UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

TESIS

GESTIÓN MUNICIPAL Y LA PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DISTRITO DE ECHARATI, PROVINCIA DE LA CONVENCIÓN – CUSCO, 2022

PRESENTADO POR:

Br. THALIA LUKE MAYORGA LLANCAY

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO

ASESOR:

Mg. ANGEL JULIO HUAYCOCHEA RODRIGUEZ

CUSCO - PERÚ

2025

Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el **Asesor** ANGEL JULIO HUAYCOCHEA RODRIGUEZ quien aplica el software de detección de similitud al trabajo de investigación/tesis titulada: GESTIÓN MUNICIPAL Y LA PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DISTRITO DE ECHARATI, PROVINCIA DE LA CONVENCIÓN – CUSCO, 2022.

Presentado por: THALIA LUKE MAYORGA UANCAY DNI N° 73125738;
presentado por: ..... DNI N°: .....
Para optar el título Profesional/Grado Académico de LICENCIADO EN TURISMO

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el Software de Similitud, conforme al Art. 6° del ***Reglamento para Uso del Sistema Detección de Similitud en la UNSAAC*** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 5 **%.**

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 06 de OCTUBRE de 2025

Firma

Post firma ANGEL JULIO HUAYCOCHEA RODRIGUEZ
Nro. de DNI 23858634
ORCID del Asesor 0000-0002-4117-9495

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: **oid:** 27259:508886349

GESTIÓN MUNICIPAL Y LA PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DISTRITO DE ECHARATI, PROVINCIA DE L...

Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::27259:508886349

Fecha de entrega
6 oct 2025, 8:18 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
6 oct 2025, 8:27 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
GESTIÓN MUNICIPAL Y LA PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DISTRITO DE ECHAR....docx

Tamaño del archivo
11.8 MB

151 páginas

31.656 palabras

178.745 caracteres

5% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Coincidencias menores (menos de 20 palabras)

Fuentes principales

3%	Fuentes de Internet
0%	Publicaciones
4%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

Dedicado a mi ángel quien siempre creía en mí y ahora desde el cielo me acompaña y me guía en este proceso; mi querido padre Damaso, y a lo más valioso que tengo en esta vida, por tu esfuerzo, dedicación, confianza, sacrificio por no rendirte y acompañarme en este camino; mi adorada madre Vilma y por último y no menos importante, por motivarme y alentarme a seguir esforzándome; con cariño a mi hermana Gabriela.

Bach. Thalía Luke Mayorga Llancay

AGRADECIMIENTO

A mi casa de estudios la Universidad San Antonio Abad del Cusco, por formarme, a mis docentes quienes a través de sus enseñanzas me compartieron sus conocimientos, experiencias y valores para desempeñarme en mi vida profesional.

También agradezco a mi asesor de tesis, Mgt. Angel Julio Huaycochea Rodríguez, por su constante orientación y paciencia para lograr concluir esta tesis.

Asimismo, agradecer a mis compañeros de aula con quienes tuve la oportunidad de compartir conocimientos, experiencias y vivencias en mi formación.

También quiero hacer un reconocimiento especial a mis amigas y amigos, gracias por mostrarme su apoyo incondicional, consejos, palabras de aliento y motivarme en mi día a día para culminar esta investigación.

Bach. Thalía Luke Mayorga Llancay

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar de qué manera la Gestión municipal influye en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022. La metodología fue de enfoque cuantitativo, alcance descriptivo correlacional, diseño no experimental, la población fue conformada por 125, 112 serán actores de turismo y 13 encargados de la municipalidad, a quienes se les aplico la encuesta mediante el cuestionario. Teniendo como resultados que, en cuanto a la gestión municipal, los trabajadores de la municipalidad calificaron esta como regular en un 38,50%; igualmente el número de personas que indicaron que es malo es del 38,50%; por otro lado el 15,40% de los encuestados consideran que es bueno, y otro 7,70% que es muy bueno. Respecto a la variable promoción de la actividad turística, los trabajadores de la municipalidad calificaron como regular en un 46,2%, seguido del 30,8% que consideran que es bueno, y finalmente el 23,1% que estimaron que la promoción de la actividad turística es mala. Llegando a concluir que el coeficiente 0, 873 se halla en el intervalo de 0,75 a 0,89 expresando una correlación positiva fuerte, dado que el valor p (0) es menor (0,000) que el nivel usual de significación de 0,05 corroborando la decisión anterior. Es rechazada la hipótesis nula H0: y es aceptada la hipótesis alterna Ha: La Gestión municipal influye directamente en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022.

Palabras clave: Gestión municipal, promoción de la actividad turística, municipalidad, turismo.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine how municipal management influences the promotion of tourist activity in the district of Echarati, Province of La Convencion - Cusco, 2022. The methodology was quantitative in approach, correlational descriptive scope, non-experimental design, the population was made up of 125, 112 will be tourism actors and 13 in charge of the municipality, to whom the survey is applied through the questionnaire. The results were that in terms of municipal management, municipal workers rated it as regular by 38.50%; The number of people who also indicated that it is bad is 38.50%; On the other hand, 15.40% of those surveyed consider that it is good, and another 7.70% that it is very good. Regarding the variable promotion of tourist activity, 46.2% of the municipality workers rated it as regular, followed by 30.8% who considered it to be good, and finally 23.1% who estimated that the promotion of tourism tourist activity is bad. Concluding that the coefficient 0.873 is in the range of 0.75 to 0.89, expressing a strong positive classification, given that the value p (0) is lower (0.000) than the usual level of significance of 0, 05 corroborating the previous decision. The null hypothesis H0 is rejected: and the alternative hypothesis Ha is accepted: Municipal management directly influences the promotion of tourist activity in the district of Echarati, Province of La Convencion – Cusco, 2022.

Keywords: Municipal management, promotion of tourist activity, municipality, tourism.

PRESENTACIÓN

Estimado Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco,

Honorable cuerpo docente que integra el jurado evaluador,

Conforme a lo dispuesto en las normativas del reglamento de grados y títulos en la Escuela Profesional de Turismo, me dirijo a ustedes para presentar la investigación titulada "Gestión municipal y promoción del turismo en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022", como parte de los requisitos para obtener el grado de Licenciada en Turismo.

El objetivo del estudio fue determinar de qué manera la Gestión municipal influye en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022.

Esperando que los resultados de esta investigación no solo respondan a los objetivos propuestos sino también puedan constituirse en un punto de partida valioso a futuras investigaciones, de esta manera contribuya al desarrollo y profundización del conocimiento en la materia, ofreciendo elementos teóricos y prácticos que sigan de referencia.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA ii

AGRADECIMIENTO iii

RESUMEN iv

ABSTRACT v

PRESENTACIÓN vi

ÍNDICE GENERAL vii

ÍNDICE DE TABLAS xi

ÍNDICE DE FIGURAS xiv

INTRODUCCION xvii

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 19

1.1 Planteamiento del problema 19

1.2 Formulación del problema 25

1.2.1 Problema general 25

1.2.2 Problemas específicos 25

1.3 Objetivo de investigación 26

1.3.1 Objetivo general 26

1.3.2 Objetivos específicos 26

1.4 Justificación del problema 26

1.4.1 Conveniencia 26

1.4.2 Relevancia social 26

1.4.3 Implicancias prácticas 26

1.4.4 Valor teórico 27

1.4.5 Utilidad metodológica 28

1.5 Limitaciones de la investigación 29

1.5.1 Limitaciones metodológicas 29
1.5.2 Limitaciones de tiempo 29
1.5.3 Limitaciones económicas 29
1.5.4 Delimitación espacial 29
1.5.5 Delimitación temporal 29
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL 30
2.1 Antecedentes de arte o antecedentes de la investigación 30
2.1.1 Antecedentes globales 30
2.1.2 Antecedentes nacionales. 31
2.1.3 Antecedentes locales 36
2.2 Bases legales 36
2.3 Bases teóricas 37
2.3.1 Gestión municipal 37
2.3.2 Teoría de la Promoción Turística 43
2.3.3 Promoción de las actividades turísticas 44
2.4 Marco conceptual 48
2.5 Hipótesis 50
2.5.1 Hipótesis general 50
2.5.2 Hipótesis específicas 50
2.6 Variables 50
2.6.1 Variable dependiente: promoción de la actividad turística 50
2.6.2 Variable Independiente: Gestión municipal 50
2.7 Matriz de Operacionalización de variables 51
CAPÍTULO III: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL ÁREA DE ESTUDIO 52
3.1 Aspectos generales 52

3.1.1 Ubicación geográfica del Distrito de Echarati 52

3.1.2 Políticas turísticas del Distrito de Echarati, La Convención – Cusco 55

3.1.3 Gestión Publica en el Desarrollo de la Actividad Turística 57

CAPITULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 72

4.1 Enfoque de investigación 72

4.2 Tipo de investigación 72

4.3 Nivel de investigación 72

4.4 Alcance de investigación 73

4.5 Diseño de investigación 73

4.6 Ámbito de estudio 74

4.7 Población y muestra 74

4.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos 75

4.8.1 Técnicas 75

4.8.2 Instrumentos 76

4.9 Confiabilidad y validez de instrumentos 76

4.10 Análisis e interpretación de datos 76

CAPITULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN 77

5.1 Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado 77

5.1.1 Presentación del instrumento 77

5.1.2 Fiabilidad del instrumento aplicado 78

5.2 Análisis descriptivo de los resultados 79

5.3 Prueba de hipótesis 104

5.4 Propuesta 110

DISCUSIÓN 124

CONCLUSION 126

RECOMENDACIONES 128

BIBLIOGRAFIA 130

ANEXOS 135

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables 51

Tabla 2 Distribución poblacional del Distrito de Echarate 54

Tabla 3 Tipos de accesos identificados al Distrito de Echarati, La Convención - Cusco 54

Tabla 4 Proyectos de Inversión Publica en el Distrito de Echarati, La Convención - Cusco . 59

Tabla 5 Recursos Turísticos inventariados, según el MINCETUR - 2021 69

Tabla 6 Distribución poblacional 75

Tabla 7 Distribución de ítems 77

Tabla 8 Estadísticas de fiabilidad 78

Tabla 9 Resultados estadísticos de la variable Gestión Municipal por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati 79

Tabla 10 Resultados estadísticos de la dimensión Talento Humano por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati 80

Tabla 11 Resultados estadísticos de la dimensión, políticas por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati 81

Tabla 12 Resultados estadísticos de la dimensión infraestructura por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati 82

Tabla 13 Resultados estadísticos de la variable promoción de la actividad turística por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati 83

Tabla 14 Resultados estadísticos de la dimensión publicidad por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati 84

Tabla 15 Resultados estadísticos de la dimensión relaciones públicas por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati 85

Tabla 16 Resultados estadísticos de la dimensión promoción de ventas por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati 87

Tabla 17 Resultados estadísticos de la variable Gestión Municipal por parte de los Actores clave de la Actividad turística, de Echarati. 88

Tabla 18 Resultados estadísticos de la dimensión Talento Humano por parte de los Actores clave de la Actividad turística, de Echarati 89

Tabla 19 Resultados estadísticos de la dimensión Políticas, por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati.....90

Tabla 20 Resultados estadísticos de la dimensión Infraestructura por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati 91

Tabla 21 Resultados estadísticos de la Variable Promoción de la actividad Turística por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati.....92

Tabla 22 Resultados estadísticos de Dimensión Publicidad, por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati.....93

Tabla 23 Resultados estadísticos de la Dimensión Relaciones Publicas, por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati.....94

Tabla 24 Resultados estadísticos de la Dimensión Promoción de Ventas, por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati 95

Tabla 25 Resultados estadísticos de la Variable Promoción de la actividad Turística por parte de los turistas que visitan el distrito de Echarati.....97

Tabla 26 Resultados estadísticos de Dimensión Publicidad, por parte de los turistas que visitan el distrito de Echarati 98

Tabla 27 Resultados estadísticos de la Dimensión Relaciones Publicas, por parte de los turistas que visitan el distrito de Echarati.....100

Tabla 28 Resultados estadísticos de la Dimensión Promoción de Ventas, por parte de los turistas que visitan el distrito de Echarati 101

Tabla 29 Correlación de la Gestión municipal y la promoción de la actividad turística 104

Tabla 30 Correlación del talento humano y la promoción de la actividad turística.....106

Tabla 31 Correlación de las Políticas de la Gestión municipal y la promoción de la actividad turística 108

Tabla 32 Presupuesto de la Propuesta 1.....112

Tabla 33 Presupuesto de la Propuesta 2.....116

Tabla 34 Presupuesto de la Propuesta 3.....122

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación de la Provincia de La Convención - Cusco 52

Figura 2 Ubicación del Distrito de Echarati, La Convención – Cusco 52

Figura 3 Ubicación de las zonas en el Distrito de Echarati, La Convención - Cusco 53

Figura 4 Mapa de Desarrollo Turístico 2021-2025 55

Figura 5 Calidad Vial para el turismo en el Distrito de Echarati, La Convención - Cusco 55

Figura 6 Boletería en proceso de construcción 60

Figura 7 Avance de construcción de la boletería, con zona de estacionamiento. 61

Figura 8 Construcción de los puentes peatonales, en la ruta a las cataratas de Illapani. 61

Figura 9 Situación actual del sendero y los accesos hacia la catarata de Illapani. 62

Figura 10 Avance de construcción de las zonas de descanso y miradores. 63

Figura 11 Cursos de capacitación a los prestadores de servicios. 64

Figura 12 Capacitaciones en biodiversidad natural y agrícola. 65

Figura 13 Registro de visitantes a las cataratas de Illapani 66

Figura 14 Página de tiktok creada para promocionar los sitios turísticos del Distrito de Echarati. 66

Figura 15 Resultados estadísticos de la variable Gestión Municipal por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati 79

Figura 16 Resultados estadísticos de la Gestión Municipal por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati 80

Figura 17 Resultados estadísticos de la dimensión políticas por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati 81

Figura 18 Resultados estadísticos de la dimensión infraestructura por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati 82

Figura 19 Resultados estadísticos de la variable promoción de la actividad turística por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati 83

Figura 20 Resultados estadísticos de la dimensión publicidad por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati 84

Figura 21 Resultados estadísticos de la dimensión relaciones públicas por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati 85

Figura 22 Resultados estadísticos de la dimensión promoción de ventas por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati 87

Figura 23 Resultados estadísticos de la variable Gestión Municipal por parte de los Actores clave de la Actividad turística, de Echarati 88

Figura 24 Resultados estadísticos de la dimensión Talento Humano por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati 89

Figura 25 Resultados estadísticos de la dimensión Políticas, por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati 90

Figura 26 Resultados estadísticos de la dimensión Infraestructura por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati 91

Figura 27 Resultados estadísticos de la Variable Promoción de la Actividad Turística por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati 92

Figura 28 Resultados estadísticos de la Dimensión Publicidad, por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati 93

Figura 29 Resultados estadísticos de la Dimensión Relaciones Publicas por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati 94

Figura 30 Resultados estadísticos de la Dimensión Promoción de Ventas por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati 96

Figura 31 Resultados estadísticos de la Variable Promoción de la Actividad Turística por parte de los turistas que visitan el distrito de Echarati 97

Figura 32 Resultados estadísticos de la Dimensión Publicidad, por parte de los turistas que visitan el distrito de Echarati 99

Figura 33 Resultados estadísticos de la Dimensión Relaciones Publicas por parte de los turistas que visitan el distrito de Echarati 100

Figura 34 Resultados estadísticos de la Dimensión Promoción de Ventas por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati 102

INTRODUCCION

En la actualidad, según Palma (2021), señala que el turismo se ha convertido en la base de la actividad económica mundial y que algunos países ahora pueden reportar importantes ingresos económicos debido al desarrollo de destinos turísticos y el crecimiento de las actividades turísticas está relacionado con el uso y la difusión de espacios, bienes y servicios, recursos y atractivos, así como la expresión de los vecinos y participantes relevantes, pero para lograrlo es necesaria la implicación de los gobiernos locales como líderes de la sociedad. La actividad turística está estrechamente relacionada con las ciudades, ya que su desarrollo está en contacto directo con dos elementos que componen una ciudad: el territorio y la población. En este contexto, es necesario destacar la gestión de los gobiernos locales como un actor importante en la toma de decisiones para fortalecer las actividades turísticas.

El potencial turístico de Perú es notable, en gran parte gracias a la riqueza cultural que hemos recibido de nuestros antepasados. Este legado nos ofrece una diversidad cultural tanto tangible como intangible, que se manifiesta en todo el país; Es decir, vivimos, trabajamos, interactuamos con la cultura, un patrimonio invaluable que está al alcance de todos los peruanos sin distinción, que brinda actividades que contribuyen al desarrollo de condiciones de vida favorables y, además, es una herramienta que nos permite imaginar grandes cosas iniciativas empresariales o estrategias para combatir la pobreza. El Perú es un país multicultural y multilingüe basado en siglos de convivencia sostenible entre nuestros antepasados y su entorno natural, que brindó el espacio necesario para todos los logros culturales de la antigua raza Inca que hoy nos presentan al mundo como un destino deseable (Rengifo, 2018).

Según Rengifo (2018) muestra las deficiencias del desarrollo turístico, la falta de zonas turísticas en varios distritos y municipios que promuevan y desarrollen actividades turísticas, una de sus deficiencias es la falta de medios técnicos para definir claramente la industria turística. Desde el nivel de gestión en la industria turística no sólo existen los festivales, sino

también el nivel de gestión de proyectos turísticos, puede haber diferentes ofertas para una misma promoción turística, pero a pesar de ello es necesario estudiar este tema. Una de sus debilidades es la falta de profesionales del turismo y personas que lideren este campo en la ciudad.

Por esta razón, surge la imperiosa necesidad de llevar a cabo el presente estudio, cuyo objetivo primordial es analizar de qué manera la gestión municipal incide en la promoción del turismo en el distrito de Echarati, situado en la Provincia de La Convención, en Cusco, durante el año 2022. Este estudio se estructura en los siguientes apartados:

CAPÍTULO I: Introducción. En este apartado, se desarrolla el planteamiento del problema, se formulan los objetivos del estudio y se precisa la justificación y delimitaciones de la investigación.

CAPÍTULO II: Marco teórico. Se recopilan antecedentes a nivel internacional, nacional y local. Posteriormente, se desarrollan las bases teóricas relacionadas con las variables de estudio, que son la gestión municipal y la promoción turística. También se formulan las hipótesis, se definen las variables y se clarifican los términos clave.

CAPÍTULO III: Metodología. Se especifica el enfoque, alcance y diseño de la investigación, se detalla la población y muestra, y se describen las técnicas e instrumentos utilizados. Además, se aborda la confiabilidad, validez y plan de análisis de datos.

