



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO
Y HOTELERÍA**

“Promoción Turística en el Centro Histórico de Pueblo Libre - 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración de Turismo y Hotelería

AUTORA:

Ikehara Punk, Kiomy Candy (ORCID: 0000-0003-1885-7734)

ASESORA:

Mgtr. García Ipanaqué, Luisa Isabel (ORCID: 0000-0001-6434-912X)

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Patrimonio y Recursos Turísticos

LIMA - PERÚ

2018

A Dios y a mi abuelita en el cielo por guiar mi camino y cuidarme incondicionalmente.

A mi madre por ser mi soporte incondicional durante todo este proceso.

A mis hermanos por siempre estar a mi lado en cada paso que doy.

A mi asesora Mgtr. Luisa García a quien agradezco por brindarme su apoyo y consejos durante todo el desarrollo de esta investigación.

A mi casa de estudios, la universidad Cesar Vallejo, por permitir desarrollarme profesionalmente.

PRESENTACIÓN

La presente investigación pretende determinar cómo se desarrolla la promoción turística en el Centro Histórico de Pueblo Libre, para ello el presente estudio está constituido en seis capítulos, por ello, se narra cada uno de ellos, así como su contenido.

En el capítulo I, se presenta y se fundamenta la investigación, el cual está conformado por la realidad problemática, trabajos previos, además se contextualiza las teorías relacionadas al tema, así como la formulación del problema de investigación, justificación del estudio y el objetivo general y específico de la investigación.

En el capítulo II, se describe la metodología de la investigación, que contiene la el diseño de la investigación, variables, operacionalización, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, métodos de análisis de datos y aspectos éticos. En el capítulo III, se narra los resultados del trabajo de campo, el cuál fue producto del procesamiento de los instrumentos de la investigación.

En capítulo IV, se presenta la discusión de los resultados encontrados. La cual se ha realizado tomando en cuenta los resultados hallados, se contrastan los resultados con el problema y objetivos de la investigación, trabajos previos y bases teóricas para la elaboración de críticas en la investigación.

En el capítulo V, se aborda las conclusiones, para conocer si se alcanzó los objetivos correspondientes y seguidamente en el capítulo VI, se presenta las recomendaciones de la investigación.

Y finalmente, se exponen las referencias, seguidamente de los anexos de la investigación.

Índice

Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Presentación.....	IV
Índice.....	V
RESUMEN.....	XI
ABSTRACT.....	XII
I. INTRODUCCIÓN.....	15
1.1 Realidad problemática.....	16
1.2 Trabajos previos.....	18
1.3 Teorías relacionadas al tema	21
1.3.1 Promoción, turismo y promoción turística.....	21
1.3.2 Componentes de la promoción turística.....	24
1.3.2.1 Publicidad.....	24
1.3.2.2 Promoción de ventas.....	24
1.3.2.3 Relaciones públicas.....	25
1.4 Formulación del problema.....	26
1.4.1 Problema general.....	26
1.4.2 Problemas específicos.....	26
1.5 Justificación del estudio.....	26
1.6 Objetivos.....	27
1.6.1 Objetivo general.....	27
1.6.2 Objetivos específicos	27
II. MÉTODO.....	28
2.1 Diseño de la investigación.....	29
2.2 Variables, operacionalización.....	30
2.3 Población y muestra.....	31
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección, validez y confiabilidad.....	32
2.5 Métodos de análisis de datos.....	33
2.6 Aspectos éticos.....	33

III.	RESULTADOS.....	34
3.1	Publicidad.....	35
3.2	Promoción de ventas.....	42
3.3	Relaciones públicas.....	45
IV.	DISCUSIÓN.....	48
V.	CONCLUSIONES.....	52
VI.	RECOMENDACIONES.....	55

REFERENCIAS

ANEXOS

Índice de tablas

Tabla N°1

Matriz de operacionalización de la promoción turística.....29

Tabla N°2

Relación de expertos que han validado el instrumento31

Tabla N°3

Tabla de alfa de Cronbach.....32

Tabla N°4

Durante su visita le proporcionaron folletos o trípticos con información relevante del Centro Histórico de Pueblo Libre.....35

Tabla N°5

Ha leído o escuchado acerca de alguna revista que tenga contenido informativo acerca del Centro Histórico de Pueblo Libre36

Tabla N°6

Los documentales en televisión brindan información adecuada sobre el Centro Histórico de Pueblo Libre37

Tabla N°7

Alguien le ha mencionado o visto sobre alguna promoción televisiva del Centro Histórico de Pueblo Libre38

Tabla N°8

Ha escuchado o recibido información mediante una emisora local acerca del Centro Histórico de Pueblo Libre.....39

Tabla N°9

Usted ha leído periódicos de forma virtual o impresa con contenido adecuado acerca de lugares turísticos del Centro Histórico de Pueblo Libre.....40

Tabla N°10

Dentro de las redes sociales, usted ha recibido información publicitaria acerca del Centro Histórico de Pueblo Libre41

