

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO**  
**BENEDICTO XVI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ECONÓMICAS**  
**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN**  
**TURISTICA**



**HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTEGRADAS DE  
MARKETING PARA REACTIVAR EL TURISMO EN LA PROVINCIA  
DE CHOTA, CAJAMARCA**  
**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA  
EN ADMINISTRACION TURÍSTICA**

**AUTOR**

**Br. Analí Catherine López Usquiano**

**ASESOR**

**Mg. Merly Jacquelyn La Torre García**  
<https://orcid.org/0000-0002-7742-5256>

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**Marketing y ventas**

**TRUJILLO – PERÚ**

**2023**

## **Declaratoria de originalidad**

Señor(a) Decano(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas:

Yo, Mg. Merly Jacquelyn La Torre García con DNI N° 42321800 como asesor (a) del trabajo de investigación titulado “HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTEGRADAS DE MARKETING PARA REACTIVAR EL TURISMO EN LA PROVINCIA DE CHOTA, CAJAMARCA” desarrollado por la egresada Analí Catherine López Usquiano Bachiller con DNI N° 70859490, del programa de estudios de Administración Turística, considero que dicho trabajo reúne las condiciones tanto técnicas como científicos, las cuales estan alineadas a las normas establecidas en el Reglamento de Titulación de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI y en la normativa para la presentación de trabajos de graduación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Por tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente para que sea sometido a evaluación por los jurados designados por la mencionada facultad.



---

Mg. Merly Jacquelyn La Torre García

**Asesor (a)**

**Autoridades universitarias**

**Mons. Dr. Héctor Miguel Cabrejos Vidarte, OFM**

Arzobispo Metropolitano de Trujillo

Fundador y Gran Canciller de la

Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

**Dra. Mariana Geraldine Silva Balarezo**

Rectora (e) de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

Vicerrectora Académica

**Dra. Ena Cecilia Obando Peralta**

Vicerrectora de Investigación

**Dr. Jaime Roberto Ramírez García**

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

**Dra. Teresa Sofía Reátegui Marín**

Secretaria General

## **Dedicatoria**

A Dios, brindarme la oportunidad de vivir, gozar de salud y la fuerza para seguir adelante a pesar de todas las adversidades que se me presentan, ser el quien me acompaña en cada momento de mi vida, en los momentos buenos, malos. Y sobre todo permitirme lograr mis objetivos propuestos.

A mis padres, Carlos y Matilde por su apoyo incondicional a lo largo de toda mi formación académica, y por ser ellos quienes me inculcaron crecer con valores como el respeto, responsabilidad, perseverancia y la humildad, y con sus enseñanzas ser mejor persona cada día.

A mis hermanos, Marivel, Jhonatan, Melania, Elizabeth, Amparo por brindarme siempre su apoyo, los amo mucho.

## **Agradecimiento**

A Dios, por permitirme la vida y acompañarme siempre en cada paso que doy y darme la oportunidad de hacer realidad mis anhelos profesionales y metas.

Agradezco a mis docentes que me brindaron sus conocimientos técnicos, científicos y pedagógicos durante mi carrera universitaria.

A mi asesora, Mg. Merly Jacquelyn La Torre García por dirigirme y brindarme sus conocimientos en el desarrollo de mi tesis.

## **Declaratoria de autenticidad**

Yo, López Usquiano Anali Catherine Antonio con DNI 70859490 egresada del Programa de Estudios de Administración Turística de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, doy fe que he seguido rigurosamente los procedimientos académicos y administrativos emanados por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas para la elaboración y sustentación del informe de tesis titulado: “HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTEGRADAS DE MARKETING PARA REACTIVAR EL TURISMO EN LA PROVINCIA DE CHOTA, CAJAMARCA”, el cual consta de un total de 85 páginas, en las que se incluye 21 tablas y 21 figuras, más un total de 18 páginas en anexos.

Dejo constancia de la originalidad y autenticidad de la mencionada investigación y declaro bajo juramento en razón a los requerimientos éticos, que el contenido de dicho documento corresponde a mi autoría respecto a redacción, organización, metodología y diagramación. Asimismo, garantizo que los fundamentos teóricos están respaldados por el referencial bibliográfico, asumiendo un mínimo porcentaje de omisión involuntaria respecto al tratamiento de cita de autores, lo cual es de mi entera responsabilidad.