CAPÍTULO IV: Resultados. En este apartado, se presenta el procesamiento de los datos obtenidos a través de encuestas. Estos resultados se detallan en tablas y figuras, tanto descriptivas como inferenciales, con el fin de contrastar las hipótesis planteadas.

CAPÍTULO V: Discusión. Se lleva a cabo un análisis detallado de los resultados encontrados para determinar su veracidad y relevancia. Finalmente, se formulan conclusiones y recomendaciones basadas en los hallazgos, concluyendo con la recopilación de la bibliografía utilizada y los anexos relevantes.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

Según Ojeda y Cruz (2019), la gestión a nivel municipal se caracteriza por ser un proceso complejo que engloba diversas etapas, como el análisis, la toma de decisiones, la organización y el control de actividades. Su propósito fundamental radica en la mejora de las políticas públicas, con el fin de elevar el bienestar de los habitantes de la comunidad. Este enfoque holístico abarca desde la planificación urbana hasta la provisión de servicios esenciales, siempre con la mira puesta en el beneficio colectivo

Por otro lado, Kotler et al. (2015), definen la promoción turística como un conjunto de estrategias diseñadas para atraer y persuadir a potenciales visitantes. Esta promoción va más allá de la mera publicidad; implica el uso de diversas herramientas de comunicación e influencia, como material informativo, canales de comunicación y publicidad, para crear una imagen atractiva del destino turístico y estimular la demanda.

A nivel internacional, González (2017), destaca el contraste entre las estrategias de desarrollo municipal en ciudades como Parla, Navalcarnero y Fuenlabrada en España. Mientras Parla y Navalcarnero han llevado a cabo proyectos de infraestructura a gran escala, como parques, polideportivos y plazas de toros, Fuenlabrada se destaca por su gestión fiscal prudente y su estabilidad financiera, a pesar de carecer de ciertas infraestructuras (p. 1). Este ejemplo ilustra cómo una gestión municipal eficaz puede influir en la capacidad de una localidad para generar ingresos y evitar la acumulación de deudas, destacando la importancia de una administración pública responsable y centrada en el bienestar a largo plazo de la comunidad.

En este sentido, el análisis de la gestión municipal no solo es relevante para comprender los desafíos y oportunidades a nivel local, sino que también puede servir como punto de referencia para abordar problemas más amplios de desarrollo y gobernanza en el ámbito

regional y nacional. Es esencial reconocer la interconexión entre la eficacia de la gestión municipal y el progreso socioeconómico, así como la necesidad de políticas y prácticas que promuevan la transparencia, la participación ciudadana y la sostenibilidad en todas las áreas de gobierno local.

El estudio de Ramírez (2019), sobre el municipio de Soacha, Cundinamarca, en Colombia, resalta su potencial social, cultural, ambiental y gastronómico, a pesar de los estigmas que lo rodean. Sin embargo, para aprovechar al máximo estos recursos, es imperativo mejorar los procesos de gobernanza e implementar iniciativas de empoderamiento comunitario. Se sugiere la implementación de estrategias como la delimitación del territorio para usos específicos del turismo, dado que cuenta con condiciones ideales para actividades de aventura, espacios naturales, reservas hídricas y sitios arqueológicos. Esto requiere un enfoque serio, concertado y participativo de todos los actores involucrados en la planificación del desarrollo territorial (p. 2).

En Brasil, Carvalho y Cardoso (2017), llevaron a cabo una investigación comparativa entre los municipios de Venda Nova do Imigrante, en el estado de Espírito Santo, y Cachoeiras de Macacu, en el estado de Río de Janeiro, enfocándose en el potencial del agroturismo. Mientras que el agroturismo ha logrado establecerse con éxito en el primer municipio, su presencia en el segundo es mínima. Ambos casos resaltan la carencia de regulaciones y leyes específicas para orientar y estructurar de manera sostenible la actividad agroturística, subrayando así la necesidad imperiosa de una regulación adecuada para este sector (p. 3).

A nivel nacional, Perú ha experimentado un aumento significativo en el sector turístico, lo que ha llevado a implementar cambios en el acceso a sitios arqueológicos, destinos turísticos y áreas naturales protegidas a nivel nacional. Se ha reforzado la supervisión y la preservación de estos recursos culturales para prevenir cualquier daño a su infraestructura y ecosistema. De acuerdo con MINCETUR (2024), al cierre de ese mismo año se estima que el turismo en Perú

representará el 2.9% del Producto Bruto Interno (PBI) y generará alrededor de 1.3 millones de empleos, cifras que reflejan la importancia sostenida del sector para la economía y el empleo nacional. Según la ministra Desilú León, esta proyección supera el aporte del 2.5% al PBI registrado en 2023 y mantiene el mismo nivel de generación de empleos reportado en años anteriores, consolidando al turismo como un pilar económico y social clave en el país. Este crecimiento resalta la relevancia económica y social del turismo en el país (p. 2).

En el análisis de la gestión turística municipal en el municipio de Puno, como señala Chambilla (2018) se destaca la importancia crucial de una gestión eficiente para el desarrollo sostenible del turismo en la ciudad. No obstante, este desarrollo sostenible no puede lograrse únicamente a través de la acción del municipio; es necesario un enfoque colaborativo que involucre a diversos actores clave. Por un lado, el municipio debe regular los servicios turísticos para garantizar su calidad y sostenibilidad. Por otro lado, las empresas turísticas deben comprometerse a ofrecer servicios de alta calidad y respetuosos con el entorno. Además, la participación activa de la población es fundamental, ya que pueden generar iniciativas para el desarrollo local que complementen las acciones del municipio y las empresas. Sin embargo, para lograr una gestión turística integral, es esencial contar con un ente gestor que facilite la cooperación entre el sector público y el privado. Este ente podría ser una entidad independiente o una asociación que promueva la colaboración y la creación de herramientas para mejorar la gestión turística y fomentar el desarrollo sostenible (p. 4).

A nivel regional, en el distrito de Espinar, Cusco, según Sarayasi (2017), se identificaron serias deficiencias en la gestión turística municipal que obstaculizan el desarrollo rural sostenible. La ausencia de un plan de desarrollo turístico y de un presupuesto asignado para proyectos piloto en turismo son solo algunas de las carencias destacadas. Además, la falta de promoción y la escasa información sobre los atractivos turísticos contribuyen a la baja demanda y al subdesarrollo de esta actividad en la región. Además de estos factores, la

infraestructura tecnológica insuficiente y la falta de formación del personal municipal en cuestiones turísticas son obstáculos para brindar servicios de alta calidad. La carencia de acuerdos con otras entidades y municipios para actualizar las rutas turísticas también limita el potencial turístico de la zona. Por último, la ausencia de estrategias para fomentar la inversión privada empeora la situación, al desmotivar la participación del sector privado en el desarrollo turístico local (p. 6).

En consonancia con el INEI (2019) se destaca que la gestión municipal desempeña un papel fundamental en el fomento del desarrollo de la población, especialmente en áreas rurales como la región del Cusco, donde la ruralidad afecta al 45% de su población total y la pobreza ha deteriorado considerablemente la calidad de vida (p. 1).

Según Salcedo (2017), el distrito de Echarati, La Convención, resalta por su riqueza en recursos naturales, culturales y paisajísticos. Sin embargo, su desarrollo económico se ve obstaculizado por la presencia del narcotráfico y el terrorismo, fenómenos que afectan principalmente al Valle de los ríos Apurímac, Ene y Mantaro (VRAEM). Es importante destacar que la Cuenca del Pongo de Mainique, a pesar de ser catalogada erróneamente como una zona de riesgo para los visitantes extranjeros, no está directamente afectada por estos problemas (p. 6).

Arahuallpa (2021) enfatiza la extraordinaria diversidad biológica y paisajística que caracteriza al distrito de Echarati, especialmente en lugares como la microcuenca del río Huacayoc, el mirador Siete Vueltas, el cañón de Torontoy, el mirador Cóndor Cenq’a y los petroglifos en el centro poblado de Chaco Rosario, entre otros sitios de interés. La microcuenca, en particular, sobresale como uno de los destinos turísticos más prometedores de la región, con una rica variedad de flora y fauna. A pesar de este potencial, existe una falta de aprovechamiento de estos recursos turísticos, debido a la falta de iniciativas por parte de la

municipalidad local para impulsar su desarrollo. En este sentido, el estudio tiene como objetivo principal aprovechar al máximo los recursos turísticos disponibles en la zona (p. 3).

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo fundamental comprender cómo se lleva a cabo la gestión municipal en el distrito de Echarati y su interrelación con la promoción turística en la región. A través de un diagnóstico exhaustivo, se han identificado varios problemas que afectan tanto la gestión municipal como la promoción turística. En primer lugar, la falta de atención adecuada a los visitantes, atribuida a la escasa capacitación del personal en servicios turísticos, afecta la calidad de la experiencia que reciben, lo que repercute negativamente en la reputación del destino. Además, los conflictos sociales en la comunidad han llevado a la paralización de actividades turísticas, impactando directamente en los ingresos de la población local. Otro aspecto crítico es la obsolescencia de la infraestructura turística, como caminos y servicios básicos, que dificulta el acceso a los atractivos de la región y reduce la satisfacción de los turistas. La gestión ineficaz y la ausencia de una estrategia clara para la promoción turística han resultado en una visibilidad insuficiente de los recursos naturales y culturales, limitando el potencial de desarrollo de Echarati. Por otro lado, se ha observado que los instrumentos básicos de la administración del gobierno local están en una situación crítica, debido a deficiencias en su formulación y a su inadecuación para abordar las necesidades actuales de la comunidad. Esto se traduce en una falta de efectividad en la implementación de políticas públicas que podrían mejorar la calidad de vida de los habitantes. Los canales de participación popular organizados en el ámbito de la gobernabilidad son notablemente débiles, lo que limita la capacidad de los ciudadanos para influir en las decisiones que afectan su entorno y genera desconfianza en la gestión municipal. Además, el presupuesto insuficiente que reciben los municipios ha llevado a que las asignaciones no se correspondan con las necesidades de la población en situación de pobreza. Esta situación se agrava con la falta de alineación del Plan Operativo Institucional (POI) con las necesidades del sector turístico, limitando la capacidad

de promoción de los atractivos locales. A pesar de contar con recursos turísticos valiosos, como la microcuenca del río Huacayoc y el mirador Siete Vueltas, Echarati enfrenta serias deficiencias en el acceso a estos lugares, debido a la falta de mantenimiento y señalización adecuada. La falta de coordinación entre la municipalidad y otras organizaciones locales también impacta negativamente en la promoción de estos recursos, limitando su potencial para atraer visitantes. Finalmente, el ingreso local anual per cápita, que asciende a 1,960 nuevos soles, se encuentra muy por debajo del umbral necesario para que la población logre escapar de la pobreza. Esta situación refleja un escaso desarrollo y fortalecimiento de los recursos de los gobiernos locales, lo que, combinado con un departamento administrativo reducido que apenas apoya la atención médica y la educación, contribuye a un ciclo de pobreza y subdesarrollo que afecta gravemente la capacidad de la comunidad para prosperar.

Si las actuales prácticas de gobernanza municipal persisten, el desarrollo económico local seguirá enfrentándose a un futuro incierto, caracterizado por la falta de inversiones que protejan el patrimonio de los habitantes y fortalezcan las unidades productivas de la región. En lugar de canalizar recursos hacia proyectos significativos, estos se destinan a obras públicas de escasa relevancia, que no contribuyen al crecimiento del sector turístico. Esta situación se ve agravada por un control ineficaz de los procesos y actividades municipales, lo que impacta negativamente en la gestión del talento humano dentro de la entidad pública. Como resultado, el desempeño del personal se ve comprometido, y la implementación de políticas se torna ineficaz, llevando al incumplimiento de los objetivos organizacionales establecidos. Esta falta de dirección y recursos no solo limita el potencial de desarrollo económico, sino que también perpetúa un ciclo de pobreza y desinterés en la comunidad.

Para revertir la situación actual de ineficiencia en la gestión municipal, es imperativo implementar un conjunto de acciones correctivas que aborden las deficiencias identificadas. Esto comienza con la realización de un diagnóstico exhaustivo y un análisis detallado del

cumplimiento de los objetivos organizacionales por parte de la entidad pública, con el fin de identificar las áreas que requieren atención urgente. A partir de este diagnóstico, se deben llevar a cabo capacitaciones y charlas informativas que destaquen la importancia del turismo como motor de desarrollo local. Estas iniciativas no solo fortalecerán la promoción de los atractivos turísticos en el distrito de Echarati, sino que también empoderarán a los actores locales, fomentando un sentido de pertenencia y responsabilidad en la gestión de sus recursos. Además, se sugiere establecer alianzas estratégicas con el sector privado y organizaciones no gubernamentales para asegurar un enfoque colaborativo en la promoción turística, lo que podría resultar en un aumento significativo en la inversión y el interés por parte de los visitantes. En última instancia, estas acciones contribuirán a crear un entorno más propicio para el desarrollo económico sostenible y la mejora de la calidad de vida de los habitantes de Echarati.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera la Gestión municipal influye en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, ¿2022?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Describir si la infraestructura con la que se cuenta es suficiente para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?
- ¿Analizar de qué manera el talento humano influye en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?
- ¿Conocer en qué medida las políticas de la gestión municipal influyen en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?

1.3 Objetivo de investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar de qué manera la Gestión municipal influye en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022

1.3.2 Objetivos específicos

- Describir si la infraestructura con la que se cuenta es suficiente para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022
- Analizar de qué manera el talento humano influye en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022
- Conocer en qué medida las políticas de la gestión municipal influyen en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022

1.4 Justificación del problema

1.4.1 Conveniencia

El presente estudio presenta una conveniencia porque se pretende realizar un análisis y ampliar el conocimiento sobre la gestión municipal y la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención, Cusco. Este estudio servirá para incrementar el conocimiento sobre la gestión municipal, donde se darán a conocer los aspectos más importantes, como lograr la estabilidad de los trabajadores y la población. Asimismo, se busca proponer sugerencias con el fin de mejorar la promoción turística. Por lo tanto, el estudio de la gestión municipal y la promoción de la actividad turística se vuelve necesario e importante para mejorar las condiciones ejecutivas de la institución pública, lo que contribuirá a alcanzar los objetivos institucionales del distrito de Echarati.

1.4.2 Relevancia social

Se presenta una relevancia social, ya que el estudio es trascendente a largo plazo dentro de la sociedad. Permitirá brindar información pertinente sobre la importancia de la gestión

municipal en entidades públicas. Para ello, se pretende realizar un estudio sobre la gestión municipal y la promoción de la actividad turística con la finalidad de observar la situación actual del desempeño y cumplimiento de objetivos institucionales. La información recopilada servirá como apoyo para mejorar la promoción turística; esta investigación será beneficiosa para los trabajadores y encargados de la entidad pública en general, porque brindará un mejor panorama sobre los beneficios del turismo. Por otro lado, dicho estudio podrá ser implementado en otras instituciones, beneficiando de manera directa a la sociedad.

1.4.3 Implicancias prácticas

Se tiene una implicancia proactiva, porque se pretende conocer la situación actual en función de la gestión municipal y, de esta manera, generar recomendaciones para mejorar la situación de las deficiencias mencionadas. De tal manera, se podrá potenciar la promoción de actividades turísticas en la localidad. Asimismo, se pretende formular recomendaciones enfocadas a problemas específicos, como el desconocimiento de los trabajadores para realizar una adecuada promoción turística. También es necesario dar solución al cumplimiento de los objetivos institucionales.

1.4.4 Valor teórico

El estudio tiene como fin abordar de manera exhaustiva la gestión municipal y su relación con la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención, Cusco. Para ello, se justifica teóricamente la necesidad de realizar un estudio profundo que permita no solo recopilar información relevante, sino también llenar vacíos existentes en la literatura académica. El análisis de estas variables es crucial no solo para comprender la situación actual del distrito en términos de gestión pública y desarrollo turístico, sino también para proponer recomendaciones y estrategias que contribuyan a mejorar dicha gestión y potenciar la actividad turística local. Se hace necesario, entonces, llevar a cabo una revisión exhaustiva de la literatura existente, así como de datos empíricos que permitan obtener

una visión holística de las dimensiones e indicadores pertinentes. Esto facilitará la generalización de los resultados y la elaboración de conclusiones sólidas que puedan orientar futuras acciones y políticas en el ámbito municipal y turístico de la zona.

De igual manera, la información recopilada en el estudio puede ser utilizada para revisar o respaldar las teorías existentes sobre las variables en cuestión. Este análisis proporcionará una visión amplia del comportamiento de ambas variables y de cualquier relación que pueda surgir una vez examinados los resultados. Además, una vez concluida la investigación, se podrán explorar diversos fenómenos dentro del ámbito y alcance de las variables, lo que permitirá una comprensión más profunda de los problemas que podrían surgir en el futuro. Posteriormente al análisis de los datos, se podrán observar los efectos de una variable sobre otra, determinando así la existencia o no de una relación entre ellas. Los hallazgos también serán útiles para el desarrollo de investigaciones futuras, la formulación de hipótesis y la elaboración de recomendaciones.

1.4.5 Utilidad metodológica

El propósito fundamental de este trabajo de investigación es destacar su sólida justificación técnica, respaldada por la utilización de métodos y herramientas validadas que garantizan su adecuado desarrollo y fiabilidad. En este sentido, se busca no solo generar un instrumento de recolección de información sobre la gestión municipal y la promoción del turismo, sino también contribuir significativamente al entendimiento de la relación entre ambas variables. Se basa en la premisa de que la gestión eficaz de los municipios desempeña un papel crucial en el fomento de la actividad turística local. Por lo tanto, se propone analizar cómo las estrategias y políticas implementadas a nivel municipal influyen en el desarrollo del turismo y, a su vez, cómo este impulso turístico repercute en la gestión municipal.

1.5 Limitaciones de la investigación

1.5.1 Limitaciones metodológicas

La principal limitación metodológica fue el dominio del método científico en cuanto al desarrollo y conceptos. Esta limitación fue importante para que, como investigador, pudiera buscar distintos libros, tanto virtuales como físicos, y de esta manera encaminar el proyecto final.

1.5.2 Limitaciones de tiempo

Respecto a la limitación del tiempo, no se tuvo mucho problema, debido a que se contaba con un tiempo enfocado en el desarrollo del proyecto, así como la disposición para la recolección de datos y, sobre todo, para estar detrás del desarrollo del proyecto hasta su culminación.

1.5.3 Limitaciones económicas

Respecto a la limitación del tiempo, no se tuvo mucho problema, debido a que se contaba con un tiempo enfocado en el desarrollo del proyecto, así como la disposición para la recolección de datos y, sobre todo, para estar detrás del desarrollo del proyecto hasta su culminación.

