

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA KHIPU**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**



Tesis

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA MUNICIPAL Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA
DEL SITIO ARQUEOLÓGICO DE QOLLMAY, DISTRITO DE
CHINCHAYPUJIO, PROVINCIA DE ANTA, CUSCO - 2024**

Línea de Investigación: Desarrollo Económico

Presentado por:

Bach. Yuliza Olmos Carrasco

ORCID: 0009-0005-6061-4746

Bach. Judith Avelina Ayrampo Quispe

ORCID: 0009-0007-8750-1922

Para optar al Título profesional de Licenciado
en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

Asesor:

Dr. Rafael Aquize Estrada

ORCID: 0000-0001-7103-7773

Cusco – Perú

2024

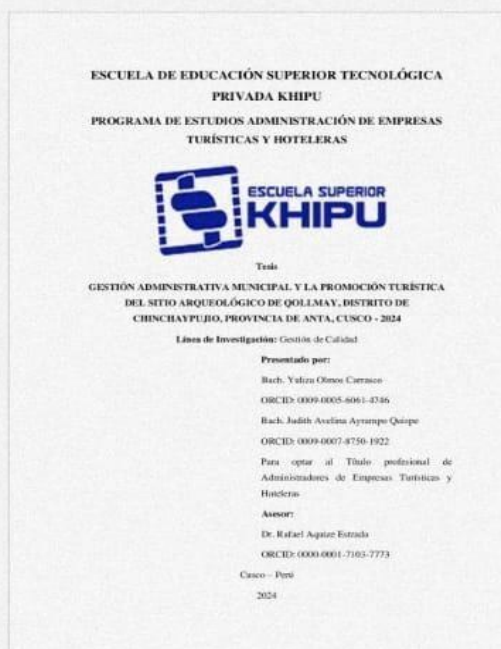


Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	Aquitel Turnitin
Título del ejercicio:	NO REPOSITORY 1
Título de la entrega:	Tesis Yulisa-Yudith 16-05-24.pdf
Nombre del archivo:	Tesis_Yulisa-Yudith_16-05-24.pdf
Tamaño del archivo:	1.53M
Total páginas:	107
Total de palabras:	24,517
Total de caracteres:	143,782
Fecha de entrega:	20-may.-2024 01:08a. m. (UTC+0800)
Identificador de la entre...	2358244045



Tesis Yulisa-Yudith 16-05-24.pdf

INFORME DE ORIGINALIDAD

24%

INDICE DE SIMILITUD

22%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

16%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Andina del Cusco

Trabajo del estudiante

6%

2

hdl.handle.net

Fuente de Internet

5%

3

repositorio.uandina.edu.pe

Fuente de Internet

3%

4

Submitted to Universidad Global del Cusco S.A.C.

Trabajo del estudiante

2%

5

repositorio.usmp.edu.pe

Fuente de Internet

1%

6

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

7

www.gob.pe

Fuente de Internet

1%

8

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

1%

9

repositorio.autonoma.edu.pe

Fuente de Internet

PRESENTACIÓN

Señora directora de la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Escuela Superior Khipu, Cusco

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Superior Khipu, Cusco, ponemos a vuestra consideración la tesis titulada “Gestión administrativa municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio, Provincia de Anta, Cusco - 2024”, con el objetivo de optar al Título Profesional de Licenciadas en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

Bach. Yuliza Olmos Carrasco

Bach. Judith Avelina Ayrampo Quispe

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradecer a Dios por darnos la vida, salud e inteligencia para culminar esta investigación.

A la Escuela Profesional de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de Khipu, por habernos dado la oportunidad de formarnos profesionalmente en sus aulas, asimismo un agradecimiento especial a todos los docentes que nos compartieron sus saberes a lo largo de nuestro aprendizaje profesional.

A nuestro asesor Dr. Rafael Aquize Estrada por guiarnos y brindarnos conocimiento para culminar la presente investigación.

Gracias a todas las personas del distrito de Chinchaypujio por su valioso aporte en esta investigación.

Judith Avelina y Yuliza

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis antecesores, por todo el afecto, trabajo y soporte a lo extenso de todo este tiempo.

En especial a mi madre por su sacrificio y amor para continuar con cada reto, y que a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación pues gracias a ello he podido lograr mi meta y sobresalir con éxito en mis estudios profesionales.

A mis hermanos que me brindaron apoyo en cada momento.

Y a mis docentes quienes fueron un pilar primordial en mi formación profesional que durante cuatro años me han apoyado de una u otra manera tanto con el apoyo moral y sus conocimientos.

Judith Avelina

Este trabajo se lo dedico especialmente a mis padres por brindarme su apoyo incondicional y su confianza depositada en mí, por haberme acompañado en este proceso de mi vida.

A mi tía que siempre estuvo ahí apoyándome y alimentándome espiritualmente.

A mis hermanos por brindarme su apoyo en todo el proceso.

A mis docentes quienes fueron una fuente muy importante en cada proceso aprendida y así crecer profesionalmente.

Yuliza

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	4
AGRADECIMIENTOS	5
DEDICATORIA	6
ÍNDICE DE TABLAS	10
ÍNDICE DE FIGURAS	11
RESUMEN	12
ABSTRACT	13

CAPÍTULO PRIMERO

INTRODUCCIÓN

1.1. Descripción del problema	14
1.2. Formulación de problemas.....	16
1.2.1. Problema general	16
1.2.2. Problemas específicos.....	16
1.3. Justificación	16
1.3.1. Relevancia social	16
1.3.2. Implicancias practicas.....	17
1.3.3. Valor teórico	17
1.3.4. Valor metodológico	17
1.3.5. Viabilidad o factibilidad	17
1.4. Objetivos de investigación.....	17
1.4.1. Objetivo general	17
1.4.2. Objetivos específicos.....	18
1.5. Delimitación.....	18
1.5.1. Delimitación temporal	18
1.5.2. Delimitación espacial	18
1.5.3. Delimitación conceptual	18
1.5.4. Delimitación social.....	19

CAPÍTULO SEGUNDO

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudios	20
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	20
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	21

2.1.3.	Antecedentes locales	24
2.2.	Bases legales	25
2.3.	Bases teóricas.....	25
2.3.1.	Gestión administrativa	25
2.3.2.	Promoción turística.....	37
2.4.	Marco conceptual.....	47
2.5.	Formulación de hipótesis	49
2.5.1.	Hipótesis general	49
2.5.2.	Hipótesis específicas.....	49
2.6.	Variables de estudio.....	49
2.6.1.	Identificación de las variables	49
2.6.2.	Conceptualización de las variables.....	50
2.6.3.	Operacionalización de variables.....	50
2.7.	Caracterización del distrito de Chinchaypujio	51

CAPÍTULO TERCERO

MÉTODO

3.1.	Tipo de investigación	52
3.2.	Alcance o nivel de la investigación.....	52
3.3.	Enfoque de la investigación	52
3.4.	Diseño de la investigación	52
3.5.	Población y muestra.....	52
3.6.	Técnica e instrumentos de recolección de datos	53
3.7.	Técnicas de procesamiento de datos	53

CAPÍTULO CUARTO

RESULTADOS

4.1.	Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado	54
4.2.	Resultados respecto a la variable de la gestión administrativa	56
4.3.	Resultados respecto a la variable de la promoción turística	66
4.4.	Prueba de hipótesis	76
4.5.	Resultados de correlación	76

CAPÍTULO QUINTO

DISCUSIÓN

5.1.	Descripción de los hallazgos más relevantes y originales	78
5.2.	Descripción de las limitaciones del estudio	78

5.3. Comparación crítica con la literatura existente.....	79
5.4. Implicancias del estudio.....	80
CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES	82
REFERENCIAS.....	84
ANEXOS	97
Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables	98
Anexo 2: Matriz de consistencia	100
Anexo 3: Matriz del instrumento	102
Anexo 4: Instrumento.....	104
Anexo 5: Valores de confiabilidad del instrumento.....	106
Anexo 6: Baremación.....	106
Anexo 7: Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman.....	107
Anexo 8: Validación de expertos	108
Anexo 8: Registro fotográfico.....	109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	50
Tabla 2 Distribución de los ítems del cuestionario	54
Tabla 3 Análisis de Alfa de Cronbach Global	55
Tabla 4 Distribución y frecuencias de la dimensión planeación.....	56
Tabla 5 Comparación promedio de los indicadores de la planeación.....	57
Tabla 6 Distribución y frecuencias de la dimensión organización	58
Tabla 7 Comparación promedio de los indicadores de la organización.....	59
Tabla 8 Distribución y frecuencias de la dimensión dirección	60
Tabla 9 Comparación promedio de los indicadores de la dirección	61
Tabla 10 Distribución y frecuencias de la dimensión control.....	62
Tabla 11 Comparación promedio de los indicadores del control	63
Tabla 12 Distribución y frecuencias de la variable gestión administrativa.....	64
Tabla 13 Comparación promedio de las dimensiones de la gestión administrativa.....	65
Tabla 14 Distribución y frecuencias de la dimensión canales de comunicación	66
Tabla 15 Comparación promedio de los indicadores de los canales de comunicación.....	67
Tabla 16 Distribución y frecuencias de la dimensión material informativo	68
Tabla 17 Comparación promedio de los indicadores del material informativo	69
Tabla 18 Distribución y frecuencias de la dimensión alianzas estratégicas.....	70
Tabla 19 Comparación promedio de los indicadores de las alianzas estratégicas	71
Tabla 20 Distribución y frecuencias de la dimensión eventos turísticos	72
Tabla 21 Comparación promedio de los indicadores de los eventos turísticos.....	73
Tabla 22 Distribución y frecuencias de la variable promoción turística.....	74
Tabla 23 Comparación promedio de las dimensiones de la promoción turística.....	75
Tabla 24 Correlación entre la gestión administrativa y la promoción turística	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Funciones de la gestión administrativa.....	30
Figura 2 Elementos de la promoción turística	40
Figura 3 Resumen de la dimensión planeación	56
Figura 4 Comparación promedio de los indicadores de la planeación	57
Figura 5 Resumen de la dimensión organización	58
Figura 6 Comparación promedio de los indicadores de la organización	59
Figura 7 Resumen de la dimensión dirección.....	60
Figura 8 Comparación promedio de los indicadores de la dirección.....	61
Figura 9 Resumen de la dimensión control	62
Figura 10 Comparación promedio de los indicadores del control	63
Figura 11 Resumen de la variable gestión administrativa	64
Figura 12 Comparación promedio de las dimensiones de la gestión administrativa	65
Figura 13 Resumen de la dimensión canales de comunicación.....	66
Figura 14 Comparación promedio de los indicadores de los canales de comunicación.....	67
Figura 15 Resumen de la dimensión material informativo.....	68
Figura 16 Comparación promedio de los indicadores del material informativo	69
Figura 17 Resumen de la dimensión alianzas estratégicas	70
Figura 18 Comparación promedio de los indicadores de las alianzas estratégicas.....	71
Figura 19 Resumen de la dimensión eventos turísticos.....	72
Figura 20 Comparación promedio de los indicadores de los eventos turísticos.....	73
Figura 21 Resumen de la variable promoción turística	74
Figura 22 Comparación promedio de las dimensiones de la promoción turística	75

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se planteó como objetivo: determinar la relación entre la gestión administrativa municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024, en lo metodológico trabajo con un tipo básico, alcance descriptivo, correlacional, con un enfoque cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal, la población fueron los visitantes a dicho atractivo hallando una muestra de 72 personas a quienes se les aplicó un cuestionario con 24 ítems que fueron validados por opinión de expertos y que presentan la confiabilidad con el Alfa de Cronbach=0.818 lo que indica una alta confiabilidad, los resultados indican que la gestión administrativa presenta un promedio de 2.29 lo que indica una gestión poco adecuada y la promoción turística con un promedio de 2.38 también reflejando un nivel poco adecuado, al finalizar el estudio se concluye que, existe relación positiva alta entre la gestión administrativa y la promoción turística del Sitio Arqueológico de Qollmay en el Distrito Chinchaypujio, Provincia Anta, donde $p\text{valor} = 0.000$ y el valor de Rho de Spearman = 0.785 lo que indica una correlación positiva alta.

Palabras clave: Gestión administrativa, promoción turística

ABSTRACT

In this research work, the objective was set: to determine the relationship between municipal administrative management and tourism promotion of the archaeological site of Qollmay, Chinchaypujio District, Province of Anta, Cusco-2024, methodologically, work with a basic type, descriptive, correlational scope, with a quantitative approach and non-experimental cross-sectional design, the population was the visitors to said attraction, finding a sample of 72 people to whom a questionnaire with 24 items was applied that were validated by expert opinion and that present reliability with Cronbach's Alpha = 0.818, which indicates high reliability, the results indicate that administrative management has an average of 2.29, which indicates an inadequate management, and tourism promotion with an average of 2.38, also reflecting an inadequate level, at the end The study concludes that there is a relationship between administrative management and tourism promotion of the Qollmay Archaeological Site in the Chinchaypujio District, Anta Province, where $p\text{value} = 0.000$ and Spearman's Rho value = 0.785, which indicates a high positive correlation.

Keywords: Administrative management, tourism promotion

CAPÍTULO PRIMERO

INTRODUCCIÓN

1.1. Descripción del problema

A nivel mundial la promoción turística es un factor determinante para lograr captar visitantes a cuales quiera sean los recursos paisajísticos, históricos que tenga cualquier país, sin embargo la gestión administrativa juega un rol muy importante para que esta pueda tener una marcha empresarial correcto, eso existen en muchos países, sin embargo, hay países que no aplican correctamente este proceso administrativo haciendo que la promoción no se difunda a pesar de que tienen grandes recursos y lugares turísticos para ser visitados, y es por eso que no reciben muchos visitantes.

A nivel nacional existen problemas por falta de planificación y ejecución administrativo por parte de las autoridades y a la vez de la población, causando una inadecuada promoción turística de los distintos recursos con los que cuenta el Perú haciendo que estos recursos paisajísticos e históricos no sean conocidos ni reconocidos a nivel nacional e internacional generando poca visita turística a distintos sitios arqueológicos y a la vez evadiendo un ingreso económico a la sociedad siendo una consecuencia para la falta de mejoramiento y superación de los sitios arqueológicos que a la vez están en descuido total.

En el ámbito regional Cusco es una ciudad mundialmente conocida como la ciudad imperial y como el ombligo del mundo porque tiene patrimonios culturales e históricos las cuales algunas de ellas son pocos visitados por falta de una promoción turística adecuada de estos sitios arqueológicos a pesar de que Cusco cuenta con una maravilla mundial que es Machu Picchu sus ingresos económicos son escasos para la ciudad y algunas zonas rurales ya que las personas extranjeras más visitan la maravilla del mundo y no otros sitios arqueológicos por una falta de conocimiento, acceso y promoción. Además, que Cusco es una ciudad rica en gastronomía, cultura y tradiciones, y de manera específica se tiene a la provincia de Anta que también tiene una amplia variedad de recursos paisajísticos y de turismo.

En el ámbito local, en el distrito de Chinchaypujio el turismo es un rubro muy poco avanzada por lo que los ingresos económicos en este lugar son escasos por falta de una mejor gestión administrativa y socioeconómica, reconocimiento de la zona arqueológica y conocimiento de un distrito lleno de costumbres e historia debido al

desinterés de la población y autoridades quienes son las personas principales en impulsar el turismo en dicho lugar para poder despertar el interés de los visitantes nacionales y extranjeros por visitar dicho recurso. Al poder observar la zona arqueológica de Qollmay se llega a deducir que las autoridades del distrito de Chinchaypujio realizan una inadecuada gestión administrativa por falta de planeación eficiente que conlleva a que no se realice una promoción turística del lugar para su reconocimiento y aprovechamiento. El complejo Arqueológico de Qollmay la cual es un potencial que no es aprovechado, acentuando la organización de la población en formar parte e informarse sobre sus raíces culturales, siendo ello un valor agregado que logre impulsar al distrito como embajador de su cultura y consejeros turísticos.

En lo relacionado a los **canales de comunicación** son fuentes importantes por el cual se puede brindar una promoción turística llamativa mediante una transmisión por diferentes medios digitales y a la vez se tendrá un contacto directo con las personas que realizaran este proceso comunicativo, pero las autoridades del distrito de Chinchaypujio no lo utilizan para poder promocionar su sitio cultural pese a que hoy en día tenemos más acceso a esos medios evitando un desarrollo personal y cultural.

Para el aspecto **material informativo** una fuente sumamente esencial en la exhibición e información de algún lugar que se puede realizar a través de una infografía que lamentable las autoridades y pobladores del distrito de Chinchaypujio no lo realizan ya que las autoridades no demuestran interés en realizar un material físico en la que darán a conocer este destino turístico que es sitio arqueológico de Qollmay y la población que no demuestra fuerza e impulsan a realizar transmisiones por las cuales se lleve llevaría a cabo la promoción turística.

En cuanto a las **alianzas estratégicas** una red de comunicación no personal la cual debe ser brindado por un profesional para lograr el reconocimiento del sitio arqueológico mediante planes, pero las autoridades no invierten en realizar este contrato de este servicio la cual no permite una ejecución de la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay siendo un desinterés total de parte de las autoridades y población del distrito.

En lo relacionado a los **eventos turísticos** es un medio por el cual se brinda información de algún lugar y son organizados con la finalidad de hacer una promoción de un recurso y/o destino que a la vez se promociona productos de la zona, costumbres, tradiciones, pero las autoridades del distrito de Chinchaypujio no llevan a cabo este

tipo de eventos con frecuencia y si lo hacen solo lo dan a conocer para las personas de este distrito y por ello los otros distritos y/o comunidades no se informan de esos eventos y por otra parte los habitantes del lugar deberían orientarse a sí mismos para exhibir sus atractivos.

Si este desinterés se sigue generando por parte de las autoridades y pobladores del distrito este sitio arqueológico podría seguir en descuido total hasta podría echarse a perder por la falta de mantenimiento algo que sería una pérdida de ingresos económicos al distrito y a su vez a la ciudad de Cusco.

1.2. Formulación de problemas

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre la gestión administrativa municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre la planeación municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024?
- ¿Cuál es la relación entre la organización municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024?
- ¿Cuál es la relación entre la dirección municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024?
- ¿Cuál es la relación entre el control municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024?

1.3. Justificación

1.3.1. Relevancia social

Al realizarse la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, las personas a beneficiarse serán la población en general ya que esto aportará

un ingreso económico a la sociedad y esto implica a que las autoridades realicen una mejor gestión administrativa tanto de la zona arqueológica como en la mejora del distrito de Chinchaypujio ya sea en el ámbito educativo y laboral.

1.3.2. Implicancias practicas

Con esta investigación se desea generar propuestas enfocadas al desarrollo económico, social y cultural las cuales puede ser de gran aporte a la población pudiendo dar solución al problema de la baja afluencia turística y descuido de la zona arqueológica de Qollmay algo generado por el insuficiente interés de las autoridades responsables del desarrollo turístico en dicha zona.

1.3.3. Valor teórico

Con la investigación se conoció de manera más profunda el comportamiento de las variables cuyos resultados y conclusiones arribadas son el aporte a la comunidad científica y se convertirán en material de consulta en estudios que se realicen considerando contextos similares.

1.3.4. Valor metodológico

La presente investigación se justifica metodológicamente puesto que se elaboró un cuestionario para el recojo de información, siendo este revisado y presenta la validación por juicio de expertos, asimismo, cuenta con la confiabilidad, dicho instrumento podrá ser útil en futuros trabajos.

1.3.5. Viabilidad o factibilidad

Se contó con la aprobación de los pobladores, asimismo, se tuvo la disposición de los recursos económicos, materiales y humanos para el desarrollo del mismo.

1.4. Objetivos de investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la gestión administrativa municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación entre la planeación municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.
- Determinar la relación entre la organización municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.
- Determinar la relación entre la dirección municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.
- Determinar la relación entre el control municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.

1.5. Delimitación

1.5.1. Delimitación temporal

La presente investigación se realizó en el primer trimestre del periodo 2024.

1.5.2. Delimitación espacial

Se llevó a cabo en el espacio geográfico del Distrito de Chinchaypujio – Provincia de Anta.

1.5.3. Delimitación conceptual

Se delimita en lo conceptual al desarrollo de la gestión administrativa compuesto por sus dimensiones: planificación, organización, dirección y control como también la variable promoción turística compuesta por sus dimensiones: canales de comunicación, material informativo, alianzas estratégicas y eventos turísticos información recopilada de diversas fuentes primarias y secundarias; asimismo el estudio corresponde a la línea de investigación del desarrollo económico.

1.5.4. Delimitación social

Se delimitó en lo social a los pobladores del distrito de Chinchaypujio ya que son ellos los que perciben y evalúan la administración llevada a cabo por las autoridades del municipio sobre el sitio arqueológico de Qollmay.

CAPÍTULO SEGUNDO

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudios

2.1.1. Antecedentes internacionales

Antecedente 1

En Ecuador, Martínez-Conde (2019) realizó la tesis de pregrado titulada “Gestión y promoción turística del patrimonio cultural en la parroquia Cubijíes, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo”, que tuvo como objetivo general: Analizar la influencia existente entre la gestión y la promoción turística del patrimonio cultural. Se empleó el método de investigación no experimental, transversal, correlacional causal. La población de estudio fueron las personas expertas en la materia y los turistas con edad de 30 años en adelante los mismos que llegan a la parroquia Cubijíes, determinando una población de 80 turistas. Las conclusiones a las que se llegó son:

Primera: En la identificación se observó la relación de la planificación dentro de la gestión del GADP (Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquial) con un sentido de 0,22%, obteniendo como resultado la intervención en la promoción turística del patrimonio cultural, por consiguiente, se observa que la planificación se ve escasa por la falta de entendimiento administrativo.

Segunda: En el predominio de la organización en la gestión del GADP que fue estimado un 0,06%, la cual actúa en la promoción turística del patrimonio cultural.

Tercera: Se determinó la influencia de los recursos de la gestión del GADP con una estimación del 0,06%, que como institución no promovió su promoción turística del patrimonio cultural generando una negatividad de los habitantes y turistas.

Antecedente 2

En Santa Ana – El Salvador, en la tesis de maestría realizada por Baños y López (2020) titulada como: “Análisis y propuesta de un plan administrativo de procesos de mejora continua en la gestión de operaciones del Hotel vista de

los volcanes en el Municipio de Juayúa, Departamento de Sonsonate”, el cual tuvo como objetivo general: “Proponer un plan administrativo de procesos de mejora continua en la gestión de operaciones para la empresa Hotel Vista de los Volcanes que fortalezca la gestión administrativa”. Se empleó en este trabajo la investigación descriptiva, llegando a las siguientes conclusiones:

Primera: Se observó que la organización no cuenta con un direccionamiento estratégico puesto que no se ha implementado cambios significativos en la gestión administrativa, no disponen de un organigrama que muestre la estructura jerárquica.

Segunda: Existe en la empresa una deficiente gestión administrativa, puesto que no hay profesionales administrativos que elaboren documentos y herramientas como la visión, misión y objetivos de manera explícita haciéndolos de manera empírica n o que no ha permitido que se determine un marco de referencia en el desarrollo de su actividad, asimismo, la empresa no cuenta con documentos y manualística para el desarrollo de sus actividades.

Tercera: No se realiza una evaluación periódicamente al desempeño del personal, lo que imposibilita establecer el grado de eficiencia con el que trabaja esta empresa.

Cuarta: No hay programas de capacitación para el personal que cree soporte en el desempeño laboral, asimismo, la falta de reconocimiento o incentivos que motiven al personal.