Tabla N°11

Dentro del Centro Histórico de Pueblo Libre encontró algún anuncio o panel informativo que tuviera información relevante42

Tabla N°12

Ha recibido descuentos especiales por visitar algún lugar turístico dentro del Centro Histórico de Pueblo Libre.....43

Tabla N°13

Con que frecuencia usted ha recibido un souvenir o cortesía por su visita dentro del Centro Histórico del Pueblo Libre44

Tabla N°14

Las ferias artesanales dentro del Centro Histórico del Pueblo Libre, brindan información sobre los lugares turísticos a visitar.....45

Tabla N°15

Regularmente ha recibido información acerca de proyectos sociales que se realizan dentro del Centro Histórico de Pueblo Libre46

Tabla N°16

Ha escuchado sobre viajes de confraternidad que se realicen dentro del Centro Histórico de Pueblo Libre47

Índice de figuras

Figura N° 1

Durante su visita le proporcionaron folletos o trípticos con información relevante del Centro Histórico de Pueblo Libre.....35

Figura N° 2

Ha leído o escuchado acerca de alguna revista que tenga contenido informativo acerca del Centro Histórico de Pueblo Libre36

Figura N° 3

Los documentales en televisión brindan información adecuada sobre el Centro Histórico de Pueblo Libre37

Figura N° 4

Alguien le ha mencionado o visto sobre alguna promoción televisiva del Centro Histórico de Pueblo Libre38

Figura N° 5

Ha escuchado o recibido información mediante una emisora local acerca del Centro Histórico de Pueblo Libre.....39

Figura N° 6

Usted ha leído periódicos de forma virtual o impresa con contenido adecuado acerca de lugares turísticos del Centro Histórico de Pueblo Libre40

Figura N° 7

Dentro de las redes sociales, usted ha recibido información publicitaria acerca del Centro Histórico de Pueblo Libre41

Figura N° 8

Dentro del Centro Histórico de Pueblo Libre encontró algún anuncio o panel informativo que tuviera información relevante42

Figura N° 9

Ha recibido descuentos especiales por visitar algún lugar turístico dentro del Centro Histórico de Pueblo Libre.....43

Figura N° 10

Con que frecuencia usted ha recibido un souvenir o cortesía por su visita dentro del Centro Histórico del Pueblo Libre44

Figura N° 11

Las ferias artesanales dentro del Centro Histórico del Pueblo Libre, brindan información sobre los lugares turísticos a visitar.....45

Figura N° 12

Regularmente ha recibido información acerca de proyectos sociales que se realizan dentro del Centro Histórico de Pueblo Libre46

Figura N° 13

Ha escuchado sobre viajes de confraternidad que se realicen dentro del Centro Histórico de Pueblo Libre47

RESUMEN

La presente investigación titulada “Promoción turística en el Centro Histórico de Pueblo Libre” de tipo cuantitativa, cuyo objetivo principal fue determinar cómo se desarrolla la promoción turística dentro del Centro Histórico de Pueblo Libre.

En la presente investigación, para poder recolectar la información correspondiente, se hizo uso del cuestionario que estuvo constituido por 13 preguntas realizadas a 390 visitantes locales de Pueblo Libre, con respecto a la teoría de Kotler, Bowen, Makens, Garcia y Flores donde las dimensiones utilizadas fueron; publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas.

Donde se llegó a la conclusión de manera general que la promoción turística dentro del Centro Histórico de Pueblo Libre, se encuentra aún en un estado deficiente, debido a que, aunque cuentan con algunas herramientas para el desarrollo del turismo en la zona éstas están en un periodo muy inicial por lo que no ayuda a generar un impacto que incentive al visitante a acudir al destino. Sumado a ello, el desconocimiento de las actividades y labores que se realizan en el lugar con el fin de promocionar el turismo por parte de los visitantes, por lo que se recomienda hacer uso de las herramientas de la promoción turística como son el uso de los folletos y trípticos, además se sugiere el uso de las redes sociales para una mejor difusión de los servicios turísticos que se ofrecen dentro de la zona.

Palabras claves: Promoción turística, publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas.

ABSTRACT

This research entitled "Tourism Promotion in the Historic Center of Pueblo Libre" of quantitative type, whose main objective was to determine how tourism promotion is developed within the Historic Center of Pueblo Libre.

In the present investigation, in order to collect the corresponding information, the questionnaire was made up of 13 questions made to 390 local visitors of Pueblo Libre, with respect to the theory of Kotler, Bowen, Makens, Garcia and Flores where the dimensions used were; advertising, sales promotion and public relations. Where it was generally concluded that tourism promotion within the Historic Center of Pueblo Libre, is still in a poor state, because, although they have some tools for the development of tourism in the area you are in a very early period so it does not help generate an impact that encourages the visitor to go to the destination. Added to this, the ignorance of the activities and work carried out in the place in order to promote tourism by local visitors, so it is recommended to use the tools of tourism promotion such as the use of the brochures and triptychs, also suggests the use of social networks for better dissemination of tourism services offered within the area.

Keywords: Tourism promotion, advertising, sales promotion, public relations.