1.5.4 Delimitación espacial

El presente estudio tuvo como ubicación el distrito de Echarati, Provincia de La Convención, Cusco.

1.5.5 Delimitación temporal

El presente estudio se realizó y se recolectaron datos en el año 2022.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes de arte o antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes globales

Rodríguez (2015), se sumerge en el intrincado paisaje del desarrollo turístico en Chile, específicamente focalizando en el papel que desempeñan los municipios en este contexto. Su objetivo es desentrañar las atribuciones, funciones y la gestión característica que se manifiesta a nivel local en este ámbito. Este estudio adopta una perspectiva descriptiva, empleando una estrategia metodológica cualitativa que amalgama la revisión documental y la etnografía como herramientas para la recolección de datos. Uno de los hallazgos más notables de esta investigación radica en la identificación de nueve áreas de acción clave que delinean el accionar de los municipios en el desarrollo turístico. Dentro de este panorama, emerge la noción de que las atribuciones municipales en este campo son de naturaleza "no exclusiva", lo que subraya la complejidad inherente a la participación de diversos actores en los procesos de desarrollo turístico a nivel local. Un aspecto crucial resaltado por Rodríguez es la carencia generalizada a nivel nacional de instrumentos de planificación turística. Este vacío evidencia la necesidad imperante de reconocer la importancia de la planificación turística dentro de la legislación municipal. La implementación de un Plan de Desarrollo Turístico (PLADETUR) se presenta como una medida esencial para alinearse con las demandas contemporáneas de la industria turística, las cuales cada vez más enfatizan la necesidad de operar bajo un modelo de sustentabilidad. En términos de la gestión local, el estudio destaca la urgencia de aumentar tanto los recursos humanos como financieros disponibles para los municipios. Esta observación refleja la percepción de que los recursos actuales pueden ser insuficientes para abordar las complejidades y demandas del desarrollo turístico a nivel local, lo que sugiere la necesidad de una mayor inversión y apoyo gubernamental en esta área.

En su tesis, Gil (2015), se propuso examinar el impacto de la gestión municipal en la identidad territorial, así como su influencia en el turismo local. Además, buscó establecer los fundamentos para diseñar un proceso de intervención política en el ámbito municipal que fomente la identidad. Para ello, empleó una metodología cualitativa y analítica, basada en el análisis documental y el uso de fuentes primarias en la investigación empírica. Los resultados sugieren que las políticas municipales, especialmente en el ámbito del urbanismo, tienen un impacto significativo en diversos aspectos de la vida en Oleiros, incluyendo lo económico, social, cultural y ambiental. Estas políticas han sido determinantes en la transformación del municipio y en la mejora del bienestar y la calidad de vida de sus habitantes, así como en la dinamización del territorio. Se concluye que el entorno local ejerce una influencia crucial en la generación de sentido y en la construcción de identidad. Los espacios donde se vive y se interactúa son fundamentales para el desarrollo de una identidad cultural y comunitaria sólida. Por lo tanto, el ámbito municipal se posiciona como el contexto primordial para la generación de pertenencia, significado e identificación, siendo el núcleo de la esencia identitaria.

Martínez et al. (2012), llevaron a cabo un estudio con el propósito de evaluar la gestión turística municipal en el archipiélago de Chiloé, centrándose en comparar las competencias teóricas con las prácticas en la planificación y ordenación de la actividad turística. Su objetivo fue proporcionar una orientación para mejorar la competitividad territorial a través de una gestión más efectiva. Este estudio adoptó un enfoque exploratorio descriptivo, seleccionando una muestra de 10 municipios dentro del archipiélago. Se empleó una entrevista estructurada con 11 parámetros o áreas de medición, abarcando un total de 51 preguntas dirigidas a los coordinadores de turismo municipal. Los hallazgos revelaron que la mayoría de los municipios de Chiloé (ocho de diez) cuentan con una Unidad de Turismo o personal designado de otra unidad para gestionar el turismo local. Sin embargo, se destacó la carencia de personal de apoyo, lo que limita el desarrollo integral de la actividad turística. Además, se observó que la

promoción turística se centra principalmente en la publicidad, relaciones públicas institucionales y la organización de eventos de comercialización, sin un enfoque estratégico más amplio.

2.1.2 Antecedentes nacionales.

Rengifo (2018), se centró en explorar la dinámica entre la gestión municipal y la promoción turística en el gobierno local de la Provincia de Moyobamba durante el año 2017. Utilizando un enfoque descriptivo-correlacional, se seleccionó una muestra de 25 participantes, incluyendo funcionarios y empresarios del sector turístico. Se implementaron dos cuestionarios diseñados específicamente para evaluar la percepción sobre la gestión municipal y la promoción turística, respectivamente. Ambos instrumentos fueron sometidos a validación mediante el criterio de expertos, alcanzando niveles de confiabilidad aceptables de 0.72 y 0.76, respectivamente. Los resultados revelaron que aproximadamente la mitad de los encuestados calificaron la gestión municipal como aceptable, mientras que el mismo porcentaje consideró que la promoción turística era deficiente. Esto sugiere la existencia de una conexión entre la calidad de la gestión local y el nivel de promoción de los atractivos turísticos. Sin embargo, el análisis de correlación mostró una relación baja entre estas variables, indicando que otros factores podrían estar influyendo en la promoción turística además de la gestión municipal. En términos cuantitativos, se encontró una correlación moderada de 0.377 entre la gestión municipal y la promoción turística, con un nivel de significancia estadística (p-valor) de 0.032, lo que sugiere que la gestión municipal sí incide de manera directa en la promoción de los atractivos turísticos en la provincia de Moyobamba durante el período estudiado. En conclusión, este estudio respalda la idea de que mejorar la gestión municipal podría tener un impacto positivo en la promoción y el desarrollo del turismo local.

Palma (2021), tuvo como fin analizar exhaustivamente la gestión turística llevada a cabo en el municipio de Santa Rosa. Para ello, se empleó un enfoque descriptivo combinado

con elementos de investigación mixta, adoptando un diseño no experimental de tipo transversal. La muestra, compuesta por 25 individuos vinculados al sector turístico, fue seleccionada mediante un muestreo no probabilístico que garantizó una representación variada de perspectivas dentro del ámbito turístico local. Para recabar datos, se utilizó una metodología diversificada que incluyó la aplicación de una guía de entrevistas a profundidad dirigida a funcionarios municipales, el análisis minucioso de documentos relevantes, la observación directa del sistema turístico en funcionamiento y una encuesta exhaustiva dirigida a los prestadores de servicios turísticos locales. Todas estas herramientas fueron validadas por expertos en el campo para garantizar la fiabilidad y validez de los resultados obtenidos. Los hallazgos revelaron una serie de deficiencias significativas en el ámbito administrativo del sector turístico del municipio. Estas deficiencias abarcan diversas etapas del proceso administrativo, lo que a su vez obstaculiza la eficiencia general de la gestión turística. Como resultado, se evidencia una desconexión entre la gestión municipal y la actividad turística, lo que compromete el potencial de desarrollo turístico de Santa Rosa. En conclusión, el estudio confirmó la existencia de importantes debilidades en la gestión turística local, lo que subraya la necesidad urgente de implementar medidas correctivas. En respuesta a estos hallazgos, el investigador propone la elaboración de un plan integral de mejora de la gestión turística, orientado a promover y potenciar la actividad turística en el distrito de Santa Rosa. Este plan deberá abordar las deficiencias identificadas y establecer estrategias efectivas para fortalecer la coordinación entre las autoridades municipales y los actores turísticos locales, con miras a impulsar un desarrollo turístico sostenible y beneficioso para la comunidad en su conjunto.

Rojas et al. (2022), examinaron detalladamente la interacción entre la gestión municipal y el crecimiento del turismo sostenible en el pintoresco enclave de Cerro Azul durante el año 2020. Empleando un enfoque cuantitativo de naturaleza fundamental, el diseño metodológico adoptado fue no experimental, enfocándose principalmente en un nivel descriptivo-relacional

para analizar las dinámicas involucradas. La muestra seleccionada para este análisis estuvo compuesta por 58 proveedores de servicios turísticos en Cerro Azul, representativos de la diversidad y amplitud del sector en la zona. Para recolectar datos pertinentes, se eligió la herramienta de una encuesta, apoyada por un cuestionario meticulosamente diseñado. Los resultados obtenidos revelaron una conexión estadísticamente significativa y directa entre la gestión municipal y el desarrollo turístico sostenible, corroborando hallazgos previos documentados por otros estudiosos en el campo. En síntesis, el análisis reveló que en el contexto del distrito de Cerro Azul durante el año 2020, existe una relación considerable y sustancial entre estas variables clave, como lo indica un coeficiente de correlación de Spearman (rs) de 0.778, junto con un valor de p notablemente bajo (p=0.000). Estos resultados subrayan la importancia crítica de una gestión municipal efectiva para fomentar un crecimiento turístico sostenible en la región, señalando la necesidad de políticas y acciones específicas orientadas hacia este fin.

Cotrina et al. (2022), exploraron minuciosamente la interrelación entre la gestión municipal y la promoción del turismo en la pintoresca ciudad de Tarapoto. Esta investigación, caracterizada por su enfoque básico y diseño correlativo, se sumergió en el ámbito cuantitativo para desentrañar los vínculos entre estos dos elementos clave para el desarrollo turístico local. La muestra seleccionada para este estudio comprendió a 25 individuos directamente involucrados en la industria turística, quienes aportaron sus percepciones y experiencias a través de una encuesta meticulosamente elaborada. Este cuestionario, compuesto por 15 preguntas hábilmente diseñadas, tenía como objetivo evaluar no solo la gestión municipal en sí misma, sino también la efectividad de las estrategias de promoción turística implementadas en la región. Los resultados obtenidos mediante el método de correlación de Pearson revelaron una conexión directa y sumamente significativa entre la gestión municipal y la promoción turística, con un coeficiente impresionante de 0.870. Este hallazgo sugiere que la eficacia de la

gestión municipal está intrínsecamente ligada al éxito de las iniciativas de promoción turística en Tarapoto. Además, el análisis de los datos reveló que casi la mitad de los encuestados percibían un nivel medio de gestión municipal, mientras que más de la mitad consideraba que la promoción turística aún no había alcanzado su máximo potencial y se encontraba en un estado de desarrollo insuficiente. Estas percepciones ofrecen una visión clara de las áreas que requieren atención y mejora por parte de las autoridades locales y los actores del sector turístico.

Mori et al. (2022), en su estudio "Gestión turística municipal y su relación con el desarrollo local de la provincia de Huallaga", se propuso un objetivo general ambicioso: analizar la interacción entre la gestión turística y el desarrollo local en la provincia del Huallaga, en Perú. Para ello, se adoptó un enfoque descriptivo y correlacional, empleando entrevistas con 35 participantes clave, incluyendo funcionarios municipales, empresarios del sector turístico y miembros de la comunidad. Además, se llevó a cabo una exhaustiva revisión de la literatura pertinente para complementar la información obtenida. Los resultados revelaron una priorización notable de actividades económicas tradicionales, como la silvicultura, la agricultura y el comercio, sobre el turismo en la agenda de gestión municipal. Este hallazgo se vio respaldado por la ausencia de documentos formales de planificación específicos para el desarrollo turístico en la Municipalidad Provincial de Huallaga. Aunque el turismo ocupaba un lugar secundario en la jerarquía de prioridades, su potencial como motor de desarrollo económico y social no se encontraba debidamente reconocido ni aprovechado en la planificación y ejecución de políticas locales. En consecuencia, se concluyó que, si bien las actividades productivas tradicionales son importantes para la economía local, la falta de atención adecuada al turismo podría limitar el crecimiento y la diversificación del desarrollo en la provincia de Huallaga. Se destacó la necesidad urgente de una revisión estratégica en la gestión municipal para integrar el turismo de manera más efectiva en la planificación y

promoción del desarrollo local, reconociendo su potencial para generar empleo, aumentar los ingresos y preservar el patrimonio cultural y natural de la región.

2.1.3 Antecedentes locales

Paz (2018), llevó a cabo una investigación cuyo propósito era examinar la relación entre la gestión turística municipal y la eficacia en la inversión del presupuesto en la municipalidad provincial de La Convención, Cusco. Este estudio adoptó un enfoque descriptivo-correlacional y cuantitativo e incluyó la participación de empleados de la municipalidad provincial y partes interesadas clave en el distrito de Santa Ana, la capital de La Convención. La muestra consistió en un total de 35 participantes. Para recopilar datos, se desarrollaron dos cuestionarios con 17 y 18 ítems, respectivamente, los cuales fueron validados utilizando la técnica de juicio de expertos. Los resultados indicaron una correlación baja entre la gestión turística municipal y la inversión pública, lo que sugiere que la gestión turística no está completamente alineada con la asignación de recursos financieros. Este hallazgo, respaldado por pruebas de hipótesis, sugiere que una gestión más efectiva del turismo municipal podría influir positivamente en la inversión pública destinada al sector turístico, lo que a su vez podría potenciar el desarrollo turístico local.

2.2 Bases legales

- **Ley General De Turismo - LEY Nº 29408**

Se erige como el pilar fundamental para fomentar, incentivar y regular de manera sostenible la actividad turística. Esta legislación posee un alcance que abarca tanto a nivel nacional como regional y local, involucrando a todos los actores relevantes dentro del sector. Asimismo, destaca el reconocimiento de la actividad artesanal como un elemento integral del turismo, lo cual implica que las disposiciones contempladas en esta ley son igualmente aplicables a dicha actividad, en conjunto con las disposiciones legales específicas que la regulan.

Ley Orgánica De Municipalidades - LEY Nº 27972

Proporciona el marco jurídico que regula la estructura y operación de los gobiernos locales en el país. Reconociendo a las municipalidades como unidades fundamentales en la organización territorial del Estado, esta ley les otorga autonomía para administrar los intereses de sus respectivas comunidades. Las municipalidades provinciales y distritales actúan como los entes de gobierno responsables de impulsar el desarrollo a nivel local, contando con la autoridad legal necesaria para cumplir con sus objetivos y deberes.

- **Ley De Promoción Y Desarrollo Del Turismo Comunitario - LEY Nº 31797**

Tiene como objetivo principal establecer las normativas necesarias para promover y regular el turismo comunitario sostenible en el territorio peruano. Esta ley busca fortalecer las capacidades de las comunidades debidamente organizadas para gestionar la actividad turística en sus áreas, con el fin último de mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

2.3 Bases teóricas

2.3.1 Gestión municipal

Teoría de la burocracia de Max Weber

(Weber, 1991, citado por Ramírez, 2022), se adentró en el análisis del capitalismo desde una perspectiva que resaltaba la influencia de valores éticos y religiosos en su desarrollo. Contrario a la visión marxista que enfatizaba las relaciones económicas como motor principal, Weber argumentaba que estas no podían explicar completamente las dinámicas del capitalismo. Para él, la burocracia emergió como la forma más eficiente de organización, especialmente en entornos estatales complejos y en sociedades dinámicas.

El concepto de burocracia, según Weber, no solo se basa en la rigidez y la jerarquía, sino también en la necesidad de precisión, velocidad, claridad, continuidad y discreción. Es una estructura diseñada para minimizar fricciones y costos, garantizando la eficiencia en la consecución de objetivos. En este sentido, la burocracia se erige como el modelo organizativo

por excelencia, capaz de resolver racional y eficientemente los desafíos tanto de la sociedad como de las empresas. Sin embargo, este modelo burocrático de Weber se vuelve objeto de debate cuando se enfrenta a las nuevas realidades de los mercados abiertos y globalizados. En este contexto, las organizaciones ya no pueden considerarse sistemas cerrados, sino que deben adaptarse a entornos dinámicos y prever constantemente cambios y riesgos. La capacidad de anticipación y adaptación se convierte en un activo crucial para la supervivencia y el éxito futuro de las instituciones. Así, las lecciones extraídas de la teoría de Weber resaltan la importancia de la apertura, la adaptabilidad y la anticipación en la gestión organizativa moderna. Las instituciones deben estar preparadas para enfrentar la incertidumbre y responder de manera ágil y eficaz a los cambios del entorno, asegurando su relevancia y sostenibilidad a largo plazo (p. 1).

Toscano y Salazar (2020), subrayan una diferencia crucial entre la gestión y la administración municipal, dos términos que suelen confundirse pero que tienen distinciones esenciales. La administración municipal comprende a todos los funcionarios, servidores, empleados y obreros que laboran en la municipalidad, conformando su personal operativo. Por otro lado, la gestión municipal se refiere a las acciones relacionadas con el gobierno local, en consonancia con la normativa legal y bajo la autoridad ejercida por el concejo municipal y la alcaldía, respectivamente. El concejo municipal, en su calidad de órgano legislativo, está encargado de promulgar normativas locales y supervisar su cumplimiento, mientras que la alcaldía, como órgano ejecutivo, se ocupa de ejecutar estas disposiciones. Todo esto se encuentra dentro del marco establecido por la Ley Orgánica de Municipalidades, que define los roles y responsabilidades de estas entidades. Según el artículo 32 de dicha ley, la acción municipal se manifiesta a través de los servicios públicos locales, los cuales pueden ser gestionados de manera directa o indirecta, siempre y cuando se asegure el interés de los vecinos, la eficiencia, la eficacia del servicio y el adecuado control municipal. En este contexto,

la municipalidad surge como la institución encargada de abordar y satisfacer las necesidades de los ciudadanos, desde su identificación hasta su resolución. La administración municipal, por su parte, busca obtener y asignar recursos de manera óptima, procurando la eficiencia y eficacia en su utilización. Por ende, la gestión municipal no solo es una herramienta para la administración eficiente de los recursos, sino también un garante del cumplimiento de las obligaciones de la municipalidad hacia su jurisdicción y sus habitantes. Esto subraya la importancia de comprender y diferenciar claramente entre gestión y administración municipal en el contexto de la gobernanza local (p. 128).

Gestión municipal

Representa un compromiso colectivo destinado a mejorar las condiciones económicas, sociales, humanas, físicas y culturales de un municipio y su población. Esta labor busca alcanzar la equidad económica, la viabilidad política, la eficiencia administrativa y la sostenibilidad ambiental. En esencia, se trata de un proceso planificado y ejecutado con miras al desarrollo integral de la comunidad local.

Según Ruffner (2025), la gestión municipal implica una planificación cuidadosa y una utilización eficiente de los recursos disponibles, con una visión a largo plazo que promueva el progreso sostenible. Cada acción emprendida debe contribuir al crecimiento económico, fomentar la participación ciudadana activa, garantizar la prestación eficaz de servicios públicos y proteger el entorno natural.

