



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

Promoción Turística del Museo de Sitio Presbítero Maestro del distrito del
Cercado de Lima, desde la perspectiva del visitante 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

AUTORA

Shirley Esthefany Anaya Castañeda

ASESOR

Mg. Walter Enrique Zúñiga Porras

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PATRIMONIO Y RECURSOS TURÍSTICOS

LIMA-PERÚ

Año 2017- II

PÁGINAS PRELIMINARES

Página Del Jurado



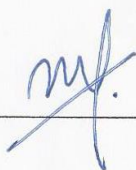
Mg. Luz Irene Asencio Reyes

PRESIDENTE



Mg. Walter Enrique Zúñiga Porras

VOCAL



Mg. Samanta Hilda Calle Ruiz

SECRETARIO

DEDICATORIA

Este esfuerzo es para mi familia por su gran apoyo incondicional, mucho de mis logros se los debo a ustedes. Me formaron con valores y actitudes, me enseñaron que en la vida se puede lograr muchas metas, una de ellas, el presente proyecto. Ustedes son mi motor y motivo para continuar con mis sueños y no alcanzaría palabras en esta hoja para dedicar con todo mi amor lo que hicieron por mí.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por ser la fuente espiritual de apoyo en mi vida.

En segundo lugar, a mi madre que me dio todo su apoyo y siempre estuvo hay también a mi familia por brindarme el apoyo día a día y a mi amor quien estuvo apoyándome JpGn.

Y por último y no menos importante a la Universidad César Vallejo Lima Este, especialmente a la facultad de administración de hotelería y turismo por poner a la disposición a profesores de alta calidad profesional, que con sus enseñanzas estoy aquí logrando una meta


DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Shirley Esthefany Anaya Castañeda con DNI 47283465, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración de Turismo y Hotelería, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 04 de diciembre del 2017


Shirley Esthefany Anaya Castañeda

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis Titulada **“Promoción turística en el Museo de sitio Presbítero Maestro del distrito del Cercado de Lima, desde la perspectiva del visitante 2017”** y comprende los capítulos de Introducción, metodología, resultados, conclusiones y recomendaciones. El objetivo de la referida tesis fue determinar la Promoción Turística del Museo de Sitio Presbítero Maestro en el Cercado de Lima, desde la perspectiva del visitante en el año 2017, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración de Hotelería y Turismo.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Shirley Esthefany Anaya Castañeda

La autora

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO	V
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	VI
PRESENTACIÓN	VII
ÍNDICE	VIII
RESUMEN	XI
ABSTRACT.....	XII
I.INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad problemática.....	14
1.2. Trabajos previos.....	17
1.3 Teorías relacionadas al tema	21
1.4 Formulación del problema	32
1.4.1 General.....	32
1.4.2. Específicos	32
1.5. Justificación del estudio	33
1.6. Objetivos	34
1.6.1. General.	34
1.6.2. Específicos.	34
II.MÉTODO.....	35
2.1. Diseño de investigación.....	36
2.1.2 Alcance de la investigación.....	36
2.1.3 Investigación según su finalidad	37
2.2 Variables, operacionalización	37
2.2.1 Operacionalización de la variable	37
2.3 Población y muestra.....	39
2.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y Confiabilidad.....	42
2.5 Método de análisis de datos.....	48
2.6 Aspectos éticos	48

II.RESULTADOS	49
3.1 Estadística descriptiva de los resultados obtenidos	50
3.1.1 Parámetros estadísticos de la variable promoción turística	50
3.1.1.1 Parámetros estadísticos por dimensiones	51
a. Parámetros estadísticos de la dimensión publicidad	51
b. Parámetros estadísticos de la dimensión promoción de venta	51
c. Parámetros estadísticos de la dimensión relaciones públicas	52
d. Parámetros estadísticos de la dimensión marketing directo	53
IV.DISCUSIÓN	54
V.CONCLUSIÓN	58
VI.RECOMENDACIONES	61
VII.REFERENCIAS	64
ANEXOS	69
Anexo 01 - Instrumento	69
Anexo 02 - Matriz de consistencia	71
Anexo 03 - Ficha de validación del juicio de expertos	72
Anexo 04 - Prueba de población encuestada	82
Anexo 05 - Estadística descriptiva de los ítems	83
Anexo 06 - Parámetros estadísticos de los resultados en dimensiones ..	85
Anexo 07 – Parámetros estadísticos de los resultados en ítems	89
Anexo 08 – Galería de fotos del Museo de Sitio Presbítero Maestro	113

ÍNDICE DE FIGURA

Figura Nro. 01: Población y muestra	39
Figura Nro. 02: Juicio de expertos.....	44
Figura Nro. 03: Validez de contenido por criterio.....	45
Figura Nro. 04: Resumen de procesamiento de datos	47
Figura Nro. 05: Estadísticas de fiabilidad	47
Figura Nro. 06: Parámetro estadístico de la variable promoción turística	50
Figura Nro. 07: Parámetro estadístico de la dimensión publicidad.....	51
Figura Nro. 08: Parámetro estadístico de la dimensión promoción de venta ...	51
Figura Nro. 09: Parámetro estadístico de la dimensión relaciones públicas	52
Figura Nro. 10: Parámetro estadístico de la dimensión marketing directo	53

Resumen

El objetivo de la presente investigación es determinar la promoción turística del Museo de Sitio Presbítero Maestro en el Cercado de Lima, desde la perspectiva del visitante en el año 2017. El tipo de investigación fue aplicada, nivel de investigación descriptiva y diseño de investigación no experimental. Para lo cual se tiene como población a todos los visitantes nacionales que asistieron y visitaron el museo de sitio, entre los meses de junio-setiembre del 2017, pero se a considerando solo a 295 visitantes nacionales como parte de la muestra representativa, las cuales cumplen con las características necesarias que ayudan a conseguir el objetivo de la investigación. Ha sido relevante poder investigar acerca del Museo de Sitio Presbítero Maestro, para ello se revisó información recopilada del guía, también se vio pertinente aplicar una encuesta que fue validada mediante el juicio de 5 expertos, basada en la escala de Likert para describir e identificar la promoción turística del Museo de Sitio Presbítero Maestro según la percepción de los visitantes que tan buena o mala esta pueda ser. Por último, el análisis de los datos se hizo utilizando el programa estadístico SPSS versión 23, con el procesamiento de la información recopilada, presentada a través de gráficos, tablas de frecuencia y las conclusiones por cada objetivo planteado.

Palabras Claves: Promoción, turismo, marketing

Abstract

The objective of the present investigation is to determine the tourist promotion of the Museum of Presbyterian Master Site in the Cercado de Lima, from the perspective of the visitor in the year 2017. The type of research was applied, level of descriptive research and design of non-experimental research. For this purpose, we have all the national visitors who attended and visited the site museum, between the months of June-September 2017, but only 295 national visitors are considered as part of the representative sample, which comply with the necessary characteristics that help to achieve the objective of the investigation. It has been relevant to be able to inquire about the Presbyterian Master Site Museum, for which information collected from the guide was reviewed, it was also pertinent to apply a survey that was validated through the trial of 5 experts, based on the Likert scale to describe and identify the tourist promotion of the Presbytery Master Site Museum according to the visitors' perception of how good or bad this may be. Finally, the analysis of the data was done using the statistical program SPSS version 23, with the processing of the information collected, presented through graphs, frequency tables and conclusions for each proposed objective.

Keywords: Promotion, tourism, marketing