



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**RELACIÓN DEL MARKETING
ESTRATÉGICO Y LA COMPETITIVIDAD DE
TOURS “ÁNGEL DIVINO” S. A. C. –
CHICLAYO.**

**Para optar el título profesional de licenciado en
Administración**

Autoras

**BACH. CERCADO CERCADO, LILI AIDEE
BACH. FERNÁNDEZ DELGADO, MAURA
KATHERINE**

Pimentel, 15 de Enero del 2016

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el marketing estratégico y la competitividad de la empresa Tours Ángel Divino S.A.C. Chiclayo en el año 2015.

Además tuvo como metodología la aplicación de un cuestionario según la escala de Likert el cual constó de 21 preguntas aplicadas a una muestra de 309 clientes de la empresa, determinados mediante la fórmula de muestreo probabilístico aleatorio simple; así también se recopiló información mediante la realización de una entrevista al administrador de Tours Ángel Divino S.A.C.

El tipo de investigación que se utilizó fue de tipo descriptivo correlacional, mientras que el diseño fue no experimental, transversal.

Igualmente se determinó que los datos tienen una distribución normal, obteniendo p-value de 0.519, permitiendo una correcta medición de las variables. Del mismo modo mediante la prueba de correlación Spearman se comprobó que ambas variables de estudio están fuertemente relacionadas.

Finalmente se elaboró un programa exclusivo relacionado al marketing estratégico para la competitividad de Tours Ángel Divino S. A. C. al cual el gerente de la mencionada empresa mostró su total acuerdo.