De manera similar, López y Ramírez (2021), destacan que la gestión municipal comprende un conjunto de iniciativas y políticas orientadas a impulsar el desarrollo político, económico, social y ambiental en un marco de inclusión y equidad. Esta perspectiva enfatiza la importancia de implementar programas que promuevan un crecimiento económico justo, reduzcan las desigualdades sociales y preserven el medio ambiente, con el objetivo último de mejorar el bienestar y la calidad de vida de los habitantes.

En un enfoque más operativo, Tito (2024), señala que la gestión municipal abarca un conjunto de acciones coordinadas por las autoridades y organismos locales para alcanzar los objetivos y metas establecidos en los planes y programas de acción. Este proceso requiere una administración dinámica y eficiente de los recursos humanos, materiales y financieros, asegurando la implementación efectiva de las políticas públicas municipales. Además, subrayan que la gestión municipal efectiva demanda no solo la formulación de políticas pertinentes, sino también su ejecución eficiente, supervisión rigurosa y comunicación transparente con la ciudadanía.

En una visión más práctica, Toscano y Salazar (2020), afirman que la gestión municipal abarca una serie de iniciativas llevadas a cabo por las autoridades y organismos locales con el propósito fundamental de alcanzar los objetivos y metas delineados en los planes y programas de acción. Este proceso implica una coordinación dinámica y eficaz de los recursos humanos, materiales y financieros disponibles, con el fin de asegurar la implementación efectiva de las políticas municipales. De este modo, se busca no solo cumplir con las exigencias administrativas, sino también satisfacer las necesidades y expectativas de la comunidad en su conjunto. Para lograr una gestión municipal efectiva, es fundamental que las autoridades locales no solo formulen políticas pertinentes, sino que también las ejecuten de manera eficiente. Esto implica una cuidadosa asignación de recursos, una supervisión rigurosa de los procesos y una comunicación transparente con los ciudadanos. Además, se requiere una capacidad de adaptación y respuesta ágil ante los desafíos y cambios inesperados que puedan surgir en el entorno local. En este sentido, la gestión municipal se convierte en una labor multifacética que va más allá de simples tareas administrativas. Se trata de un proceso dinámico que involucra la identificación y priorización de necesidades locales, la elaboración de estrategias para abordarlas y la evaluación continua de los resultados obtenidos. En última instancia, el éxito de la gestión municipal se mide no solo en términos de eficiencia

administrativa, sino también en la mejora tangible de la calidad de vida de los ciudadanos y el fortalecimiento de la cohesión social en el ámbito local (p. 1).

Importancia de la gestión municipal

La gestión municipal se erige como un pilar fundamental en el entramado gubernamental, siendo el puente vital entre las demandas ciudadanas y las respuestas efectivas del gobierno local. En este sentido, Toscano y Salazar (2020), resaltan su relevancia al destacar que a través de esta actividad se establecen las relaciones entre el gobierno y la comunidad, así como con otras instancias administrativas a nivel nacional y regional. La gestión municipal, por ende, no solo responde a las necesidades inmediatas de los ciudadanos, sino que también fomenta la cohesión social y promueve el desarrollo integral de las localidades. Sin embargo, la complejidad de las demandas actuales exige una evaluación más exhaustiva y multidimensional de la eficiencia de las municipalidades (p. 1).

La gestión municipal se erige como un pilar fundamental dentro del entramado gubernamental, funcionando como el puente vital entre las demandas ciudadanas y las respuestas efectivas del gobierno local. En este sentido, Ríos et al. (2024), destacan que a través de la gestión municipal se establecen relaciones dinámicas entre el gobierno local, la comunidad y otras instancias administrativas nacionales y regionales. Esta gestión no solo atiende las necesidades inmediatas de la población, sino que también fomenta la cohesión social y promueve el desarrollo integral y sostenible de las localidades. La complejidad creciente de las demandas sociales requiere una evaluación multidimensional y rigurosa de la eficiencia y calidad de los servicios municipales (p. 8452).

Por otro lado, la investigación de Ríos et al. (2024), señala que, a pesar de la importancia creciente de la gestión municipal, aún persiste la ausencia de modelos integrales que aborden todas sus dimensiones. Los enfoques existentes, que suelen centrarse en aspectos financieros o administrativos, omiten áreas críticas como el liderazgo, la gestión del talento humano, la

calidad del servicio y la relación con los usuarios. Esta limitación dificulta la evaluación global del desempeño municipal y afecta el desarrollo económico y social a largo plazo de las comunidades. Además, se establece una correlación directa entre la eficiencia en la gestión municipal y el desarrollo regional, aunque esta relación se ve influida también por factores externos como el contexto económico, tecnológico, sociocultural y político (p. 8457).

Elementos

a) **Talento humano**: La gestión del talento humano en el sector público es crucial para el éxito de la gestión municipal. Según García y Palacio (2021), el talento humano debe ser entendido como el conjunto de habilidades, conocimientos y motivaciones que los servidores públicos aportan al funcionamiento eficiente de la entidad. La gestión estratégica del talento implica no solo la administración de recursos humanos, sino también su desarrollo y bienestar, lo que impacta directamente en la calidad de los servicios públicos y la satisfacción ciudadana (p. 3).

Procesos: Según la Norma Técnica para la Gestión por Procesos en las Entidades de la Administración Pública (2025), la gestión por procesos es una forma de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de trabajo de manera transversal y sistémica para generar productos y servicios que satisfagan las necesidades y expectativas de los ciudadanos, contribuyendo así a la creación de valor público.

Este enfoque implica que los procesos sean secuencias ordenadas y coordinadas de actividades que agregan valor público y están alineadas con los objetivos institucionales. La gestión efectiva de los procesos permite identificar y eliminar ineficiencias, optimizar recursos, mejorar la calidad del servicio y promover la transparencia en la entidad pública.

La implementación de la gestión por procesos se basa en varios aspectos clave:

- Enfoque en la generación de valor público: Cada proceso debe contribuir significativamente al bienestar y desarrollo de la comunidad.

- Enfoque sistémico: Reconoce la interconexión entre procesos y la necesidad de coordinación para alcanzar los objetivos institucionales.
- Desarrollo de competencias: Requiere que los servidores públicos adquieran nuevas habilidades para gestionar y mejorar continuamente los procesos.

Además, la gestión por procesos sigue un ciclo continuo que incluye la planificación, implementación, evaluación y mejora de los procesos y productos, fomentando una cultura de mejora constante en las entidades públicas (Presidencia del Consejo de Ministros, 2025).

b) **Presupuesto**: Según el Ministerio de Economía y Finanzas (2023), el presupuesto público es un instrumento de gestión del Estado fundamental para otorgar bienestar a la ciudadanía mediante una asignación eficiente y eficaz de los recursos públicos, acorde con la disponibilidad de fondos. Este instrumento establece una planificación detallada de los costos estimados para la ejecución de proyectos durante un período fiscal determinado, integrando ingresos provenientes de impuestos, tasas, multas y otros recursos. Además, el presupuesto define los límites máximos de gasto para cada entidad pública, conocidos como techo presupuestal, que se ajustan conforme a la disponibilidad financiera y las prioridades del Estado, con el objetivo de mantener el equilibrio fiscal y garantizar una gestión financiera responsable. Así, el presupuesto público no solo permite la prestación equitativa y eficiente de servicios, sino que también asegura la transparencia y rendición de cuentas en el manejo de los recursos públicos (párr. 3).

2.3.2 Teoría de la Promoción Turística

La promoción turística debe proporcionar a los consumidores el conocimiento de los atractivos y de la infraestructura existente diferenciando el destino de la competencia, inspirando confianza y credibilidad además de influir en la elección del destino y en el proceso de compra. Morgan & Pritchard (1999) indican que también se debe difundir determinada información, desarrollar ciertas actitudes y promover acciones que beneficien a la comunidad

receptora. Particularmente en estos últimos años la promoción turística ha comenzado una nueva fase basada principalmente en el internet. Como lo mencionan Gondim et al. (2012), en su estudio sobre la imagen de Brasil, con respecto a la promoción de un destino turístico, es posible mitigar asociaciones negativas del destino y reforzar sus asociaciones positivas mediante la conceptualización de las asociaciones en una imagen atractiva, creando así un destino que es realmente vale la pena visitar. Por medio de la comunicación, mediante la incorporación de estrategias de posicionamiento y segmentación de destino, haciendo hincapié en los aspectos positivos y atractivos de Brasil, y la inversión en las zonas donde hay lagunas, como la infraestructura, la imagen internacional de Brasil puede ser cambiado.

Para hablar de promoción en general, es preciso mencionar el concepto de Comunicación de Marketing Integrado (IMC), el cual se ha establecido en la literatura de marketing como una parte integral de la estrategia de marca. El IMC puede ser considerado para representar algo más que un proceso de comunicación, sino más bien un proceso en el que las comunicaciones de marketing se gestionan de una manera holística para lograr objetivos estratégicos (Kitchen, Brignell, Li, & Jones, 2004) citado por Dinnie et al. (2010). Para reforzar esta definición es pertinente traer a colación lo dicho por Eagle et al. (2007), quien conceptualiza el IMC como la coordinación de las disciplinas de comunicaciones; una forma de organizar el negocio o empresa; una manera de desarrollar y dirigir la estrategia de marca; una manera de entregar los mensajes unificados mediante la coordinación de la promoción, la publicidad y los programas de relaciones públicas.

2.3.3 Promoción de las actividades turísticas

La promoción turística se define como un conjunto de estrategias y tácticas diseñadas para informar, persuadir e influir en los turistas potenciales, con el fin de que seleccionen un destino, producto o servicio específico. Esta función es crucial en el proceso de toma de

decisiones de los viajeros, ya que permite posicionar destinos y generar una imagen atractiva que motive la visita (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2021).

Según el Plan Estratégico Nacional de Turismo (2021)., la promoción turística debe estar alineada con principios de sostenibilidad, diversificación y digitalización, incorporando campañas publicitarias, ferias, ruedas de negocios y marketing digital para alcanzar un mayor alcance y efectividad. La promoción no solo busca atraer turistas, sino también fomentar el desarrollo económico local, la generación de empleo y la conservación del patrimonio cultural y natural (pp. 45-50).

La importancia de la promoción turística

Toscano y Salazar (2020) destacan que el marketing, con sus variables, como la promoción, desempeña un papel fundamental en este escenario. La promoción se convierte en un medio para impulsar los productos o servicios turísticos, transmitiendo información positiva sobre sus cualidades y beneficios. Balsera (2015) enfatiza en la importancia de comunicar de manera efectiva las ventajas que ofrece el producto o servicio al cliente potencial, con el objetivo último de convencerlo de su valor y utilidad. En este sentido, la promoción no solo busca generar interés en el consumidor, sino también influir en su decisión de compra. Se trata de diseñar y ejecutar programas que resalten los aspectos más atractivos del destino turístico o del servicio ofrecido, persuadiendo al cliente de que su elección será gratificante. La promoción turística no solo informa, sino que también persuade y convence, desempeñando un papel crucial en el éxito de cualquier actividad turística. (p. 28)

Técnicas de promoción turística.

Las técnicas de promoción turística constituyen un conjunto de estrategias fundamentales para el éxito en la industria del turismo. Este sector, caracterizado por su dinamismo y competencia, demanda la aplicación de métodos efectivos para destacar entre la oferta y captar la atención de los potenciales visitantes.

Según Quispe y Vargas (2023), las técnicas de promoción turística comprenden un conjunto de estrategias orientadas a captar la atención de potenciales turistas mediante la segmentación del mercado y la personalización de la comunicación. Estas técnicas incluyen herramientas como el email marketing, telemarketing, encuestas, catálogos digitales y actividades como los famtrips (viajes de familiarización), que facilitan una interacción directa con los turistas y permiten evaluar la efectividad de las campañas promocionales. Además, enfatizan la integración de técnicas tradicionales y digitales para adaptarse a las nuevas tendencias del turismo, potenciando así el alcance y la eficacia de la promoción turística

Además, el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025 (2021), enfatiza la importancia de integrar estas técnicas en campañas sostenibles y diversificadas, que incluyan el marketing digital SEO y SEM, ferias virtuales, ruedas de negocios y alianzas estratégicas, para potenciar la promoción turística y responder a las nuevas tendencias y demandas del mercado global.

Herramientas de la promoción turística:

Publicidad: Según kotler et al. (2011) , la publicidad es un medio fundamental que las organizaciones utilizan para comunicar y promover sus productos o servicios turísticos ante el público objetivo. Su propósito principal es persuadir a los potenciales viajeros mediante mensajes cuidadosamente diseñados que transmiten los valores y atractivos del destino. En el contexto turístico, la publicidad abarca una amplia variedad de medios, incluyendo anuncios en medios impresos, radio, televisión, plataformas digitales y redes sociales, adaptándose a las nuevas tendencias tecnológicas para maximizar el alcance y la efectividad de la comunicación.

Por su parte, Ballina (2022), Destaca que la publicidad turística se caracteriza por el uso de medios masivos y la elaboración unilateral del mensaje por parte de las empresas o instituciones, con objetivos claros de informar y persuadir. La naturaleza intangible y diversa de los servicios turísticos exige creatividad y adaptación constante en las estrategias

publicitarias para conectar emocionalmente con los consumidores potenciales y diferenciarse en un mercado competitivo.

Canales de comunicación: Los canales de comunicación en el marketing turístico se dividen principalmente en dos categorías: canales personales y canales impersonales. Los canales personales implican interacciones directas y bidireccionales entre el emisor y el receptor, como las ventas personales, el boca a boca y la atención personalizada, lo que permite adaptar el mensaje a las necesidades específicas del cliente y generar confianza (Lewis, 2022). Por otro lado, los canales impersonales utilizan medios masivos como la televisión, la radio, la prensa y las redes sociales para distribuir mensajes a una audiencia amplia y heterogénea, con el objetivo de alcanzar mayor cobertura y frecuencia, aunque con menor personalización (Mize, 2024).

Herramientas digitales. En el mundo contemporáneo, las herramientas digitales se han convertido en pilares fundamentales para la estrategia de marketing y publicidad. Kotler et al. (2015), identifican varias categorías clave de estas herramientas, entre las que se incluyen los Content Management Systems (CMS), las redes sociales, la edición multimedia, el almacenamiento en la nube y los marcadores sociales. Estas herramientas no solo facilitan la gestión de información, sino que también permiten una comunicación eficaz con el público objetivo. Desde la perspectiva de la publicidad, las herramientas digitales representan un medio poderoso para llegar a audiencias globales, ya que ofrecen la capacidad de presentar información de manera concisa y atractiva, generando así el interés necesario para impulsar las ventas de productos o servicios.

Material informativo. El material informativo constituye un recurso esencial en la promoción turística, ya que proporciona a los potenciales visitantes datos claros, precisos y atractivos sobre destinos, servicios y experiencias. Según Vega y Aragon (2025), el material informativo debe superar la naturaleza intangible del turismo, ofreciendo contenidos que

comuniquen no solo características físicas sino también beneficios emocionales y experiencias vividas, facilitando así la toma de decisiones del turista. Este material puede presentarse en formatos tradicionales como folletos, mapas y guías, así como en formatos digitales interactivos que incluyen videos, aplicaciones móviles y realidad aumentada, adaptándose a las nuevas demandas tecnológicas y de consumo.

2.4 Marco conceptual

- **Talento humano**: Para David Watkins (1998) se refiere a la fuerza laboral o colaboradores que influyen positivamente en el rendimiento y la eficiencia de cualquier empresa u organización (p. 1).
- **Políticas**: Según Fragoso (2012) el concepto de política abarca un conjunto de actividades que se consideran políticas, es decir, acciones humanas relacionadas con los asuntos del Estado, lo que también se conoce como la doctrina o ciencia del Estado (p. 3).
- **Infraestructura**: Según el Banco Interamericano de Desarrollo (2000) comprende todas las estructuras de ingeniería e instalaciones que forman la base para la provisión de servicios necesarios para el desarrollo en ámbitos productivos, políticos, sociales y personales (p. 9).
- **Publicidad**: Kotler et al. (2015), definen la publicidad como la presentación verbal de productos o servicios por parte de una organización, enfatizando su naturaleza persuasiva y la necesidad de estrategias específicas, especialmente en el ámbito de la publicidad turística (p. 1).
- **Relaciones públicas**: De acuerdo con Comunicación y Marketing (2021), se encargan de implementar estrategias de comunicación para alcanzar resultados específicos. Su enfoque radica en utilizar herramientas de investigación y técnicas de comunicación para lograr sus objetivos. En este artículo, exploraremos la función principal de este campo, también conocido como relaciones públicas (p. 1).

- **Promoción de ventas**: Comunicación y Marketing (2021), constituye un elemento clave dentro del ámbito del marketing. Su propósito es generar un aumento en las ventas de un producto o productos en el corto plazo, haciendo uso de incentivos específicos. Estos incentivos se ofrecen de manera ocasional, en momentos determinados y por un período de tiempo definido (p. 1).
- **Municipalidad**: Según Toscano & Salazar (2020), es la entidad estatal con personería jurídica encargada del gobierno de un distrito o provincia, orientada a satisfacer las necesidades de la población y promover el desarrollo local en su ámbito (p. 25).
- **Municipio**: Según Toscano & Salazar (2020), se define como la estructura que engloba a la población, el territorio y la organización local, según los mismos autores (p. 25).
- **Organización municipal**: Para Toscano & Salazar (2020) , es un procedimiento continuo y metódico que tiene como objetivo principal estructurar las funciones y los sistemas dentro de las municipalidades, con el fin de alcanzar una gestión efectiva y puntual. Esto, a su vez, facilita la provisión óptima de servicios a la población. Esta organización responde al desafío del desarrollo local, y su implementación se considera crucial para el adecuado funcionamiento de la entidad (p. 29).
- **Gestión municipal**: Según Toscano & Salazar (2020), abarca todas las actividades destinadas a alcanzar los propósitos, objetivos y metas de las municipalidades. Esta labor recae en los servidores y funcionarios públicos, quienes deben contar con las habilidades necesarias para llevarla a cabo. Para fortalecer y mejorar estas habilidades, se recomienda utilizar el PDC como una herramienta fundamental (p. 30).
- **Desarrollo local**: Según Toscano & Salazar (2020), implica la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades específicos de una comunidad, barrio o ciudad. Estas potencialidades abarcan aspectos tanto económicos como no económicos, como los recursos sociales, culturales, históricos, institucionales y paisajísticos. Todos estos

elementos juegan un papel crucial en el proceso de desarrollo económico a nivel local (p. 31).

- **Desarrollo económico local**: Según Toscano & Salazar (2020), no se limita a ser un reflejo del progreso nacional en una localidad determinada. Lo que verdaderamente define y fortalece este proceso es la participación activa de actores locales en la formulación de estrategias, la toma de decisiones, la implementación de nuevos proyectos y el liderazgo (p. 32).

