

# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

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



## **“PROMOCIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y LA AFLUENCIA DE LOS VISITANTES EN EL DISTRITO DE MATUCANA”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería**

**AUTORA:**

**Amasifuen Ramos, Lady Jackeline**

**ASESOR:**

**Gladys Miranda Guevara**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN:**

**“Creatividad e Innovación en el Desarrollo de nuevos Productos  
Turísticos Sostenibles”**

**LIMA- PERÚ**

**2013**

## **Dedicatoria**

A Dios

A mi madre Margarita y a mi hermana Yenni por su apoyo incondicional y enseñarme a  
luchar cada día por mis anhelos.

## AGRADECIMIENTOS

A Dios porque siempre sentí su amor cuando más lo necesitaba, a mi madre Margarita y Yenni, por brindarme sus consejos y darme las fuerzas para seguir adelante, a las personas que me apoyan incondicionalmente y han contribuido con esta investigación.

El agradecimiento especial al Dr. Carlos Choquehuanca quien fue el principal orientador en esta investigación, a mis asesoras Mag. Leslye Carnero y Lic. Gladys Miranda por el apoyo constante, paciencia, por los consejos brindados, por la experiencia y conocimiento que ha compartido conmigo. Así mismo, al Coord. Del Área de Turismo de Matucana Jayro Bustinza por facilitarme el acceso a la información que se requería para el desarrollo de esta investigación.

Del mismo modo, a todos mis amigos, a mis compañeros, con los cuales compartí gratos momentos, a mis profesores de la Facultad de Ciencias Empresariales con quienes compartí experiencias, conocimientos y formación en las aulas.

## PRESENTACIÓN

La presente investigación tuvo por finalidad definir la relación entre promoción de los atractivos turísticos y la afluencia de los visitantes en el distrito de Matucana. Para ello, la hipótesis que se determinó fue Existe relación entre promoción de los atractivos turísticos y la afluencia de los visitantes. Por lo cual se realizó la aplicación de una encuesta a los turistas nacionales que visitan Matucana, a través de los resultados obtenidos se identificó los factores que mayor inciden sobre promoción de los atractivos turísticos y como consecuencia de ello se comprobó la relación positiva entre las variables de estudios. El diseño implementando es de tipo no experimental, trasversal, prospectivo y de observación no participativo. La presente investigación consta de los siguientes capítulos, los cuales pasamos a describir a continuación, en el primero, se plantea el Problema de investigación el cual describe la realidad problemática, así como los objetivos que se definió al realizar la investigación, la justificación y alcances de la investigación; el marco referencial en el cual se incluye los antecedentes de trabajos anteriores, el marco teórico y conceptual en el cual se describe todos los conceptos teóricos relacionados al tema de investigación; en el segundo, se desarrolla el Marco metodológico en el cual se describe la metodología de la investigación relacionado al tipo de estudio, al diseño de la investigación, a las variables e hipótesis del proyecto. En el tercero, se describe los resultados obtenidos de la herramienta aplicada, en el cuarto capítulo, señala la discusión de los resultados. En el quinto las conclusiones. En el sexto las sugerencias. En el séptimo las referencias bibliográficas. Finalmente en el capítulo VIII se encuentran los anexos el cual presenta el instrumento de la investigación y otros relacionados a la investigación.

## ÍNDICE

Dedicatoria	2
Agradecimiento	3
Presentación	4
Índice	5
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
1. INTRODUCCIÓN	8
1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	8
1.1.1. Realidad problemática	8
1.1.2. Formulación del problema	9
1.1.3. Justificación	9
1.1.4. Antecedentes	10
1.1.5. Objetivos	12
1.1.5.1. General	12
1.1.5.2. Especifico	12
1.2. MARCO REFERENCIAL	12
1.2.1. Marco teórico.	12
1.2.2 Marco Conceptual	18
2. MARCO METODOLÓGICO	20
2.1. Hipótesis	20
2.2. Variables	20
2.2.1. Definición conceptual	20
2.2.2. Definición operacional	20
2.3. Metodología	20
2.3.1. Tipos de estudio	20
2.3.2. Diseño	21
2.4. Población y muestra	21
2.5. Método de investigación	22
2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
2.7. Métodos de análisis de datos	22
3. RESULTADOS	23
4. DISCUSIÓN	44
5. CONCLUSIONES	46
6. SUGERENCIAS	47
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	48
8. ANEXOS	50

## RESUMEN

La presente investigación tuvo por finalidad definir la relación entre promoción de los atractivos turísticos y la afluencia de los visitantes en el distrito de Matucana. Para ello es importante detallar nuestros objetivos generales y específicos, siendo el objetivo general “Determinar la relación que existe entre la promoción de los atractivos turísticos y la afluencia de visitantes en el distrito de Matucana”, y los objetivos específicos “Describir la relación entre la publicidad y la afluencia de los visitantes”, “Describir la relación entre relaciones públicas y la afluencia de los visitantes”, “Describir la relación entre el marketing directo y la afluencia de los visitantes”.

El resultado de la investigación demostró que si existe una relación positiva entre promoción de los atractivos turísticos y afluencia de visitantes siendo publicidad la dimensión más representativa de la variable independiente.

**Palabras claves:** promoción turística, afluencia de visitantes, publicidad.

## **ABSTRACT**

This research had to define the relationship between promotion of tourist attractions and the influx of visitors in the district of Matucana; for this purpose is important to describe our aims and objectives being the overall goal "To determine the relationship between the promotion of the tourist attractions and the influx of visitors in the district of Matucana", and the specific objectives "Describe the relationship between the advertising and the influx of visitors", " Describe the relationship between public relations and the influx of visitors", " Describe the relationship between direct marketing and the influx of visitors".

The result of the following research indicated there is a positive relationship between promotion of tourist attractions and the influx of visitors, in which advertising was the most representative dimension of the independent variable.

**Key words:** promotion of tourist, influx of visitors, advertising