



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

“Medios de Promoción Eficaces y Turismo Vivencial en el Distrito de  
Acos - Cusco”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**AUTORA:**

**KATHERINE ODETTE DAZA PADILLA**

**ASESOR:**

**Mg. EDWIN NATIVIDAD GABRIEL CAMPOS**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

“Creatividad e innovación en el desarrollo de nuevos productos turísticos sostenible”

**LIMA-PERÚ**

2014

## PÁGINA DE JURADO

---

Mg. Kano Nolasco Victoria  
Presidenta

---

Mg. Tovar Zacarias Carlos  
Secretario

---

Lic. Iriarte Hugo Irma  
Vocal

## DEDICATORIA

Esta Tesis se lo dedico a Dios, a mis padres y también a Patricia Karen Quibajo Pacheco por permitirme poder formarme como profesional y por el apoyo incondicional que me brindan en busca de mi superación.

## AGRADECIMIENTOS

- A la Universidad César Vallejo, que me acogió en sus aulas y me brindó la oportunidad de formarme como profesional en la carrera de Administración en Turismo y Hotelería.
- A mis profesores, Miguel Antonio Cornejo Guerrero, Carlos Villena Lescano, Leslye Carnero Aros y Edwin Natividad Gabriel Campos de quienes aprendí a ser perseverante y estuvieron apoyándome en el desarrollo de mi tesis.
- A mis Padres Jorge Luis Daza Navarrete y Martha Irma Padilla Flores de Daza, por su apoyo incondicional, paciencia y ejemplo de superación.
- A mi gran amiga incondicional Patricia Karen Quibajo Pacheco, por brindarme su amistad, su apoyo, confianza y comprensión en cada momento de mi vida universitaria, Dios la tenga en su Gloria (†).
- A Dios Todopoderoso por iluminar mis acciones y darme las fuerzas necesarias para cumplir con todas mis metas.

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Katherine Odette Daza Padilla con DNI N° 43543551, a efecto de complicar con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración en Turismo y Hotelería, declaro bajo juramento que toda documentación que acompaño es veraz y autentica.

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, 24 de Noviembre del 2014

---

Katherine Odette Daza Padilla

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Medios de Promoción Eficaces y el Turismo Vivencial en el Distrito de Acos - Cusco”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título de Licencia en Administración de Turismo y Hotelería.

En esta investigación se ha realizado una correlación de resultados hallados en torno a los Medios de Promoción (primera variable) y el turismo vivencial (segunda variable) en el distrito de Acos – Cusco, por tal el turista tiene que tener conocimiento del turismo vivencial, como potenciar el espacio rural, los atractivos turísticos y las tradiciones con sus costumbres para llegar a convertirse en un buen producto turístico que puede ofrecer Acos a los turistas. Asimismo debemos tener en cuenta que para ser conocido requiere de la promoción adecuada, teniendo en cuenta lo fundamental la publicidad, la promoción turística y la relaciones públicas, ya que estos son elementos básicos para la promoción, es por esto que se ha analizado descriptivamente la correlación entre estas dos variables.

La información se ha estructurado en siete capítulos teniendo en cuenta el esquema de investigación sugerido la universidad. En el capítulo I, se ha considerado la introducción de la investigación. En el capítulo II, se registra el marco metodológico. En el capítulo III, se considera los resultados a partir del procesamiento de la información recogida. En el capítulo IV se considera la discusión de los resultados. En el capítulo V se considera las conclusiones. En capítulo VI las Recomendaciones Y por último, en el capítulo VII se consideran las referencias bibliográficas y los anexos de la investigación.

El investigador.

## Índice

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	ix
Resumen	x
Abstract	xi
I. INTRODUCCIÓN	
Introducción	13
Antecedentes	14
Fundamentación científica de la variable 1:	16
Fundamentación científica de la variable 2:	18
Justificación	23
1.1. Problema	24
1.2. Hipótesis	26
1.3. Objetivos	27
II. MARCO METODOLÓGICO	
2.1. Variables	29
2.2. Operacionalización de variables	29
2.3. Metodología	30
2.4. Tipo de estudio	30
2.5. Diseño	31
2.6. Población, muestra y muestreo	31
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	33
2.8. Método de análisis de datos	34
2.9. Aspectos éticos	35
III. RESULTADOS	36
IV. DISCUSIONES DE LOS RESULTADOS	52
V. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	60
ANEXOS	63

## Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de variable promoción	29
Tabla 2. Operacionalización de variable turismo vivencial	30
Tabla 3. Fórmula de tamaño de muestra	32
Tabla 4. Estadísticas de fiabilidad	34
Tabla 5. Nivel de apreciación de la variable 1 Medios de Promoción	37
Tabla 6. Nivel de apreciación de la dimensión Publicidad	38
Tabla 7. Nivel de apreciación de la dimensión Promoción Turística	39
Tabla 8. Nivel de apreciación de la dimensión Relaciones Públicas	40
Tabla 9. Nivel de apreciación de la variable 2 Turismo Vivencial	41
Tabla 10. Nivel de apreciación de la dimensión conocimiento del turismo vivencial	42
Tabla 11. Nivel de apreciación de la dimensión Espacio Rural	43
Tabla 12. Nivel de apreciación de la dimensión Atractivo Turístico	44
Tabla 13. Nivel de apreciación de la dimensión de Tradiciones y Costumbres	45
Tabla 14. Chi cuadrado de las variables medios de promoción y turismo vivencial	46
Tabla 15. Chi cuadrado de la dimensión conocimiento del turismo vivencial y la variable medios de promoción	47
Tabla 16. Chi cuadrado de la dimensión espacio rural y la variable medios de promoción	47
Tabla 17. Chi cuadrado de la dimensión atractivo turístico y la variable medios de promoción	48
Tabla 18. Chi cuadrado de las dimensión costumbres y tradiciones y la variable medios de promoción	49
Tabla 19. Cuestionario de datos específicos	50



## Índice de figuras

Figura 1. Tipología del espacio físico	20
Figura 2. Categorías físicas del Espacio Turístico	31
Figura 3. Diagrama del diseño correlacional	
Figura 4. Porcentaje de Apreciación de la variable 1 medios de promoción	37
Figura 5. Porcentaje de apreciación de la dimensión publicidad	38
Figura 6. Porcentaje de apreciación de la dimensión promoción turística	39
Figura 7. Porcentaje de apreciación de la dimensión relaciones públicas	40
Figura 8. Porcentaje de apreciación de la variable 2 turismo vivencial	41
Figura 9. Porcentaje de apreciación de la dimensión conocimiento del turismo vivencial	42
Figura 10. Porcentaje de apreciación de la dimensión espacio rural	43
Figura 11. Porcentaje de apreciación de la dimensión atractivos turísticos	44
Figura 12. Porcentaje de apreciación de la dimensión tradiciones y costumbres	45

## RESUMEN

La investigación, que se ha titulado: “Medios de Promoción Eficaces y Turismo Vivencial en el Distrito de Acos - Cusco”; ha dado respuesta al problema: ¿Qué medios de promoción son adecuados para el turismo vivencial en el distrito de Acos – Cusco? El objetivo general ha sido: Determinar los medios de promoción en el cual adecuarlos para el turismo vivencial en el distrito de Acos – Cusco.

La metodología empleada para la elaboración de esta tesis estuvo relacionada al enfoque cuantitativo. Es una investigación básica pura o fundamental que se ubica en el nivel no experimental. El diseño de la investigación es descriptivo. La muestra estuvo representada por población del distrito de Acos haciendo un total de 75 personas. Las técnicas de investigación empleadas han sido: el fichaje, el análisis documental, la observación directa y el empleo de un pre test y post test para recoger información sobre las variables.

Entre los resultados más importantes obtenidos en la prueba estadística de Chi Cuadrado, se ha podido observar sí existe relación entre medios de promoción y el turismo vivencial, hallándose un valor de 32.335 con una área a la derecha de  $p=0.05$ , nivel de significancia de 0.00 (bilateral); lo cual indica que existe relación. Luego, ante las evidencias estadísticas presentadas se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de investigación. Por lo cual se concluye que: Si existe relación entre medios de promoción y el turismo vivencial en el distrito de Acos – Cusco.

Palabras claves: Promoción, sostenibilidad, planificación, difundir.

## ABSTRACT

The research, which was entitled " Effective Means of Promotion and Experiential Tourism District Acos - Cusco " ; has responded to the problem : What promotional tools are suitable for experiential tourism in the district of Acos - Cusco? The overall objective was to : Identify ways in which promotion suit for experiential tourism in the district of Acos - Cusco .

The methodology used for the elaboration of this thesis was related to quantitative approach. It is a pure or fundamental basic research that is located in the non- experimental level . The research design is descriptive. The sample population was represented by Acos district for a total of 75 people. The research techniques used were : the signing , document analysis , direct observation and the use of a pre-test and post-test to gather information about the variables.

Among the most important results of the statistical test Chi Square , has been observed there is a relationship between media advocacy and experiential tourism , being a value of 32 335 with a box to the right of  $p = 0.05$  significance level 0.00 (bilateral) ; indicating that there is a relationship . Then , the statistical evidence presented to the decision to reject the null hypothesis is taken, and the research hypothesis is accepted. Therefore it is concluded that : If there is a relationship between media advocacy and experiential tourism in the district of Acos - Cusco .

Keywords : promotion , sustainability , planning , disseminate .

## CAPÍTULO I

### INTRODUCCIÓN