

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES,
ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS



**PROMOCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO “BAÑOS TERMALES DE
CHIMUR” DISTRITO DE CHALLABAMBA PROVINCIA DE
PAUCARTAMBO – REGIÓN CUSCO 2020**

TESIS PRESENTADO POR:

Br. Livia Condori Mamani

Br. Luz Marina Ccahuana Flores

Para optar al Título Profesional de

Licenciadas en Administración

ASESOR:

Dr. Teófilo Jordán Palomino

CUSCO – PERU

2022

RESUMEN

El presente trabajo titulado “PROMOCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO “BAÑOS TERMALES DE CHIMUR” DISTRITO DE CHALLABAMBA PROVINCIA DE PAUCARTAMBO – REGIÓN CUSCO 2020”, desarrollada con la finalidad de describir la promoción turística de los baños termales de Chimur. El problema del trabajo de investigación fue ¿Cómo es la promoción del producto turístico “baños termales de Chimur” distrito de Challabamba, provincia de Paucartambo – región Cusco, 2020?, como objetivo general fue describir cómo es la promoción del producto turístico “baños termales de Chimur” distrito de Challabamba, provincia de Paucartambo – región Cusco, 2020. El trabajo de investigación tiene como hipótesis general, La promoción turística de los baños termales de Chimur, distrito de Challabamba en la provincia de Paucartambo – Cusco 2020 es deficiente.

El método de la investigación fue inductivo, diseño de investigación no experimental, el enfoque de la investigación fue cuantitativo y el nivel descriptivo propositivo, la técnica de investigación fue la encuesta y el instrumento usado fue el cuestionario aplicado a la muestra que se determinó en un número 358 visitantes con un margen de confianza del 95.5% y un margen de error del 5%.

La promoción de los baños termales de Chimur, por parte de las autoridades del distrito de Challabamba y el centro poblado de Chimur, esto debido a falta de interés y conocimiento en temas de promoción. Actualmente solo las agencias de viaje difunden este atractivo a través de las redes sociales de manera independiente.

Palabras claves: Producto turístico, Promoción turística