Quinta: No se cuenta con un plan de promoción y publicidad limitando la difusión y conocimiento de sus productos turísticos.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Antecedente 1

En Chiclayo, Chucchucán-Briones (2021) desarrolló la tesis doctoral titulada “Estrategias de gestión administrativa para efectivizar la puesta de valor del patrimonio cultural arqueológico en la región Lambayeque, año 2021”. El propósito del estudio fue “proponer estrategias de gestión administrativa para efectivizar la puesta de valor del patrimonio cultural arqueológico en la Región Lambayeque, año 2021”. La metodología fue cuantitativa, no experimental,

descriptiva y aplicada. La población estaba formada por 109 personas, de quienes se recogió información con un cuestionario, llegando a las siguientes conclusiones:

Primera: Se demostró que la gestión administrativa muestra un nivel moderado en un 50%, el 35% lo consideró deficiente y el 16% eficiente, resultados que muestran que faltan planes orientados al cumplimiento de objetivos, las actividades no son distribuidas de forma apropiada entre áreas y falan cuadros de liderazgo en el equipo.

Antecedente 2

En Lima, Bravo (2017) realizó la tesis de pregrado titulada “Importancia del plan estratégico para promover el desarrollo del turismo interno hacia el distrito de San Mateo, provincia de Huarochirí”, la cual obtuvo como objetivo general: Conocer la importancia de contar con un Plan Estratégico del desarrollo turístico para promover el desarrollo de turismo interno hacia el Distrito de San Mateo, se tuvo un enfoque mixto, la población fueron los pobladores del distrito de San Mateo, llegando a las siguientes conclusiones:

Primera: Hay una gran diversidad de recursos culturales y naturales que promuevan el progreso del turismo interno limeño, no obstante, tienen una falencia en la capacidad administrativa que de inicio al impulso de un plan estratégico que fomente la ejecución del inventario turístico con la que se cuenta.

Segunda: El plan estratégico es de gran importancia para respaldar la sostenibilidad ambiental siendo ello uno de los impactos negativos que acompaña el crecimiento de la actividad turística.

Tercera: Contar con un plan estratégico, fomentará la cultura turística en los pobladores del distrito, por lo que promoverá el compromiso y la participación de ellos para el desarrollo de la actividad turística, reconociendo al turismo como una alternativa al desarrollo socioeconómico de la localidad.

Cuarta: El plan estratégico, ayudará a tener conocimiento de la situación presente del distrito a través de la elaboración del diagnóstico turístico como pieza primordial que de inicio al proceso de planificación y a la toma de

decisiones sobre las estrategias y objetivos a plantearse en un futuro; y su relación con otras actividades económicas

Quinta: Se afirma que los pobladores tienen una percepción positiva con relación al desarrollo de la actividad turística, considerándola importante para el desarrollo del turismo y la mejora económica de la localidad.

Antecedente 3

En Pimentel – Perú, la investigación realizada por Palma-Parra (2021) titulada como “Gestión turística municipal para el fomento de la actividad turística en el distrito de Santa Rosa - Región Lambayeque, año 2019” para lograr el título profesional de Licenciado en Turismo y Negocios, teniendo como objetivo general: Analizar la gestión turística que se realiza en el municipio de Santa Rosa. Fue un estudio mixto, no experimental de corte transversal. La muestra fueron 25 personas y se llegó a las siguientes conclusiones:

Primero: La planificación se halla en un proceso defectuoso, puesto que no se encuentra proyectos ni planes realizados en materia turística, teniendo en cuenta también que el plan estratégico turístico está desactualizado, así como la relación de recursos turísticos y el directorio de proveedores de servicios turísticos. Así también, no se tiene un presupuesto para dicho rubro, a excepción de las festividades tradicionales, por otro lado, se evidenció la existencia de una estructura organizacional y un reglamento de funciones actualizado que incorpora al turismo.

Segundo: La gestión turística municipal en el proceso de alianza público – privada, no es presentada debido a que el 45% de los grupos de interés consideran que es deficiente el apoyo brindado por el municipio, asimismo, el 50% lo percibe propio de la gestión en el desarrollo de actividades turísticas, así como el 55% de la gestión en la promoción turística y el 75% manifestaron que el defecto primordial de gestión es el enfocarse hacia otros sectores.

Tercero: El sistema turístico es admisible y ofrece una amplia variedad de diferentes recursos como playas, artesanías, gastronomía, fiestas y sitios pesqueros, por otro lado, ofrece diversas instalaciones de restaurantes y asociaciones artesanales, aunque las instalaciones de alojamiento son pocas.

Para los servicios complementarios, indica los servicios obligatorios que se brindaran al visitante y el medio de transporte requerido para trasportar al visitante, finalmente la infraestructura base representa el transporte requerido, los servicios básicos y la cobertura de comunicaciones.

Cuarta: Por último, los funcionarios públicos no enlazan sus labores con el desarrollo turístico, no hay personal turístico profesional y la gestión turística también es dificultoso. El sector es ineficiente debido a los planes de desarrollo turístico deficientemente estructurados que no cumplen con los lineamientos del MINCETUR, así como poca participación de los actores turísticos y falta de vinculación con la población. Teniendo esto en cuenta, se concluye que no hay una verdadera gestión turística municipal debido a la falta de interés en hacer gestión turística y establecer relaciones con otras organizaciones.

2.1.3. Antecedentes locales

En Cusco, Ojeda y Cruz (2019) realizaron la tesis de pregrado titulada “Gestión municipal en la promoción turística del Distrito de San Jerónimo, Departamento de Cusco periodo 2015 – 2018” proponiendo como objetivo general: Determinar si la gestión municipal está relacionada con la promoción turística. Se empleó el método de investigación descriptivo – correlacional. La población fue el personal del área de turismo de dicha municipalidad y los turistas que visitan el distrito teniendo como unidad muestra de 104 personas. Las conclusiones arribadas son:

Primero: Hay una correlación significativa entre la gestión municipal y la promoción turística con r Pearson= 1, lo que indica una correlación perfecta, denotada por los esfuerzos, decisiones y acciones que la municipalidad realice, tendrá una respuesta en la promoción turística del distrito.

Segundo: La planificación juega un rol muy importante en el análisis de la promoción turística que será llevado a cabo por la gestión municipal del distrito de san Jerónimo ya que la relación entre la planificación y promoción turística presenta una percepción del 50% buena y 50% excelente que pone en evidencia una relación favorable para el mejor manejo de la promoción turística del distrito de San Jerónimo.

Tercero: Existe correlación significativa entre la planeación y la promoción turística, con $p\text{valor}=0.000$ y r de Pearson= $0,40$ lo que indica una correlación positiva moderada.

Cuarta: Existe correlación entre la organización y la promoción turística, con $p\text{valor}=0.042$ y r de Pearson= $0,577$ lo que indica una correlación positiva moderada.

Quinto: Existe correlación significativa entre la dirección y la promoción turística, con $p\text{valor}=0.000$ y r de Pearson= $1,00$ lo que indica una correlación positiva perfecta.

Sexta: Existe correlación significativa entre el control y la promoción turística, con $p\text{valor}=0.000$ y r de Pearson= $0,577$ lo que indica una correlación positiva moderada.

Séptima: Los resultados indican que el 50% de los pobladores encuestados opinaron que es muy buena la gestión municipal y para otro 50% es buena.

Octava: El 54% de los encuestados opinaron que la promoción turística se desarrolla a un nivel bueno y el 46% lo percibe como regular.

2.2. Bases legales

- Ley N° 27972 - Ley Orgánica de Municipalidades:
- Ley N° 30057 - Ley del Servicio Civil:

2.3. Bases teóricas

2.3.1. Gestión administrativa

2.3.1.1. Concepto de gestión

Según Armijos et al. (2019) es el ejercicio y efecto de tramitar, en el contexto de empresa, gestionar se entiende como la ejecución de actividades enfocadas a la consecución de un beneficio para la organización; es el grupo de tareas realizadas por sus integrantes a fin de lograr los objetivos a nivel personal, empresarial como social. La correcta gestión del área del talento humano es precisa para alcanzar un apropiado clima laboral, dependiendo de ella la actitud frente al trabajo y la continuación del personal. Por su parte Ropa-Carrión y

Alama-Flores (2022) mencionan que es la acción que involucra la planificación, organización, motivación, dirección y control, a partir de un punto de vista general, y, en forma puntual, prever, ordenar, atender a los objetivos, la integración de los esfuerzos y la efectividad de las aportaciones de los demás, con el propósito de alcanzar el progreso de las organizaciones. Así también Según Palmira (2021) menciona que reside en dar valor al personal, maximizar su productividad y mantenerlos, puesto que son componentes básicos para el eficiente manejo de la organización.

2.3.1.2. Concepto de administración

Según Armijos et al. (2019) es planificar, organizar, dirigir y controlar del desempeño eficiente de las personas de una organización; teniendo que emplear técnicas que consientan la relación y asistencia de las personas con la intención de alcanzar los objetivos individuales afines directa o indirectamente con el aspecto laboral.

Según Weihrich et al (2017) consideran que la administración es el proceso a través del que se diseña y mantiene un espacio donde los colaboradores que laboran en grupos logran metas determinadas de forma eficaz. Por su parte Rivera-Álvarez (2021) afirma que es aquella que, funcionalmente, está dirigida al cumplimiento de obligaciones periódicas que guardan relación con la conservación de los bienes, reparaciones, impuestos, gastos de servicios relacionados, incluidos los de aseguración en función de valor y ejercicio y reivindicación de los frutos, productos y utilidades de las cosas sobre las que se tengan derechos de crédito o reales, procurando obtener sus máximos beneficios.

2.3.1.3. Concepto de gestión administrativa

De acuerdo a lo manifestado por Münch-Galindo (2018) la gestión administrativa es el procedimiento de coordinar u optimizar el uso de los recursos para lograr la mejor productividad, calidad, eficacia, eficiencia y competitividad en el cumplimiento de los

objetivos de una organización. Así también, para Soledispa-Rodríguez et al. (2022) es el grupo de acciones realizadas a fin de guiar una organización por medio de un manejo razonado de labores, esfuerzos y recursos. Su capacidad de mantener bajo control y coordinación las actividades y los diversos papeles que se desarrollan al interior de la organización consiente advertir problemas y conseguir los objetivos. Según Mendoza-Fernandez y Moreira-Chóez (2021) es el grupo de labores que guía de manera ordenada y consecutiva a las ocupaciones que se llevan a cabo en las organizaciones, por medio del trabajo planificado, organizado, dirigido y controlado por la alta gerencia que son responsables de llevar al éxito a la empresa. Peralta et al. (2023) definen la gestión administrativa como las estrategias y mecanismos con el fin de ejecutar los objetivos de la empresa, por lo que es primordial tener claro lo que se desea alcanzar. Es decir, que gracias a la gestión administrativa es posible conseguir los objetivos de las organizaciones.

2.3.1.4. Origen de la gestión administrativa

Según Masaquiza-Jerez et al. (2020) tuvo su origen en la antigüedad, apareció como una necesidad en los primeros tiempos desde la aparición de los humanos, cuando las personas se unen para llevar a cabo actividades que les permitan sobrevivir, tomar decisiones, administrar los recursos, buscar alimentos, entre otros. Entonces, desde 1800 aproximadamente es un hábito la actitud de precisar a la gestión administrativa en función a cuatro pilares primordiales: planeación, organización, dirección y control. En ese sentido Suárez (2018) menciona que el origen no se asegura con exactitud, sin embargo, entendidos de la historia aseguran que la gestión y administración de los recursos en una organización se inicia a finales del siglo XIX e inicios del XX. Para el discernimiento de la historia muchos escritores, mencionan que el nacimiento de la administración se da en los comerciantes sumerios y a los egipcios constructores de las pirámides, a los métodos organizativos de la Iglesia y las milicias antiguas.

2.3.1.5. Importancia de la gestión administrativa

Pérez-Balbuena (2022) señalan la importancia de acoger la gestión administrativa en las organizaciones privadas y públicas, comprometiendo a los trabajadores y personal de alto mando, en los problemas por la que pasa la organización, queriendo marcar la diferencia y dar solución a los problemas que se presentan, asumiendo como rigor la diferencia de los cualidades que se ponen en cumplimiento a la hora de expresar la estrategia en el cual el recurso humano es el activo primordial. Así también Peralta et al. (2023) mencionan que es la que se ocupa de impulsar la ejecución y dirección de la organización en dirección a metas establecidas, las cuales se unen al plan estratégico de la institución.

Para Roncal-Miñano (2018) la gestión administrativa aprueba poner en orden los esfuerzos que realiza la organización en situaciones complejas, donde se necesita una gestión eficiente de provisión de recursos materiales. Permite el acatamiento de los objetivos trazados, además, la gestión administrativa se encuentra orientada a obtener valor para los accionistas por medio de la utilización correcta de los recursos materiales y económicos de los que dispone. Basa su importancia en gestionar adecuadamente las actividades de la empresa.

2.3.1.6. Objetivo de la gestión administrativa

Según Montes-Salazar et al. (2017) los objetivos son los siguientes:

- Requiere cumplir con la rendición de cuentas por medio de las estructuras, autoridades y responsabilidades; la junta y la administración implementan diferentes maneras para dar a conocer y conservar personas comprometidos por el cumplimiento de sus funciones y responsabilidades.
- Establece medidas de rendimiento, incentivos y recompensas; la junta directiva y la administración instituyen medidas de desempeño, estímulos y otros beneficios.

- Valora las medidas de utilidad, los estímulos y distinciones de con relación a la pertinencia de las mismas; la junta y la administración.
- Toma en cuenta la coacción acerca del cumplimiento del objetivo: la junta directa y la administración valoran y acuerdan las presiones relacionadas con alcanzar los objetivos al establecer responsabilidades, desplegar medidas de desempeño y valorar el mismo.

Según Valle-Martín (2020) comenta que la administración sirve con integridad de los beneficios generales y proceden en concordancia con los principios de eficacia, jerarquía, descentralización, desconcentración y coordinación. Convendrán cumplir en sus relaciones los siguientes principios:

- Participación, objetividad y transparencia administrativa.
- Racionalización y rapidez de las instrucciones administrativas y de las diligencias de gestión.
- Planificación y guía por objetivos y seguimiento de la gestión y valoración de las resultas de las políticas públicas.

2.3.1.7. Ventajas de la gestión administrativa

Según Arguello et al. (2020) comentan las siguientes ventajas:

- Facilita la producción de legajos legales.
- Instituye políticas de calidad, medioambientales y de seguridad.
- Da asistencia al progreso económico.
- Mueve el comercio.

Así también Peña et al. (2022) mencionan una de las ventajas para la gestión administrativa es que genera lucros de la empresa, se preocupa de conservar en estado bueno las ganancias de la organización. Ya que, si no hubiera un monitoreo de gastos ni un propósito de minimizar las pérdidas, el negocio posiblemente quebraría. Esta situación no se produce con la gestión administrativa, ya que se encarga de organizar todas las áreas de la organización,

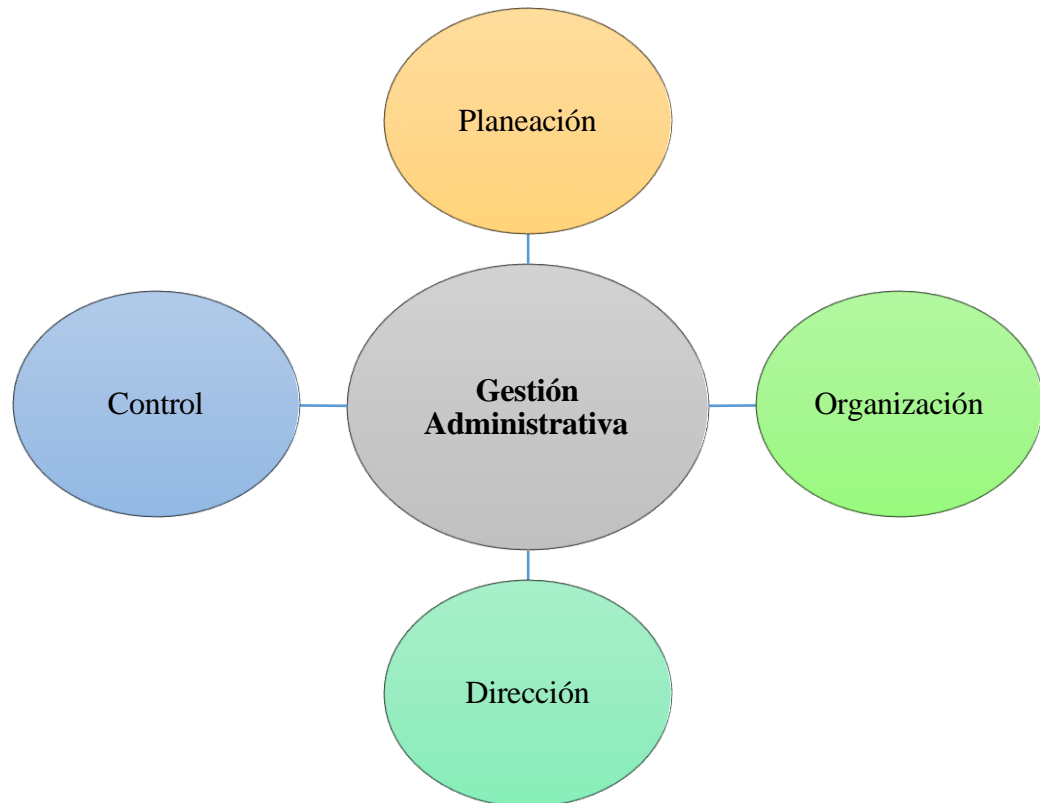
inclusive el departamento financiero, espacio que facilita el flujo de caja.

2.3.1.8. Funciones de la gestión administrativa

De acuerdo a lo manifestado por Weihrich et al. (2017) los elementos de la gestión administrativa son:

Figura 1

Funciones de la gestión administrativa



Nota: Elaboración propia en base a lo propuesto por Weihrich et al. (2017)

A. Planeación

Según Münch-Galindo (2018) se da cuando se establecen los contextos futuros y la dirección a dónde va la organización, así como la enunciación de los efectos que se procuran obtener y las estrategias para alcanzarlos minimizando riesgos. De acuerdo a lo mencionado por Weihrich et al. (2017) se tiene que la planeación es escoger misiones y objetivos, y tomar decisión al respecto de las acciones necesarias para conseguirlos, entendiéndose por optar por una operación frente a diferentes opciones, de forma que los planes provean una dirección racional para obtener los objetivos

preseleccionados. Así también, Chiavenato (2019) manifiesta que es la primera función administrativa, convirtiéndose en base para las demás funciones, pues precisa anticipadamente los objetivos a logara y qué hacer para alcanzarlos. Es un modelo teórico de actividad futura. Empieza con la definición de los objetivos y puntualiza los planes precisos para alcanzarlos de la mejor forma posible.

De acuerdo con Chiavenato (2019) la planeación comprende los siguientes ítems:

- **Objetivos**

Según lo expuesto por Chiavenato (2019) fijarse objetivos es el inicio de todo, saber a dónde se quiere llegar. El objetivo es un resultado futuro que se desea alcanzar dentro de un periodo de tiempo específico, son aspiraciones de futuro, y una vez alcanzadas se convierten en realidad. Para David y David (2017) estos son los resultados que se deben lograr al implementar una estrategia. Los objetivos deben ser cuantitativos, mensurables, reales, comprensibles, exigentes, jerárquicos, alcanzables y coherentes en las diferentes unidades organizativas. Del mismo modo, cada objetivo requiere su propio cronograma. Los objetivos por lo general se expresan en términos de crecimiento de activos o ventas, rentabilidad, participación de mercado, nivel y tipo de la integración vertical integración vertical, ganancias por acción y organización en su conjunto.

- **Estrategias**

De acuerdo a lo planteado por Weihrich et al. (2017) se define como un método para establecer los objetivos fundamentales a largo plazo, implementar los cursos de acción y asignar los recursos precisos para conseguir esos objetivos. En tal sentido la estrategia es un medio de toma de decisiones en las que se visualiza a toda la organización y orienta todos sus

recursos para alcanzar las metas ya planteadas durante un período de tiempo. Una estrategia es una tarea realizada con el objetivo de lograr una meta a largo plazo. Para Peñafiel-Nivela et al. (2020) son los medios a través del cual se logran los objetivos a largo plazo. Las estrategias comerciales incluyen la expansión geográfica, la diversificación, adquisiciones, desarrollo de productos, penetración de mercado, reducciones de costos, desinversiones, liquidaciones y empresas conjuntas; esto se debe a que la estrategia es una acción potencial que requiere decisiones gerenciales y recursos de la empresa.

- **Procedimientos**

Wehrich et al. (2017) sostienen que el plan es establecer los métodos de comportamiento necesarios para apoyar actividades futuras; se trata de un orden cronológico de tareas requeridas, y son pautas de acción, no pautas que explican exactamente cómo se debe realizar una tarea en particular. Vivanco-Vergara (2017) afirma un procedimiento describe y especifica en detalle un proceso que representa un grupo de operaciones o tareas ordenadas que se establecen secuencialmente en relación con los responsables de su ejecución, y un proceso establecido que especifica una duración y duración. Afirma que se deben seguir pautas y estándares. procesamiento dentro del documento.

B. Organización

Para Münch-Galindo (2018) una organización se trata de diseñar y definir estructuras, procesos, funciones, responsabilidades y aplicar técnicas y métodos para simplificar el trabajo. Louffat (2015) afirma que la organización es una actividad que tiene el poder de crear orden dentro de una organización y debe ser compatible con la planificación estratégica.

De acuerdo con Chiavenato (2019) la organización comprende los siguientes ítems:

- **Departamentalización**

Weihrich et al. (2017) afirma que es la designación en área, una división o una unidad específica de una organización en la que los gerentes tienen autoridad para realizar actividades específicas, se puede clasificar por:

- Funciones. Refleja un comportamiento normal.
- Territorio. Para las empresas que operan en un área geográfica extensa, es común agrupar las actividades por área o región.
- Grupos de clientes. Agrupar las actividades de una empresa para reflejar los principales intereses del cliente.
- Productos. Agrupa las actividades de la empresa según productos o líneas de productos, especialmente para grandes empresas con múltiples líneas de producción.

- **Ejecución**

Campaña-Muñoz et al. (2022) afirman que consiste en la obligatoriedad, un derecho de exigibilidad y el deber de cumplimiento del acto, el cual se hace eficaz desde el momento de la encargatura. Así también, Vanegas (2021) afirma que es la parte del proceso administrativo que considera la ejecución de una serie de tareas y labores, es dar pasos en las actividades designadas a los equipos de trabajo con el fin de que continúen realizando sus funciones de manera eficiente.

- **Trabajo en equipo**

Paravic-Klijn y Lagos-Garrido (2022) consideran que es una de las figuras más valiosas para el logro del éxito en las diferentes actividades que se emprenda. Es una forma de trabajo en la que participan todos con la misma responsabilidad en el logro de metas u objetivos organizacionales, donde el esfuerzo de cada integrante se potencia, aumentando la eficacia de sus resultados. Cada persona aporta con sus opiniones y

habilidades, concertándolas para alcanzar los objetivos. Según la Universidad de Sevilla (2017) es sentirse cómodo realizando el trabajo con otras personas, respetando las diferencias de cada integrante del equipo, y anteponiendo los intereses del equipo sobre los propios. Así, el trabajo en equipo, es la habilidad que tienen las personas para participar de forma activa en el cumplimiento de un objetivo compartido, aunque dicho objetivo muestre beneficio alguno de manera directa a cada uno de los miembros del equipo.

