



**UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
CONTABLES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**



**TESIS:**

**“TÁCTICAS DEL MARKETING DEPORTIVO EN EL CLUB CIENCIANO  
DEL CUSCO -2020”**

**PRESENTADA POR:**

**BACH. RODRIGUEZ CAPARÓ, FABRICIO  
DERIAN**

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**DOCENTE ASESOR:**

**Lic. LEÓN CASAFRANCA. María del Carmen**

**CUSCO- PERÚ**

**2020**



## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo describir como son las Tácticas del marketing deportivo en el Club Cienciano del Cusco –2020. El tipo de investigación es básica, alcance descriptivo, diseño no experimental y enfoque cuantitativo. Se empleó la técnica de la encuesta mediante el instrumento de un cuestionario virtual aplicado a 167 seguidores de la página oficial del Club Cienciano, cuyos resultados se procesaron utilizando el software estadístico SPSS versión 25 y Microsoft Excel. Los resultados que se obtuvieron concluyeron en que la variable tácticas del marketing deportivo en el club Cienciano del Cusco -2020 se encuentra en un nivel regular con un valor promedio de 3.37, analizada mediante las dimensiones: Patrocinio de Deportistas, calificada como buena con un valor promedio de 3.48, la Publicidad calificada como regular con un valor promedio de 3.26 y el Sponsoring calificada como regular con un valor promedio de 3.35.

**Palabras clave:** Tácticas del Marketing Deportivo, Patrocinio de Deportistas, Publicidad, Sponsoring.



## ABSTRACT

This research work has the objective of describing how the sports Marketing Tactics are, at the Cienciano football Club of Cusco –2020. This research type is basic, with a descriptive scope, a non-experimental design and a quantitative approach. For the present investigation, the survey technique was used, for which a virtual questionnaire was applied to 150 followers of the Club Cienciano official websites, the results were processed using the statistical software SPSS version 25 and Microsoft Excel. The obtained results concluded as follows, the sports marketing tactics variable at the Cienciano football Club - Cusco 2020 are at a regular level with an average value of 3.37; The tactical variable of sports marketing was measured through the following dimensions: sponsorship of athletes, which was appreciated with an average value of 3.48, advertising quality is regular with an average value of 3.26 and sponsorship is considered regular with an average value of 3.35.

**Key words:** Sports marketing tactics, sports sponsorship, advertising, sponsoring.