2.5 Hipótesis

2.5.1 Hipótesis general

La Gestión municipal influye directamente (si) en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022

2.5.2 Hipótesis específicas

- La infraestructura es suficiente para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022
- El talento humano influye significativamente en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022
- Las políticas de la Gestión municipal influyen positivamente en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022

2.6 Variables

2.6.1 Variable Independiente: Gestión municipal

2.6.2 Variable dependiente: promoción de la actividad turística

2.7 Matriz de Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variable	Def. Conceptual	Def. Operacional	Dimensión	Indicadores
Gestión municipal	Según Asensio (2012), abarca una amplia gama de actividades llevadas a cabo por las instituciones locales, con el objetivo de lograr metas establecidas en los planes y programas de trabajo. Este proceso implica la eficaz coordinación de recursos materiales y financieros, junto con la ejecución de acciones interrelacionadas que contribuyan al desarrollo y progreso de la comunidad local. (p. 3)	Para definir operacionalmente a la variable Gestión Municipal, se aplicó como instrumento de medición el cuestionario, formulándose las preguntas tomando en cuenta a las dimensiones: Talento Humano, Políticas e Infraestructura, así como sus indicadores, que se medirán mediante 5 categorías regidas por la escala de Likert: "Muy bueno, bueno, regular, malo y muy malo"	**Talento Humano** Según Asensio (2012) estos individuos son designados por ley o por elección, bajo el nombramiento de una autoridad competente, y tienen la responsabilidad de cumplir con sus funciones de manera obligatoria. Más allá de ser simples empleados, representan el engranaje fundamental que impulsa el funcionamiento de la administración pública local, contribuyendo al desarrollo y bienestar de la comunidad a la que sirven. (p. 2)	• Metas y objetivos • Talento individual • Compromiso • Capacidades • Presupuesto
			Políticas Según Subirats (2009) estas políticas pueden abarcar desde aspectos sociales hasta económicos o medioambientales, y su objetivo principal es orientar las acciones del Estado para alcanzar determinados fines o resolver problemas identificados en la sociedad. (p. 3)	• Normas • Programas • Objetivos
			Infraestructura Según Ruiz y Grande (2016) no solo incluye edificaciones y obras públicas, sino también sistemas de transporte, servicios básicos como agua y electricidad, y cualquier otro elemento necesario para el desarrollo y funcionamiento eficiente de una comunidad. (p. 1)	• Instalaciones físicas • Equipos • Herramientas • Material de comunicación
Promoción de la actividad turística	Castillo y Castaño (2015) indican que su principal propósito radica en proveer a posibles visitantes con la información esencial acerca de los encantos y la infraestructura disponible en una ubicación concreta. Este conocimiento no solo pretende destacar el destino frente a la competencia, sino también generar confianza y credibilidad entre los viajeros. Una promoción efectiva puede incidir de manera significativa en la elección del destino y en el proceso de compra del turista. (p. 25)	Para definir operacionalmente a la variable Promoción de la Actividad Turística, se aplicó como instrumento de medición el cuestionario, formulándose las preguntas tomando en cuenta a las dimensiones: Publicidad, Relaciones Públicas y Promoción de Ventas, así como sus indicadores, que se medirán mediante 5 categorías regidas por la escala de Likert: "Muy bueno, bueno, regular, malo y muy malo"	**Publicidad** Para Monferrer (2013) toda campaña publicitaria debe informar sobre las características de los productos o servicios ofrecidos, persuadir a los consumidores para que realicen una compra y recordarles los beneficios de elegir determinada marca o empresa. (p. 5)	• Comportamiento del consumidor • Campaña publicitaria • Conducta de compra • Redes sociales
			Relaciones Públicas Para Monferrer (2013), estas acciones no se limitan únicamente a promover productos o servicios, sino que también buscan generar confianza, aceptación y apoyo por parte de la comunidad en general. (p. 7)	• Confianza con entidad • Apoyo para la diversificación • Actividades internas y externas
			Promoción de Ventas Mesa (2012), afirma que estas actividades van más allá de la publicidad, las relaciones públicas y la venta personal, y pueden incluir descuentos, promociones, muestras gratuitas o concursos, entre otras estrategias. (p. 15)	• Promociones y descuentos • Desempeño de marketing • Venta personal • Campañas de marketing

Fuente: Elaborado por el tesista en base al soporte teórico

CAPÍTULO III: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL ÁREA DE ESTUDIO

3.1 Aspectos generales

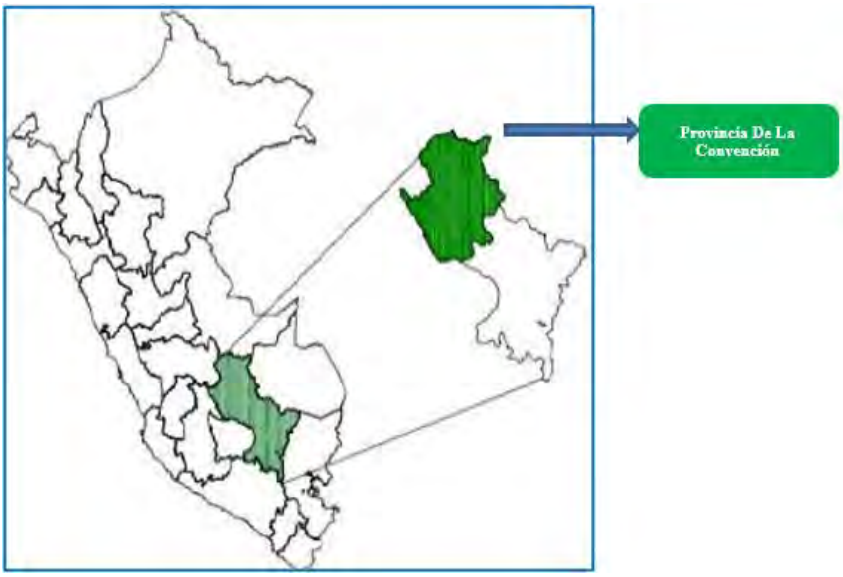
3.1.1 Ubicación geográfica del Distrito de Echarati

Ubicación Geográfica

El distrito de Echarate con su capital de mismo nombre está ubicado físicamente al noreste de la Provincia de La convención en la región de Cusco.

Figura 1

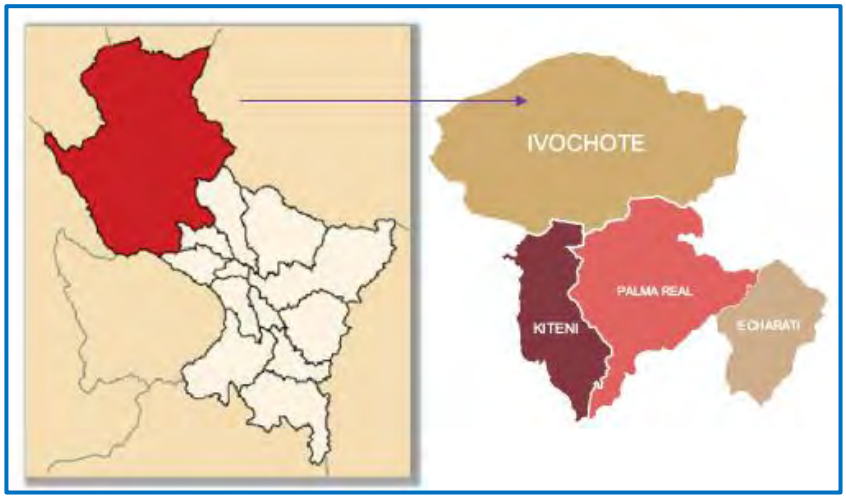
Ubicación de la Provincia de La Convención - Cusco



Nota: Plan de Desarrollo Turístico 2021-2025 Echarate

Figura 2

Ubicación del Distrito de Echarati, La Convención – Cusco



Nota: Plan de Desarrollo Turístico 2021-2025 Echarate

Figura 3

Ubicación de las zonas en el Distrito de Echarati, La Convención - Cusco

Nota: Plan de Desarrollo Turístico 2021-2025 Echarate

Extensión

La superficie territorial del distrito es de 21,372.88 km2, siendo uno de los distritos más grandes del país, tiene los siguientes límites:

- **Por el Norte:** Distrito de Rio Tambo de la Provincia de Satipo de la Región de Junín y Distrito de Sepahua de la Provincia de Atalaya de la Región de Ucayali.
- **Por el Sur:** los Distritos de Ocobamba, Maranura, Santa Ana, Vilcabamba y Kimbiri de La Provincia de la Convención, Región de Cusco.
- **Por el Este:** Distritos de Fitzcarrald y Manu de la Provincia de Manu de la Región de Madre de Dios, y los Distritos de Quellouno y Ocobamba de La Provincia de la Convención, Región de Cusco.
- **Por el Oeste:** Con el Distrito de Kimbiri de La Provincia de la Convención, Región de Cusco, Distrito de Rio Tambo de la Provincia de Satipo de la Región de Junín.

Población

De acuerdo a las cifras oficiales del IX Censo Nacional de la Población y de Vivienda, la población del Distrito de Echarate es de 42.676 habitantes, de las proyectistas realizadas el año 2017, la población del Distrito de Echarate sería de 36,932 habitantes aproximadamente, conforme al detalle de la tabla.

Tabla 2

Distribución poblacional del Distrito de Echarate

Area Geográfica	Población Censada Estimada		
	2000	**2007**	**2017**
Región de Cusco	1,173,757	1,171,403	1,331,758
Provincia de la Convención	173,738	166,833	180,859
Distrito de Echarate	45,028	42,676	36,932

Nota: Instituto Nacional de Estadística e Informática Censo Nacional de Población y Vivienda-Dirección Técnica de Demografía e Indicadores Sociales

Accesibilidad

El disfrute de las experiencias se da por el mayor aprovechamiento de tiempo por parte del visitante, en ese sentido es que el turismo para ser competitivo y lograr el éxito necesita de calidad vial y de conectividad, para el que turista no pase la mayor parte del tiempo en el tránsito hacia el lugar de interés. En ese sentido resulta importante analizar la red vial y condiciones que sumadas a la geo posición de los destinos dentro de nuestro distrito establecen condiciones básicas que aportan al contenido territorial que es otro elemento determinante para poder evaluar un espacio territorial de cara al turismo. En este caso, el Distrito de Echarate tiene un buen desarrollo vial en las zonas urbanas que, si bien es cierto, hay mucho para mejorar y afianzar y mantenerse, cuenta con condiciones pertinentes y actuales para poder facilitar los desplazamientos hacia la oferta turística y el adecuado desarrollo de la actividad turística.

Tabla 3

Tipos de accesos identificados al Distrito de Echarati, La Convención - Cusco

De	A	Tipo	Estado
Quillabamba	Echarate	Asfaltado	Bueno
Echarate	Sectores Aledaños	Trocha carrozable	Regular
Echarate	Zonal Palma Real	Vía afirmada	Regular
Echarate	Zonal Kiteni	Vía afirmada	Regular
Echarate	Zonal Ivochote	Vía afirmada	Regular

Nota: Plan de Desarrollo Turístico 2021-2025 Echarate

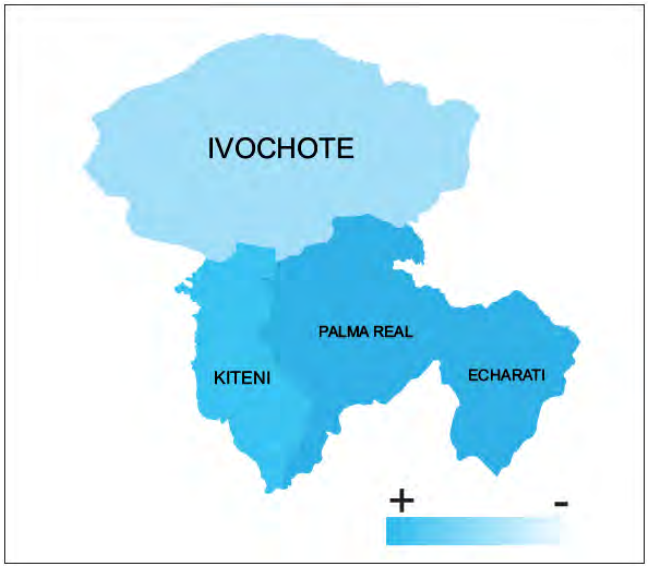
Figura 4

Mapa de Desarrollo Turístico 2021-2025

Nota: Plan de Desarrollo Turístico 2021-2025 Echarate

Figura 5

Calidad Vial para el turismo en el Distrito de Echarati, La Convención - Cusco



Nota: Plan de Desarrollo Turístico 2021-2025 Echarate

3.1.2 Políticas turísticas del Distrito de Echarati, La Convención – Cusco

Las políticas turísticas en Echarati están diseñadas para impulsar el desarrollo sostenible del sector, enfocándose en varios aspectos fundamentales que buscan mejorar la experiencia del visitante y fortalecer la economía local dando a conocer lo siguiente:

- **Mejoramiento y ampliación de servicios turísticos públicos en la ruta eco-turística de las cataratas:** Este componente se centra en la modernización y

expansión de la infraestructura turística a lo largo de la ruta eco-turística de las cataratas. Se contempla la mejora de senderos, la creación de áreas de descanso y la provisión de servicios básicos para los visitantes. Además, se busca enriquecer la oferta turística mediante la inclusión de nuevos atractivos naturales y culturales que diversifiquen la experiencia del turista.

- **Impulso de un mercado turístico sano y competitivo:** Se pretende fomentar un entorno turístico dinámico y competitivo, promoviendo la participación activa de empresas locales y regionales. Esto implica incentivar la innovación y la sostenibilidad en la gestión del turismo, así como diversificar la oferta para atraer a una variedad de visitantes y prolongar la temporada turística.
- **Recuperación del crecimiento de la demanda turística:** Un objetivo clave es revitalizar la demanda turística mediante una promoción efectiva del destino Echarati, tanto a nivel nacional como internacional. También se busca mejorar la accesibilidad y la conectividad de la región, facilitando así el acceso de los turistas.
- **Reducción de cuellos de botella y asimetrías estructurales en la operación del mercado turístico:** Se busca identificar y abordar los obstáculos que afectan la eficiencia y sostenibilidad del turismo en la zona. Esto incluye la mejora de la infraestructura, la capacitación del personal y la coordinación entre los diversos actores del sector turístico.
- **Elevación de la jerarquía administrativa y centralización de la gestión pública del turismo:** Finalmente, se aspira a fortalecer la jerarquía administrativa y centralizar la gestión pública del turismo, mejorando la colaboración entre entidades públicas y privadas. Se establecerán políticas

claras y efectivas que garanticen la sostenibilidad y el desarrollo a largo plazo del turismo en Echarati.

3.1.3 Gestión Pública en el Desarrollo de la Actividad Turística

Echarate y sus condiciones para el turismo

El distrito de Echarati, uno de los dieciocho distritos que conforman la provincia de La Convención, en la región Cusco, destaca no solo por su importancia económica a nivel nacional gracias a la explotación de hidrocarburos en Camisea, sino también por su notable producción agrícola, especialmente de café, cacao y frutas cítricas como naranja, mandarina y limón. Además de su riqueza productiva, Echarati posee un gran potencial turístico. Su territorio ofrece escenarios ideales para el turismo de naturaleza, turismo cultural y de aventura, gracias a la variedad de paisajes y ecosistemas que alberga.

El distrito se organiza políticamente en cuatro zonales, ubicadas en la vertiente oriental de los Andes. Estas se sitúan principalmente dentro de las ecorregiones de la Selva Alta y Selva Baja, lo que genera una notable diversidad geográfica y ecológica. Esta riqueza natural y territorial configura un escenario ideal para el desarrollo de diferentes tipos de actividades turísticas, convirtiendo a Echarati en un destino con características únicas dentro de la región.

Gestión Pública en el Distrito de Echarate

En este apartado se analiza la situación del distrito de Echarati con el objetivo de identificar los principales desafíos que deben enfrentarse para mejorar su realidad actual. En ese sentido, se pone especial atención al pilar de la institucionalidad, que abarca no solo a la gestión pública, sino también al sector privado, considerando la importancia de una adecuada gobernanza y la inversión en aspectos institucionales clave.

Si bien la región Cusco es una de las más destacadas del país en cuanto a la recepción de turistas nacionales e internacionales, por ello concentra una importante

inversión por parte del gobierno regional, esta dinámica no se ha replicado con la misma fuerza en los niveles provinciales y distritales. En el caso de la provincia de La Convención, por ejemplo, los presupuestos asignados y los proyectos desarrollados para impulsar el turismo han sido de baja envergadura, lo que limita el aprovechamiento del potencial turístico de distritos como Echarati. Esta situación evidencia la necesidad de fortalecer la articulación entre los diferentes niveles de gobierno, promoviendo una mayor inversión pública y privada en infraestructura, servicios turísticos y promoción del destino, con el fin de consolidar a Echarati como una alternativa turística competitiva dentro de la región Cusco.

Actualmente, el distrito de Echarati cuenta con un total de siete proyectos de inversión vinculados al sector turismo, los cuales se encuentran en diferentes etapas de desarrollo. Esta cartera de proyectos refleja el interés por impulsar el turismo local y diversificar la economía del distrito. El estado actual de estos proyectos es el siguiente:

- 01 proyecto ha sido concluido satisfactoriamente.
- 02 proyectos cuentan con expediente técnico elaborado, listos para su financiamiento y ejecución.
- 03 proyectos se encuentran en la Oficina de la Unidad Formuladora, a la espera de ser programados y de iniciar la elaboración de sus respectivos expedientes técnicos.
- 01 proyecto se encuentra actualmente en fase de ejecución.

