



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

**ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA
AGENCIA DE VIAJES KINTU EXPEDITIONS DE LA CIUDAD DEL CUSCO - 2019**

Presentado por:

Bach. Luis Efraín Valcárcel Umpire

Para optar el título de profesional de:

LICENCIADO EN TURISMO

Asesor: Mgt. Ronal Raúl Flórez Díaz

Cusco – Perú
2019



RESUMEN

En este trabajo de investigación se revisa la problemática del posicionamiento deficiente que tiene la agencia de viajes Kintu Expeditions en la ciudad del cusco, generada por la falta de un plan de objetivos a corto, mediano y largo plazo, para dar una posible solución a este problema se desarrolla un plan de marketing para mejorar el posicionamiento de la agencia de viajes Kintu Expeditions, donde se consigna lo siguiente; estrategias de precios, estrategia de producto, estrategia de plaza o distribución, estrategia de promoción, estrategia marketing directo y estrategia de marketing viral. Todas estas estrategias debidamente con sus respectivas, un cronograma de implementación del plan de marketing que ayudara al posicionamiento de la agencia de viajes Kintu Expeditions dentro del mercado turístico.

El objetivo general es determinar de qué manera las estrategias de marketing mix influirá en el posicionamiento de la agencia de viajes Kintu Expeditions.

La metodología utilizada en el presente trabajo de investigación es de tipo correlacional, porque hace hincapié en relacionar 2 variables para el funcionamiento que puede presentar un adecuado funcionamiento del marketing mix para lograr el posicionamiento.

Se llegó a concluir que se puede afirmar que las estrategias de marketing mix que aplicará la agencia de viajes Kintu Expeditions influye de forma positiva en el posicionamiento de la agencia Kintu Expeditions de la ciudad del Cusco – 2019, ya que se encuentra en el siguiente promedio $p = 0.037 < 0.05$, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.243, esto indica que al tener estrategias de marketing mix bien establecidas e identificadas ayudaran de manera positiva en el posicionamiento que toda empresa debería preocuparse por tener.

PALABRAS CLAVES: Estrategias de marketing mix, agencia de viajes, posicionamiento.

**ABSTRACT**

In this research work is reviewed the problem of poor positioning that the travel agency Kintu Expeditions has in the city of Cusco, generated by the lack of a short, medium and long term plan of objectives, to give a possible solution to this problem a marketing plan is developed to improve the positioning of the travel agency Kintu Expeditions, where the following is stated; pricing strategies, product strategy, plaza strategy or distribution, promotion strategy, direct marketing strategy and viral marketing strategy. All these strategies are with their respective, a schedule of implementation of the marketing plan that will help the positioning of the travel agency Kintu Expeditions within the tourism market.

The general objective is to determine how the marketing mix strategies will influence the positioning of the travel agency Kintu Expeditions.

The methodology used in the present research work was correlation type, because it emphasizes to relate 2 variables for the operation that can present an adequate operation of the marketing mix to achieve the positioning.

It was concluded that it can be affirmed that the marketing mix strategies that will be applied by the travel agency Kintu Expeditions positively influences the positioning of the agency Kintu Expedition of the city of Cusco - 2019, since it is in the following average $p = 0.037 < 0.05$, where the degree of relationship through the Spearman correlation is 0.243, this indicates that having well-established and identified marketing mix strategies will help in a positive way in the positioning that every company should be concerned about.

KEYWORDS: Marketing mix strategies, travel agency, positioning.