

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



**Estrategia de marketing experiencial y la demanda turística en la
contribución del posicionamiento de las islas flotantes Los Uros,
Puno**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración y
Negocios Internacionales

Autor

Guina Yessica Flores Montalico

Asesor

Mtro. Lucas Fernando Meza Revatta

Juliaca, noviembre de 2024

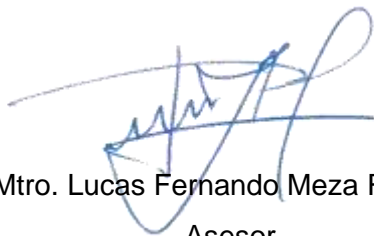
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Mtro. Lucas Fernando Meza Revatta, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“ESTRATEGIA DE MARKETING EXPERIENCIAL Y LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA CONTRIBUCIÓN DEL POSICIONAMIENTO DE LAS ISLAS FLOTANTES LOS UROS, PUNO”** de la autora **Guina Yessica Flores Montalico**, tiene un índice de similitud de 11% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Juliaca a los 27 días del diciembre del año 2024.



Mtro. Lucas Fernando Meza Revatta
Asesor



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Puno, Juliaca, Villa Chullunquiani, a los 27 día(s) del mes de Noviembre del año 2021 siendo las 09:00 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Filial Juliaca, bajo la dirección del (de la) presidente (a): Mtro. Wilson Cruz Mamani, el (la) secretario(a): MSc. Giovanny Elizabeth Estela Delgado y los demás miembros: Mtro. Amad Vargas Martinez y el (la) asesor(a) Mtro. Lucas Fernando Mega Revatta con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado Estrategia de marketing experiencial y la demanda turística en la contribución del posicionamiento de las islas flotantes Los Uros, Puno del(los) bachiller/es:

- a) Guina Yessica Flores Montalico
- b) _____
- c) _____

conducente a la obtención del título profesional de: Licenciada en Administración y Negocios Internacionales
(Denominación del Título Profesional)

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): Guina Yessica Flores Montalico

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobada</u>	<u>17</u>	<u>B+</u>	<u>Muy bueno</u>	<u>Sobresaliente</u>

Bachiller (b): _____




CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	


Bachiller (c): _____

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

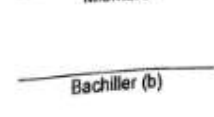
(*) Ver parte posterior


Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.


 Presidente(a)

 Asesor(a)

 Bachiller (a)


 Miembro

 Miembro


 Bachiller (b)


 Secretario/a

 Miembro

 Bachiller (c)

Índice de Contenido

RESUMEN	5
ABSTRACT.....	6
1. INTRODUCCIÓN.....	7
2. MATERIALES Y MÉTODOS.....	13
2.1 Diseño	13
2.2 Sujetos.....	14
2.3 Mediciones.....	14
2.4 Análisis estadísticos	14
2.5 Declaración sobre aspectos éticos.....	15
3. RESULTADOS	15
3.1 Resultados descriptivos.....	15
3.2 Prueba de normalidad	17
3.3 Resultados correlacionales.....	17
3.4 Resultados de Regresión.....	18
4. DISCUSIÓN.....	19
5. CONCLUSIÓN	21
6. REFERENCIAS	23
ANEXOS	27

Estrategia de marketing experiencial y la demanda turística en la contribución del posicionamiento de las islas flotantes Los Uros, Puno

RESUMEN

El marketing experiencial, enfocado en crear experiencias significativas y memorables para los consumidores, se ha convertido en una estrategia clave para la promoción de destinos turísticos, especialmente en aquellos que buscan resaltar sus rasgos culturales únicos. Este análisis examina el impacto del marketing experiencial en la demanda turística de las islas flotantes Los Uros, Puno, un destino emblemático de Perú. El objetivo de esta investigación fue identificar cómo las estrategias de marketing experiencial afectan la llegada de turistas a este lugar, centrándose específicamente en las experiencias sensoriales, afectivas y cognitivas percibidas por los turistas. La metodología empleada fue cuantitativa, con un diseño no experimental de corte transversal, descriptivo y correlacional. La población de este estudio estuvo compuesta por 158 turistas. Para la recolección de datos, se utilizó un cuestionario con escala Likert de 5 puntos y un total de 21 ítems. Entre los resultados, se encontró una correlación directa significativa ($r = 0,809$, $p < 0,001$) entre el marketing experiencial y la demanda turística. Las experiencias sensoriales ($r = 0,780$, $p < 0,001$), las experiencias afectivas ($r = 0,772$, $p < 0,001$) y las experiencias de pensamiento ($r = 0,797$, $p < 0,001$) se describieron como factores decisivos para los turistas al visitar Los Uros. Además, el análisis de regresión múltiple indicó que el marketing experiencial explica el 83% de la variabilidad en la demanda turística. En conclusión, las estrategias de marketing experiencial tienen un impacto significativo en la demanda turística. Se recomienda a los encargados de marketing de la Isla Los Uros implementar tácticas que promuevan experiencias memorables, priorizando las estrategias que involucren experiencias que estimulen el pensamiento y las emociones de los turistas.

Palabras clave: Demanda turística, experiencias memorables, fidelización del cliente, marketing experiencial, sostenibilidad turística