A continuación, se detallan los proyectos mencionados:

Tabla 4

Proyectos de Inversión Pública en el Distrito de Echarati, La Convención - Cusco

ITEM	CUI	NOMBRE DEL PROYECTO	ESTADO DE INVERSION	PRESUPUESTO TOTAL	PRESUPUESTO EJECUTADO	AVANCE FINANCIERO	INFORMACION ADICIONAL
1	2147153	ACONDICIONAMIENTO DE LA OFERTA TURISTICA DE LOS SECTORES DE CALZADA, TORONTOYPATA, ILLAPANI Y CENTRO POBLADO DE ECHARATI	CERRADO	1,498,710.03	1,261,494.76	84.20%	CONCLUIDO EN EL 2015 Y LIQUIDADO EN EL 2017
2	2186695	INSTALACION DE LOS SERVICIOS TURISTICOS DE OBSERVACION INTERPRETACION, ACCESIBILIDAD Y DISFRUTE DEL PAISAJE EN LA MONTAÑA DE URUSAYHUA SECTOR COCHAPAMPA - MILAGRUYOC ZONAL ECHARATI, DISTRITO DE ECHARATE - LA CONVENCION - CUSCO	VIABLE	3,619,517.00			OPMI DE LA MDE DESDE EL 24/10/2013
3	2446039	MEJORAMIENTO DE LA PRESTACION DE LOS SERVICIOS TURISTICOS DE LA OFICINA DE TURISMO Y PROMOCIÓN EMPRESARIAL DE LA GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO DISTRITO DE ECHARATE - PROVINCIA DE LA CONVENCION - DEPARTAMENTO DE CUSCO	VIABLE	710,488.35			UNIDAD FORMULADORA DE MDE DESDE 02/05/2019
4	2446490	MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS EN LA CATARATA DE ILLAPANI DEL DISTRITO DE ECHARATE - PROVINCIA DE LA CONVENCION - DEPARTAMENTO DE CUSCO	EN EJECUCION	7,544,699.89	2,358,850.49	31.30%	SALDO POR EJECUTAR 5185849.4
5	2508884	MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS EN LA RUTA CCPP. DE IVOCHOTE - PONGO DE MAENIQUE, DISTRITO DE ECHARATE - PROVINCIA DE LA CONVENCION - DEPARTAMENTO DE CUSCO	ACTIVO	4,823,442.59	137,716.46	2.90%	CON EXPEDIENTE TECNICO ELABORADO
6	238520	MEJORAMIENTO DE LA PRESTACION DE SERVICIOS TURISTICOS DEL AREA DE TURISMO DE LA GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ECHARATE, DISTRITO DE ECHARATE - LA CONVENCION - CUSCO	VIABLE	2,598,411.00			UNIDAD FORMULADORA DE ECHARATE
7	2531166	MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PÚBLICOS EN LA CATARATA DE KUYCHIPUNKU EN EL SECTOR DE HUAYNAPATA, ZONAL DE ECHARATE DISTRITO DE ECHARATE - PROVINCIA DE LA CONVENCION - DEPARTAMENTO DE CUSCO	ACTIVO	1,328,177.58	114,224.12	8.60%	CON EXPEDIENTE TECNICO ELABORADO

Nota: Ministerio de Economía y Finanzas, sistema de seguimiento de inversiones (SSI).

Análisis Situacional del Proyecto en ejecución

NOMBRE DEL PROYECTO: MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS EN LA CATARATA DE ILLAPANI DEL DISTRITO DE ECHARATE - PROVINCIA DE LA CONVENCION - DEPARTAMENTO DE CUSCO.

El proyecto se viene ejecutando desde el 2019

El proyecto integra 03 componentes:

Componente 1: (infraestructura) implementar con espacios de infraestructura.

- 01 boletería (con SS.HH.)
- 03 puentes (peatonales)
- 01 estacionamiento
- 07 miradores/descansos

Asimismo, el mejoramiento integral de las rutas de acceso al atractivo natural (incluye tratamiento paisajístico y reforestación) y la implementación de señalética turística en la integridad del recorrido.

Figura 6

Boletería en proceso de construcción

En la figura podemos observar los trabajos que se viene realizando como es la construcción de una boletería, con centro de información, asimismo con servicios higiénicos.

Figura 7

Avance de construcción de la boletería, con zona de estacionamiento.

En la figura se observa a las autoridades realizando visita de supervisión, para ver los avances en la construcción de la boletería y el estacionamiento para vehículos menores y mayores.

Figura 8

C*onstrucción de los puentes peatonales, en la ruta a las cataratas de Illapani.*

En la figura 8, se muestra la infraestructura del primer puente peatonal construido en la ruta hacia la catarata de Illapani. Mientras que en la figura 9 se muestra el estado actual de los otros dos puentes, los cuales están en evaluación para su próxima construcción.

Figura 9

Situación actual del sendero y los accesos hacia la catarata de Illapani.

En la figura 9, podemos observar la situación actual de los senderos hacia el recurso turístico, lo cuales se encuentran en un estado bueno, aunque todavía falta concluir con los trabajos en algunos tramos.

Figura 10

Avance de construcción de las zonas de descanso y miradores.

En cuanto a zonas de descanso y miradores en la figura 10, podemos observar que falta concluir los trabajos, asimismo falta la implementación de tachos de basuras para acumulación de residuos, se puede observar desechos esparcidos en el suelo frente al recurso turístico lo cual da un mal aspecto a los visitantes

Componente 2: (turismo) Mejorar las condiciones actuales del recurso turístico, brindando conocimientos de calidad turística de los prestadores de servicios y conocimientos de la biodiversidad natural y agrícola en el ámbito del recurso turístico, por lo que se contará con un diagnóstico de la biodiversidad de flora, fauna y parcelas agrarias del recorrido, los prestadores de servicio turísticos del C.P. de Illapani y C.P. de Palma Real, para que estén debidamente capacitados y fortalecidos.

Figura 11
Cursos de capacitación a los prestadores de servicios.

En el componente 02, como se observa en la figura se viene brindando capacitaciones por parte de los trabajadores (promotor social) del proyecto en calidad turistica a los prestadores de servicios, esto con la finalidad de que los beneficiarios tengan conocimientos

basicos en cuanto a la prestacion de servicios y briden una mejor calidad de estos a los turistas que visitan las cataratas de Illapani. Las capacitaciones se viene realizando a los beneficiarios del Centro Poblado de Palma Real y a los beneficiarios del Centro Poblado de Illapani, asi mismo en sectores aledaños involucrados en la actividad turistica.

Figura 12

Capacitaciones en biodiversidad natural y agrícola.

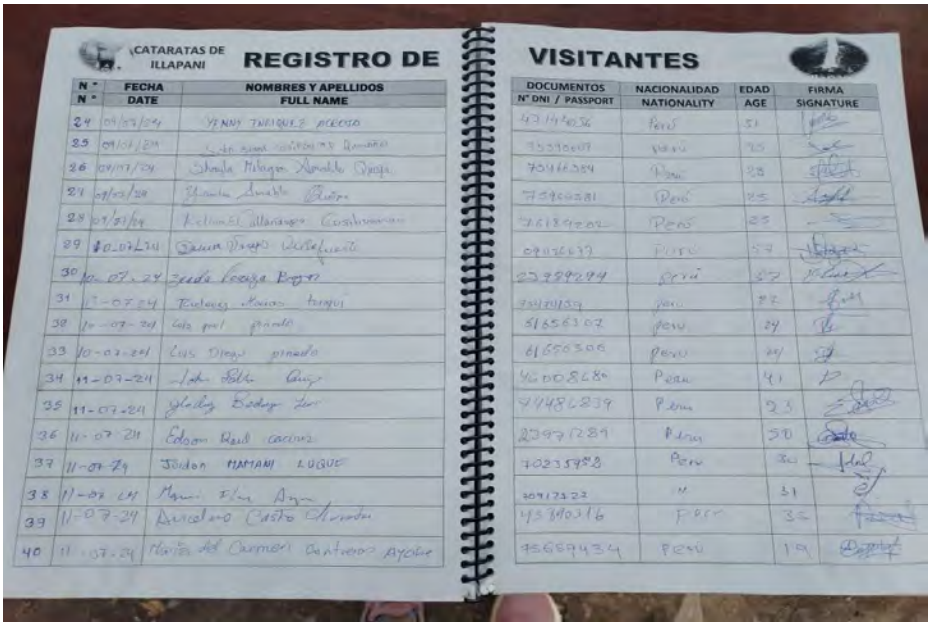
Asimismo, como se observa en la figura 12, se viene desarrollando talleres de capacitación en la conservación de la biodiversidad natural y agrícola en las zonas aledañas a los senderos que conducen a la catarata ya que es fundamental para mantener un entorno armonioso y visualmente atractivo. Ya que estos espacios no solo cumplen una función ecológica, sino que también embellecen el paisaje, promoviendo un turismo responsable y sostenible. Mantener la flora nativa y una agricultura bien cuidada no solo favorece al medio ambiente, sino que también ofrece a los visitantes una experiencia única en contacto con la naturaleza, reforzando el valor del lugar como destino turístico.

Componente 3: (turismo) Mejorar la administración y gestión del recurso turístico, proponiendo incrementar la cultura turística de la población en relación a la Catarata Illapani, incrementar el marketing turístico con las herramientas necesarias para la promoción y mejorar

la gestión en el manejo y cuidado de la catarata; se conformará la junta administradora de Turismo cataratas de Illapani.

Figura 13

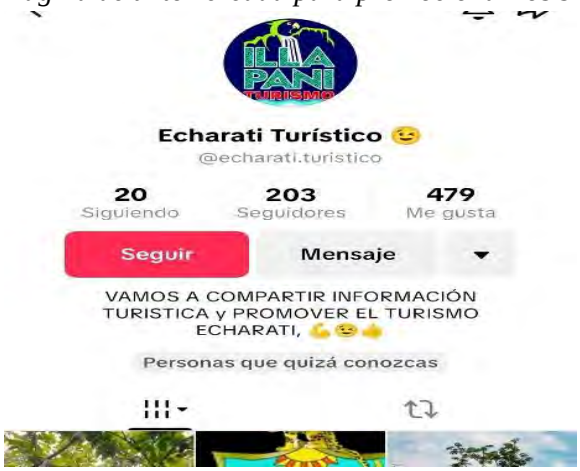
Registro de visitantes a las cataratas de Illapani



Con la finalidad de mejorar la administración turística en la Catarata de Illapani, se implementó un cuaderno de registro de visitantes, el cual permite llevar un control ordenado de la afluencia turística. Esta herramienta facilita la recopilación de datos importantes para la toma de decisiones, la planificación de futuras actividades y la mejora de los servicios turísticos. Además, promueve una gestión más eficiente y responsable del recurso natural, alineada con los objetivos de conservación y desarrollo sostenible del área.

Figura 14

Página de tiktok creada para promocionar los sitios turísticos del Distrito de Echarati.



Promoción de la Actividad Turística

Desde el año 2019, la Municipalidad Distrital de Echarati, a través de la Gerencia de Desarrollo Económico y el Proyecto de Desarrollo Turístico, viene impulsando de manera sostenida la promoción del turismo como una herramienta estratégica para la diversificación económica del distrito. Esta iniciativa cobró mayor relevancia y dinamismo tras la crisis sanitaria global del año 2020, provocada por la pandemia del COVID-19, lo que motivó la necesidad de reactivar la economía local mediante alternativas sostenibles como el turismo responsable.

Uno de los principales objetivos de este impulso turístico ha sido fomentar la valorización y puesta en valor de los recursos naturales y culturales del distrito, promoviendo circuitos turísticos accesibles y sostenibles. Para ello, se han organizado visitas guiadas gratuitas dirigidas tanto a la población local como a visitantes regionales, con el fin de difundir los principales atractivos turísticos con los que cuenta el distrito de Echarati. Entre estos destacan lugares de gran belleza escénica y potencial turística como: Siete Tinajas, el Cañón de Torontoy, el Mirador Cóndor Sencca, el Pongo de Mainique, y las cataratas de Ichiquiato, entre otros.

Estos espacios naturales son ideales para el desarrollo de diversas modalidades de turismo, tales como el turismo vivencial, que permite la interacción directa con las costumbres y estilos de vida de las comunidades; el turismo de aventura, por las características geográficas del territorio; y el agroturismo, gracias a la rica producción agrícola de la zona y al entorno rural privilegiado.

En este contexto, también se ha promovido la articulación del turismo con la agroindustria local, potenciando la venta de productos derivados del café, el cacao, frutas cítricas y otros cultivos emblemáticos del distrito. Se han incorporado al circuito turístico diversas fincas agro productivas como el Fundo Choco Finca y la Finca Mayungari, entre otros

emprendimientos locales. Estas fincas no solo representan una alternativa de ingreso para los agricultores, sino que también ofrecen experiencias turísticas auténticas, al permitir al visitante conocer el proceso de producción agrícola, participar en actividades del campo y disfrutar de la hospitalidad local.

En la actualidad, la Municipalidad Distrital de Echarati continúa fortaleciendo su apuesta por el desarrollo turístico sostenible mediante la ejecución del proyecto “Mejoramiento de los servicios turísticos en la catarata de Illapani del distrito de Echarati - Provincia de La Convención - Departamento de Cusco”. Dentro de este proyecto, destaca el Componente 03, orientado estratégicamente a la promoción turística integral del destino.

Este componente no solo tiene como meta consolidar la catarata de Illapani como un atractivo emblemático del distrito, sino también articular e integrar otros recursos turísticos de alto potencial que han sido debidamente registrados en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos del MINCETUR (2021). Esta estrategia permite aprovechar de forma planificada y sostenible la diversidad de paisajes, ecosistemas, culturas y experiencias que ofrece Echarati.

El objetivo es establecer una oferta turística integral y diversificada que conecte diversos puntos de interés del distrito, generando circuitos turísticos temáticos y sostenibles. De esta manera, se busca convertir al distrito de Echarati en un destino emergente dentro del mapa turístico regional, promoviendo el desarrollo económico local, la identidad cultural, la conservación del entorno natural y el fortalecimiento de capacidades en las comunidades.

A continuación, se presenta la tabla con todos los recursos turísticos del distrito de Echarati inventariados por el MINCETUR en el año 2021, los cuales suman un total de 32 recursos debidamente registrados. Estos recursos representan un valioso potencial para el desarrollo de productos turísticos diversificados, y su inclusión estratégica en las acciones de promoción permitirá fortalecer la oferta turística del distrito. Asimismo, su adecuada gestión y

articulación contribuirán a posicionar a Echarati como un destino emergente, atractivo tanto para el turismo interno como para el turismo receptivo.

Presupuesto

Durante el año fiscal 2022, el proyecto contó con una asignación presupuestal total de S/ 1,117,093.00, de la cual se logró ejecutar el 91 %, equivalente a S/ 1,017,587.80. La ejecución del proyecto se inició en el mes de julio y culminó en diciembre del mismo año, abarcando un periodo de seis meses de implementación activa.

La distribución mensual del gasto ejecutado fue la siguiente:

- **Julio:** S/ 29,288.61
- **Agosto:** S/ 70,512.15
- **Septiembre:** S/ 134,279.22
- **Octubre:** S/ 198,183.15
- **Noviembre:** S/ 235,501.78
- **Diciembre:** S/ 349,822.89

Se destaca que el mayor porcentaje del presupuesto (80 %) fue destinado al **Componente 01**, enfocado en la ejecución de obras de infraestructura turística. Este componente comprendió principalmente la construcción y mejora de accesos, señalización, y acondicionamiento de espacios en torno al recurso turístico de las cataratas de Illapani.

Por otro lado, el (10 %) del presupuesto se orientó al **Componente 02**, destinado a la capacitación de los beneficiarios del proyecto. Estas capacitaciones incluyeron talleres orientados al fortalecimiento de capacidades en atención al turista, gestión de servicios, y sostenibilidad de emprendimientos locales.

Finalmente, el **Componente 03** recibió el (10 %) restante, dirigido a actividades de promoción turística. En este marco, se elaboraron videos promocionales y entrevistas a beneficiarios con fincas ubicadas en las inmediaciones de las cataratas de Illapani. Dicho material fue difundido mediante las plataformas digitales de la Municipalidad Distrital de Echarati, incluyendo su página oficial de Facebook y la cuenta de TikTok denominada “Echarati Turístico”, con el objetivo de atraer visitantes y posicionar al distrito como un destino emergente.

Tabla 5

Recursos Turísticos inventariados, según el MINCETUR - 2021

N°	NOBRE DEL RECURSO	CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	ZONAL
1	Siete Tinajas	SITIOS NATURALES	Caídas de agua	Cataratas	ECHARATI
2	Cañon De Torontoy	SITIOS NATURALES	Cañones	Cañones	ECHARATI
3	Cascadas De Torontoy	SITIOS NATURALES	Caídas de agua	Cataratas	ECHARATI
4	Mirador De Siete Vueltas	SITIOS NATURALES	Zonas paisajísticas	Miradores naturales	ECHARATI
5	Zoológico Pampa Concepción	REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS Y ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS	Centros Científicos y Técnicos	Zoológicos	ECHARATI
6	Montaña Urusayhua	SITIOS NATURALES	Montañas	Cerros	ECHARATI
8	Petroglifo Perla Chaco	MANIFESTACIONES CULTURALES	Sitios Arqueológicos	Petroglifos (Grabados en piedra)	ECHARATI
9	Capilla De Limonpampa	MANIFESTACIONES CULTURALES	Arquitectura y Espacios Urbanos	Capilla	ECHARATI
10	Mirador De Condor Sencca	MANIFESTACIONES CULTURALES	Arquitectura y Espacios Urbanos	Miradores	ECHARATI
11	Fundo Miraflores	REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS Y ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS	Explotaciones Agropecuarias y Pesqueras	Agricultura	ECHARATI
12	Catarata San Lorenzo	SITIOS NATURALES	Caídas de agua	Cataratas	ECHARATI
13	Cataratas K'Uychi Punku	SITIOS NATURALES	Caídas de agua	Cataratas	ECHARATI
14	Petroglifos De Gallo Rumiyoq	MANIFESTACIONES CULTURALES	Sitios Arqueológicos	Petroglifos (Grabados en piedra)	ECHARATI
16	Cataratas De Illapani	SITIOS NATURALES	Caídas de agua	Cataratas	PALMA REAL
17	Collpa De Loros De Chauares	SITIOS NATURALES	Otros		PALMA REAL
18	Mirador San Antonio	SITIOS NATURALES	Zonas paisajísticas	Miradores naturales	PALMA REAL
19	Montaña San Francisco	SITIOS NATURALES	Montañas	Otros	PALMA REAL
20	Fundo Choco Finca	REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS Y ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS	Explotaciones Agropecuarias y Pesqueras	Agricultura	PALMA REAL
21	Comunidad Nativa De Koribeni	MANIFESTACIONES CULTURALES	Pueblos	Tradicionales	PALMA REAL
22	Museo Amazónico Jose Pió Aza De Koribeni	MANIFESTACIONES CULTURALES	Museos y otros	Museos	PALMA REAL
23	Catarata Macoshoato	SITIOS NATURALES	Caídas de agua	Cataratas	PALMA REAL
27	Cataratas De Alto Duchicela	SITIOS NATURALES	Caídas de agua	Cataratas	KITENI
32	Pongo De Mainique	SITIOS NATURALES	Pongos	Pongos	IVOCHOTE

Nota: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, MINCETUR 2021

CAPITULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Enfoque de investigación

El estudio fue considerado mediante un enfoque denominado cuantitativo.