C. Dirección

Münch-Galindo (2018) opina que es la práctica de todas las etapas del proceso administrativo a través de la gestión y coordinación de recursos, y el ejercicio del liderazgo. Para Louffat (2015) la etapa de la dirección es la encargada de asegurar las relaciones humanas al interior de la organización. Es la realización e implementación de todo lo previamente planificado y organizado por los trabajadores, convirtiéndolos así en los principales actores de la organización. En el mismo sentido Chiavenato (2019) señala que el papel de la dirección es poner a la organización en acción y dinamizarla, tiene mucho que ver con las personas, relacionándose con la acción y con la puesta en marcha de las actividades

De acuerdo con Chiavenato (2019) la dirección comprende los siguientes ítems:

- Liderazgo

Wehrich et al. (2017) definen al liderazgo como la inspiración, es decir, el arte o proceso de influir en las personas para que realicen actividades de manera motiva y entusiasta en la persecución de los objetivos. No sólo se debe alentar a las personas a desarrollar el deseo de trabajar, sino a que se les debe alentar a trabajar con entusiasmo y confianza. Los líderes actúan lo mejor que pueden para ayudar al grupo a alcanzar sus objetivos. Para David y David (2017) se trata de elevar la visión

humana a una perspectiva más elevada, acrecentar el desempeño humano al estándar más elevado, edificar el carácter de una persona por encima de sus restricciones corrientes.

- **Orientación**

Según Cruz et al. (2022) afirman que es un proceso que implica la superación personal, con el objetivo de obtener el máximo crecimiento del potencial del individuo; así también el desarrollo debe verse como un proceso de desarrollo personal que lleva a la persona a convertirse en un ser capaz de interpretar el mundo que le rodea e integrar sus experiencias desde una perspectiva más integral. Morales-Carrero (2020) afirma que es un proceso encaminado a tomar en cuenta las necesidades de las personas, redefinir sus experiencias, motivar la realización de intereses personales y apoyar el logro de objetivos colectivos, aspectos, que por su importancia la atención es centrada en aspectos como: avance de las dimensiones del elemento humano. El liderazgo se entiende como guiar en la vida, permitir la autorrealización y mostrar posibles opciones para aprender a lidiar con uno mismo.

- **Eficiencia**

La eficacia desde lo conceptualizado por Pinheiro et al. (2017) se orienta a los resultados y se relaciona a ofrecer a los clientes lo que ellos exigen y puede asociarse al desempeño externo. Así también, Ramírez et al. (2022) lo define como una herramienta destinada a medir factores internos de una organización, centrándose en los aspectos económicos y técnicos, reduciendo el coste de conversión de insumos en productos, evaluando objetivos y midiendo su desempeño y alcance.

D. Control

De acuerdo a Münch-Galindo (2018) es la fase del proceso administrativo por medio del cual se establecen estándares para

valorar los resultados obtenidos, con la intención de mejorar desviaciones, prevenirlas y que sea de forma continua las operaciones. Domínguez- Ramírez (2017) considera que el control es responsable de comprobar el nivel de eficacia y eficiencia de los efectos conseguidos en concordancia con las metas deseadas para un periodo específico, lo que involucra el control de las diferentes áreas administrativas. En ese sentido Tejada-Quispe (2019) afirma que el propósito del control es garantizar que los resultados de aquello que se planteó, organizo y dirigió, guarden relación más significativa a los objetivos propuestos. La esencia del control radica en evidenciar si la labor inspeccionada obtiene o no los objetivos o los resultados anhelados.

De acuerdo con Chiavenato (2019) la dirección comprende los siguientes ítems:

- **Monitoreo**

Wehrich et al. (2017) aluden que es el acto de revisar las actividades realizadas, antes de esperar a una revisión periódica o planificada para ser corregido, pues el jefe inmediato superior y el subordinado examinan el escenario de forma inmediata a fin de tomar acciones correctivas y con ello evitar que una insignificante desviación pueda convertirse en un problema significativo. Asimismo, Abad y Perón (2023) afirman que es una función indispensable de la gestión, al brindar los componentes que aportan a adoptar acciones correctivas que ajusten el camino de los objetivos estratégicos y programas agrupados en cualquier dimensión, y que aseguren los resultados esperados.

- **Manejo de conflictos**

Robbins y Judge (2017) afirman que el manejo de conflictos es la forma de comportarse de los humanos en relación a una situación problemática o dificultad, lo que puede ser resultado de aspectos como la asertividad y cooperación. En

el mismo sentido Enciso-Soto y Vásquez-Rodríguez (2023) afirman que se considera como las actitudes y desenvolvimiento de los individuos emplean cuando hacen frente a un problema.

- **Toma de decisiones**

Para Robbins y Coulter (2018) la toma de decisiones es un método que permite hacer la elección entre dos o más alternativas, por medio de un método que comprende pasos como: identificación del problema, de los criterios de decisión, ponderar los criterios, desarrollo, análisis, selección, implementación y evaluación de la eficacia de una alternativa. Desde lo planteado por Chiavenato (2017) surge como consecuencia de una problemática, la cual se exhibe como una brecha entre la realidad de las cosas actual y el esperado, la cual conlleva a examinar varios cursos de acción para separar o reducir la diferencia. En tal sentido, para tomar una decisión, primero se identifica el problema y luego se analiza las opciones de solución.

2.3.2. Promoción turística

Según Kotler et al. (2018) son las tareas que intentan inducir la demanda potencial por medio de herramientas que comuniquen, convengan y a la vez inspiren, a través de los cuales se forman como un ligado de herramientas primordiales. Para Aparicio-Salas (2021) es el ligado de bienes y servicios agrupados a un sitio geográfico y socio-cultural específico, que permite, facilita y propicia el aprovechamiento de los atractivos turísticos del lugar, o, donde se manifiesta la relación directa positiva entre productos turísticos con posibilidad de crecimiento y mejora económica. Por su parte Mishell (2023) indica que es uno de los grandes pilares del marketing integrado, referido a comunicar a los posibles turistas (consumidores) sobre una oferta turística y debe suministrar a los consumidores la información de los atractivos y de la infraestructura existente, buscando diferenciarse de la competencia.

2.3.2.1. Importancia de la promoción turística

Según Lastenia (2021) muestra importancia puesto que consiente instaurar pericias que consienten fortificar la imagen de un destino turístico. Asimismo, Pibaque (2022) afirma que es importante puesto que provocan la promoción de una zona como destino turístico, impulsando la visita de turistas, conjuntamente con la generación de ingresos monetarios, mejorando la calidad de vida de los pobladores. Por su parte Zapata (2022) destaca la importancia, debido a que originan el crecimiento económico y muestra mejorías en el estilo de vida de los pobladores, por lo que su efectividad se relaciona con las tendencias tecnológicas modernas por medio de la utilización de los medios o redes de publicidad de más uso de los turistas, en contraste de la publicidad tradicional, sin embargo, los dos factores son necesarios a fin de obtener una mejor afluencia de los turistas.

2.3.2.2. Objetivos de la promoción turística

Según Urreta-Okeranza (2019) la promoción turística tiene el objetivo atraer visitantes nacionales y extranjeros, y favorecer la protección y la exhibición adecuada de los aspectos artísticos, monumentales y pintorescos. Para Pibaque (2022) la promoción turística está direccionada a la enunciación de pericias y tácticas con la finalidad de conseguir una apropiada segmentación del producto al interior del sector turístico; considerando para ello tres estrategias turísticas:

- **Estrategia de penetración:** Apoya a la elevación porcentual del mercado, por medio de ofrecer productos existentes, no contando con alguna innovación o perfeccionamiento.
- **Estrategia de desarrollo del producto turístico:** Operan por arriba de los espacios turísticos reales, juntando productos desconocidos, reestructurados y diversificados de los ya existentes. Es ampliar una línea de productos suplentes.
- **Estrategia de extensión del mercado turístico:** Basada en el uso de similar producto turístico que atraiga a turistas nuevos, al ofrecer

productos en zonas con un menor desarrollo o segmentos de mercado que todavía no son lo adecuadamente operantes.

2.3.2.3. Ventajas de la promoción turística

Según Báez (2021) menciona las siguientes ventajas:

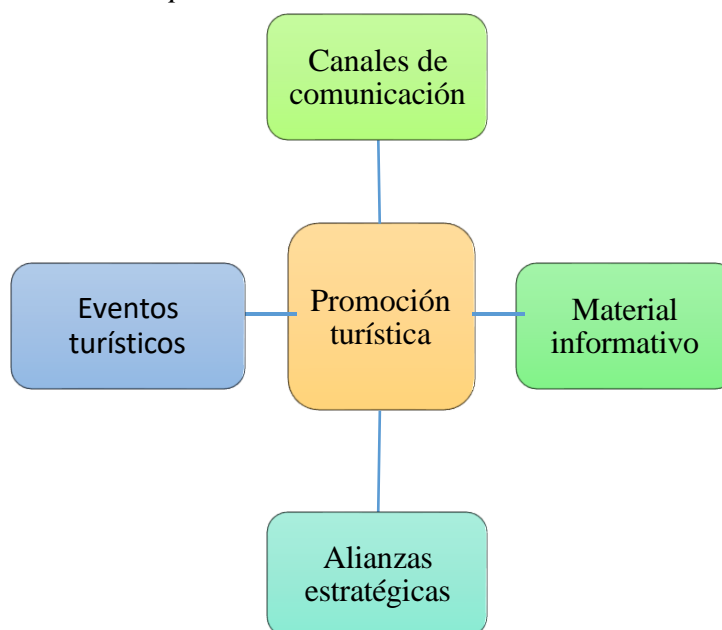
- La relación directa que tiene la cacería de la fauna local, mostrando la realidad e importancia de proteger y controlar las especies y el espacio en el que viven.
- El turismo de caza realizado en zonas rurales, que ofrecen oportunidades laborales y aprendizajes a centros poblados apartados con pocas posibilidades de crecimiento.
- El turismo de caza debe complementarse con otras actividades turísticas como sitios arqueológicos, pesca, sol, playa, etc.

Según Gonzales-Molina (2022) menciona que las 5 ventajas de promoción turística:

- Diseño y administración de una página Web.
- Mezcla en la Web de determinadas herramientas de mercadotecnia.
- Creación, diseño y gestión de blog.
- Gestión de envíos vía correo electrónico, es decir listas de correo para difundir actividades, convocatorias, noticias, productos, etc.
- Presencia en otras direcciones y enlaces de otras organizaciones y empresas turísticas.

2.3.2.4. Elementos de la promoción turística

Kotler et al (2018) afirman que la promoción turística se puede evaluar a través de los siguientes elementos:

Figura 2*Elementos de la promoción turística*

Nota: Elaboración propia en base a lo propuesto por Kotler et al (2018)

A. Canales de comunicación

Kotler et al. (2018) mencionan que hay dos tipos de comunicación siendo los personales e impersonales: El tipo personal de comunicación se define ya que se desarrolla con un mínimo de dos personas. Los canales de comunicación no personales es la manera de transferir mensajes sin determinar una relación directa. Para Salinas (2020) los canales de comunicación, que es la manera de transferir información de emisor a receptor y viceversa, posee particularidades que lo conciben indispensable en la organización, como son la confiabilidad, la rapidez y la efectividad. Así también Charry (2018) considera que es el perfeccionamiento de la imagen organizacional entre los trabajadores, conocer el contexto de la empresa, la atracción laboral, el fomento de la cultura corporativa, la amortiguación de la rumorología, manejo de conflictos, incitar la invención, la calidad del proceso productivo y, de manera específica, el triunfo de los cambios internos. Asimismo, la comunicación interna cumple con el derecho a la información y la libertad de expresión del personal.

De acuerdo con los conceptos planteados la promoción turística comprende los siguientes ítems:

- **Desarrollo personal**

Según lo planteado por Mego-Núñez y Mego-Ramírez (2021) el desarrollo personal está relacionado con las creencias de cada individuo, desempeña un importante rol el autoconocimiento de uno mismo, actividades que guardan conexión con su aptitud, su inteligencia y tiene en cuenta su interés y motivación en el desarrollo de sus habilidades, conociendo de manera clara lo que pretende conseguir, actividades que necesitan de su potencial innovador, según vaya obteniendo experiencia y adiestramiento, para realizar algo positivo en la existencia personal, de familia y de trabajo, se requiere mucho valor propio, que es la imagen de uno mismo y nuestra autoestima. Así también Chiavenato (2020) lo define como la educación enfocada al futuro, entendiéndose, como las acciones relacionadas con las técnicas de crecimiento de la personalidad y de el perfeccionamiento de las habilidades que ayuden a entender e dilucidar el conocimiento; se enfoca a la evolución personal y orientado a la carrera futura.

- **Contacto directo**

Hernández-Rosado et al. (2019) es la manera de relación que los individuos muestran en sus actividades, refleja una transferencia de información, medio de formación y funcionamiento de la conciencia individual, un apoyo en la organización entre la interacción de las personas y un aporte a la apropiación y satisfacción de necesidades. Técnica de relación social, establecido en el cambio de signos por el que se comparte de manera voluntaria conocimientos, con situaciones libres e idénticas de entrada, plática y aportación. Así también Restrepo (2020) afirma que es el resultado de las actividades gestados y contruidos entre unos y otros que dan forma a sentidos posibles.

- **Transmisión**

Para Touriñán (2019) es un asunto de actividades en la que existe un traspaso de información entre unos a otros, esta debe ser clara a fin de que tenga éxito. Por su parte Conde (2023) afirma que se refiere al flujo de información de manera inmediata.

B. Material informativo

Kotler et al. (2018), Castro-Becerra (2021) mencionan que es el material físico que cuenta de forma resumida, con gráficos y por medio de infografías lo que la organización de turismo pretender dar a conocer siendo ello una imagen integral de lo que se quiere comercializar, y con la intención de llamar la atención del futuro cliente. De acuerdo con Gorritxo y Franco (2017) son instrumentos que facilitan la comunicación y mejoran el proceso de información. Su principal propósito está en ayudar a generar conocimiento. Para Hernández-Jaime et al. (2020) son herramientas comprensibles que facilitan el manejo de información, integrando medios audiovisuales o materiales interactivos para el estudio de diversos tópicos. No necesitan equipos o programas especiales para su empleo.

De acuerdo con los conceptos planteados la promoción turística comprende los siguientes ítems:

- **Infografía**

De acuerdo con Gutierrez (2016) es un recurso claramente periodístico que anticipa, reconstruye o representa situaciones que suceden, se realiza al integrar dos elementos importantes: imagen y texto para una mejor comprensión del lector. Bernal-Gamboa y Guzmán-Cedillo (2021) afirman que son representaciones visuales de información, que se usan para relatar historias, transferir ideas o concebir escenarios y hacer una exposición detallada de lo que se ofrece, por medio de una gama de gráficos distintos. En esencia, es una manera de

motivar a los individuos a ver información de una forma que ilustre el conocimiento, las experiencias o los eventos de forma rápida y comprensible.

- **Material físico**

Rosero (2020) afirma que son recursos fundamentales puesto que permiten efectuar experiencias múltiples, a través del logro del entendimiento concreto y exacto de los propósitos planificados, proporcionando la posibilidad de creación, relación, y transformación del conocimiento, con un espacio cargado de emociones, experiencias y sensaciones propias de las personas. Según Garriazo et al. (2017) poseen una funcionalidad en la sociedad contemporánea, deben contener información visual atractiva y el mensaje debe ser claro, sencillo y muy profesional.

- **Destino turístico**

De acuerdo a Bravo (2019) son lugares donde la gente viaja y elige quedarse por un espacio de tiempo, experimentando ciertas particularidades, motivo de algún grado de percepción, de atracción de algún tipo, así también, se concibe que viajar es un hecho de exploración, donde la definición de turistas se entiende como esas personas que se mueven de un ambiente a otro, procurando volver a casa por medio de un viaje de regreso. Así también, Marín-Idárraga, (2023) considera que es un espacio físico que tiene límites específicos, que hace parte del sector turístico, cuenta con recursos heredados o creados, aportando significativamente para ser atractivo a los turistas, de forma que lo frecuenten.

C. Alianzas estratégicas

Kotler et al. (2018) afirma que es una técnica de comunicación no personal, debido a que las organizaciones que lo llevan a cabo costean dicho servicio, contando con especialistas que puedan realizar el trabajo por medio de herramientas

especiales, que admitan dar cumplimiento a dichos desafíos que creen reconocimiento y notoriedad para el público objetivo. Según Peralta-Miranda et al. (2022) estas despliegan un rol primordial en las organizaciones a fin de crear valía y ventajas competitivas sostenibles. Las alianzas estratégicas que se plasman simbolizan alianza y colaboración, brindar recursos e involucra un compromiso que contribuya a la permanencia y competitividad de las empresas. Quejada y Avila (2017) afirman que las alianzas estratégicas dan la posibilidad a las empresas familiares de perfeccionar su posición competitiva y acrecentar sus recursos y capacidades, lo que supone garantizar la permanencia de las empresas familiares por medio de las generaciones.

De acuerdo con los conceptos planteados la promoción turística comprende los siguientes ítems:

- **Comunicación no personal**

Weihrich et al. (2017) mencionan que la comunicación es trascendental y que ayuda a dirigir, es decir, consiste en que la información sea transferida de un emisor a un receptor, y que esta sea entendida. El objetivo de la comunicación en una organización es dotar de información que permitan tener actuación en los procedimientos de transformación, lo que significa, tener influencia sobre la acción que permita el bienestar de la organización. La comunicación es fundamental para la marcha del flujo al interior de las organizaciones, integrando los cargos de gerencia; siendo básica para:

- Definir y dar a conocer los objetivos empresariales.
- Organizar a los trabajadores, de modo eficaz, eficiente y, por tanto, efectiva.
- Seleccionar, desarrollar y valorar a los integrantes de la empresa.
- Planificar la forma de conseguirlos.

- Liderar, dirigir, motivar y crear un ambiente en el que la gente desee participar.

- **Servicio**

Rojas-Martínez et al. (2020) manifiestan que es una de las tareas de suma importancia y más dificultosas que enfrentan las organizaciones de servicios, así mismo, destaca que suministrar de forma consistente un servicio de alta calidad es una tarea muy ardua. Así también, Silva-Triveño (2021) afirman que a través del servicio las organizaciones adquieren una ventaja competitiva frente a la competencia, aparte de las actividades comerciales o de los servicios que ofrezcan, se considera como la brecha que hay entre las expectativas del cliente y sus percepciones después de recibido el servicio.

- **Contrato**

Mezarina y Rosales (2019) mencionan que es un documento en el que su naturaleza jurídica involucra un trato de propia voluntad al que llegan dos o más sujetos, en relación a una disposición, y en base a un propósito común. Por su parte Arias y López (2020) afirman que es un documento por medio del cual se establecen las pautas para la realización de una actividad pactada entre dos o más personas en favor de otra.

D. Eventos turísticos

Se organizan con el propósito de promocionar un recurso, producto o destino a un público objetivo ya reconocido. (Kotler et al., 2018). Castañeda-Motta y Vega-Peña (2019) por su parte afirman que es una práctica habitual alrededor del mundo. Así también Carvajal y Lemoine (2018) consideran que es base del desarrollo turístico de una localidad, puesto que las actividades turísticas son esenciales para el desarrollo de una localidad, es sustancial hacer inversiones en ellos para fortificar el patrimonio, la identidad cultural, conservarlos y de la misma forma motivar a los turistas para que efectúen una visita.

De acuerdo con los conceptos planteados la promoción turística comprende los siguientes ítems:

- **Promoción**

Es un enfoque que influencia la idea de la creación trabajada desde posiciones enfocadas desde lo acostumbrado hasta lo alterno, tienen un objetivo en común y buscan llegar a su público objetivo con por medio de la comunicación e interrelación con los consumidores (Fernández, 2019). Desde lo manifestado por Chigwada y Nwaohiri (2021) son los canales por medio del que arriba la comunicación, información o promoción a la población. Así mismo, Kotler y Armstrong (2017) afirman que la promoción es establecer relaciones adecuadas con los clientes, exige mucha más que producir bienes de calidad, estimar el costo e introducirlo en del mercado meta.

- **Producto**

Desde lo mencionado por Chigwada y Nwaohiri (2021) es cualquier servicio, recurso o producto que tiene como propósito desplegar de forma satisfactoria las necesidades de información de los consumidores. En el mismo sentido Kotler y Armstrong (2017) indican que es un bien que puede ofertarse en el mercado con la finalidad de que lo adquieran, usen o consuman, el propósito es dar satisfacción a las necesidades y expectativas del consumidor. No solo son elementos tangibles, también son aspectos como; servicios, personas, eventos, lugares, organizaciones, ideas o la mezcla de dichos elementos.

- **Destino**

Marín-Idárraga et al. (2023) mencionan se percibe como un espacio geográfico semejante, que soporta objetivos de planificación, desde una función comercializadora de cooperación institucional, tomado por los turistas como objetivo de visita por encontrar allí una marca como imagen atractiva que

representa una oferta organizada de servicios tendientes a su satisfacción. Cayo y Apaza (2017) afirman que es un espacio físico que es visitado por los turistas, conformado por productos/servicios de soporte, atractivos y recursos, posee delimitación física y administrativa, como retratos y conocimientos que establecen su competencia en el mercado.

2.4. Marco conceptual

- **Aplicación:** “Hace referencia a la acción y el efecto de aplicar o aplicarse (poner algo sobre otra cosa, emplear o ejecutar algo, atribuir” (Pérez-Porto y Merino, 2021)
- **Aptitud:** “Hace referencia a las capacidades físicas y psicológicas específicas que un trabajador debe poseer para llevar a cabo una determinada tarea con eficacia y sin riesgos para él mismo o para terceras personas” (Morros y Schlaghecke, 2017).
- **Autoridad:** “La autoridad supone siempre una relación social determinada y una cierta asimetría en tanto una de las partes reconoce en el otro, ya sea una persona o una institución. Una potencialidad que redunde en el crecimiento, el enriquecimiento o el perfeccionamiento a través del consejo o de su influencia misma” (Di Pego, 2017).
- **Comunicación:** “La comunicación es la transferencia de información, ideas, conocimientos o emociones mediante símbolos convencionales, lo que propicia el entendimiento entre una persona y otra” (Cano-Plata, 2017).
- **Cultura organizacional:** “La cultura puede inferirse a partir de lo que las personas dicen, hacen y piensan dentro de un ambiente organizacional. Incluye el aprendizaje y la transmisión de conocimientos, creencias y modelos de comportamiento a lo largo de un periodo, lo que significa que la cultura de una organización es bastante estable y no cambia tan rápido” (Weihrich et al., 2017).
- **Eficiencia:** “Es la mejor relación realmente obtenida como resultado de una cierta aplicación de medios medidos como gastos y la obtención de un efecto medido como resultado, esto significa que en un problema de salud se evalúan todas las posibles soluciones efectivas, se miden en términos de costos y resultados y resultará la eficiente aquella donde se logren los mayores beneficios en término de salud al menor costo” (George et al., 2017).

- **Exposición:** “Es aquella realizada con medios que por su naturaleza están destinados a exteriorizar la voluntad como la palabra o la escritura, y es declaración tácita la que consiste en un comportamiento que, sin ser medio natural destinado por su naturaleza a exteriorizar la voluntad, en definitiva, termina manifestándola” (Pinochet y Delgado, 2021).
- **Innovación:** “Consiste en el conjunto de actividades dirigidas a identificar, desarrollar y explotar nuevos productos y líneas de negocio, así como nuevos enfoques que mejoren los negocios ya existentes, aportando valor tanto al usuario como al resto de stakeholders de la compañía” (Phimister y Torruella, 2021)
- **Inversiones:** “Las inversiones son colocaciones de dinero, sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro sea esto traducido a un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición” (Puente-Riofrio et al., 2017).
- **Motivación:** “Es un término general que se aplica a todo tipo de impulsos, deseos, necesidades, anhelos y fuerzas similares” (Weihrich et al., 2017).
- **Patrimonio arqueológico:** “Es un conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a un espacio, un periodo o una persona (o sociedad). Es una construcción social, individual y colectiva en permanente remodelación, tejida en parte a partir de las interpretaciones fantasiosas que expresa el individuo sobre el tema imaginado” (Muñoz-Arézaga, 2021).
- **Principios:** “Es la parte axiológica de la organización y se refiere a las creencias, ideas, valores, normas y comportamientos que la guían” (Cano-Plata, 2017).
- **Reglas:** “Se diferencian de las políticas en que estas últimas tienen el propósito de orientar la toma de decisiones al establecer áreas donde los gerentes pueden usar su discreción, en tanto que las primeras no permiten discreción en su aplicación” (Weihrich et al., 2017)
- **Sitios Arqueológicos:** “Las ruinas y los sitios arqueológicos son una expresión material del pasado, o, mejor dicho, de parte de los comportamientos y acciones sociales de comunidades pretéritas” (Moreno Melgarejo y Sariego López, 2017)
- **Turismo:** “Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo

consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (Candias et al., 2020)

- **Visitante:** “Se convierte en un escenario de aprendizaje significativo que complementa y promueve un paradigma activo de enseñanza, facilitando los procesos de pensamiento y desarrollo humano, que cobran sentido en la formación médica” (Zuliani-Arango et al., 2015).

