

“UNIVERSIDAD SANTO DOMINGO DE GUZMÁN”

FACULTAD DE INGENIERÍA DE NEGOCIOS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE NEGOCIOS



“PLAN DE MARKETING PARA FOMENTAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL  
DISTRITO DE SAN PEDRO DE CHUNÁN, 2022.”

**AUTORES:**

ÑAUPARI GONZALES, MARYCARMEN  
<https://orcid.org/0000-0002-1219-2332>

**ASESOR:**

ALARCON CAJAS, YOHAN ROY  
<https://orcid.org/0000-0001-5382-3754>

TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE:

**INGENIERO DE NEGOCIOS**

JICAMARCA-LIMA

2022

## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo desarrollar una propuesta para fomentar el turismo en el distrito de San Pedro de Chunán. La metodología empleada fue de tipo No Experimental, de corte transversal, de tipo propositiva-aplicada, la población beneficiaria directa está conformada por los pobladores de la localidad y de manera indirecta los turistas. En la investigación se realizó el diagnóstico de la situación turística actual a través del análisis del macroentorno y el FODA, se estableció el inventario de los atractivos turísticos, para posteriormente desarrollar estrategias de Marketing Mix, basado en el precio, producto, promoción y plaza. La propuesta fue validada por 3 expertos obteniéndose resultados favorables, por lo que se considera conveniente para incentivar el desarrollo de la actividad turística, por tanto, se concluye que el plan de marketing es una opción idónea para mejorar el turismo en el distrito de San Pedro de Chunán.

**Palabras clave:** *plan de marketing, turismo, producto turístico, destino turístico, marketing, promoción, publicidad.*

## Abstract

This research aims to develop a proposal to promote tourism in the district of San Pedro de Chunán. The methodology used was non-experimental, cross-sectional, propositional-applied, the direct beneficiary population is made up of the residents of the locality and indirectly the tourists. In the investigation, the diagnosis of the current tourist situation was carried out through the analysis of the macro environment and the SWOT, the inventory of tourist attractions was established, to later develop Marketing Mix strategies, based on price, product, promotion and place. The proposal was validated by 3 experts, obtaining favorable results, for which it is considered convenient to encourage the development of tourist activity, therefore, it is concluded that the marketing plan is an ideal option to improve tourism in the San Pedro district. from Chunán.

**Keywords:** *marketing plan, tourism, tourist product, tourist destination, marketing, promotion, advertisin*