El enfoque delineado por Creswell (2014), es reconocido como una metodología de investigación que se fundamenta en la recopilación y examen de datos numéricos y estadísticos con el propósito de describir, explicar o anticipar fenómenos. Se distingue por el empleo de herramientas de medición estandarizadas, tales como cuestionarios o escalas de evaluación, y la aplicación de técnicas estadísticas para el análisis de los datos. (p. 24)

4.2 Tipo de investigación

De acuerdo con Hernández et al. (2014, pág. 14), la investigación básica es, en esencia, como cualquier tipo de investigación, sólo que más rigurosa, organizada y se lleva a cabo cuidadosamente, es sistemática, empírica y crítica. Que sea sistemática implica que hay una disciplina para realizar la investigación científica y que no se dejan los hechos a la casualidad. Que sea empírica denota que se recolectan y analizan datos. Que sea crítica quiere decir que se evalúa y mejora de manera constante. Puede ser más o menos controlada, más o menos flexible o abierta, más o menos estructurada, pero nunca caótica y sin método. Tal clase de investigación cumple dos propósitos fundamentales: a) producir conocimiento y teorías (investigación básica)

4.3 Nivel de investigación

Este estudio se llevó a cabo utilizando los siguientes alcances:

Descriptiva.

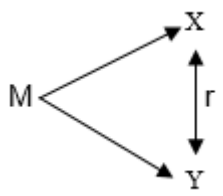
Para Hernández et al. (2014), implica detallar las propiedades, rasgos y perfiles de individuos, colectivos, comunidades, procesos, objetos u otros fenómenos sujetos a investigación. Su principal meta consiste en recolectar o medir información de forma

independiente o combinada sobre los conceptos o variables que se están examinando, sin necesariamente indagar en sus interrelaciones. (p. 92)

4.4 Alcance de investigación

Además, este estudio se realizó utilizando el alcance de investigación **correlacional**.

Según Valderrama (2013), examina la relación entre variables y procede a cuantificar y estudiar estas relaciones. Este análisis se encuadra en el enfoque cuantitativo, que se define por recopilar datos para abordar problemas específicos. Las variables se miden dentro de un marco contextual definido y se analizan utilizando técnicas estadísticas. Esto facilita la obtención de conclusiones sólidas acerca de la validez de las hipótesis. (p. 11)



Fuente: elaboración propia

Donde:

M = Es la muestra, constituida por los trabajadores

x= Es la variable Gestión municipal

y= Es la variable Promoción de la actividad turística

r= La relación entre las variables

4.5 Diseño de investigación

En esta investigación, se emplea un diseño **no experimental.**

Como señala Hernández et al. (2014), este enfoque implica no manipular conscientemente variables, lo que significa que no se realizan cambios deliberados en las variables independientes para examinar su influencia en otras variables. En lugar de eso, en la investigación no experimental, se observan los fenómenos en su entorno natural para su posterior análisis. (p. 152)

4.6 Ámbito de estudio

El distrito de Echarate con su capital de mismo nombre está ubicado físicamente al noreste de la Provincia de La convención en la región de Cusco.

La superficie territorial del distrito es de 21,372.88 km2, siendo uno de los distritos más grandes del país, tiene los siguientes límites,

Por el Norte: Distrito de Rio Tambo de la Provincia de Satipo de la Región de Junín y Distrito de Sepahua de la Provincia de Atalaya de la Región de Ucayali.

Por el Sur: los Distritos de Ocobamba, Maranura, Santa Ana, Vilcabamba y Kimbiri de La Provincia de la Convención, Región de Cusco.

Por el Este: Distritos de Fitzcarrald y Manu de la Provincia de Manu de la Región de Madre de Dios, y los Distritos de Quellouno y Ocobamba de La Provincia de la Convención, Región de Cusco.

Por el Oeste: Con el Distrito de Kimbiri de La Provincia de la Convención, Región de Cusco, Distrito de Rio Tambo de la Provincia de Satipo de la Región de Junín.

4.7 Población y muestra

De acuerdo con Hernández et al. (2014), se entiende como la totalidad de situaciones que satisfacen ciertas condiciones particulares. (p. 152)

De acuerdo con Hernández et al. (2014), la población se define como la totalidad de situaciones que satisfacen ciertas condiciones particulares (p. 152). Para el presente estudio, la población considerada es finita y contable, compuesta por un total de 125 participantes. Esta cifra incluye a los 13 trabajadores de la municipalidad distrital de Echarati, así como a los actores clave de la actividad turística, que se desglosan en 42 hospedajes y 70 servicios de alimentos y bebidas, la segunda población fueron los turistas que visitan el distrito de Echarati, teniendo un total de 384 para el mes con mayor presencia de turistas, dicha cifra se extrajo del Plan de Desarrollo Turístico Local de La Convencion. Por lo tanto, la muestra abarca a todos

los individuos que forman parte de esta población, garantizando así una representación completa y adecuada para el análisis de la influencia de la gestión municipal en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati.

De acuerdo con Hernández et al. (2014), se entiende como un conjunto específico dentro de la población de estudio del cual se recopilarán datos. Es necesario definirlo con claridad y precisión antes de proceder, asegurándose de que sea representativo de toda la población en consideración. (p. 173)

Para el presente estudio la muestra fue censal en función a los 384 turistas y para la segunda población a considerase fueron los 13 trabajadores de la municipalidad distrital de Echarati y los actores clave de la actividad turística que son los hospedajes (42), servicios de alimentos y bebidas (70), de acuerdo con la totalidad se determina que la muestra de estudio fueron 125 participantes, que está distribuido de la siguiente manera:

Tabla 6
Distribución poblacional

Trabajadores de la municipalidad	Hospedajes	Servicios de alimentos y bebidas	TOTAL
13	42	70	**125**

4.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.8.1 Técnicas

Se usó la **Encuesta.**

Esta metodología es vista por varios autores como un diseño o método. Según Hernández et al. (2013), en este contexto, las encuestas se clasificaron como investigaciones no experimentales transversales o transeccionales descriptivas o correlacionales-causales, ya que a veces comparten los propósitos de uno u otro diseño, o incluso de ambos. Por lo general, estas encuestas se llevan a cabo mediante cuestionarios aplicados en diversos contextos. (p. 159)

4.8.2 Instrumentos

Se aplicó un **Cuestionario**.

Para Hernández et al. (2013), se compone de una serie de preguntas que abordan una o más variables a investigar. Debe estar en consonancia con la formulación del problema y las hipótesis establecidas. (p. 217)

4.9 Confiabilidad y validez de instrumentos

Validez: En este estudio, se empleó el método del juicio de expertos. Este procedimiento implica la presentación formal de los instrumentos utilizados en la investigación ante un grupo de especialistas completamente versados en el tema de estudio. Estos expertos, que poseen un nivel de maestría en el área, son capaces de proporcionar una evaluación y crítica fundamentadas sobre la idoneidad del instrumento diseñado.

Confiabilidad: según Briones (2012), se refiere al grado de certeza con el que se pueden aceptar los resultados obtenidos por un examinador, en función de los métodos empleados durante la investigación. (p. 15)

4.10 Análisis e interpretación de datos

Para Hernández et al. (2013), se utilizó el enfoque descriptivo para analizar los datos. Una distribución de frecuencias implica un conjunto de puntuaciones asociadas con una variable, ordenadas en categorías correspondientes y típicamente presentadas en forma tabular. Estas distribuciones pueden ser enriquecidas con porcentajes de casos por cada categoría, porcentajes válidos (excluyendo valores perdidos) y porcentajes acumulativos (representando el total acumulado en cada categoría, desde la más baja hasta la más alta). (p. 282)

CAPITULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

5.1.1 Presentación del instrumento

Para describir la Gestión municipal y la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, se encuesto a los 13 trabajadores de la municipalidad distrital de Echarati y los actores clave de la actividad turística que son los hospedajes (42), servicios de alimentos y bebidas (70), de acuerdo con la totalidad se determina que la población fueron 125 participantes, en el que se considera 23 ítems distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 7

Distribución de ítems

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Escala
Gestión municipal	Talento Humano	Metas y objetivos	1	1: Muy bueno 2: Bueno 3: Regular 4: Malo 5: Muy malo
		Talento individual	2	
		Compromiso	3	
		Capacidades	4	
		Presupuesto	5	
	Políticas	Normas	6	
		Programas	7	
		Objetivos	8	
	Infraestructura	Instalaciones físicas	9	
		Equipos	10	
		Herramientas	11	
		Material de comunicación	12	
Promoción de la actividad turística	Publicidad	Comportamiento del consumidor	13	
		Campaña publicitaria	14	
		Conducta de compra	15	
		Redes sociales	16	
	Relaciones Públicas	Confianza con entidad	17	
		Apoyo para la diversificación	18	
		Actividades internas y externas	19	
	Promoción de Ventas	Promociones y descuentos	20	
		Desempeño de marketing	21	
		Venta personal	22	
		Campañas de marketing	23	

5.1.2 Fiabilidad del instrumento aplicado

La evaluación de la fiabilidad aplicada en la descripción de competencias laborales fue llevada a cabo mediante el índice de consistencia interna de Alfa de Cronbach, una técnica estadística reconocida por su capacidad para medir la coherencia y estabilidad de un cuestionario. Este método es fundamental para determinar si las mediciones realizadas son consistentes y confiables.

Un coeficiente de Alfa de Cronbach igual o superior a 0.8 se considera un indicador sólido de fiabilidad. En este caso, reflejaría que el instrumento utilizado produce mediciones estables y coherentes, lo que significa que los resultados pueden ser confiables y válidos para su uso en la evaluación de competencias laborales.

Por otro lado, un coeficiente de Alfa de Cronbach inferior a 0.8 indica una posible falta de fiabilidad en el instrumento. Esto sugiere que las mediciones pueden ser menos consistentes y sujetas a variaciones, lo que compromete la confianza en los resultados obtenidos.

El cálculo del coeficiente de Alfa de Cronbach se realizó mediante el software estadístico SPSS, que es ampliamente reconocido por su precisión en análisis de datos. Los resultados de este análisis proporcionarán una comprensión clara de la fiabilidad del instrumento utilizado en la evaluación de competencias laborales, lo que permitirá tomar decisiones informadas basadas en datos sólidos.

Los resultados obtenidos se presentan a continuación:

Tabla 8

Estadísticas de fiabilidad

	Alfa de Cronbach	**N de elementos**
Gestión Municipal	0.802	12
Promoción de la actividad turística	0.874	11

El coeficiente Alfa de Cronbach, que mide la fiabilidad interna de un conjunto de ítems o variables, ha arrojado valores significativos de 0.802 y 0.874 para las

evaluaciones respectivas. Estos resultados robustos sugieren que los instrumentos empleados en la recopilación de datos poseen un alto grado de confiabilidad y consistencia. Esta consistencia proporciona una base sólida para la validez de los datos obtenidos, fortaleciendo así la credibilidad de los hallazgos derivados del estudio.

5.2 Análisis descriptivo de los resultados

a) Cuestionario dirigido a trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati

Tabla 9

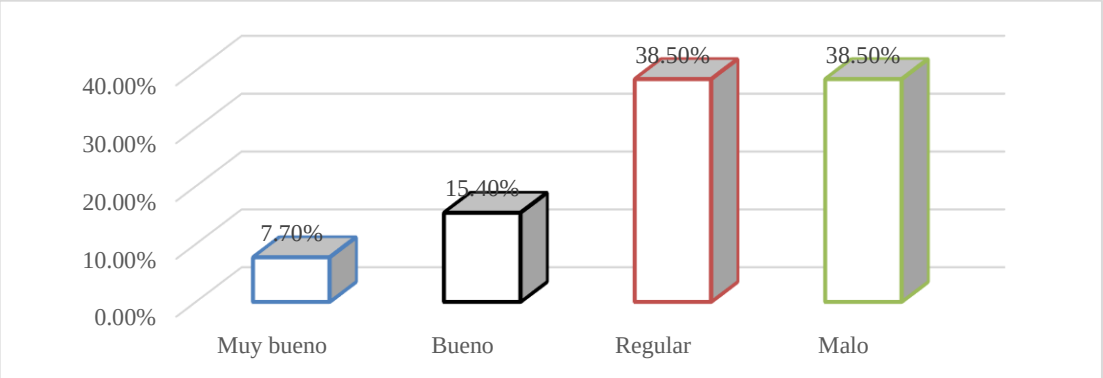
Resultados estadísticos de la variable Gestión Municipal por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bueno	1	7,7	7,7	7,7
	Bueno	2	15,4	15,4	23,1
	Regular	5	38,5	38,5	61,5
	Malo	5	38,5	38,5	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 15

Resultados estadísticos de la variable Gestión Municipal por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

De la tabla y figura se observa que, en cuanto a la gestión municipal, los trabajadores de la municipalidad calificaron esta como regular en un 38,50%; igualmente el número de personas que indicaron que es malo es del 38,50%; por otro

lado, el 15,40% de los encuestados consideran que es bueno, y otro 7,70% que es muy bueno.

La gestión municipal obtuvo estas respuestas a razón de la consideración de los trabajadores, de que actualmente la municipalidad no cuenta con un plan de desarrollo en promoción turística, consideran también que el presupuesto asignado por parte del estado para proyectos sobre turismo es insuficiente, así mismo manifiestan que las tecnología e información no es buena, y una parte del personal del área no está capacitado para realizar las tareas que le corresponden.

Tabla 10

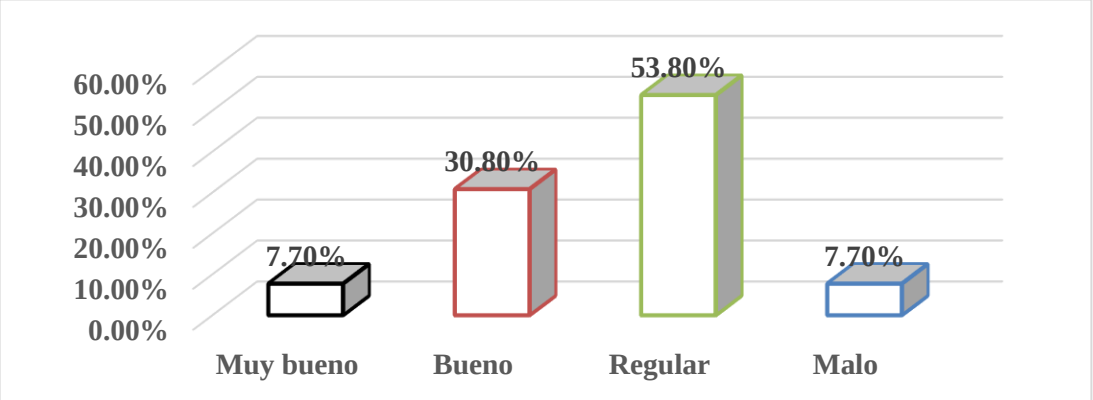
Resultados estadísticos de la dimensión Talento Humano por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bueno	1	7,7	7,7	7,7
	Bueno	4	30,8	30,8	38,5
	Regular	7	53,8	53,8	92,3
	Malo	1	7,7	7,7	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 16

Resultados estadísticos de la Gestión Municipal por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

De la tabla y figura se expone que respecto al talento humano los trabajadores puntuaron este apartado principalmente como regular en un numero de 53,80%, a

continuación aquellos que consideran que es bueno está representado por un 30,80%; mientras que el 7,70% de los encuestados refirieron que es malo y en igual número de personas consideraron que es muy bueno.

Las puntuaciones encontradas más elevadas son la calificación regular y buena, indicando que los trabajadores consideran que las labores que realizan son las indicadas, que desarrollan actividades en beneficio de la actividad turística, y que poseen las habilidades y capacidades necesarias para asumir los cargos que ocupan.

Tabla 11

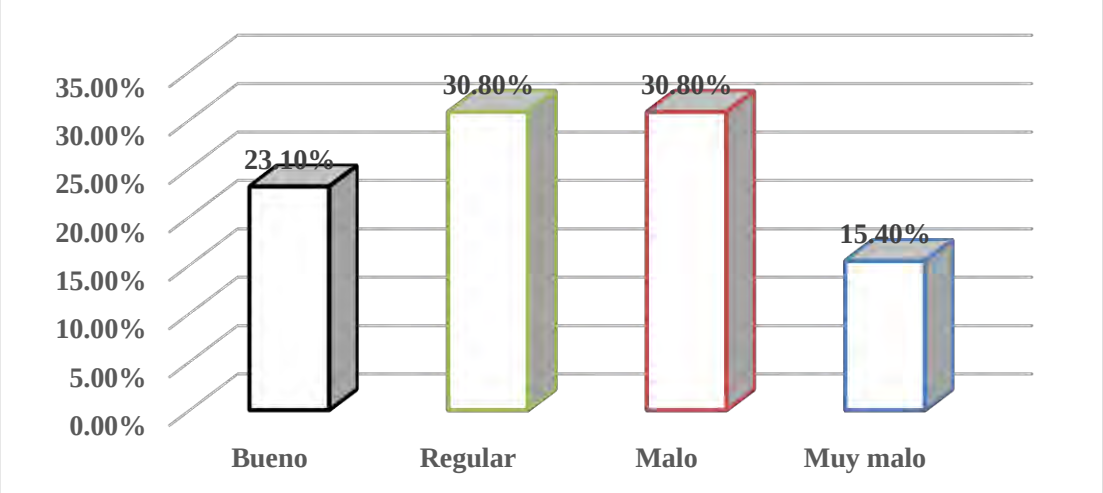
Resultados estadísticos de la dimensión, políticas por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	3	23,1	23,1	23,1
	Regular	4	30,8	30,8	53,8
	Malo	4	30,8	30,8	84,6
	Muy malo	2	15,4	15,4	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 17

Resultados estadísticos de la dimensión políticas por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

De la tabla y figura, en cuanto a las políticas, los trabajadores de la municipalidad consideran que es regular con un 30,80% de igual modo también el

30,80% consideran que es malo, seguido del 23,10% de colaboradores que considera que es bueno, y finalmente el 15,40% de los encuestados valora esta dimensión como muy mala.

En este punto las respuestas obtenidas son regulares o malas en igual número estos índices exponen la percepción de los trabajadores de que, por un lado existen trabajadores que si cumplen con sus funciones satisfactoriamente con la creación de normas o programas en beneficio de la promoción turística, mientras que por otro lado también existen trabajadores que no están desarrollando una labor adecuada que cumpla con los estándares que el area requiere, llegando a no cumplir con los objetivos o metas establecidas.