2.5. Formulación de hipótesis

2.5.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre la gestión administrativa municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.

2.5.2. Hipótesis específicas

- Existe relación significativa entre la planeación municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.
- Existe relación significativa entre la organización municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.
- Existe relación significativa entre la dirección municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.
- Existe relación significativa entre el control municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.

2.6. Variables de estudio

2.6.1. Identificación de las variables

Variable 1: Gestión administrativa

Variable 2: Promoción turística

2.6.2. Conceptualización de las variables

- **Gestión administrativa:** La gestión administrativa es el procedimiento de coordinar u optimizar el uso de los recursos para lograr la mejor productividad, calidad, eficacia, eficiencia y competitividad en el cumplimiento de los objetivos de una organización (Münch-Galindo, 2018).
- **Promoción turística:** Tareas que intentan inducir la demanda potencial por medio de herramientas que comuniquen, convenzan y a la vez inspiren, a través de los cuales se forman como un ligado de herramientas primordiales (Kotler et al., 2018).

2.6.3. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variables	Dimensión	Indicadores
Gestión Administrativa	Planeación	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos • Estrategias • Procedimientos
	Organización	<ul style="list-style-type: none"> • Departamentalización • Ejecución • Trabajo en equipo
	Dirección	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Orientación • Eficiencia
	Control	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoreo • Manejo de conflictos • Toma de decisiones
Promoción turística	Canales de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo personal • Contacto directo • Transmisión
	Material informativo	<ul style="list-style-type: none"> • Infografía • Material físico • Destino turístico
	Alianzas estratégicas	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación no personal • Servicio • Contrato
	Eventos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción • Producto • Destino

2.7. Caracterización del distrito de Chinchaypujio

2.7.1. Visión

De acuerdo al portal del Gobierno peruano (2018) la visión del distrito de Chinchaypujio es:

Distrito de Chinchaypujio, tiene la siguiente Visión: Chinchaypujio, primer productor agro exportador del país, que hace uso sostenible de los recursos de agua y suelo para generar empleo justo e igualdad de oportunidades. Distrito saludable, solidario y con identidad, con una población trabajadora con alto nivel educativo y dispuesto a la innovación y al cambio, interconectado, dotado de vivienda digna, equipamiento, servicios básicos modernos y con infraestructura de apoyo a la producción de calidad, con una gestión descentralizada, participativa y transparente.

2.7.2. Misión

De acuerdo al portal del Gobierno peruano (2018) la misión del distrito de Chinchaypujio es:

Promover el desarrollo integral y sostenible del distrito de Chinchaypujio, a través de la prestación de servicios públicos de calidad con una gestión moderna, participativa, inclusiva, transparente, responsable y eficiente; con respeto de los derechos de los ciudadanos; y protegiendo los recursos naturales del distrito; para una mejor calidad de vida de los ciudadanos de Chinchaypujio.

2.7.3. Objetivos

De acuerdo al portal del Gobierno peruano (2018) los objetivos del distrito de Chinchaypujio es:

Desarrollar la planificación y ejecución, por medio de las entidades responsables, el grupo de actividades enfocadas a dar al vecino, el ambiente apropiado a fin de satisfacer de sus necesidades vitales en aspectos de vivienda, recreación, salubridad, educación, abastecimiento y seguridad.

CAPÍTULO TERCERO

MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

Fue básica. De acuerdo con Ñaupas et al. (2018) son investigaciones que nacen de la curiosidad científica, por incrementar los conocimientos que tienen en relación a la problemática identificada.

3.2. Alcance o nivel de la investigación

Fue de alcance descriptivo – correlacional, Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) el alcance descriptivo radica en contar los fenómenos, circunstancias, contextos y acontecimientos; entendiéndose en realizar al detalle la realidad de los hechos. En tal sentido se enfocan en hacer una medición o recolección de datos de forma independiente o grupal acerca de las variables a las que se hacen referencia. Para Fuentes et al. (2020) los estudios correlacionales son aquellos que buscan hallar la correlación entre las variables.

3.3. Enfoque de la investigación

Fue cuantitativo, de acuerdo con Ñaupas et al. (2018) se caracteriza por usar herramientas para el recojo de datos, con lo que se prueba la hipótesis planteada, así como metodologías y técnicas cuantitativas por lo que se relaciona con el cálculo, el uso de magnitudes y la observación.

3.4. Diseño de la investigación

El diseño fue no experimental – transversal. Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) definen como la investigación no experimental como aquella en la que los investigadores no han propiciado cambio alguno en el comportamiento de las variables. De acuerdo con Carrasco-Díaz (2019) el corte transversal se da cuando la información ha sido recolectada en un momento único.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

La población se conformó por los pobladores del Distrito de Chinchaypujio ubicado en la Provincia de Anta que según al informe del

Instituto Nacional de Estadística e informática -INEI (2022) son en total 4292 personas en dicho distrito.

3.5.2. Muestra

En representación de la población se tomó un pequeño grupo de personas que estuvo compuesto por 72 encuestados el cual se obtuvo mediante la siguiente formula.

$$n = \frac{K^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + K^2 * p * q}$$

Donde

N= Población de estudio	N= 4292
n= Muestra	n= Muestra
Z= Nivel de confianza 95% adaptado de la tabla normal estandarizada (Z=1.96)	Z= 1.96
p= Proporción de aciertos 50%	p= 0.50
q= Proporción de errores 50%	q= 0.50
e= Margen de error o error muestra (e=5%)	e= 0.05

$$n = \frac{783.1869}{10.728 + 0.18248}$$

$$n = \frac{783.18699}{10.9099}$$

$$n = 71.786$$

$$n = 72$$

Por lo tanto, la muestra será un total de 72 pobladores del Distrito de Chinchaypujio.

3.6. Técnica e instrumentos de recolección de datos

La técnica fue la encuesta.

El instrumento fue la cédula de preguntas o cuestionario el cual se compuso por varios ítems enunciados según el soporte teórico de la investigación.

3.7. Técnicas de procesamiento de datos

Se desarrolló usando el estadístico SPSS y la hoja de cálculo Excel, asimismo, se trabajó con la estadística descriptiva y la estadística inferencial.

CAPÍTULO CUARTO

RESULTADOS

4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

4.1.1. Presentación del instrumento

Para determinar la relación entre la gestión administrativa municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, se encuestó a 72 personas que son pobladores de dicho sector, a través de un cuestionario de 24 ítems, los cuales tuvieron la siguiente distribución:

Tabla 2

Distribución de los ítems del cuestionario

Variables	Dimensión	Indicadores	Ítems
Gestión Administrativa	Planeación	• Objetivos	1
		• Estrategias	2
		• Procedimientos	3
	Organización	• Departamentalización	4
		• Ejecución	5
		• Trabajo en equipo	6
	Dirección	• Liderazgo	7
		• Orientación	8
		• Eficiencia	9
	Control	• Monitoreo	10
		• Manejo de conflictos	11
		• Toma de decisiones	12
Promoción turística	Canales de comunicación	• Desarrollo personal	13
		• Contacto	14
		• Transmisión	15
	Material informativo	• Infografía	16
		• Material físico	17
		• Destino turístico	18
Alianzas estratégicas	• Comunicación no personal	19	
	• Servicio	20	
	• Contrato	21	
Eventos turísticos	• Promoción	22	
	• Producto	23	
	• Destino	24	

4.1.2. Fiabilidad del instrumento

Los resultados que se obtuvo con el coeficiente de Alfa de Cronbach, son:

Tabla 3

Análisis de Alfa de Cronbach Global

Estadístico de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.818	24

Interpretación:

- El resultado del Alfa de Cronbach muestra un valor de 0.818, con dicho resultado se confirma la fiabilidad de las encuestas aplicadas teniendo un nivel alto de confiabilidad, y se considera el número de elementos a los 24 ítems del cuestionario.

4.2. Resultados respecto a la variable de la gestión administrativa

4.2.1. Resultados estadísticos de la dimensión planeación

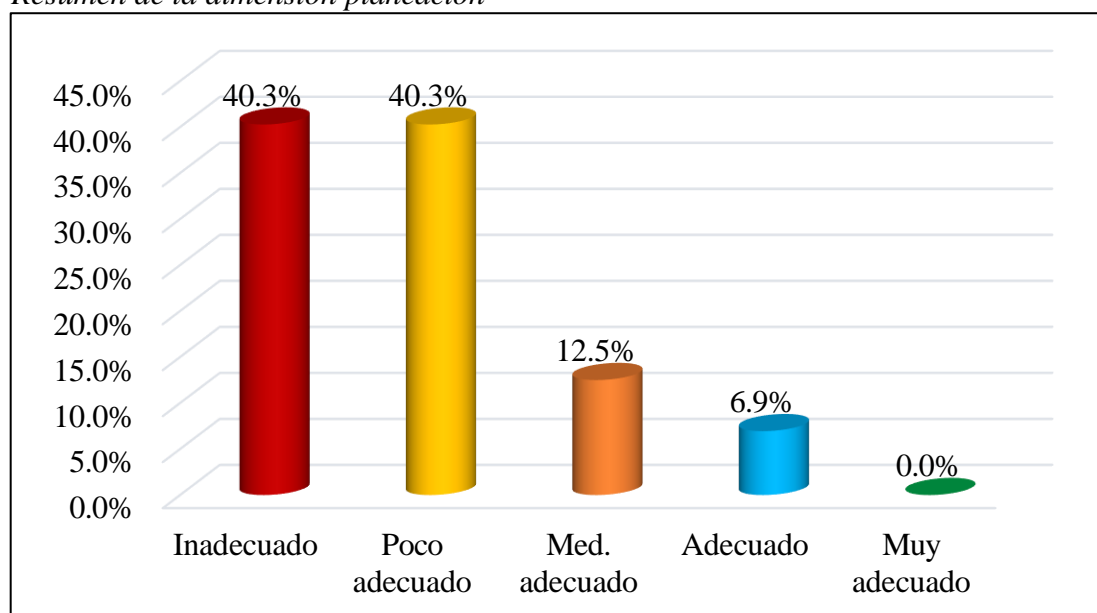
Tabla 4

Distribución y frecuencias de la dimensión planeación

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	29	40.3%
Poco adecuado	29	40.3%
Medianamente adecuado	9	12.5%
Adecuado	5	6.9%
Muy adecuado	0	0.0%
Total	72	100%

Figura 3

Resumen de la dimensión planeación



Interpretación y análisis:

- Como se puede observar la planeación muestra que el 40,3% de las personas encuestadas manifestaron que esta se desarrolla a un nivel poco adecuado, para otro 40,3% es poco adecuado, el 12,5% indicó que es medianamente adecuado, el 6,9% lo percibe como adecuado y el 0% es decir ninguna persona opinó que sea muy adecuado, resultados que muestran que las actividades del planteamiento de objetivos, estrategias y procedimientos en la municipalidad de Chinchaypujio no se desarrollan tal como debería ser, descuidando muchos factores importantes para el desarrollo del Sitio Arqueológico de Qollmay.

A. Comparación promedio de los indicadores de la planeación

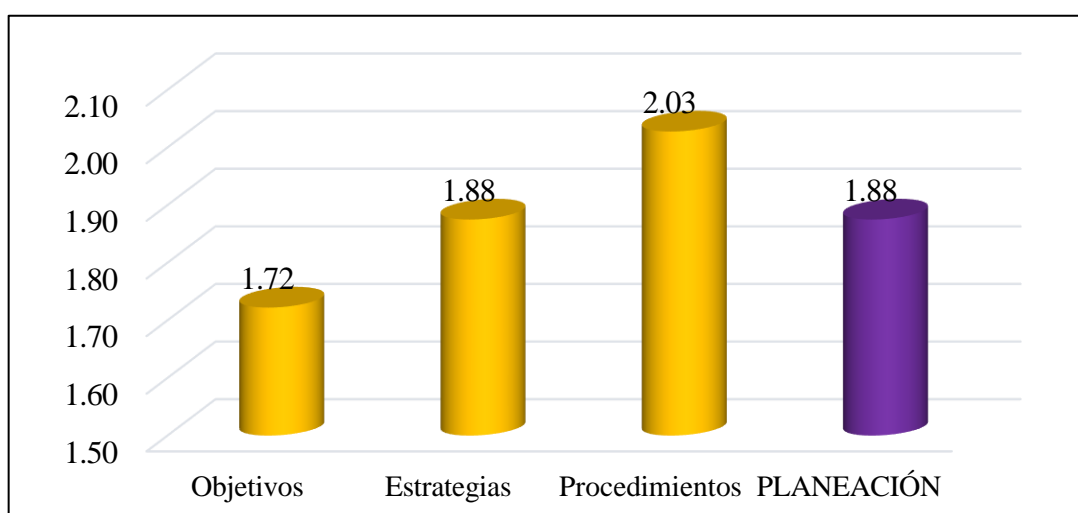
Tabla 5

Comparación promedio de los indicadores de la planeación

Indicadores	Valor	Escala de medición
Objetivos	1.72	Inadecuado
Estrategias	1.88	Poco adecuado
Procedimientos	2.03	Poco adecuado
PLANEACIÓN	1.88	Poco adecuado

Figura 4

Comparación promedio de los indicadores de la planeación



Interpretación y análisis:

- Como se observa el indicador de los objetivos se presenta con un promedio de 1,72 lo que indica que es inadecuado, resultados que reflejan que en la municipalidad no se brinda información de los objetivos para mejorar el sitio arqueológico de Qollmay; las estrategias con un promedio de 1.88 que refleja un nivel poco adecuado, reflejado por la baja actitud de las autoridades para plantear estrategias que mejorar la promoción del sitio arqueológico; y los procedimientos con un promedio de 2,03 que también indica un nivel poco adecuado, reflejado por los procedimientos de promoción turística para generar más visitas al sitio arqueológico, lo cual no es realizado; con dichos resultados la dimensión de la planeación se presenta con un promedio de 1,88 que indica un nivel poco adecuado.

4.2.2. Resultados estadísticos de la dimensión organización

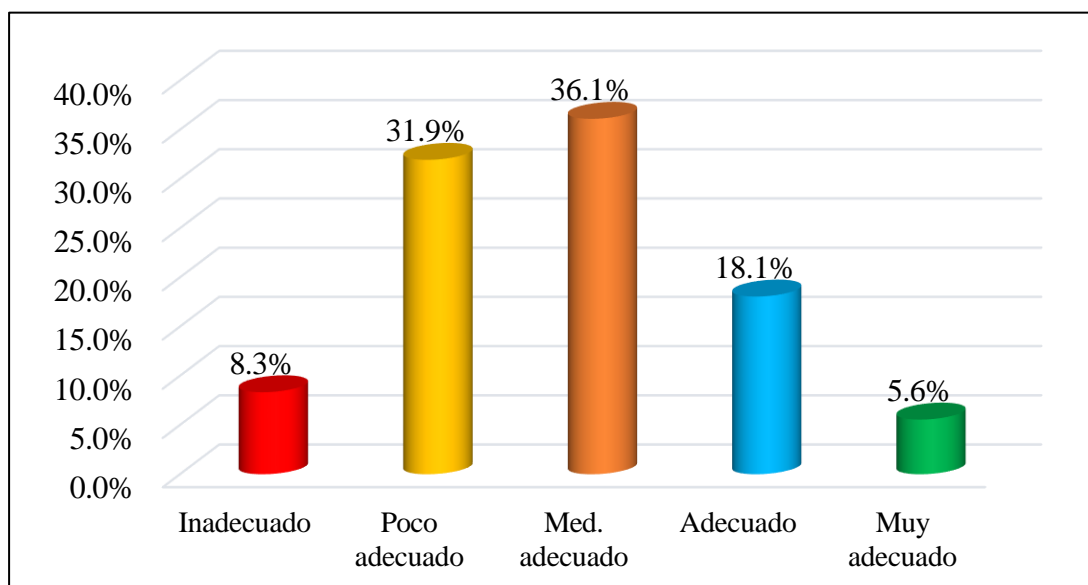
Tabla 6

Distribución y frecuencias de la dimensión organización

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	6	8.3%
Poco adecuado	23	31.9%
Medianamente adecuado	26	36.1%
Adecuado	13	18.1%
Muy adecuado	4	5.6%
Total	72	100%

Figura 5

Resumen de la dimensión organización



Interpretación y análisis:

- Como se observa el 36,1% de los pobladores encuestados manifestaron que la organización se presenta con a un nivel medianamente adecuado, para el 31,9% es poco adecuado, el 8,3% lo percibe como inadecuado, por otro lado, el 18,1% indicó que es adecuado y el 5,6% que es muy adecuado, resultados que muestran que las actividades de la departamentalización, ejecución y trabajo en equipo en la municipalidad para el fortalecimiento del atractivo turístico de Qollmay se desarrollan a un nivel medianamente adecuados.

A. Comparación promedio de los indicadores de la organización

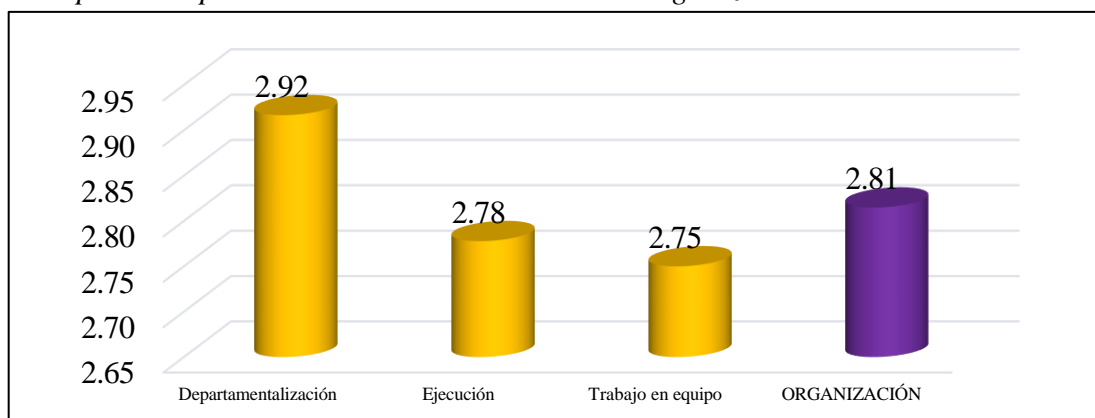
Tabla 7

Comparación promedio de los indicadores de la organización

Indicadores	Valor	Escala de medición
Departamentalización	2.92	Medianamente adecuado
Ejecución	2.78	Medianamente adecuado
Trabajo en equipo	2.75	Medianamente adecuado
ORGANIZACIÓN	2.81	Medianamente adecuado

Figura 6

Comparación promedio de los indicadores de la organización



Interpretación y análisis:

- Como se observa el indicador de la departamentalización se presenta con un promedio de 2,92 lo que indica que es medianamente adecuado, ello debido a que no siempre se respetan los niveles de autoridad en la municipalidad para el cuidado del sitio arqueológico de Qollmay; el indicador de la ejecución n se presenta a un nivel también medianamente adecuado con un promedio de 2,78 lo que indica que en la municipalidad no existe una adecuada ejecución de tareas que mejoren la organización del sitio arqueológico; y, el trabajo en equipo con un promedio de 2,75 que indica un nivel medianamente adecuado debido a que en la municipalidad no siempre se promueve el trabajo en equipo en las actividades que realiza.

4.2.3. Resultados respecto a la variable de la dirección

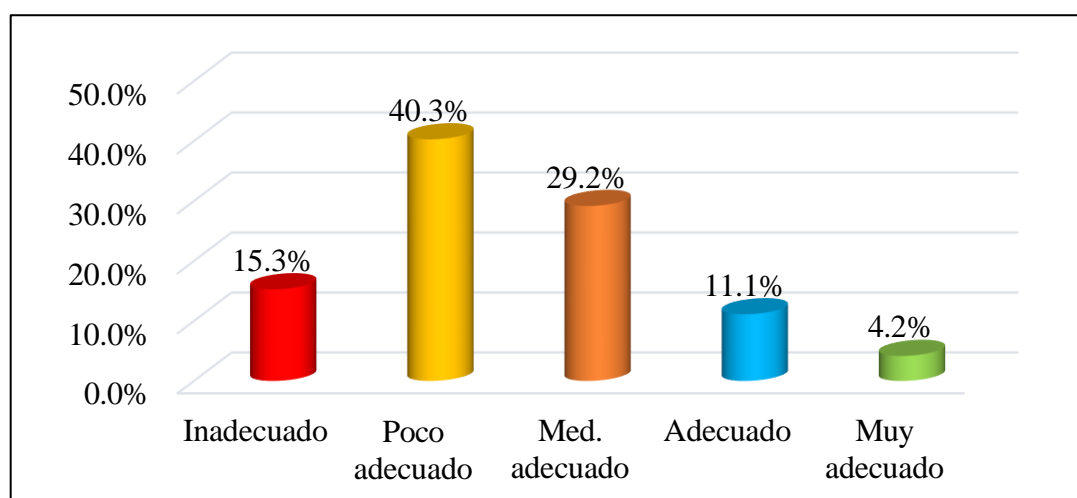
Tabla 8

Distribución y frecuencias de la dimensión dirección

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	11	15.3%
Poco adecuado	29	40.3%
Medianamente adecuado	21	29.2%
Adecuado	8	11.1%
Muy adecuado	3	4.2%
Total	72	100%

Figura 7

Resumen de la dimensión dirección



Interpretación y análisis:

- Como se puede observar el 40,3% de las personas encuestadas manifestaron que la organización en la Municipalidad de Chinchaypujio se presenta a un nivel poco adecuado, el 15,3% indicó que es inadecuado, para el 29,2% es medianamente adecuado, el 11,1% respondió que es adecuado y el 4,2% que es muy adecuado, resultados que muestran que en la municipalidad el liderazgo se trabaja a un nivel medianamente adecuado mientras que la orientación y la eficiencia se presentan en niveles poco adecuados.

