



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE GESTIÓN EN TURISMO Y
HOTELERÍA

TESIS

“LA APLICACIÓN DE NUEVAS TÉCNICAS PROMOCIONALES
Y SU INFLUENCIA EN LA DEMANDA TURÍSTICA EN EL
DISTRITO DE PICHANAKI - 2012”.

PRESENTADO POR:

LITH MONTES QUISPE
PATRICIA RODRÍGUEZ LEÓN

ASESOR:

DR. FELIPE CALDAS BERMUDEZ

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA

HUACHO – 2013

RESUMEN

El turismo es uno de los principales ejes económicos de nuestro país. En un contexto global de crisis su importancia es vital como elemento dinamizador de la actividad productiva. Para su fomento, se reclaman estrategias publicitarias integradas que combinan promoción con entretenimiento y emoción.

La finalidad de esta tesis es realizar una guía para el aprovechamiento sostenible de la actividad turística a través de herramientas de promoción que muestren los atractivos turísticos, además se propone una diversificación de actividades para ofrecer al turista, realizar actividades donde el turista interactúe con los recursos naturales de la zona.

Para poder realizar esta investigación primero hemos considerado la importancia de las bases teóricas donde explique el desarrollo de la actividad turística y su efecto multiplicador.

Como mejor la demanda turística a través de herramientas de promoción que permitan persuadir a los turistas a conocer el paraíso de Pichanaki, por ello hemos optado promocionar a dicho lugar como una mezcla de turismo de aventura, ecoturismo y turismo rural además de ser considerado uno de los centros gastronómicos más importantes de selva central.

Para ello se visitó los recursos turísticos del inventario turístico de la ciudad cerciorándonos de reunir las condiciones como para promocionarlas así mismo de proponer actividades a realizar de esta manera venderlos y promocionarlos como un producto turístico.

Es importante poder conocer la importancia de las herramientas de promoción para tener éxito.

Finalmente, se da a conocer la importancia de utilizar herramientas de promoción de acuerdo al motivo de viaje del turista.