



# UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



## TESIS

**“INCIDENCIA DE LA GESTION DE MARKETING EN LA  
CALIDAD DE SERVICIOS QUE BRINDA LA AGENCIA DE  
VIAJES PACIFICO CUSCO”**

Presentado por:

**Br. ORLANDO HILDEMARO ARIAS  
CASAFRANCA**

Para optar al Título Profesional de Licenciado  
en Turismo

**Asesora: Mg. JESSICA MILAGROS  
FLORES CHOQUEHUANCA**

CUSCO – PERÚ

2016



## RESUMEN

El trabajo de investigación tiene como objetivo Determinar en qué medida la incidencia de la gestión de marketing influye en la calidad de servicio que brinda la agencia Viajes Pacífico en la ciudad del Cusco

La metodología utilizada para desarrollar la tesis, respecto al tipo de la presente investigación es Descriptivo - Correlacional; Descriptivo, porque busca especificar niveles, características, propiedades y demás rasgos importantes de las variables en estudio, es correlacional porque busca evaluar la relación que existe entre dos variables de diferentes grupos en su contexto particular, el nivel es descriptivo, el diseño no experimental porque no se manipula intencionalmente las variables y transversal porque la toma se realizó por única vez, aplicados a 41 de 72 aplicando una selección muestral probabilística, el instrumento aplicado fue el cuestionario, procesados en programa estadístico Statistics18.

Los resultados hallados nos evidencia que la gestión de marketing, tiene una incidencia significativa en la calidad de servicios que brinda, demostrando con el Chi cuadrado = a 0.001, al 95% de confianza, por otro lado la gestión de marketing que se aplica en la agencia de Viajes Pacifico Cusco de acuerdo al cuestionario de los trabajadores, indica el 73.2% como adecuada y el 26.8% regularmente adecuada y la gestión de marketing que se aplica en la agencia de Viajes Pacifico Cusco de acuerdo al cuestionario de los trabajadores, indica el 73.2% como adecuada y el 26.8% regularmente adecuada

Palabras clave: Gestión de marketing, calidad de servicio, agencia de viajes

Br. Orlando Arias Casafranca.



## ABSTRACT

The objective of the research work is to determine to what extent the incidence of marketing management influences the quality of service provided by the agency Viajes Pacífico in the city of Cusco.

The methodology used to develop the thesis, with respect to the type of the present research is Descriptive - Correlational; Descriptive, because it seeks to specify levels, characteristics, properties and other important features of the variables under study, is correlational because it seeks to evaluate the relationship that exists between two variables of different groups in their particular context, the level is descriptive, the design is not experimental because the variables are not intentionally manipulated and transverse because the take was made only once, applied to 41 of 72 applying a probabilistic sample selection, the instrument applied was the questionnaire, processed in statistical program Statistics18.

The results found show that marketing management has a significant impact on the quality of services provided, demonstrating with Chi-square = 0.001, 95% confidence, on the other hand the marketing management applied in the agency of Viajes Pacifico Cusco according to the questionnaire of workers, indicates 73.2% as adequate and 26.8% regularly adequate and the marketing management that is applied in the agency of Viajes Pacifico Cusco according to the questionnaire of the workers, indicates 73.2% as adequate and 26.8% regularly adequate.

Keywords: Marketing management, quality of service, travel agency.

Br. Orlando Arias Casafranca.

X