A. Comparación promedio de los indicadores de la dirección

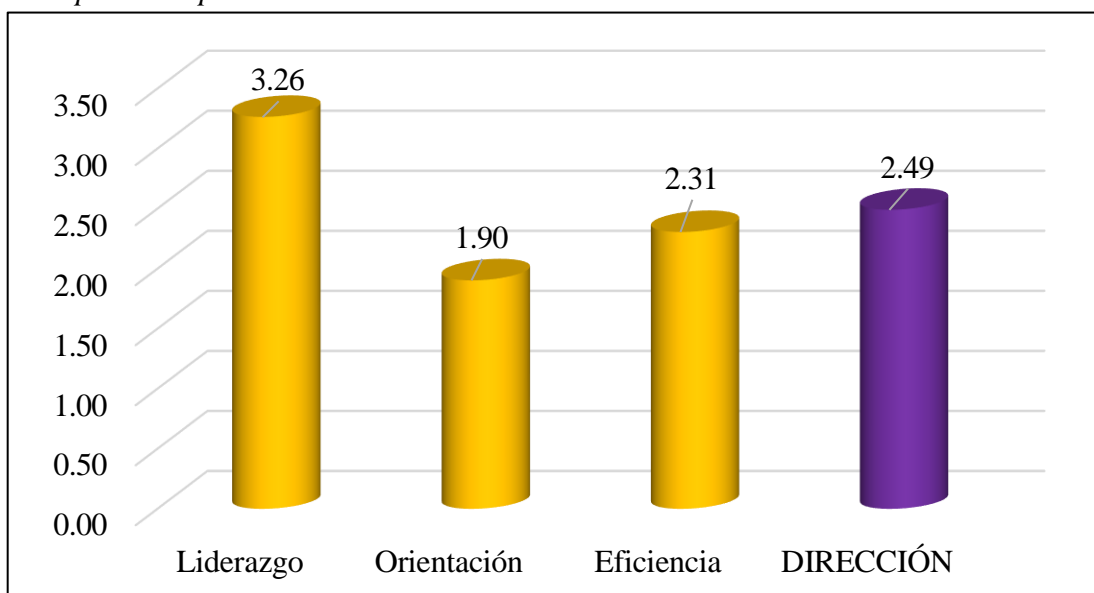
Tabla 9

Comparación promedio de los indicadores de la dirección

Indicadores	Valor	Escala de medición
Liderazgo	3.26	Medianamente adecuado
Orientación	1.90	Poco adecuado
Eficiencia	2.31	Poco adecuado
DIRECCIÓN	2.49	Poco adecuado

Figura 8

Comparación promedio de los indicadores de la dirección



Interpretación y análisis:

- Como se observa el indicador del liderazgo se presenta con un promedio de 3,26 lo que indica que se desarrolla aun nivel medianamente adecuado, ello debido a que las autoridades no siempre muestran liderazgo en su trabajo; la orientación con un promedio de 1,90 indica un nivel poco adecuado, reflejado por la escasa orientación de acciones que existe de parte de la municipalidad para la promoción del sitio arqueológico de Qollmay; y la eficiencia con un promedio de 2,31 que indica un nivel poco adecuado, poniendo en evidencia que las autoridades no muestran eficiencia en el desarrollo del sitio arqueológico de Qollmay.

4.2.4. Resultados estadísticos de la dimensión control

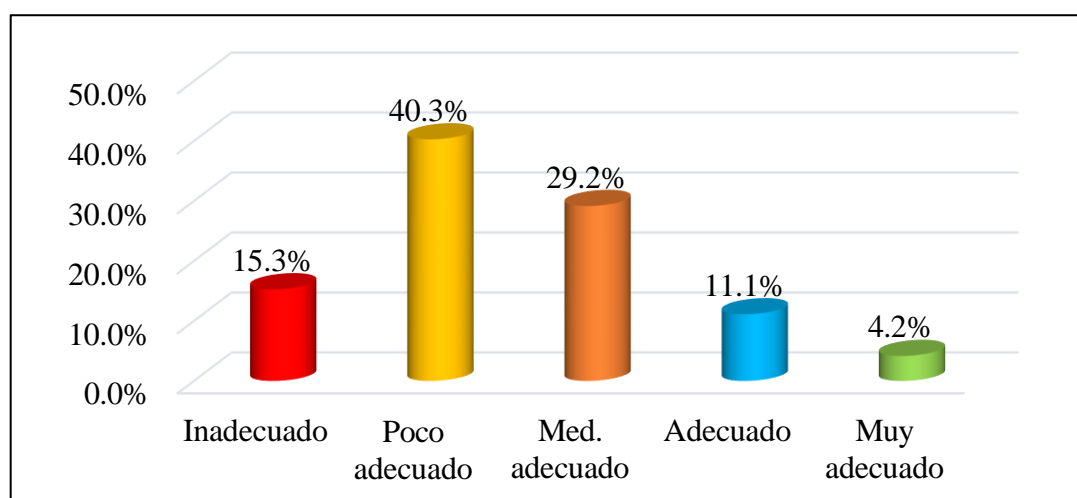
Tabla 10

Distribución y frecuencias de la dimensión control

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	25	34.7%
Poco adecuado	27	37.5%
Medianamente adecuado	17	23.6%
Adecuado	3	4.2%
Muy adecuado	0	0.0%
Total	72	100%

Figura 9

Resumen de la dimensión control



Interpretación y análisis:

- Como se puede observar el 40,3% de las personas encuestadas manifestaron que el control se desarrolla a un nivel poco adecuado, para el 15,3% es inadecuado, el 29,2% opinó que es medianamente adecuado, el 11,1% lo percibe como adecuado y el 4,2% como muy adecuado, que muestran que el monitoreo, manejo de conflictos y la toma de decisiones en la municipalidad se presentan de manera poco adecuada para la promoción del sitio arqueológico de Qollmay.

A. Comparación promedio de los indicadores del control

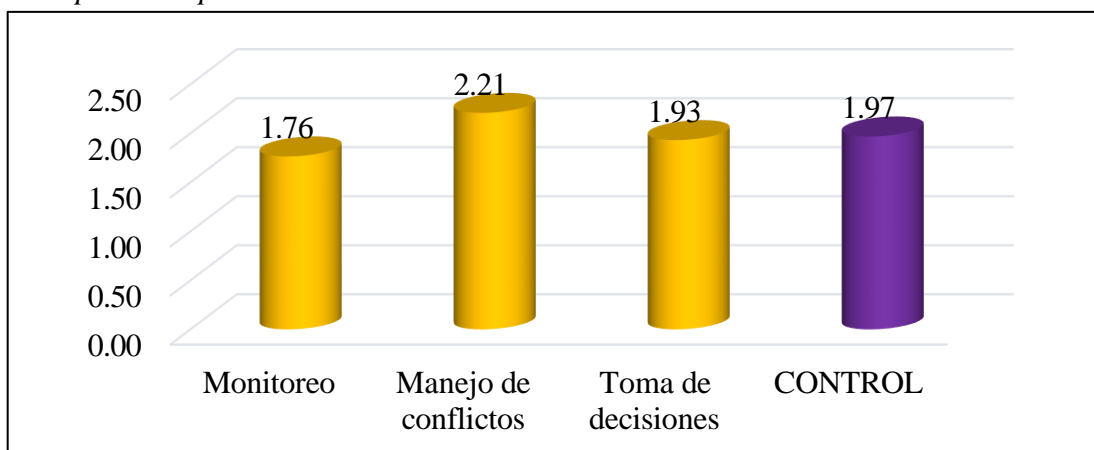
Tabla 11

Comparación promedio de los indicadores del control

Indicadores	Valor	Escala de medición
Monitoreo	1.76	Poco adecuado
Manejo de conflictos	2.21	Poco adecuado
Toma de decisiones	1.93	Poco adecuado
CONTROL	1.97	Poco adecuado

Figura 10

Comparación promedio de los indicadores del control



Interpretación y análisis:

- Como se observa el indicador del monitoreo se presenta a un nivel poco adecuado con un promedio de 1,76 lo que indica que en la municipalidad no se realiza un monitoreo adecuado para el cuidado del sitio arqueológico de Qollmay, el manejo de conflictos con un promedio de 2.21 indica que también es poco adecuado, mostrando que en la municipalidad no se promueven actividades para mejorar el manejo de conflictos; y, la toma de decisiones con un promedio de 2.93 que indica un nivel poco adecuado muestra que las autoridades no siempre toman decisiones rápidas frente a alguna necesidad en el sitio arqueológico de Qollmay.

4.2.5. Resultados respecto a la variable gestión administrativa

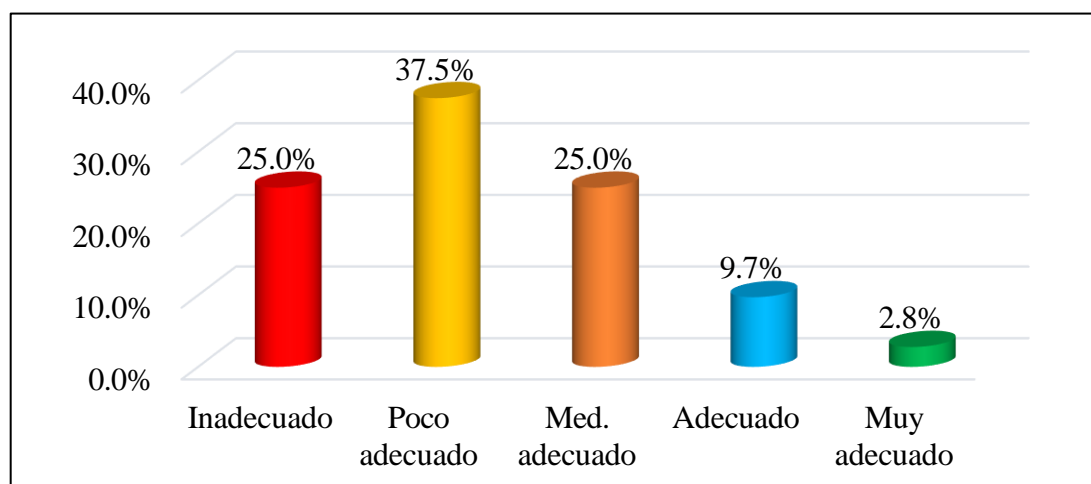
Tabla 12

Distribución y frecuencias de la variable gestión administrativa

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	18	25.0%
Poco adecuado	27	37.5%
Medianamente adecuado	18	25.0%
Adecuado	7	9.7%
Muy adecuado	2	2.8%
Total	72	100%

Figura 11

Resumen de la variable gestión administrativa



Interpretación y análisis:

- Como se puede observar el 37.5% de los pobladores encuestados en el Distrito de Chinchaypujio opinaron que la gestión administrativa enfocada al sitio arqueológico de Qollmay en la municipalidad es poco adecuada, para el 25% es inadecuada, otro 25% opinó que es medianamente adecuada, el 9,7% lo consideró adecuado y el 2,8% lo percibe muy adecuado, resultados que muestran que las actividades de la planeación, organización, dirección y control en la municipalidad de Chinchaypujio no se desarrollan tal como debería ser, descuidando muchos factores importantes para el desarrollo del Sitio Arqueológico de Qollmay.

A. Comparación promedio de las dimensiones de la gestión administrativa

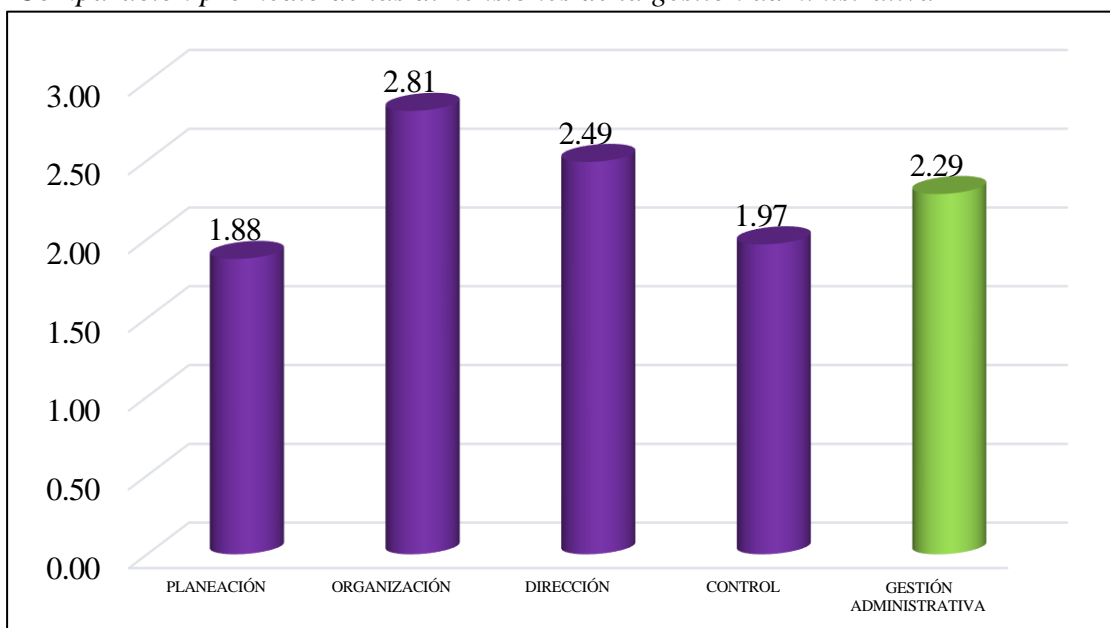
Tabla 13

Comparación promedio de las dimensiones de la gestión administrativa

Dimensiones	Valor	Escala de medición
Planeación	1.88	Poco adecuado
Organización	2.81	Medianamente adecuado
Dirección	2.49	Poco adecuado
Control	1.97	Poco adecuado
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	2.29	Poco adecuado

Figura 12

Comparación promedio de las dimensiones de la gestión administrativa



Interpretación y análisis:

- Como se observa la dimensión de la planeación se presenta con un promedio de 1,88 que indica que es apoco adecuado; la organización con 2,81 de promedio que muestra un nivel medianamente adecuado la dirección y control con promedio de 2,49 y 1,97 respectivamente que reflejan un nivel poco adecuado, con dichos resultados la variable de la gestión administrativa muestra un promedio de 2.29 que de acuerdo a la escala de medición indica un nivel poco adecuado.

4.3. Resultados respecto a la variable de la promoción turística

4.3.1. Resultados estadísticos de la dimensión canales de comunicación

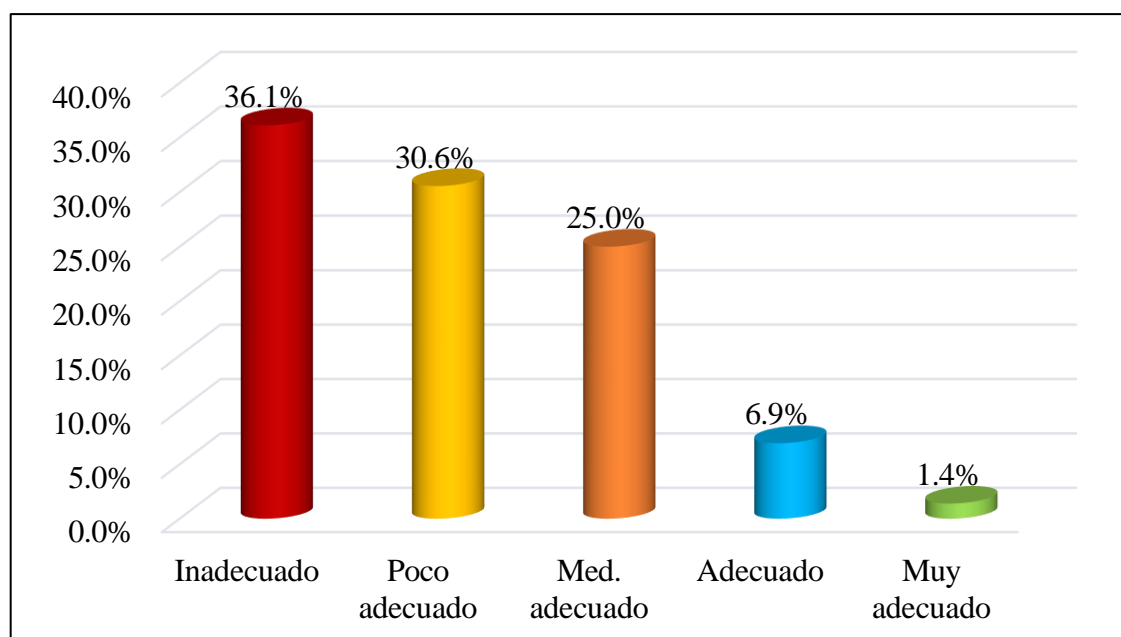
Tabla 14

Distribución y frecuencias de la dimensión canales de comunicación

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	26	36.1%
Poco adecuado	22	30.6%
Medianamente adecuado	18	25.0%
Adecuado	5	6.9%
Muy adecuado	1	1.4%
Total	72	100%

Figura 13

Resumen de la dimensión canales de comunicación



Interpretación y análisis:

- Como se puede observar el 36,1% de las personas encuestadas manifestaron que los canales de comunicación se presentan a un nivel inadecuado, para el 30,6% es poco adecuado, el 25% respondió que es medianamente adecuado, el 6,9% indicó que es adecuado y el 1,4% lo percibe como muy adecuado, resultados que muestran que el desarrollo personal refleja que es medianamente adecuado; el contacto directo y la transmisión reflejan niveles inadecuados y poco adecuados respectivamente.

A. Comparación promedio de los indicadores de los canales de comunicación

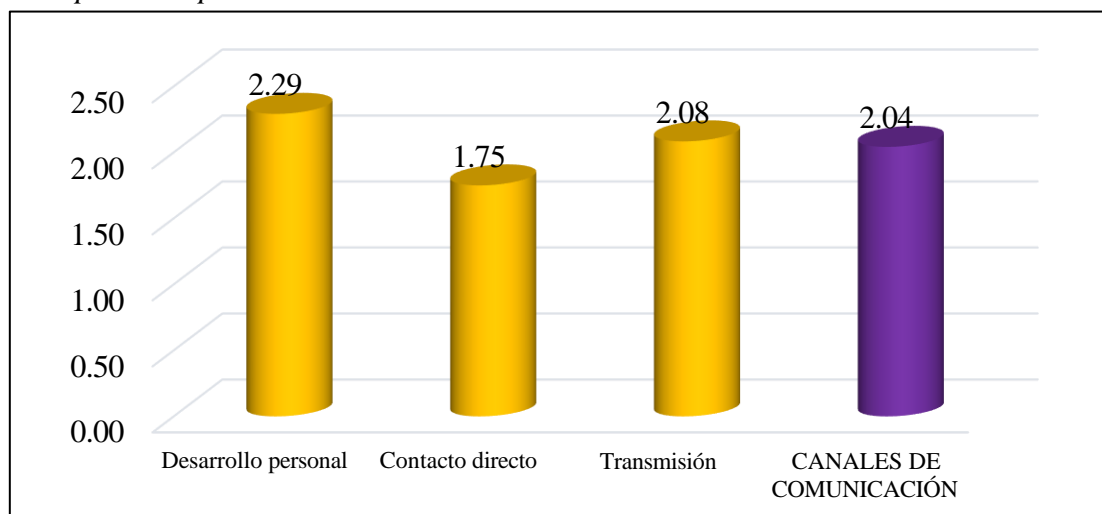
Tabla 15

Comparación promedio de los indicadores de los canales de comunicación

Indicadores	Valor	Escala de medición
Desarrollo personal	2.29	Medianamente adecuado
Contacto directo	1.75	Inadecuado
Transmisión	2.08	Poco adecuado
CANALES DE COMUNICACIÓN	2.04	Poco adecuado

Figura 14

Comparación promedio de los indicadores de los canales de comunicación



Interpretación y análisis:

- Como se observa el indicador del desarrollo personal muestra un promedio de 2,29 lo que indica que es medianamente adecuado, reflejado por el poco interés de las autoridades municipales por fomentar el desarrollo personal para realizar la promoción turística; el contacto directo con un promedio de 1,75 indica que es inadecuado, mostrando que en la municipalidad no se brindan capacitaciones a los pobladores para lograr un adecuado contacto directo con los turistas; y la transmisión con un promedio de 2,08 indica un nivel poco adecuado poniendo en evidencia que los medios de transmisión en el distrito, no son aprovechados adecuadamente para difundir el sitio arqueológico de Qollmay.

4.3.2. Resultados estadísticos de la dimensión material informativo

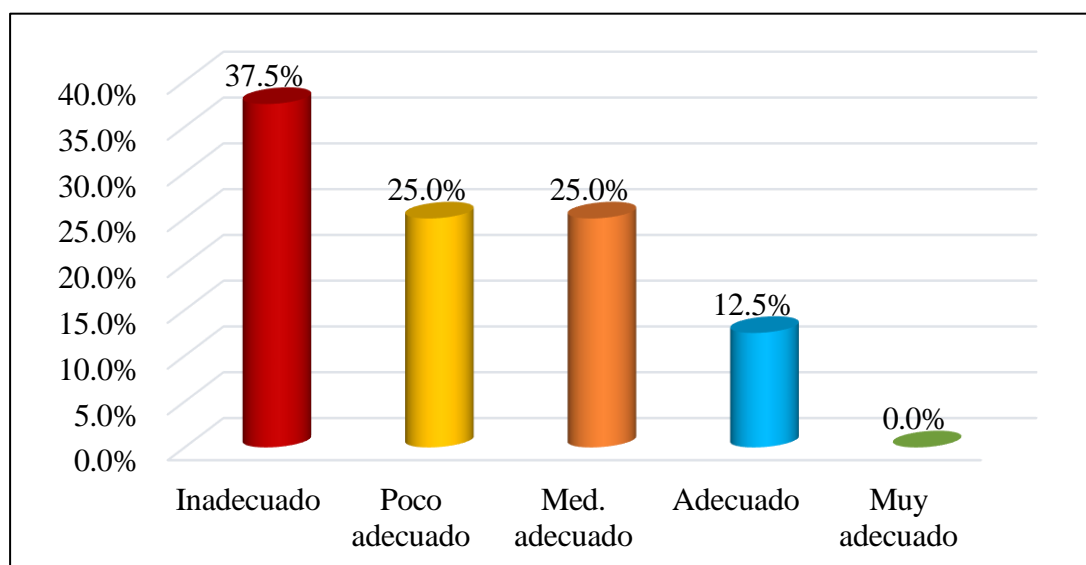
Tabla 16

Distribución y frecuencias de la dimensión material informativo

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	27	37.5%
Poco adecuado	18	25.0%
Medianamente adecuado	18	25.0%
Adecuado	9	12.5%
Muy adecuado	0	0.0%
Total	72	100%

Figura 15

Resumen de la dimensión material informativo



Interpretación y análisis:

- Como se observa el 37,5% de las personas encargadas indicaron que el material informativo del sitio arqueológico de Qollmay en la municipalidad se presenta de manera inadecuada, el 25% lo percibe como poco adecuada, para otro 25% es medianamente adecuada, el 12,5% indicó que es adecuada y el 0% es decir ninguna persona lo considera muy adecuado, resultados que ponen en evidencia que la infografía, el material físico y el destino turístico para promocionar el atractivo turístico son poco adecuados.

A. Comparación promedio de los indicadores del material informativo

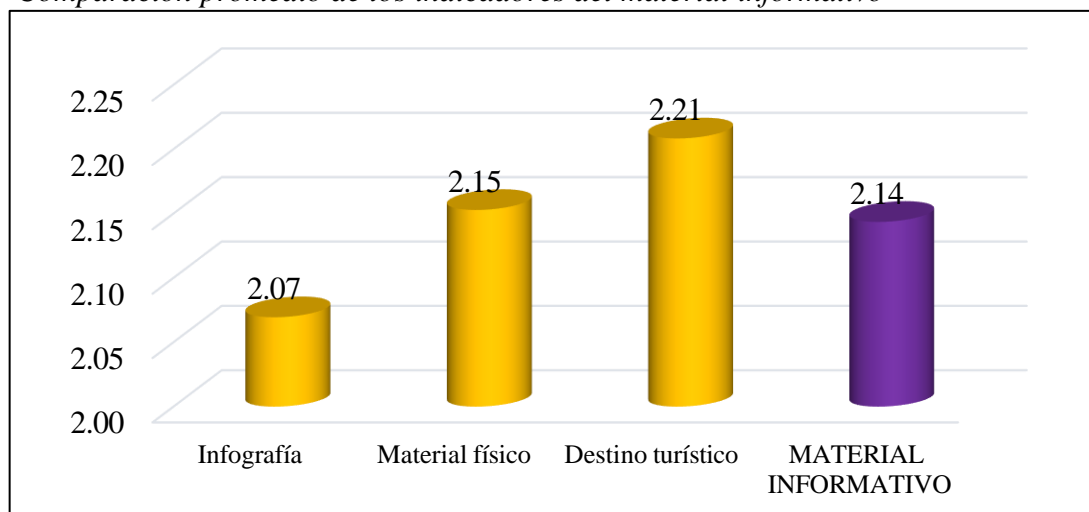
Tabla 17

Comparación promedio de los indicadores del material informativo

Indicadores	Valor	Escala de medición
Infografía	2.07	Poco adecuado
Material físico	2.15	Poco adecuado
Destino turístico	2.21	Poco adecuado
MATERIAL INFORMATIVO	2.14	Poco adecuado

Figura 16

Comparación promedio de los indicadores del material informativo



Interpretación y análisis:

- Como se observa el indicador de la infografía muestra un promedio de 2,07 lo que indica que es poco adecuado, mostrando ello que en la municipalidad muy pocas veces se actualiza la infografía para comunicar datos sobre el sitio arqueológico de Qollmay; el material físico con un promedio de 2.15 indica que es poco adecuado, reflejando que no se desarrollan actividades de difusión con materiales físicos sobre el sitio arqueológico; y el destino turístico con un promedio de 2,21 indica también que es poco adecuado, reflejado porque las autoridades no se preocupan por promover como destino turístico el sitio arqueológico; con dichas cifras la dimensión del material informativo se presenta con un promedio de 2,14 lo que indica que es poco adecuado.

