



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL**  
**DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

Promoción turística y la demanda de visitantes en el Patrimonio Cultural Huaycán de Pariachi Ate, 2019.

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**AUTORAS:**

Escarcena Llacza, Noelia (ORCID: 0000-0001-7116-2750)  
Gomez Villantoy, Yoselin Edith (ORCID: 0000-0001-5808-5287)  
Herrera Broncano, Dyanna Victoria (ORCID: 0000-0001-9256-6404)  
Rivera Macedo, Geraldine Shirley (ORCID: 0000-0002-7279-8360)

**ASESORA:**

Mg. García Ipanaque, Luisa Isabel (ORCID: 0000-0001-6434-912X)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Patrimonio y Recursos Turísticos

**LIMA - PERÚ**

2019

## Índice de contenidos

Índice de contenidos .....	ii
Índice de tablas .....	iii
Índice de figuras.....	iv
Resumen .....	v
Abstract.....	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. METODOLOGÍA .....	8
III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	13
IV. CONCLUSIONES.....	21
V. RECOMENDACIONES .....	22
REFERENCIAS.....	23
ANEXOS .....	28

## Índice de tablas

<b>Tabla 1: Juicio de expertos</b> .....	11
<b>Tabla 2: Alfa de Cronbach</b> .....	11
<b>Tabla 3:</b> Coeficiente de correlación entre la promoción turística y la demanda de visitantes .....	13
<b>Tabla 4:</b> Coeficiente de correlación entre la publicidad y demanda de visitantes.	14
<b>Tabla 5:</b> Coeficiente de correlación entre la promoción de ventas y la demanda de visitantes .....	15
<b>Tabla 6:</b> Coeficiente de correlaciones entre las relaciones públicas y la demanda de visitantes .....	16

## Índice de figuras

<b>Figura 1:</b> Promoción turística y demanda de visitantes .....	13
<b>Figura 2:</b> Publicidad y demanda de visitantes .....	14
<b>Figura 3:</b> Promoción de ventas y demanda de visitantes .....	15
<b>Figura 4:</b> Relaciones públicas y demanda de visitantes .....	16

## Resumen

El trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la promoción turística y la demanda de visitantes en el Patrimonio Cultural Huaycán de Pariachi Ate, 2019. La teoría que sustenta la investigación de la variable promoción turística es la de Philip Kotler que define a la promoción como herramienta que cada organización emplea para comunicar el valor del producto para el cliente. La siguiente teoría que sustenta la variable demanda de visitantes es de la Organización Mundial del Turismo, menciona que la afluencia turística es aquel conjunto de personas que se desplazan a un destino por motivo de ocio u otro. El enfoque de la investigación fue cuantitativo, tipo básico, nivel correlacional, población desconocida y la muestra estuvo conformada por 96 pobladores. Para recolectar la información se manejó la técnica de la encuesta cuyo instrumento fue el cuestionario. Los resultados obtenidos indican que existe una relación significativa negativa muy débil entre las variables de estudio, puesto que el coeficiente de correlación es negativo ( $r_s = -0,115$ ;  $p = 0,263$ ) lo que implica que a menor sea la promoción turística, menor es el grado de demanda de visitantes en el Patrimonio Cultural Huaycán de Pariachi.

**Palabras clave:** Promoción, demanda y turismo.

## **Abstract**

The research work aimed to determine the relationship between tourism promotion and visitor demand in the Huaycán de Pariachi Ate Cultural Heritage, 2019. The theory that supports the research of the tourism promotion variable is that of Philip Kotler who defines to promotion as a tool that each organization uses to communicate the value of the product for the customer. The following theory that supports the visitor demand variable is from the World Tourism Organization, it mentions that the tourist influx is that set of people who travel to a destination for leisure or other reasons. The research focus was quantitative, basic type, correlational level, unknown population, and the sample consisted of 96 inhabitants. To collect the information, the survey technique was used, the instrument of which was the questionnaire. The results obtained indicate that there is a very weak negative significant relationship between the study variables, since the correlation coefficient is negative ( $r_s = -0.115$ ;  $p = 0.263$ ), which implies that the lower the tourism promotion, the lower the degree demand for visitors to the Huaycán de Pariachi Cultural Heritage.

**Keywords:** Promotion, demand, and tourism.