



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



**PROMOCIÓN DE PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS
CULTURALES DEL DISTRITO DE OLLANTAYTAMBO PARA
INCREMENTAR LA PERMANENCIA DE LA DEMANDA TURÍSTICA**

TESIS PRESENTADO POR:

Bach. HERBERTH MAROCHO ARROYO

PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN TURISMO.

ASESORA:

Mgt. FRINE VALDERRAMA VIZCARRA

CUSCO- PERÚ

2017



Título : PROMOCIÓN DE PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS CULTURALES DEL DISTRITO DE OLLANTAYTAMBO PARA INCREMENTAR LA PERMANENCIA DE LA DEMANDA TURÍSTICA.

Autor : - Herberth Marocho Arroyo

Fecha : 2017

RESUMEN

Se ha determinado que la promoción es mínima en relación al potencial turístico del distrito de Ollantaytambo, por lo que el turista desconoce de los demás atractivos turísticos que conforman el Parque Arqueológico de Ollantaytambo, al carecer de promoción de las entidades públicas (PROMPERÚ) y privadas (agencia de viajes y turismo, prensa turística); la municipalidad del distrito de Ollantaytambo y agentes involucrados en la actividad turística, pudiendo colapsar los atractivos frecuentados tradicionalmente. La promoción incrementara el periodo de permanencia que es mínima de la demanda turista que se incrementa constantemente y así diversificar el flujo saturado en la ciudad del Cusco y Machupicchu.

El objetivo de la presente tesis es conocer el grado de promoción y el grado de interés de la demanda turística por conocer los demás atractivos del distrito de Ollantaytambo.

Por medio de encuestas que se realizó a los turistas en el distrito de Ollantaytambo (estación de trenes, plazoletas, hoteles, restaurantes, buses turísticos, principal atractivo, calles), y entrevistas a la población acerca de sus opiniones sobre el trabajo de investigación.

El análisis e interpretación de los resultados ayudaran a elaborar un conjunto de propuestas mediante la promoción de entidades públicas y privadas, capacitando a todos los agentes involucrados en la actividad turística acerca de la importancia de diversificar atractivos y servicios turísticos, creación de actividades como nuevos circuitos turísticos, creación de centros de interpretación, que ayudaran a enlazar a un conjunto de actividades que permitirá que la demanda permanezca más de un día, se realizara el press tourism (comunicación asiva) denominado a los programas de tv, como National Geographic, etc.

Palabras Claves: Promoción, demanda, potencial turístico, flujo, diversificar.



ABSTRACT

It has been determined that the promotion is least in relation with the potential tourist of the Ollantaytambo district, for that reason the tourist doesn't know of the other tourist attractions that belong of Ollantaytambo Archaeological Park, the lack of the promotion of public entities (PROMPERÚ) and private (travel agency and tourism, press tourism); The municipality of Ollantaytambo district and agents involved in the tourist activity, could collapse the frequented traditional attractions. The promotion will increase the period of permanence that is least of the tourist demand that increases constantly and diversify the saturated flow in Cusco city and Machupicchu.

The objective of this thesis is know the promotion grade and the grade of interest of the tourist demand for know the other attractions of Ollantaytambo district.

By means of surveys that did to the tourists in Ollantaytambo district (train station, squares, hotels, restaurants, tourist busses, main attractions, streets), and interviews the popular people about their opinions of investigation work.

The interpretation and test of the results will help in the elaboration of appropriate proposals by means of the promotion of public and private entities, training to all the agents involved in the tourist activity on the importance of diversifying the tourist attractions and services tourist, creation of activities as new circuits tourist, creation of cultural interpretation centers, that help to do different activities that will allow the demand be more than one day, the press tourist (global communication), as Tv Perú, National Geographic, etc.

Keywords: Promotion, demand, tourist potential, flow, diversify.