4.3.3. Resultados estadísticos de la dimensión alianzas estratégicas

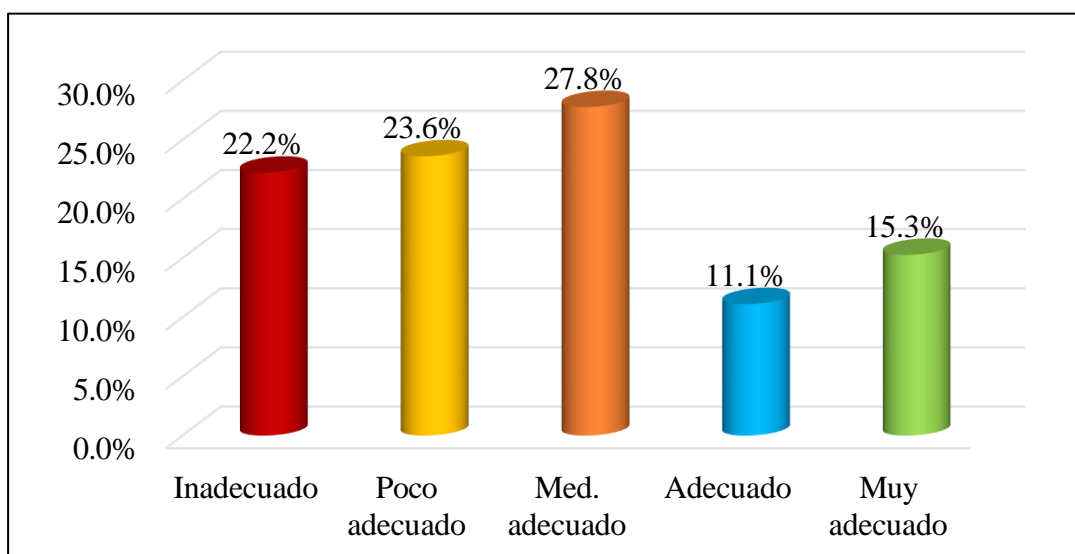
Tabla 18

Distribución y frecuencias de la dimensión alianzas estratégicas

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	16	22.2%
Poco adecuado	17	23.6%
Medianamente adecuado	20	27.8%
Adecuado	8	11.1%
Muy adecuado	11	15.3%
Total	72	100%

Figura 17

Resumen de la dimensión alianzas estratégicas



Interpretación y análisis:

- Como se puede observar el 27,8% de los pobladores encuestados manifestaron que la dimensión de las alianzas estratégicas se presenta a un nivel medianamente adecuado, el 23,6% lo percibe como poco adecuado, para el 22,2% es inadecuado, por otro lado, se tienen que el 11,1% indicó que es adecuado y el 15,3% lo considera muy adecuado, resultados que muestran que, la comunicación no personal en la municipalidad es adecuada, el servicio y los contratos se desarrollan de manera poco adecuada.

A. Comparación promedio de los indicadores de las alianzas estratégicas

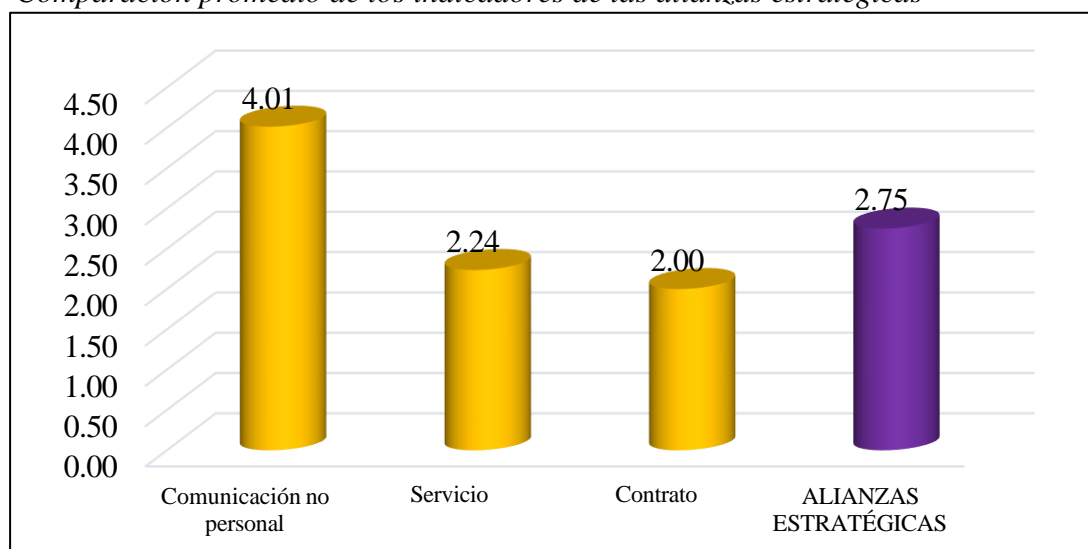
Tabla 19

Comparación promedio de los indicadores de las alianzas estratégicas

Indicadores	Valor	Escala de medición
Comunicación no personal	4.01	Adecuado
Servicio	2.24	Poco adecuado
Contrato	2.00	Poco adecuado
ALIANZAS ESTRATÉGICAS	2.75	Medianamente adecuado

Figura 18

Comparación promedio de los indicadores de las alianzas estratégicas



Interpretación y análisis:

- Como se observa el indicador de la comunicación no personal se presenta con un promedio de 4,01 lo que indica que es adecuado, reflejando ello que los medios de comunicación no personal tales como revistas, periódicos, anuncios, ayudarían al conocimiento del sitio arqueológico de Qollmay; el indicador de servicio con un promedio de 2,24 muestra que es poco adecuado, lo que indica que la comunidad no ofrece diversidad de servicio a los turistas y el contrato con 2 de promedio también refleja un nivel poco adecuado mostrando que no se desarrollan vínculos estratégicos con otros sectores para una adecuada promoción turística.

4.3.4. Resultados estadísticos de la dimensión eventos turísticos

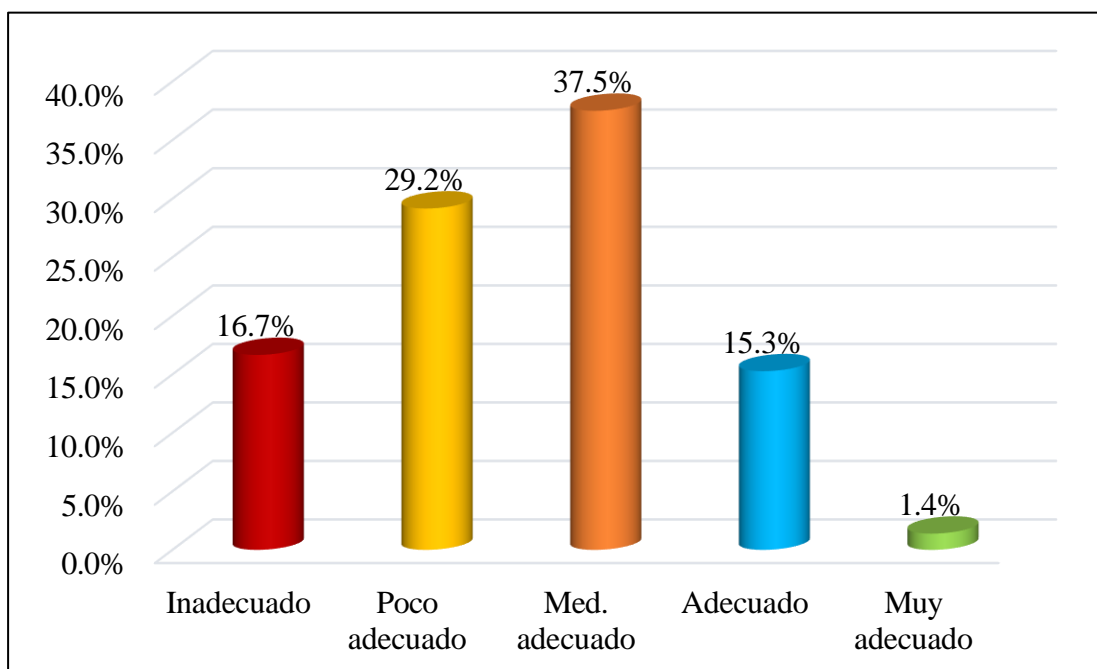
Tabla 20

Distribución y frecuencias de la dimensión eventos turísticos

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	12	16.7%
Poco adecuado	21	29.2%
Medianamente adecuado	27	37.5%
Adecuado	11	15.3%
Muy adecuado	1	1.4%
Total	72	100%

Figura 19

Resumen de la dimensión eventos turísticos



Interpretación y análisis:

- Como se muestra el 37,5% de los encuestados manifestaron que la dimensión de eventos turísticos se presenta a un nivel medianamente adecuado, el 29,2% opinó que es poco adecuado, para el 16,7% es inadecuado, por el contrario, el 15,3% lo percibe como adecuado y el 1,4% lo considera muy adecuado, resultados que muestran que, la promoción y producto se desarrollan de manera medianamente adecuada y la promoción del destino es poco adecuado.

A. Comparación promedio de los indicadores de los eventos turísticos

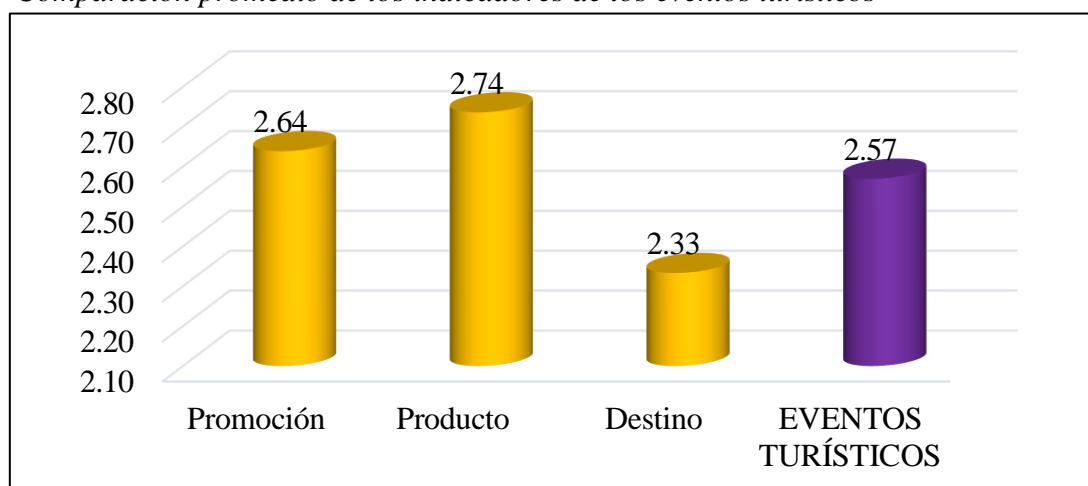
Tabla 21

Comparación promedio de los indicadores de los eventos turísticos

Indicadores	Valor	Escala de medición
Promoción	2.64	Medianamente adecuado
Producto	2.74	Medianamente adecuado
Destino	2.33	Poco adecuado
EVENTOS TURÍSTICOS	2.57	Poco adecuado

Figura 20

Comparación promedio de los indicadores de los eventos turísticos



Interpretación y análisis:

- Como se observa el indicador de la promoción se presenta con un promedio de 2,64 lo que indica que es medianamente adecuado, reflejado por que los pobladores participan poco en la promoción turística del sitio arqueológico Qollmay; el producto con un promedio de 2,74 también refleja un nivel medianamente adecuado debido a que los pobladores no ofrecen variedad de productos para los turistas; y el destino con un promedio de 2,33 refleja un nivel poco adecuado mostrado que en la municipalidad no se promociona el sitio arqueológico de Qollmay como un destino de interés y llamativo a visitar.

4.3.5. Resultados respecto a la variable promoción turística

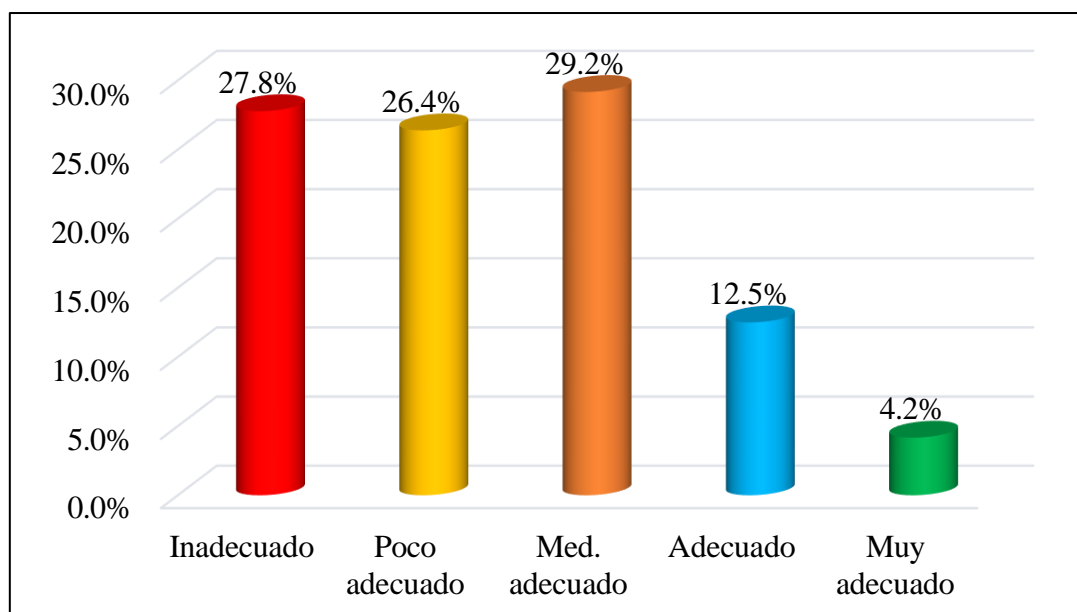
Tabla 22

Distribución y frecuencias de la variable promoción turística

Ponderación	<i>f</i>	%
Inadecuado	20	27.8%
Poco adecuado	19	26.4%
Medianamente adecuado	21	29.2%
Adecuado	9	12.5%
Muy adecuado	3	4.2%
Total	72	100%

Figura 21

Resumen de la variable promoción turística



Interpretación y análisis:

- Como se puede observar el 29,2% de los pobladores encuestados en el Distrito de Chinchaypujio opinaron que la promoción turística enfocada al sitio arqueológico de Qollmay en la municipalidad es medianamente adecuada, para el 27.8% es inadecuada el 26,4% lo percibe como poco adecuada, por otro lado, se observa que el 12,5% indicó que es adecuada y el 4,2% cree que es muy adecuada, resultados que muestran que los canales de comunicación y el material informativo se desarrollan de manera poco adecuada y las alianzas estratégicas y los eventos turísticos reflejan un desarrollo medianamente adecuado.

A. Comparación promedio de las dimensiones de la promoción turística

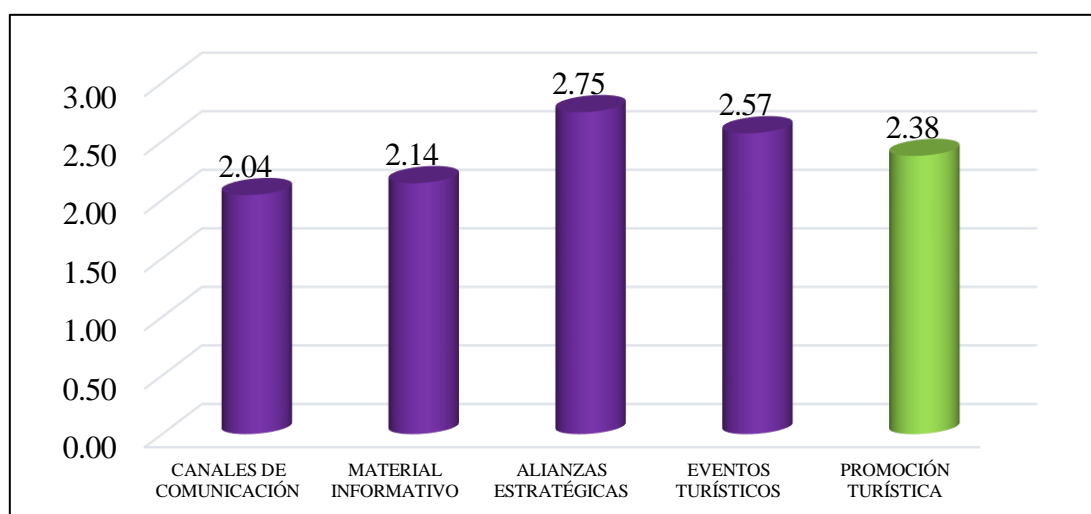
Tabla 23

Comparación promedio de las dimensiones de la promoción turística

Dimensiones	Valor	Escala de medición
Canales de comunicación	2.04	Poco adecuado
Material informativo	2.14	Poco adecuado
Alianzas estratégicas	2.75	Medianamente adecuado
Eventos turísticos	2.57	Medianamente adecuado
PROMOCIÓN TURÍSTICA	2.38	Poco adecuado

Figura 22

Comparación promedio de las dimensiones de la promoción turística



Interpretación y análisis:

- Como se observa la dimensión de los canales de comunicación se presenta a un nivel poco adecuado con un promedio de 2,04; el material informativo con un promedio de 2,14 también es poco adecuado; las alianzas estratégicas con un promedio de 2,75 y los eventos turísticos con 2,57 de promedio muestran un nivel medianamente adecuado, con dichos resultados la variable de la promoción turística presenta un promedio de 2,38 lo que de acuerdo a ala escala de medidas indica un nivel poco adecuado.

4.4. Prueba de hipótesis

Para conocer la correlación que hay entre el compromiso organizacional y el trabajo en equipo, se realizó la prueba de hipótesis con las siguientes condiciones:

- Si el valor obtenido (valor P) < 0.05, hipótesis planteada es aceptada
- Si el valor obtenido (valor P) > 0.05, la hipótesis planteada es rechazada

4.5. Resultados de correlación

Tabla 24

Correlación entre la gestión administrativa y la promoción turística

		Promoción turística	
Rho de Spearman	Gestión administrativa	Coef. de correlación	.894
		Sig. (bilateral)	.000
		N	24
	Planeación	Coef. de correlación	.749
		Sig. (bilateral)	.001
		N	24
	Organización	Coef. de correlación	.619
		Sig. (bilateral)	.005
		N	24
	Dirección	Coef. de correlación	.765
		Sig. (bilateral)	.002
		N	24
Control	Coef. de correlación	.909	
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	24	

Interpretación:

- Como se puede observar, existe relación significativa entre la gestión administrativa municipal y la promoción turística del Sitio Arqueológico de Qollmay en el Distrito Chinchaypujio, Provincia Anta, donde $p\text{valor} = 0.000 < 0.05$ lo que indica una que se acepta la hipótesis planteada; con un valor de Rho de Spearman = 0.785 la misma que de acuerdo a la escala de valores se encuentra en el rango de 0,70 a 0,89 e indica una correlación positiva alta.
- Existe relación significativa entre la planeación y la promoción turística, con $p\text{valor} = 0.001 < 0.05$ lo que indica una que se acepta la hipótesis planteada; con un valor de Rho de Spearman = 0.749 la misma que de acuerdo a la escala de valores se encuentra en el rango de 0,70 a 0,89 e indica una correlación positiva alta.
- Existe relación significativa entre la organización y la promoción turística, con $p\text{valor} = 0.005 < 0.05$ lo que indica una que se acepta la hipótesis planteada; con un valor de Rho de Spearman = 0.619 la misma que de acuerdo a la escala de valores se encuentra en el rango de 0,40 a 0,69 e indica una correlación positiva moderada.
- Existe relación significativa entre la dirección y la promoción turística, con $p\text{valor} = 0.002 < 0.05$ lo que indica una que se acepta la hipótesis planteada; con un valor de Rho de Spearman = 0.765 la misma que de acuerdo a la escala de valores se encuentra en el rango de 0,70 a 0,89 e indica una correlación positiva alta.
- Existe relación significativa entre el control y la promoción turística, con $p\text{valor} = 0.000 < 0.05$ lo que indica una que se acepta la hipótesis planteada; con un valor de Rho de Spearman = 0.909 la misma que de acuerdo a la escala de valores se encuentra en el rango de 0,90 a 0,99 e indica una correlación positiva muy alta.

CAPÍTULO QUINTO

DISCUSIÓN

5.1. Descripción de los hallazgos más relevantes y originales

Los principales hallazgos encontrados están en función al objetivo planteado, el cual indica en función Determinar la relación entre la gestión administrativa municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024, en tal sentido se evidencio que existe relación entre la gestión administrativa y la promoción turística donde $p\text{valor} = 0.000 < 0.05$ lo que indica una que se acepta la hipótesis planteada; con un valor de Rho de Spearman = 0.785 la misma que indica una correlación positiva alta, asimismo, se aceptaron todas las hipótesis específicas planteadas.

En cuanto a la gestión administrativa, se evidencio que esta se desarrolla a un nivel poco adecuado, presentan un promedio de 2,29 asimismo, se halló que la dimensión de la organización y sus indicadores son los que reflejan el mejor comportamiento, mostrando todos un nivel medianamente adecuado, en la dimensión de la dirección solo el indicador del liderazgo refleja el mismo nivel; en el caso de las demás dimensiones e indicadores los promedios se presentan en niveles poco adecuados e inadecuados.

En lo relacionado a la variable promoción turística, se muestra un nivel poco adecuado con un promedio de 2,38 en la dimensión de los canales de comunicación, solo el indicador del desarrollo personal se presenta a un nivel medianamente adecuado, en la dimensión alianzas estratégicas el indicador de la comunicación no personal tiene un nivel adecuado; en la dimensión de los eventos turísticos las dimensiones de la promoción y el producto se presenta al mismo nivel; sin embargo todas las dimensiones y demás indicadores muestran un nivel de poco adecuado a inadecuado.

5.2. Descripción de las limitaciones del estudio

Para el desarrollo de la presente investigación se constituyeron como limitantes de estudio la poca disponibilidad de los pobladores al momento de brindar la información sobre la gestión administrativa, hecho que prolongo el tiempo de recojo de datos.

