnaval no es vandalismo - Mincetur (26 de enero, 2016). Obtenido de: <http://www.cultura.gob.pe/en/tags/carnaval-cajamarquino>.

Saldaña, L. (2018). Elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico Para Lograr El Posicionamiento Internacional de la Provincia De San Pablo – Cajamarca (Tesis de título). Universidad Nacional De Cajamarca, Cajamarca.

Pérez, J. (2017). Nivel de satisfacción del turista nacional que visita el distrito de Cajamarca. (Tesis de título). Universidad Nacional De Cajamarca, Cajamarca.

“Relación entre el marketing relacional y el desarrollo sostenible del turismo en las agencias turísticas de la ciudad de Cajamarca – 2022”

Kotler P. & Armstrong G.. (2006). Principios de Marketing. Estados Unidos: Pearson Prentice Hall.

Josep Alet. (2000). Marketing Relacional: Como Obtener Clientes Leales Y Rentables. Estados Unidos: Planeta Publishing Corporation.

Pablo Lledó. (2012). Gestión Ágil de Proyectos. Estados Unidos: Trafford Publicaciones.

Perez N. & Castejón J. (2006). Relaciones Entre La Inteligencia Emocional Y El Cociente Intelectual Con El Rendimiento Académico En Estudiantes Universitarios. Revista Electrónica de Motivación y Emoción, Volumen IX, 27.

Sánchez P.. (2012). Comunicación y atención al cliente. España: Editex.

Idalberto Chiavenato. (2009). Comportamiento organizacional: la dinámica del éxito en las organizaciones. España: McGraw Hill,.

Garrido Samaniego & Pérez Santana . (2010). La investigación en Recursos Humanos en España . España: Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa.

Comisión de la OMT para las Américas, (2016) 60ª reunión La Habana (Cuba), 3 de mayo de 2016
Punto 4 del orden del día provisional CAM/60/4 Madrid, 16 de marzo de 2016 Original:
<http://cf.cdn.unwto.org/>

Blancas, F., et al., (2002) Indicadores sintéticos de turismo sostenible una aplicación para los destinos turísticos de Andalucía. Recuperado de: <http://www.revistarecta.com/>

OMT, (1997) Organización Mundial de Turismo y la Unión Europea (UE) cuestiones relacionadas con el desarrollo sostenible 8 de marzo de 1997 diversos países España. Recuperado de <https://dialnet.unirioja>

“Relación entre el marketing relacional y el desarrollo sostenible del turismo en las agencias turísticas de la ciudad de Cajamarca – 2022”

Reina P.. (2015). “La Sostenibilidad Social Del Plan Del Manejo De Residuos Sólidos Del Municipio De Concepción, Junín. Huancayo: Universidad Nacional Del Centro del Perú.

Chris Cooper, John Fletcher, David Gilbert, Alan Fyall, Stephen Wanhill. (2007). Turismo: Principios y Práctica. España: Educación Pearson.

Bernanrd J., Richard T. & Francisco J. . (1999). Ciencias ambientales: ecología y desarrollo sostenible. México: Prentice Hall.

Hunt D. & Johnson C. . (1996). Sistemas de Gestión Mediambiental. España : Mc. Graw Hill.