



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

**PERCEPCIÓN DEL TURISTA DE LA VISITA AL MERCADO
DE ABASTOS DE SAN PEDRO, CUSCO 2017**

PRESENTADA POR:

BACH. NELIDA ALCCA ROCCA

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL

DE LICENCIADO EN TURISMO

ASESOR:

Mgt. RONAL RAUL FLOREZ DIAZ

CUSCO – PERU

2017



Título : Percepción del turista de la visita al mercado de abastos de San Pedro, Cusco 2017.

Autor : - Nelida Alca Rocca

Fecha : 05-12-2017

Resumen

El presente trabajo de investigación considera importante medir la percepción del turista en su visita al mercado de abastos de San Pedro, lo que lo que implica mejorar las condiciones de visita turística de este centro concentrador de cultura y atracción turística. La metodología utilizada, presenta un enfoque cuantitativo, el tipo de investigación es descriptivo básico, el diseño es No experimental transversal, aplicado a una muestra de 95 turistas de un total de población de 6,190 turistas que visitaron el centro de abastos en estudio. Las hipótesis alcanzadas nos indican que las características del mercado de abastos de San Pedro del Cusco, no garantizan una adecuada visita turística, por otro lado la percepción que tiene el turista sobre las visitas turísticas en el mercado de abastos de San Pedro, no le produce la satisfacción esperada, sin embargo se puede mejorar las visitas turísticas en el mercado de abastos de San Pedro del Cusco, con mayores controles, seguridad, organización y concienciando a los prestadores de servicio. Los resultados hallados nos indican que existe una disposición de visitar el mercado de Abastos por conocer los productos de la región, artesanía, gastronomía y cultural (71.57%) no existe un orden en la distribución de puestos (51.95%), presencia de ambulantes, delincuencia (57.89%) falta de orden limpieza, no cuentan con cámaras de seguridad, lo cual hace que la riqueza cultural que tiene, no acompaña con la seguridad, higiene, y organización que puede convertirlo en un destino competitivo, se presentan propuestas para mejorar el servicio turístico

Palabras clave: Percepción de la visita turística, mercado abastos

Abstract

The present investigation work consider important measuring the perception of the tourist in his visit to the provision market of Saint Peter, what which means to improve the conditions of tourist visit of this concentrating center of culture and tourist attraction. The used methodology, present a quantitative focus, the descriptive type of investigation basic, the design is experimental transverse No, applied to a sample of 95 tourists from a total population of 6,190 tourists who visited the center of supplies under study. The caught up with hypotheses indicate us that the characteristics of the provision market of Saint Peter of the Cusco, do not guarantee an adequate tourist visit, in addition the perception that has the tourist on the tourist visits in the provision market of Saint Peter, he does not produce the hoped-for satisfaction for him, however can get better the tourist visits in the provision market of Saint Peter of the Cusco, with bigger controls, certainty, organization and raising the moneylenders on duty' consciousness. The found results indicate to us that a disposition of visiting the buy concoer her region products, craftsmanship, gourmet cooking and cultural (71,57%) (51,95%) (57,89%) he does not exist one order in her distribution of put, witness of street vendors, be absent delinquency of order cleanliness, they do not tell diarrhea it does than her wealth that it has, does not accompany with her certainty, hygiene, and organization than can bring it over to one competitive destine, they show up propose stop improving the tourist service .

Keywords: Perception of tourist visit, market provisions.