*La autora*



---

Anali Catherine López Usquiano  
DNI 70859490

## Índice

<b>Declaratoria de originalidad</b> .....	<b>ii</b>
<b>Autoridades universitarias</b> .....	<b>iii</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>iv</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>v</b>
<b>Declaratoria de autenticidad</b> .....	<b>vi</b>
<b>Índice</b> .....	<b>vii</b>
<b>Índice de tablas</b> .....	<b>viii</b>
<b>Índice de figuras</b> .....	<b>ix</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>12</b>
<b>II. METODOLOGÍA</b> .....	<b>31</b>
<b>2.1. ENFOQUE, TIPO</b> .....	<b>31</b>
<b>2.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>31</b>
<b>2.3. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO</b> .....	<b>32</b>
<b>2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOJO DE DATOS</b> .....	<b>33</b>
<b>2.5. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN</b> .....	<b>33</b>
<b>2.6. ASPECTOS ÉTICOS EN INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>34</b>
<b>III. RESULTADOS</b> .....	<b>35</b>
<b>3.1. RESULTADOS DESCRIPTIVOS</b> .....	<b>35</b>
<b>IV. DISCUSION</b> .....	<b>56</b>
<b>V. CONCLUSIONES</b> .....	<b>60</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>61</b>
<b>VII.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>62</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>67</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 2.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 3.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 4.....</b>	<b>38</b>
<b>Tabla 5.....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 6.....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla 7.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 8.....</b>	<b>42</b>
<b>Tabla 9.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabla 10.....</b>	<b>44</b>
<b>Tabla 11.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabla 12.....</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 13.....</b>	<b>47</b>
<b>Tabla 14.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 15.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 16.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 17.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 18.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 19.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 20.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 21.....</b>	<b>55</b>

## Índice de figuras

<b>Figura 1.....</b>	<b>35</b>
<b>Figura 2.....</b>	<b>36</b>
<b>Figura 3.....</b>	<b>37</b>
<b>Figura 4.....</b>	<b>38</b>
<b>Figura 5.....</b>	<b>39</b>
<b>Figura 6.....</b>	<b>40</b>
<b>Figura 7.....</b>	<b>41</b>
<b>Figura 8.....</b>	<b>42</b>
<b>Figura 9.....</b>	<b>43</b>
<b>Figura 10.....</b>	<b>44</b>
<b>Figura 11.....</b>	<b>45</b>
<b>Figura 12.....</b>	<b>46</b>
<b>Figura 13.....</b>	<b>47</b>
<b>Figura 14.....</b>	<b>48</b>
<b>Figura 15.....</b>	<b>49</b>
<b>Figura 16.....</b>	<b>50</b>
<b>Figura 17.....</b>	<b>51</b>
<b>Figura 18.....</b>	<b>52</b>
<b>Figura 19.....</b>	<b>53</b>
<b>Figura 20.....</b>	<b>54</b>
<b>Figura 21.....</b>	<b>55</b>

## RESUMEN

La investigación tiene como objetivo evaluar el potencial de las herramientas de comunicación de marketing influyen en la reactivación del turismo en Chota, Cajamarca. Se empleó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental y un nivel descriptivo. Así mismo, se encuestó a 384 visitantes turísticos de la región de Cajamarca y se entrevistó a representantes de agencias de viajes locales. Los resultados destacan la preferencia del 55% por recibir información en puntos de venta y el interés mayoritario del 61% por destinos naturales. Además, el 57% muestra interés en adquirir artesanías locales. Las redes sociales, especialmente WhatsApp, TikTok y Facebook, se identificaron como los principales canales para obtener información turística. En conclusión, se subraya la importancia de adaptar estrategias de marketing a plataformas digitales de Chota para impulsar el turismo.

**Palabras clave:** Comunicación, marketing, turismo, reactivación turística.

## **ABSTRACT**

The research aims to evaluate the potential of marketing communication tools to influence the reactivation of tourism in Chota, Cajamarca. A quantitative approach with a non-experimental design and a descriptive level was used. In addition, 384 tourist visitors to the Cajamarca region were surveyed and representatives of local travel agencies were interviewed. The results show a 55% preference for receiving information at points of sale and a 61% interest in natural destinations. In addition, 57% are interested in purchasing local handicrafts. Social networks, especially WhatsApp, TikTok and Facebook, were identified as the main channels for obtaining tourist information. In conclusion, the importance of adapting marketing strategies to digital platforms in Chota to boost tourism is underlined.

**Keywords:** Communication, marketing, tourism, tourism reactivation.

# HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTEGRADAS DE MARKETING PARA REACTIVAR EL TURISMO EN LA PROVINCIA DE CHOTA, CAJAMARCA

## INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

19%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorio.uct.edu.pe">repositorio.uct.edu.pe</a> Fuente de Internet	4%
2	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	3%
3	<a href="http://repositorio.ucsg.edu.ec">repositorio.ucsg.edu.ec</a> Fuente de Internet	2%
4	<a href="http://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	2%
5	<a href="http://repositorio.unesum.edu.ec">repositorio.unesum.edu.ec</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="http://dspace.esPOCH.edu.ec">dspace.esPOCH.edu.ec</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="http://repositorio.upao.edu.pe">repositorio.upao.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
8	<a href="http://scielo.sld.cu">scielo.sld.cu</a> Fuente de Internet	<1%