5.3. Comparación crítica con la literatura existente

En el desarrollo de la comparación crítica de ha podido observar que en lo relacionado la gestión administrativa y al presentar esta un resultado de poco adecuado de gestión, es necesario que dicho resultado sea observado, analizado y considerado por las autoridades del distrito, a efectos que ello se convierta en un elemento de referencia sobre la percepción que tienen la población frente a la labor de gestión administrativa de las autoridades, para ello será importante que además de la experiencia que pudiesen tener las autoridades en el ámbito práctico, se retomen y revisen los postulados teóricos y científicos de dicha variable, a efectos de vincular la experiencia con la ciencia y desarrollar de mejor manera entre otros el concepto planteado por Münch-Galindo (2018) quien manifiesta que la gestión administrativa es el procedimiento de coordinar u optimizar el uso de los recursos para lograr la mejor productividad, calidad, eficacia, eficiencia y competitividad en el cumplimiento de los objetivos de una organización, y a partir de ello se pueda aplicar de mejor manera los elementos de la planificación, organización, dirección y control, en aras consecuentemente de una mejora en la gestión administrativa en la municipalidad.

Por otro lado, en cuanto a la promoción turística, se puede observar que al tener esta un resultado poco adecuado, es necesario revisar detalladamente los procesos que se desarrollan al momento de la práctica de dicha variable, y de igual forma acercarlos al planteamiento desarrollado por Kotler et al. (2018) quien manifiesta que son las tareas que intentan inducir la demanda potencial por medio de herramientas que comuniquen, convenzan y a la vez inspiren, a través de los cuales se forman como un ligado de herramientas primordiales, a efecto de que con ello se pueda potenciar el desarrollo y mejora de factores tales como los canales de comunicación, el material informativo, el desarrollo de alianzas estratégicas y de eventos turísticos que permitan optimizar y mejorar las acciones de promoción turística para el sitio arqueológico de Qollmay.

A partir de lo planteado en párrafos previos en lo cual se desarrolla un análisis comparativos de la práctica real de las variables a partir de la teoría científica, resulta necesario también realizar un análisis comparativo con los antecedentes considerados como elementos de análisis en la presente investigación, en tal sentido, se observa la investigación desarrollada por Briones (2021) quien en su tesis doctoral titulada “Estrategias de gestión administrativa para efectivizar la puesta de valor del

patrimonio cultural arqueológico en la región Lambayeque, año 2021”, concluye entre otros aspectos que se demostró que la actual gestión administrativa presenta un nivel prevalentemente moderado en un 50%, el 35% lo consideró deficiente y el 16% eficiente, resultados que muestran que en base a que, no se disponen de planes que estén orientados al cumplimiento de objetivos, las actividades no se distribuyen de manera adecuada entre áreas y no existe una persona que lidere el equipo de trabajo para un mejor desempeño, dichos resultados muestran una semejanza bastante cercana frente a los resultados obtenidos en la presente investigación, dejando ello en evidencia la importancia y necesidad de fortalecer la relación entre la gestión administrativa y el desarrollo de promoción turística para el sitio arqueológico de Qollmay, hecho que permitirá potenciar dicha actividad e implementar mejoras en base a otras experiencias como las analizadas con el antecedente considerado en este análisis.

5.4. Implicancias del estudio

El desarrollo de la presente investigación, genera un importante nivel de implicancia al momento de su desarrollo práctico, puesto que permitirá que la presente se constituya en un referente de consulta que permita implementar correctivos a efectos de mejorar la gestión administrativa orientada a una mejora en la promoción turística para el sitio arqueológico de Qollmay.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los objetivos establecidos, se llegaron a las siguientes conclusiones:

Primera: De acuerdo al objetivo general se determinó que existe relación entre la gestión administrativa municipal y la promoción turística del Sitio Arqueológico de Qollmay en el Distrito Chinchaypujio, Provincia Anta, donde $p\text{valor} = 0.000$ y el valor de Rho de Spearman $= 0.785$ lo que indica una correlación positiva alta.

Segunda: De acuerdo al objetivo específico 1 se determinó que, existe relación entre la planeación municipal y la promoción turística, con $p\text{valor} = 0.001$ y el valor de Rho de Spearman $= 0.749$ la misma que indica una correlación positiva alta.

Tercera: De acuerdo al objetivo específico 2 se determinó que, existe relación entre la organización municipal y la promoción turística, con $p\text{valor} = 0.005$ y un valor de Rho de Spearman $= 0.619$ la misma que indica una correlación positiva moderada.

Cuarta: De acuerdo al objetivo específico 3 se determinó que, existe relación entre la dirección municipal y la promoción turística, con $p\text{valor} = 0.002$ y un valor de Rho de Spearman $= 0.765$ la misma que indica una correlación positiva alta.

Quinta: Finalmente, de acuerdo al objetivo específico 4 se determinó que, existe relación entre el control municipal y la promoción turística, con $p\text{valor} = 0.000$ y un valor de Rho de Spearman $= 0.909$ la misma que indica una correlación positiva muy alta.

RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda a la Municipalidad Distrital de Chinchaypujio en la Provincia Anta, que con el fin de mejorar la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, se implementen estrategias en coordinación con la Gerencia Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía - GERCETUR – CUSCO, a efectos de que se puedan optimizar y potenciar acciones de mejora en aspectos como los canales de comunicación, material informativo, desarrollo de alianzas estratégicas así como de eventos turísticos, ello con el fin de optimizar y potenciar las visitas a dicho sitio, situación que también devendrá en beneficio para los pobladores de la zona, debiendo también para ello incorporar a los mismos como gestores de apoyo a dicha labor.

Segunda: Se recomienda a la Municipalidad Distrital de Chinchaypujio, que con el fin de mejorar las actividades de planeación para el sitio arqueológico de Qollmay, se implementen estrategias en coordinación con la GERCETUR a efectos de mejorar las labores de planeación con las cuales se puedan desarrollar mejoras en lo que respecta a la fijación de objetivos, estrategias y procedimientos que ayuden a mejorar la promoción turística del sitio arqueológico, para ello será importante la implementación de mesas de trabajo que se orienten al cumplimiento de tal fin.

Tercera: Se recomienda a la Municipalidad Distrital de Chinchaypujio, que con el fin de mejorar las actividades de organización para el sitio arqueológico de Qollmay, se implementen estrategias en coordinación con la GERCETUR, a efectos de mejorar las acciones de organización que muestran niveles medianamente adecuados, ello permitirá optimizar labores de departamentalización, ejecución de acciones así como un óptimo trabajo en equipo, para tal fin, será necesario coordinar con las áreas de planificación y de recursos humanos de ambas instituciones.

Cuarta: Se recomienda a la Municipalidad Distrital de Chinchaypujio, que con el fin de mejorar las actividades de dirección para el sitio arqueológico de Qollmay, se implementen estrategias en coordinación con la GERCETUR, que fomenten el desarrollo de liderazgos locales a partir de la orientación y capacitación a pobladores de la zona para tal fin, del mismo modo, se mejoren las labores de orientación que devengan en la eficiencia de las actividades y que las mismas mejoren la promoción turística del sitio.

Quinta: Finalmente, se recomienda a la Municipalidad Distrital de Chinchaypujio, que con el fin de mejorar las actividades de control para el sitio arqueológico de Qollmay, se

implementen estrategias en coordinación con la GERCETUR con el fin de implementar acciones de control con las cuales se puedan mejorar los niveles de monitoreo, manejo de conflictos y toma de decisiones orientadas a fortalecer y mejorar la promoción para el sitio arqueológico para ello será necesario un trabajo muy ligado a la normativa existente a efectos de no descuidar detalles legales que permitan mejoras en la retroalimentación de los procesos de la gestión administrativa.

REFERENCIAS

- Abad, O., & Perón, E. (2023). Propuesta de indicadores para el monitoreo y la evaluación de la calidad de vida alcanzada. *Retos de la dirección*, 17(2), 1-25. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552023000200005
- Aparicio-Salas, V. (2021). Turismo y Desarrollo Local: un Estudio de Caso en el Distrito de Pisac - Cusco. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 12(4), 296-309. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v12n4/2219-7168-comunica-12-04-296.pdf>
- Arguello, A., Llumiguano, M., Gavilánez, C., & Torres, L. (2020). *Administración de empresas. Elementos básicos*. Infinite Study. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Administraci%C3%B3n_De_Empresas_Elementos_B/zLgoEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Arias, S., & López, H. (2020). Gestión del compromiso, prácticas laborales que la fortalecen. Caso de estudio. *Nacional de Administración*, 11(2), 31-43. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.22458/rna.v11i2.2646>
- Armijos, F., Bermúdez, A., & Mora, N. (2019). Gestión de administración de los Recursos Humanos. *Universidad y sociedad*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000400163#:~:text=Administrar%20es%20planificaci%C3%B3n%2C%20organizaci%C3%B3n%2C%20coordinaci%C3%B3n,objetivos%20individuales%20relacionados%20directa%20o
- Báez, O. (2021). *Cultivos Ilícitos: Estudio sobre la producción de marihuana y amapola en la sierra de Sinalora*. Instituto nacional de Ciencias Penales. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Cultivos_Il%C3%ADcitos/_aMkEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Baños, I., & López, J. (2020). Análisis y propuesta de un plan administrativo de procesos de mejora continua en la gestión de operaciones del hotel vista de los volcanes en el municipio de Juayúa, departamento de Sonsonate. *Tesis de maestría*. Universidad de El Salvador. Obtenido de <https://repositorio.ues.edu.sv/server/api/core/bitstreams/cb173a7b-8de1-48bb-af61-90b123ba6617/content>

- Bernal-Gamboa, L., & Guzmán- Cedillo, Y. (2021). El impacto de las infografías en la retención de información por parte de estudiantes de psicología. *Revista Colombiana de educación*, 1(83), 1-17. Obtenido de <https://doi.org/10.17227/rce.num83-10700>
- Bravo, A. (2019). Identificación con un destino turístico. Necesidad de la reputación y la confianza. *Tesis de maestría*. Universidad de Chile. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/179700/TESIS%20SERGIO%20BRAVO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bravo, E. (2017). Importancia del plan estratégico para promover el desarrollo del turismo interno hacia el distrito de San Mateo, Provincia de Huarochirí. *Tesis de pregrado*. Universidad de San Martín de Porres. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4086/bravo_cer.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Campana-Muñoz, L., Prado-Calderon, E., Bósquez-Remache, J., & Vega-Castillo, C. (2022). Modos de ejecución en los actos administrativos. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(6), 397-403. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202022000600397#:~:text=La%20finalidad%20de%20la%20ejecuci%C3%B3n,a%20la%20notificaci%C3%B3n%20del%20acto.
- Candias, K., Rojas, M., & London, S. (2020). Turismo y Crecimiento en América Latina y Caribe: ¿causa o consecuencia? *Economía Coyuntural*, 5(3), 87-123. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-06222020000300005#:~:text=La%20definici%C3%B3n%20tradicional%20de%20turismo,OMT%2C%201994%3A5\).](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-06222020000300005#:~:text=La%20definici%C3%B3n%20tradicional%20de%20turismo,OMT%2C%201994%3A5).)
- Cano-Plata, C. (2017). *La administración y el proceso administrativo*. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Obtenido de <https://ccie.com.mx/wp-content/uploads/2020/04/Proceso-Administrativo.pdf>
- Carrasco-Díaz, S. (2019). *Metodología de la investigación científica* (Segunda ed.). San Marcos.
- Carvajal, G., & Lemoine, F. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El periplo sustentable*(34), 164-184. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164

- Castañeda-Motta, C., & Vega-Peña, N. (2019). Reuniones de morbilidad y mortalidad, ¿una estrategia de aprendizaje? *IATREIA*, 33(3), 286-297. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/iat/v33n3/2011-7965-iat-33-03-286.pdf>
- Castro-Becerra, I. (2021). Promoción turística para la reactivación de la actividad turística en el complejo arqueológico de San José de Moro, La Libertad. *Tesis de pregrado*. Universidad Señor De Sipan. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9395/Castro%20Becerra%20Irma%20Lastenia%20Liseth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cayo, N., & Apaza, A. (2017). Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico – Perú. *Comunicación*, 8(2), 1-9. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682017000200005
- Charry, H. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comunicación*, 9(1). Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003
- Chiavenato, I. (2017). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones* (Tercera ed.). McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración* (Décima ed.). McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Chiavenato, I. (2020). *Gestión del talento humano: El nuevo papel de los recursos en las organizaciones* (Quinta ed.). McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Chigwada, J., & Nwaohiri, M. (2021). *Examining the Impact of Industry 4.0 on Academic Libraries*. Emerald. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=gs8REAAAQBAJ&pg=PA203&dq=las+7p%C2%B4s+del+marketing+mix&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjFw4m-s-ruAhU3KlkGHaTFD8cQ6AEwBXoECAUQAg#v=onepage&q=las%207p%C2%B4s%20del%20marketing%20mix&f=false>
- Chucchucán-Briones, A. (2021). Estrategias de gestión administrativa para efectivizar la puesta de valor del patrimonio cultural arqueológico en la región Lambayque, año 2021. *Tesis doctoral*. Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/75899/Chucchucan_BA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Conde. (2023). *Sistema de Comunicación y Transmisión de Datos: Guía Fácil y Completa*. Obtenido de <https://aprendeinformaticas.com/sistema-de-comunicacion-y-transmision-de-datos/>
- Cruz, L., Remedios, J., & Rojas, M. (2022). La orientación educativa desde un enfoque creativo: un reto para el docente en la modernidad. *Edumecentro*, 14. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742022000100045#:~:text=La%20orientaci%C3%B3n%20tiene%20que%20verse,al%20sujeto%20a%20transformarse%20en
- David, F., & David, F. (2017). *Conceptos de Administración Estratégica* (Decimoquinta ed.). Pearson Educación de México, S.A. de C.V.,
- Di Pego, A. (2017). *Autoridad*. Facultad Siglo XXI. Obtenido de <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.589/pm.589.pdf>
- Domínguez-Ramírez, L. (2017). Gestión Administrativa y Satisfacción de los Usuarios en el Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental, Lima - 2016. *Tesis de maestría*. Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/5890/Dom%C3%ADnguez_RLC.pdf?sequence=1
- Duve, A. (2019). Alfa de Cronbach. *Análisis de la consistencia o confiabilidad de un instrumento*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=nIZgDnVQEW>
- Enciso-Soto, I., & Vásquez-Rodríguez, A. (2023). Competencias emocionales y el manejo de conflictos en estudiantes universitarios. *South Florida Journal of Development*, 4(10), 3929-3946. Obtenido de <https://ojs.southfloridapublishing.com/ojs/index.php/jdev/article/view/3366/2508>
- Fernández, T. (2019). La educación fuente de desarrollo humano. *Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(2), 204-210. Obtenido de <https://doi.org/10.30545/academo.2019.jul-dic.9>
- Fuentes, D., Toscano, E., Malvaceda, E., Díaz, L., & Díaz, L. (2020). *Metodología de la investigación: Conceptos, herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias administrativas y contables* (Primera ed.). Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

- Garriazo, J., Saavedra, M., & Molina, M. (2017). ¿Hacia dónde debe dirigirse la enseñanza de la Ciencia de Materiales? *Educación química*, 28(2), 107-115. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.eq.2016.10.002>
- George, R., Laborí, R., Bermúdez, L., & González, I. (2017). Aspectos teóricos sobre eficacia, efectividad y eficiencia en los servicios de salud. *Información Científica*, 96(6), 1153-1163. Obtenido de <https://revincientifica.sld.cu/index.php/ric/article/view/1795/3387#:~:text=La%20eficiencia%20es%20la%20mejor,de%20costos%20y%20resultados%20y>
- Gobierno peruano . (2018). *Municipalidad Distrital de Chinchaypujio. Información institucional*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/munichinchaypujio/institucional>
- Gonzales-Molina, P. (2022). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales. UF0084. Ed. 2022. (Primera ed.)*. Editorial Tutor Formación. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Promoci%C3%B3n_y_comercializaci%C3%B3n_de_produc/mF5oEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Gorritxo, B., & Franco, V. (2017). Material didáctico. salud oral infantil. *Material didáctico. salud oral infantil*, 1-4. Obtenido de https://ocw.ehu.eus/pluginfile.php/48447/mod_resource/content/4/TEMA%201%20CONCEPTO%20DE%20MATERIAL%20EDUCATIVO.pdf
- Gutierrez, J. (2016). La infograafía como estrategia didáctica para el aprendizaje de los estudiantes de educación secundaria. *Tesis de pregrado*. Universida Catolica - Sedes Sapientiae. Obtenido de https://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14095/213/Gutierrez_Jack_tesis_bachiller_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández-Jaime, J., Jiménez-Galán, Y., & Rodríguez-Flores, E. (2020). Más allá de los procesos de enseñanza-aprendizaje tradicionales: construcción de un recurso didáctico digital. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 10(20). Obtenido de <https://doi.org/10.23913/ride.v10i20.622>
- Hernández-Rosado, M., Lluesma-Rojas, M., & De Veras-Olivera, B. (2019). Hacia una comunicación eficaz. *Cubana de Educación Superior*, 38(2), 2-16. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142019000200006#:~:text=Es%20un%20acto%20mediante%20el,le%20permite%20trasmitirle%20una%20informaci%C3%B3n

- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Primera ed.). México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Instituto Nacional de Estadística e informática -INEI. (2022). *PERÚ: Proyecciones de Población Total según Departamento Provincia y Distrito, 2018 – 2022*. INEI. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3624028/Per%C3%BA%3A%20Proyecciones%20de%20Poblaci%C3%B3n%20Total%20seg%C3%BA%20Departamento%2C%20Provincia%20y%20Distrito%2C%202018-2022.pdf?v=1701294767>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Marketing* (Decimosexta ed.). Pearson.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2018). *Marketing turístico* (Sexta ed.). Pearson. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Marketing_para_turismo/3HfFsgEACAAJ?hl=es-419
- Lastenia, I. (2021). Promoción turística para la reactivación de la actividad turística en el complejo arqueológico de San José de Moro, La Libertad. *Trabajo de pregrado*. Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9395/Castro%20Becerra%20Irma%20Lastenia%20Liseth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Louffat, E. (2015). *Administración: Fundamentos del proceso administrativo* (Cuarta ed.). Cengage Learning. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/312452500_Administracion_Fundamentos_del_proceso_administrativo
- Marín-Idárraga, D., Cuartas-Marín, J., Sanabria-Rangel, P., & Sánchez-Torres, J. (2023). Factores claves de un destino turístico competitivo: caso San Carlos Antioquia, Colombia. *TEC Empresarial*, 17(2), 65-77. Obtenido de <https://www.scielo.sa.cr/pdf/tec/v17n2/1659-3359-tec-17-02-65.pdf>
- Martínez, A., & Campos, W. (2015). *Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-95322015000300004
- Martínez-Conde, J. (2019). Gestión y promoción turística del patrimonio cultural en la Parroquia Cubijíes, Cantó Riobamba, provincia de Chimborazo. *Tesis de pregrado*.

- Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5394/1/UNACH-EC-ING-GEST-TUR-2019-0002.pdf>
- Masaquiza-Jerez, T., Palacios-Ocaña, A., & Moreno-Gavilanes, K. (2020). Gestión Administrativa y ejecución presupuestaria de la Coordinación Zonal de Educación - Zona 3. *Revista Científica UISRAEL*, 7(3), 51-65. Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2631-27862020000300051#:~:text=Esta%20gesti%C3%B3n%20tuvo%20su%20origen,b%C3%BAsqueda%20de%20alimentos%2C%20entre%20otros.
- Mego-Núñez, O., & Mego-Ramírez, M. (2021). Desarrollo personal y el desempeño laboral en una organización pública de gestión de proyectos informáticos en Perú-2019. *Revista Científica*, 13(1), 57-69. Obtenido de <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/tzh/article/view/1872>
- Mendoza-Fernandez, M., & Moreira-Chóez, S. (2021). Procesos de Gestión Administrativa, un recorrido desde su origen. *FIPCAEC*, 6(3), 608-620. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/66783577/ARTICULO_Procesos_de_Gestion_Administrativa_un_recorrido_desde_su_origen-libre.pdf?1620007445=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DProcesos_de_Gestion_Administrativa_un_re.pdf&Expires=1712853896
- Mezarina, S., & Rosales, P. (2019). Los acuerdos interinstitucionales en la práctica peruana de derecho internacional. *Revista de la Facultad de Derecho*(82), 371-406. Obtenido de <https://doi.org/10.18800/derechopucp.201901.013>
- Mishell, V. M. (2023). La promoción turística y el turismo cultural en el Museo de Sitio Bodega y Quadra, año 2021. *Trabajo de pregrado*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Obtenido de https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/20715/Valenzuela_em.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Montes-Salazar, C., Montilla, O., & Vallejo, C. (2017). *Riesgos de fraude en una auditoría de estados financieros* (Primera ed.). Alpha Editorial. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Riesgos_de_fraude_en_una_auditor%C3%ADa_de_e/daFxEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Morales-Carrero, J. (2020). El rol del orientador como agente dinamizador del escenario educativo y social. *Innovaciones Educativas*, 22(32), 184-198. Obtenido de

https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-41322020000100184

- Moreno Melgarejo, A., & Sariego López, I. (2017). Relaciones entre Turismo y Arqueología: el Turismo Arqueológico, una tipología turística propia. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(1), 163-180. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/881/88149387010.pdf>
- Morros, A., & Schlaghecke, J. (2017). La aptitud laboral y la aptitud psicofísica en las profesiones de riesgo. *Archivos de prevención de riesgos laborales*, 20(1), 26-29. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.12961/aprl.2017.20.01.4>
- Münch-Galindo, L. (2018). *Administracion: Gestion Organizacional, enfoques y proceso administrativo*. Obtenido de <https://profesorailleanasilva.files.wordpress.com/2015/10/administracic3b3n-lourdes-munch-2a-edicic3b3n.pdf>
- Muñoz-Arézaga, E. (2021). La construcción del patrimonio arqueológico mexicano como recurso turístico en la segunda mitad del siglo XIX. *Revista Culturales*, 9(1), 1-31. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/cultural/v9/2448-539X-cultural-9-e528.pdf>
- Ñaupas, H., Palacios, J., Romero, H., & Valdivia, R. (2018). *Metodología de la investigación. Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la tesis* (Quinta ed.). Ediciones de la U.
- Ojeda, M., & Cruz, E. (2019). Gestión municipal en la promoción turística del Distrito de San Jerónimo, departamento de Cusco periodo 2015-2018. *Tesis de pregrado*. Universidad Andina de Cusco. Obtenido de https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4026/Mariela_Edgar_Tesis_bachiller_2019.PDF?sequence=1&isAllowed=y
- Palma-Parra, C. (2021). Gestión turística municipal para el fomento de la actividad turística en el distrito de Santa Rosa - Región Lambayaque, año 2019. *Tesis de pregrado*. Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8342>
- Palmira, L. (2021). La gestión por competencias para el desarrollo organizacional en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. *Industrial Data*. Obtenido de

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1810-99932021000100097

- Paravic-Klijn, T., & Lagos-Garrido, M. (2022). Trabajo en equipo y calidad de la atención en salud. *Ciencia y enfermería*, 27(41), 1-6. Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95532021000100402#:~:text=Es%20una%20forma%20de%20trabajo,la%20eficacia%20de%20sus%20resultados.
- Peña, D., Sánchez, M., & Sancan, L. (2022). Gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio. *Recimundo*, 6(1). Obtenido de <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/1626>
- Peñafiel-Nivela, G., Acurio-Armas, J., Manosalvas-Gómez, L., & Burbano-Castro, E. (2020). Formulación de estrategias para el desarrollo empresarial de la constructora Emanuel en el cantón La Maná. *Revista Universidad y sociedad*, 12(4), 45-55. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400045#:~:text=Las%20estrategias%20son%20los%20medios,los%20objetivos%20a%20largo%20plazo.
- Peralta, M., Horna, E. H., & Heredia, F. (2023). Gestión administrativa en unidades de gestión educativa: una revisión literaria. *Revista Educación*, 47(1), 1-12. Obtenido de https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-26442023000100663
- Peralta-Miranda, P., Cervantes-Atia, V., Polo-Oliveros, B., & Pantoja-Palacios, O. (2022). Alianzas estratégicas generadoras de valor en el sector gastronómico. *Revista de ciencias sociales*, 28(4), 277-287. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28073811017/28073811017.pdf>
- Pérez-Balbuena, J. (2022). Teoría General de la Administración y organizaciones basadas en el conocimiento: Un acercamiento. *Revista Universitaria Digital de Ciencias Sociales*, 13(24), 45-68. Obtenido de https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/wp-content/uploads/2022/02/RUDICSv12n24p45_68.pdf
- Pérez-Porto, J., & Merino, M. (2021). Aplicación - Qué es, ramas, definición y concepto. *Definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/aplicacion/>

- Phimister, A., & Torruella, A. (2021). *El libro de la innovación. Guía práctica para innovar en tu empresa* (Primera ed.). Libros de Cabecera. Obtenido de <https://www.marcialpons.es/media/pdf/libro-de-la-innovacion.pdf>
- Pibaque, M. (2022). Estrategias de promoción turística para la Parroquia Puerto Cayo del Cantón Jipijapa. *Tesis de pregrado*. Universidad Estatal del Sur de Manabí. Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/4239/1/Lino%20Reyes%20Karina%20Maribel.pdf>
- Pinheiro, O., Breval, S., Rodríguez, C., & Follmann, N. (2017). Una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar la misma. *Chilena de ingeniería*, 25(2), 264-276. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ingeniare/v25n2/0718-3305-ingeniare-25-02-00264.pdf>
- Pinochet, R., & Delgado, J. (2021). La teoría de la declaración de voluntad en el negocio jurídico: su aplicación al emplazamiento de las partes en el proceso civil. *Revista derecho (Coquimbo)*, 28, 1-30. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.22199/issn.0718-9753-2021-0006>
- Puente-Riofrio, M., Viñan-Villagran, J., & Aguilar-Poaquiza, J. (2017). *Planeación financiera y presupuestaria* (Primera ed.). Politécnica ESPOCH. Obtenido de <http://cimogsys.espoch.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-18-194445-libro%20portada%20y%20contra%20portada%20planeaci%C3%B3n%20MPR.pdf>
- Quejada, R., & Avila, J. (2017). Empresas familiares: conceptos, teorías y estructuras. *esc.adm.neg.* Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n81/n81a08.pdf>
- Ramírez, G., Magaña, D., & Ojeda, R. (2022). Productividad, aspectos que benefician a la organización. Revisión sistemática de la producción científica. *Trascender, Contabilidad y Gestión*, 7, 189-208. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-63882022000200189#:~:text=define%20a%20la%20eficiencia%20como,los%20objetivos%20de%20la%20organizaci%C3%B3n.
- Restrepo, M. (2020). La comunicación no es lo que parece. Una relectura de fondo. *Inmediaciones de la Comunicación*, 15(2), 27-41. Obtenido de http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-86262020000100027

- Rivera-Álvarez, J. (2021). *Las personas jurídicas de apoyo a la discapacidad. Una interpretación principialista en la encrucijada de la reforma legislativa de las instituciones tutelares*. Editorial Universitaria Ramón Areces. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Las_personas_jur%C3%ADdicas_de_apoyo_a_la_di/I1wtEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Robbins, S., & Coulter, M. (2018). *Administración* (Décimo tercera ed.). México: Pearson.
- Robbins, S., & Judge, T. (2017). *Comportamiento Organizacional* (Décimo séptima ed.). Pearson.
- Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., Pacheco-Ruíz, C., & Hernández-Palma, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información tecnológica*, 31(4), 221-232. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
- Roncal-Miñano, D. (2018). Sistema de gestión administrativa para la mejora del control de los procesos productivos en la empresa azucarera del norte. *Tesis de maestría*. Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4633/Roncal%20Mi%C3%B1ano.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ropa-Carrión, B., & Alama-Flores, M. (2022). Gestión organizacional: un análisis teórico para la acción. *Científica de la UCSA*. Obtenido de <http://scielo.iics.una.py/pdf/ucsa/v9n1/2409-8752-ucsa-9-01-81.pdf>
- Rosero, M. (2020). La importancia del material, los recursos y estímulos aplicados como juego en la actividad física. *Revista Educare*. Obtenido de <https://revistas.investigacion-upelipb.com/index.php/educare/article/view/1409>
- Salinas, F. (2020). Efectividad de los canales de comunicación interna en empresas privadas, diciembre 2020. *Trabajo de investigación para optar el grado de bachiller en ciencias de la comunicación*. Universidad San Martín de Porres. Obtenido de [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7611/SALINAS_LF.pdf?sequence=3&isAllowed=y#:~:text=Asimismo%2C%20Sanina%20\(2017\)%20explica,la%20velocidad%20y%20la%20efectividad.](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7611/SALINAS_LF.pdf?sequence=3&isAllowed=y#:~:text=Asimismo%2C%20Sanina%20(2017)%20explica,la%20velocidad%20y%20la%20efectividad.)
- Silva-Triveño, J., Macías-Hernández, B., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente:

- un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Ciencia sociales*, 15(2), 85-101. Obtenido de <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Soledispa-Rodríguez, X., Pionce-Choez, J., & Sierra-González, M. (2022). La gestión administrativa, factor clave para la productividad y competitividad de las microempresas. *Dom. Cien*, 8(1), 280 - 294. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2571>
- Suárez, M. (2018). Gestión Empresarial: Un paradigma del siglo XXI. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la Investigación y Publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*, 3(8), 44-64. Obtenido de <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/57>
- Tejada-Quispe, M. (2019). Gestión administrativa y el comportamiento organizacional en la empresa SCI en el área de contact center de Lince. *Trabajo de pregrado*. Universidad Autónoma del Perú, Lima. Obtenido de <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/828/Tejada%20Quispe%2C%20Maria%20Fernanda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Touriñán, J. (2019). La transferencia de conocimiento como proceso: de la universidad al sector educativo, una mirada desde la pedagogía. *Boletín Redipe*, 8(3), 19-65. Obtenido de <https://minerva.usc.es/xmlui/handle/10347/26202>
- Universidad de Sevilla. (2017). *Manual de desarrollo de competencias* (Primera ed.). EUSA Centro Universitario.
- Urreta-Okeranza, E. (2019). *Diseño de productos y servicios turísticos locales* (Primera ed.). Ediciones Paraninfo. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Dise%C3%B1o_de_productos_y_servicios_tur%C3%ADsticos_locales/Zu9wDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Valle-Martín, A. (2020). *La contaminación odorífera. Límites y posibilidades de la actuación de un municipio en Cataluña* (Primera ed.). Publicaciones URV. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/La_contaminaci%C3%B3n_odor%C3%ADfera/IJQXEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Vanegas, D. (2021). *Ejecución - Proceso administrativo*. Obtenido de <https://www.studocu.com/co/document/universidad-cooperativa-de->

colombia/elementos-basicos-de-administracion-en-salud/ejecucion-proceso-administrativo/11752856

- Vivanco-Vergara, M. (2017). Los manuales de procedimientos como herramientas de control interno de una organización. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(2), 247-252. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000300038#:~:text=Los%20procedimientos%20especifican%20y%20detallan,y%20el%20flujo%20de%20documentos.
- Weihrich, H., Cannice, M., & Koontz, H. (2017). *Administración. Una perspectiva global, empresarial y de innovación* (Décimoquinta ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Zapata, Y. (2022). Estrategias de promoción turística para fortalecer el turismo cultural del distrito de la Huaca, Paita - 2022. *Tesis de pregrado*. Universidad Nacional de Frontera. Obtenido de <https://repositorio.unf.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b471effa-47d6-4d44-b222-4d10b8ee1cd5/content>
- Zuliani-Arango, L., Villegas-Peña, M., Galindo-Cárdenas, L., & Kambourova, M. (2015). Visita domiciliaria familiar: estrategia didáctica para la formación integral del personal médico. *Revista Latinoamericana de Ciencia Sociales, Niñez y Juventud*, 13(2), 851-863. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-715X2015000200022

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

GESTIÓN ADMINISTRATIVA MUNICIPAL Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL SITIO ARQUEOLÓGICO DE QOLLMAY, DISTRITO DE CHINCHAYPUJIO, PROVINCIA DE ANTA, CUSCO - 2024

Var.	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Gestión administrativa	La gestión administrativa es el proceso de coordinación de recursos para obtener la máxima productividad, calidad, eficacia, eficiencia y competitividad en el logro de los objetivos de una organización (Münch-Galindo, 2018).	De acuerdo a lo manifestado por Weihrich et al. (2017) los elementos de la gestión administrativa son: planificación, organización, dirección y control.	<p>Planeación: Es cuando se determinan los escenarios futuros y el rumbo hacia donde se dirige la empresa, así como la definición de los resultados que se pretenden obtener y las estrategias para lograrlos minimizando riesgos (Münch-Galindo, 2018).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Objetivos - Estrategias - Procedimientos
			<p>Organización: Consiste en el diseño y determinación de las estructuras, procesos, funciones y responsabilidades, así como el establecimiento de métodos, y la aplicación de técnicas tendientes a la simplificación del trabajo (Münch-Galindo, 2018).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Departamentalización - Ejecución - Trabajo en equipo
			<p>Dirección: Consiste en la ejecución de todas las fases del proceso administrativo mediante la conducción y orientación de los recursos, y el ejercicio del liderazgo Münch Galindo (2018).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Orientación - Eficiencia
			<p>Control: Es la fase del proceso administrativo a través de la cual se establecen estándares para evaluar los resultados obtenidos con el objetivo de corregir desviaciones, prevenirlas y mejorar continuamente las operaciones (Münch-Galindo, 2018).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoreo - Manejo de conflictos - Toma de decisiones

Var.	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Promoción turística	Son las acciones que buscan persuadir aquella demanda potencial a través de herramientas que informen, convenzan y a la vez influyan, por intermedio de las cuales llegan a formarse como un conjunto de herramientas fundamentales (Kotler et al., 2018)	Kotler et al (2018) afirman que la promoción turística se puede evaluar a través de los siguientes elementos: canales de comunicación, material informativo, y alianzas estratégicas. Eventos turísticos	Canales de comunicación: Existen dos grandes tipos de comunicación siendo los personales e impersonales: Los canales de comunicación personales se definen porque se logran desarrollar por dos o más personas. Los canales de comunicación impersonales son los medios que transmiten mensajes sin establecer un contacto directo o una retroalimentación personal directa (Kotler et al., 2018)	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo personal - Contacto directo - Transmisión
			Material informativo: Se le conoce asimismo como material físico en donde se describe de forma breve, ilustrativa y a través de infografía lo que la empresa turística o destino turístico quiere transmitir una imagen completa de lo que se desea vender, y sobre todo captar la atención del cliente futuro (Kotler et al., 2018).	<ul style="list-style-type: none"> - Infografía - Material físico - Destino turístico
			Alianzas estratégicas: Una forma de comunicación no personal, porque la empresa u organización que lo ejecuta paga por este servicio contratando un personal especializado que permita trabajar a través de herramientas técnicas es decir planes que permitan cumplir ciertos desafíos que generen notoriedad y reconocimiento ante el público objetivo (Kotler et al., 2018).	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación no personal - Servicio - Contrato
			Eventos turísticos: Son organizados con la finalidad de poder promocionar un recurso, producto o destino a un público objetivo ya identificado (Kotler et al., 2018).	<ul style="list-style-type: none"> - Promoción - Producto - Destino

Anexo 2: Matriz de consistencia

GESTIÓN ADMINISTRATIVA MUNICIPAL Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL SITIO ARQUEOLÓGICO DE QOLLMAY, DISTRITO DE CHINCHAYPUJIO, PROVINCIA DE ANTA, CUSCO - 2024

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables y dimensiones	Método	Población y muestra	Técnicas e instrumento
¿Cuál es la relación entre la gestión administrativa municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024?	Determinar la relación entre la gestión administrativa municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.	Existe relación significativa entre la gestión administrativa municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.	Gestión Administrativa ✓ Planeación ✓ Organización ✓ Dirección ✓ Control	Tipo: Básico Enfoque Cuantitativo Diseño No experimental-Transversal	Población: 4,292 pobladores Muestra: 72 unidades de estudio	Técnicas: - Encuesta Instrumentos: -Cuestionario
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Promoción Turística			
¿Cuál es la relación entre la planeación municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024?	Determinar la relación entre la planeación municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.	Existe relación significativa entre la planeación municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.	✓ Canales de comunicación ✓ Material Informativo ✓ Alianzas estratégicas ✓ Eventos turísticos	Alcance: Descriptivo Correlacional		
¿Cuál es la relación entre la organización municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de	Determinar la relación entre la organización municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de	Existe relación significativa entre la organización municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de				

Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024?	Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.	Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.
¿Cuál es la relación entre la dirección municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024?	Determinar la relación entre la dirección municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.	Existe relación significativa entre la dirección municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.
¿Cuál es la relación entre el control municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024?	Determinar la relación entre el control municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.	Existe relación significativa entre el control municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio Provincia de Anta, Cusco-2024.

Anexo 3: Matriz del instrumento

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Peso	N° de ítems	Alternativas
Gestión administrativa	Planeación	Objetivos	1. La municipalidad brinda información de los objetivos para mejorar el sitio arqueológico de Qollmay.	12.5%	3	Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre
		Estrategias	2. Las autoridades plantean estrategias para mejorar la promoción del sitio arqueológico de Qollmay			
		Procedimientos	3. Se plantean procedimientos de promoción turística para generar más visitas al sitio arqueológico de Qollmay			
	Organización	Departamentalización	4. Se respetan los niveles de autoridad en la municipalidad para el cuidado del sitio arqueológico de Qollmay	12.5%	3	
		Ejecución	5. La municipalidad muestra una adecuada ejecución de tareas que mejoren la organización del sitio arqueológico de Qollmay			
		Trabajo en equipo	6. La municipalidad promueve el trabajo en equipo en las actividades que realiza.			
	Dirección	Liderazgo	7. Las autoridades muestran liderazgo en su trabajo.	12.5%	3	
		Orientación	8. La municipalidad orienta sus acciones a la promoción del sitio arqueológico de Qollmay.			
		Eficiencia	9. Las autoridades muestran eficiencia en el desarrollo del sitio arqueológico de Qollmay.			
	Control	Monitoreo	10. La municipalidad monitorea el cuidado del sitio arqueológico de Qollmay.	12.5%	3	
		Manejo de conflictos	11. En la municipalidad se promueve actividades para mejorar el manejo de conflictos.			
		Toma de decisiones	12. Las autoridades toman decisiones rápidas frente a alguna necesidad en el sitio arqueológico de Qollmay.			

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Peso	N° de ítems	Alternativas
Promoción turística	Canales de Comunicación	Desarrollo personal	13.En la municipalidad se fomenta el desarrollo personal para realizar la promoción turística.	12.5%	3	
		Contacto directo	14.La municipalidad brinda capacitaciones a los pobladores para lograr un adecuado contacto directo con los turistas.			
		Transmisión	15.Los medios de transmisión son aprovechados adecuadamente para difundir el sitio arqueológico de Qollmay.			
	Material Informativo	Infografía	16.La municipalidad actualiza la infografía para comunicar datos sobre el sitio arqueológico de Qollmay.	12.5%	3	
		Material físico	17.Se desarrollan actividades de difusión con materiales físicos sobre el sitio arqueológico de Qollmay.			
		Destino turístico	18.Las autoridades promueven como destino turístico el sitio arqueológico de Qollmay.			
	Alianzas estratégicas	Comunicación no personal	19.Los medios de comunicación no personal tales como revistas, periódicos, anuncios, ayudan al conocimiento del sitio arqueológico de Qollmay	12.5%	3	
		Servicio	20.La comunidad ofrece diversidad de servicio a los turistas.			
		Contrato	21.Se desarrollan vínculos estratégicos con otros sectores para una adecuada promoción turística.			
	Eventos turísticos	Promoción	22.Los pobladores participan en la promoción turística del sitio arqueológico Qollmay.	12.5%	3	
		Producto	23.Los pobladores ofrecen variedad de productos para los turistas.			
		Destino	24.Se promociona el sitio arqueológico de Qollmay como un destino de interés y llamativo a visitar.			
Total			100%	24		

Anexo 4: Instrumento**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA KHIPU****Programa de estudios Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras****Cuestionario aplicado a los pobladores del Distrito de Chinchaypujio en la Provincia de Anta**

El presente instrumento se aplica con la finalidad de recoger información para el trabajo de investigación titulado: “Gestión administrativa municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio, Provincia de Anta, Cusco - 2024”, teniendo como objetivo Determinar la relación entre la gestión administrativa de la municipalidad y la promoción turística en dicho sector, la información que Ud. facilite será de completa reserva.

Instrucciones: Marcar con una X la respuesta que Ud. considere más adecuada a las afirmaciones presentadas:

Escala de medición – Likert				
Nomenclatura				
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nota: Elaboración propia

Instrumento:

Nro.	Ítems/reactivo	1	2	3	4	5
01	La municipalidad brinda información de los objetivos para mejorar el sitio arqueológico de Qollmay.					
02	Las autoridades plantean estrategias para mejorar la promoción del sitio arqueológico de Qollmay					
03	Se plantean procedimientos de promoción turística para generar más visitas al sitio arqueológico de Qollmay					
04	Se respetan los niveles de autoridad en la municipalidad para el cuidado del sitio arqueológico de Qollmay					
05	La municipalidad muestra una adecuada ejecución de tareas que mejoren la organización del sitio arqueológico de Qollmay					
06	La municipalidad promueve el trabajo en equipo en las actividades que realiza.					
07	Las autoridades muestran liderazgo en su trabajo.					
08	La municipalidad orienta sus acciones a la promoción del sitio arqueológico de Qollmay.					

Nro.	Ítems/reactivo	1	2	3	4	5
09	Las autoridades muestran eficiencia en el desarrollo del sitio arqueológico de Qollmay.					
10	La municipalidad monitorea el cuidado del sitio arqueológico de Qollmay.					
11	En la municipalidad se promueve actividades para mejorar el manejo de conflictos.					
12	Las autoridades toman decisiones rápidas frente a alguna necesidad en el sitio arqueológico de Qollmay.					
13	En la municipalidad se fomenta el desarrollo personal para realizar la promoción turística.					
14	La municipalidad brinda capacitaciones a los pobladores para lograr un adecuado contacto directo con los turistas.					
15	Los medios de transmisión son aprovechados adecuadamente para difundir el sitio arqueológico de Qollmay.					
16	La municipalidad actualiza la infografía para comunicar datos sobre el sitio arqueológico de Qollmay.					
17	Se desarrollan actividades de difusión con materiales físicos sobre el sitio arqueológico de Qollmay.					
18	Las autoridades promueven como destino turístico el sitio arqueológico de Qollmay.					
19	Los medios de comunicación no personal tales como revistas, periódicos, anuncios, ayudan al conocimiento del sitio arqueológico de Qollmay					
20	La comunidad ofrece diversidad de servicio a los turistas.					
21	Se desarrollan vínculos estratégicos con otros sectores para una adecuada promoción turística					
22	Los pobladores participan en la promoción turística del sitio arqueológico Qollmay.					
23	Los pobladores ofrecen variedad de productos para los turistas.					
24	Se promociona el sitio arqueológico de Qollmay como un destino de interés y llamativo a visitar.					

Gracias por su colaboración

Anexo 5: Valores de confiabilidad del instrumento

La fiabilidad del instrumento aplicado se realizó a través del índice de consistencia interna Alfa de Cronbach, considerando las siguientes condiciones:

Promedios	Interpretación
[0 – 0,20[Muy baja
[0,21 – 0,40[Baja
[0,41 – 0,60[Moderada
[0,61 – 0,80[Buena
[0,81 – 1,00]	Alta

Nota: Duve (2019)

Anexo 6: Baremación

Se realizó un cambio en las alternativas del cuestionario, con la finalidad de tener una mejor interpretación de los resultados:

Alternativas del instrumento	Promedios	Interpretación de promedios
Nunca	1,00 – 1,80	Inadecuado
Casi nunca	1,81 – 2,60	Poco adecuado
A veces	2,61 – 3,40	Med. adecuado
Casi siempre	3,41 – 4,20	Adecuado
Siempre	4,21 – 5,00	Muy adecuado

Anexo 7: Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota: Martínez y Campos (2015)

Anexo 8: Validación de expertos

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES

1.1. Título del trabajo de investigación

Gestión administrativa municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, Distrito de Chinchaypujio, Provincia de Anta, Cusco - 2024

1.2. Testistas

Ayrampe Quispe Judith Avelina
Olmos Carrasco Yuliza

2. DATOS DEL EXPERTO

2.1. Nombres y Apellidos:Lirbetti Tello Torres.....

2.2. Profesión:Lic. en Administración.....

2.3. Lugar y Fecha:Cusco, 11 de marzo del 2024.....

2.4. Cargo e institución donde labora:Metodóloga.....


COMPONENTE	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 1	REGULAR 2	BUENO 3	MUY BUENO 4	EXCELENTE 5
FORMA	1.- REDACCIÓN	Los indicadores están redactados considerando los elementos necesarios.				X	
	2.- CLARIDAD	Esta formulado con un lenguaje apropiado.				X	
	3.- OBJETIVIDAD	Esta expresado en conducta observable.				X	
CONTENIDO	4.- ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia.				X	
	5.- SUFICIENCIA	Los indicadores son adecuados en cantidad y claridad.				X	
	6.- INTENCIONALIDAD	El instrumento mide pertinentemente la variable de investigación.				X	
ESTRUCTURA	7.- ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				X	
	8.- CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos de la investigación.				X	
	9.- COHERENCIA	Existe coherencia entre los indicadores, dimensiones y variables.				X	
	10.- METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:APLICABLE.....

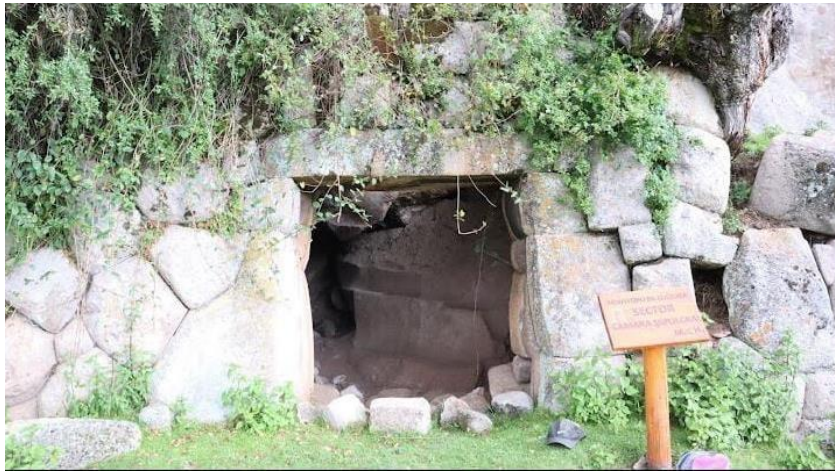
4. PORCENTAJE DE VALORACIÓN:80%.....

5. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede a su aplicación (X) Debe corregirse ()


Firma del Experto
DNI: 23994582

Anexo 8: Registro fotográfico



Nota: Piedra angular de la camara sepulcral y construcción principal de este recinto, la piedra de 20 ángulos.



Nota: Muro inca Qollmay.



Nota: Sitio Arqueológico inca construido en un acantilado de granito ubicado en el distrito de Chinchaypujio a 3436 m.s.n.m a 4 kms noroeste de centro poblado de Chinchaypujio.