Tabla 12

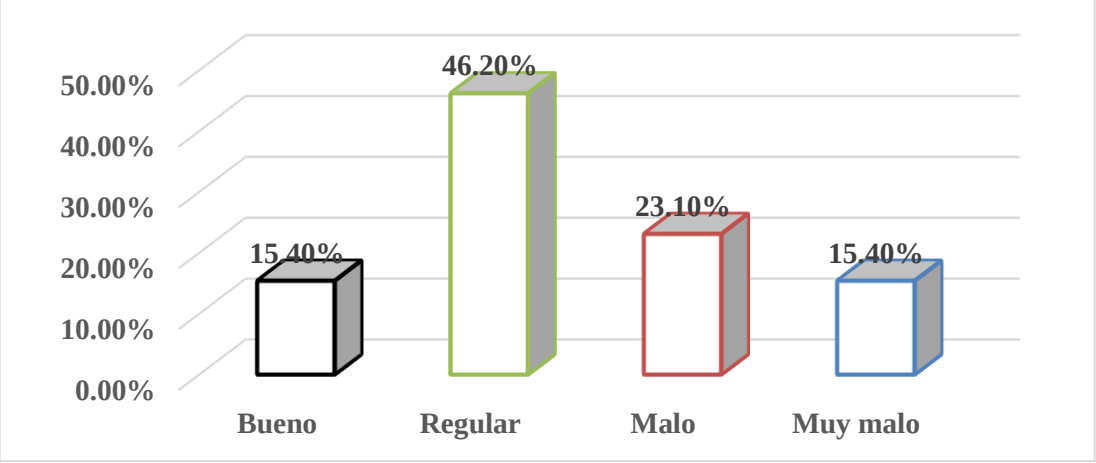
Resultados estadísticos de la dimensión infraestructura por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	2	15,4	15,4	15,4
	Regular	6	46,2	46,2	61,5
	Malo	3	23,1	23,1	84,6
	Muy malo	2	15,4	15,4	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 18

Resultados estadísticos de la dimensión infraestructura por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

De la tabla y figura, en relación a la infraestructura, el 46,2% de los encuestados consideran que es regular, así también el 23,1% de ellos califican que es malo, y el 15,4% de los encuestados respondieron que es bueno, igual que el 15,4% de colaboradores que dijeron que es muy malo.

En este punto las puntuaciones fueron mayormente regular, entonces, la percepción que tienen los trabajadores respecto a la infraestructura se debe a la idea de que no cuentan con ambientes de trabajo buenos, que los espacios no son los adecuados para las labores que realizan, así también a nivel de los equipos tecnológicos, consideran que muchos de ellos son innecesarios, y al contrario no cuentan con otras herramientas o utilería que si es relevante para desempeñar un trabajo más óptimo.

Tabla 13

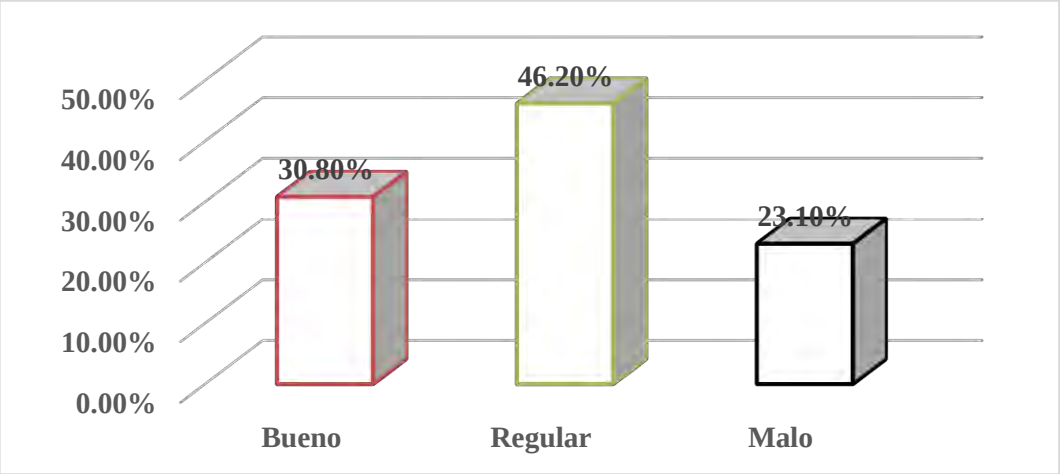
Resultados estadísticos de la variable promoción de la actividad turística por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	4	30,8	30,8	30,8
	Regular	6	46,2	46,2	76,9
	Malo	3	23,1	23,1	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 19

Resultados estadísticos de la variable *promoción de la actividad turística por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati*



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

De la tabla y figura acerca de la variable promoción de la actividad turística, los participantes de la encuesta lo calificaron como regular en un 46,2%, seguido del 30,8% que consideran que es bueno, y finalmente el 23,1% que estimaron que la promoción de la actividad turística es mala.

Los trabajadores municipales consideran que existe poca demanda de los atractivos turísticos por la escaza información turística, no se están realizando convenios con otras entidades principalmente por trabas burocráticas, lo que a su vez dificulta las actualizaciones de las rutas o destinos turísticos existentes, a esto se le agrega la carencia de estrategias que incentiven la inversión privada.

Tabla 14

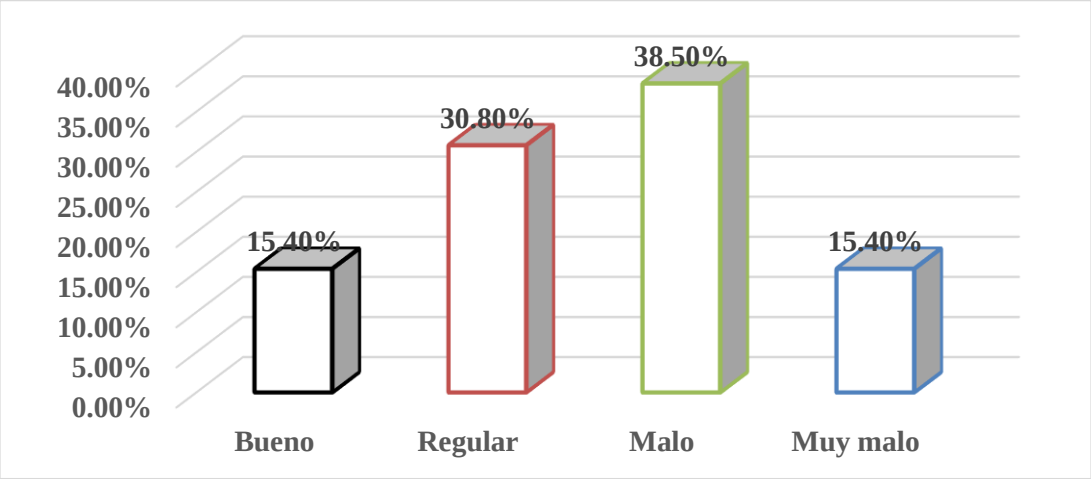
Resultados estadísticos de la dimensión publicidad por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	2	15,4	15,4	15,4
	Regular	4	30,8	30,8	46,2
	Malo	5	38,5	38,5	84,6
	Muy malo	2	15,4	15,4	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 20

Resultados estadísticos de la dimensión publicidad por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

De la tabla y figura, en cuanto a publicidad, el 38,50% de los integrantes contestaron que es malo, así también el 30,8% de las personas consideraran que es regular, seguido del 15,40% que lo califican como bueno, igual que aquellos que consideran que es muy malo; también con un 15,40%.

Los trabajadores consideran que es principalmente malo o regular, debido a la idea de que el grupo etario no familiarizado con la tecnología no realiza publicidad utilizando las herramientas tecnológicas actuales, como páginas web o redes sociales, así también la publicidad que se realiza, no está muy enfocada en la satisfacción de las necesidades de los turistas, sino al contrario estas se realizan únicamente en base a percepciones individualistas, sin estudios y análisis previos.

Tabla 15

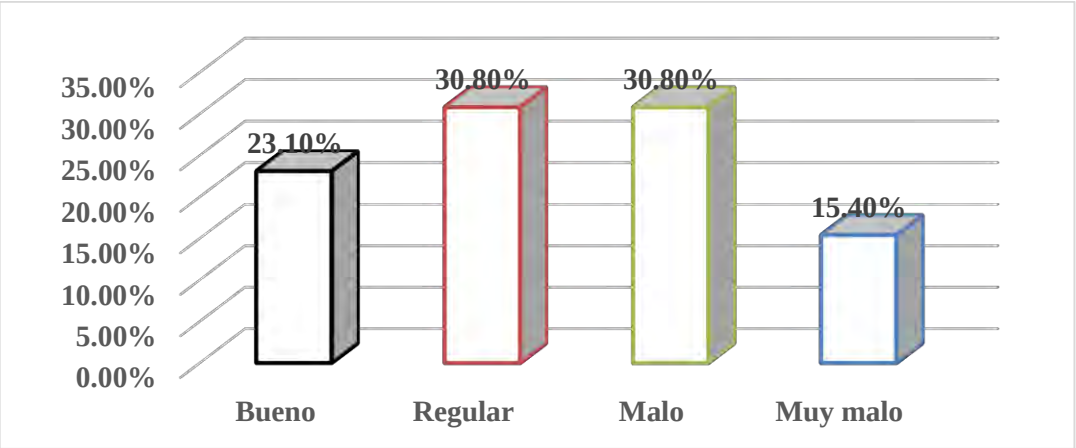
Resultados estadísticos de la dimensión relaciones públicas por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	3	23,1	23,1	23,1
	Regular	4	30,8	30,8	53,8
	Malo	4	30,8	30,8	84,6
	Muy malo	2	15,4	15,4	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 21

Resultados estadísticos de la dimensión relaciones públicas por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

De la tabla y figura, concerniente a la dimensión relaciones públicas el 30,8% de los participantes considera que es regular, igual que aquellos que concluyen que es malo también con un 30,8%; mientras que el 23,1% de los encuestados opina que es bueno, y al contrario el 15,4% de los concurrentes lo clasifica como muy malo.

Las puntuaciones son de regular y malo igualitariamente, resultado que exhibe el pensamiento de los trabajadores de que no existe una relación continua con los agentes externos a la municipalidad abocados a la actividad turística, es decir las relaciones con los agentes dedicados a la actividad turística es mínima, o solo bajo ciertas circunstancias, que estas agencias esperan que sea la municipalidad el único responsable deslindándose de las responsabilidades que les corresponden. Consideran que no existe un vínculo permanente que permita darle continuidad a las mejoras propuestas por la gestión u otros interesados.

Tabla 16

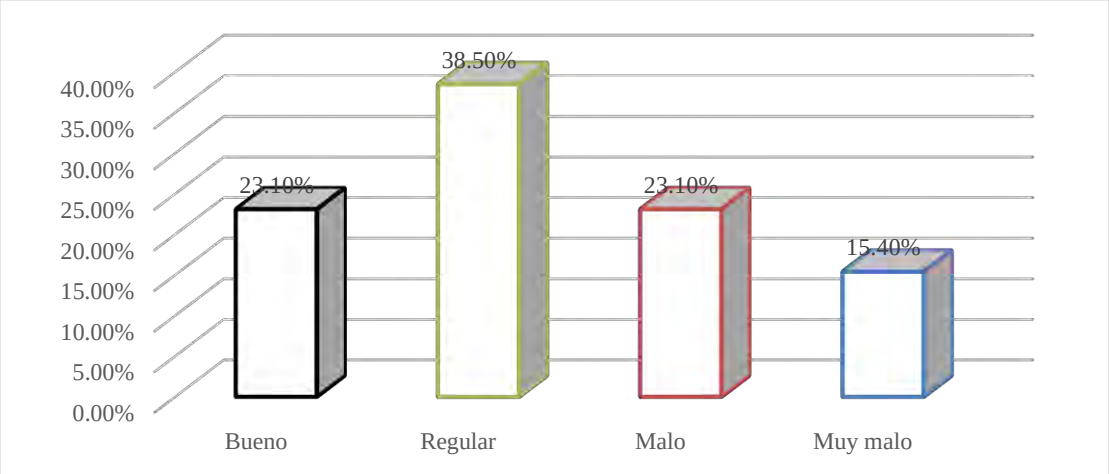
Resultados estadísticos de la dimensión promoción de ventas por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	3	23,1	23,1	23,1
	Regular	5	38,5	38,5	61,5
	Malo	3	23,1	23,1	84,6
	Muy malo	2	15,4	15,4	100,0
	Total	13	100,0	100,0	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 22

Resultados estadísticos de la dimensión promoción de ventas por parte de los Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

De la tabla y figura, en referencia a la dimensión promoción de ventas el 38,50% de los trabajadores, consideran que es principalmente regular, a continuación le sigue el 23,1% de personas que le atribuyen una calificación de buena, por otro lado el 23,1% de los colaboradores expresa que es malo, y finalmente el 15,4% de los que participaron concluyeron que es muy malo.

Estos resultados se vieron influenciados a razón de la idea de los trabajadores de que no se pueden realizar muchas promociones por el afán de los actores turísticos de solamente obtener ganancias lo más pronto posible, y que mientras sean mayores las ganancias mejor, obviando que las promociones o descuentos son un plan sostenible a

futuro para captar mayor cantidad de visitantes, la colaboración es generalmente menor, se espera que la mayor parte del trabajo en cuanto a promoción y ventas sea realizada por la gestión.

b) Cuestionario dirigido a los actores clave de la actividad turística

Tabla 17

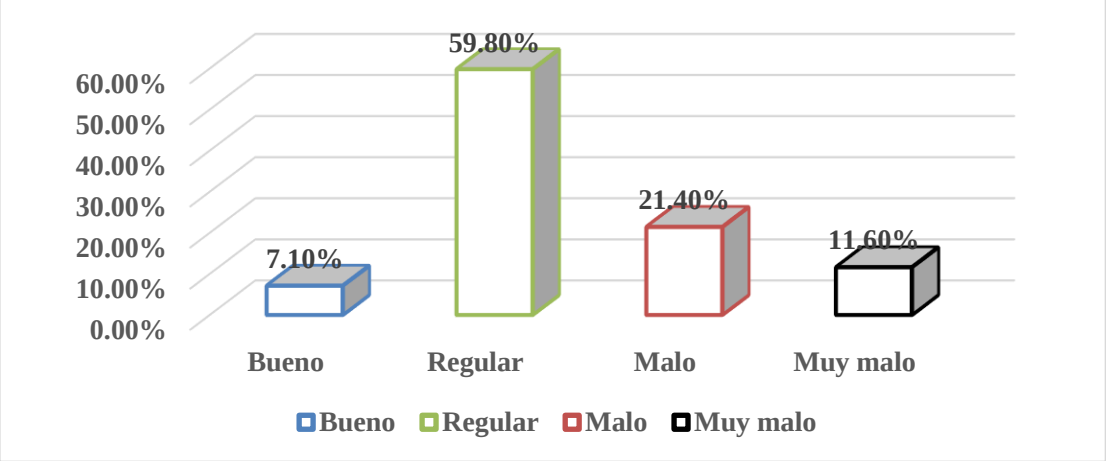
Resultados estadísticos de la variable Gestión Municipal por parte de los Actores clave de la Actividad turística, de Echarati.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	8	7,1	7,1	7,1
	Regular	67	59,8	59,8	67,0
	Malo	24	21,4	21,4	88,4
	Muy malo	13	11,6	11,6	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 23

Resultados estadísticos de la variable Gestión Municipal por parte de los Actores clave de la Actividad turística, de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

De la tabla y figura, de la variable gestión municipal se obtuvo que el 59,8% de los encuestados consideran que es regular, el 21,4% de indicaron que es malo, así como el 11,6% de participantes que opinaron que es muy malo, por otro lado solo el 7,1% de los encuestados consideraron que es bueno.

En este punto, la mayor parte de los encuestados consideraron que es regular, o malo, debido a la consideración de los actores turísticos de que la gestión no realiza

proyectos de promoción innovadores, que los pocos intentos son demasiado clásicos, y sin mucha pujanza, de igual modo la carencia de normas que garanticen que la actividad turística sea sostenible en el tiempo.

Tabla 18

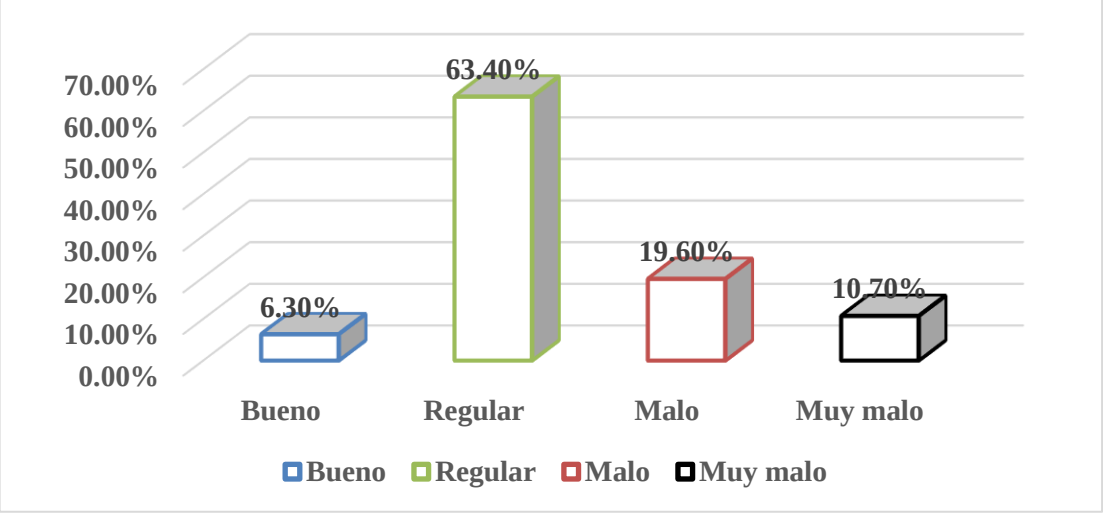
Resultados estadísticos de la dimensión Talento Humano por parte de los Actores clave de la Actividad turística, de Echarati

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	7	6,3	6,3	6,3
	Regular	71	63,4	63,4	69,6
	Malo	22	19,6	19,6	89,3
	Muy malo	12	10,7	10,7	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 24

Resultados estadísticos de la dimensión Talento Humano por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

De la tabla y figura, en correspondencia a la dimensión talento humano, se muestra que el 63,4% de los concurrentes estiman que es regular, mientras que el 19,6% de encuestado indicaron que es malo, y otro 10,7% de los asistentes mencionaron que es muy malo, a diferencia del 6,3% de personas que consideran que es bueno.

Los agentes turísticos, consideran que la municipalidad tiene un personal no adecuado para realizar las actividades que les corresponden, que estos no cumplen con

el perfil que se requiere para ocupar las plazas, y por ello no están comprometidos, para el mejor desarrollo de la actividad, de igual manera consideran que el presupuesto destinado a la promoción turística es insuficiente.

Tabla 19

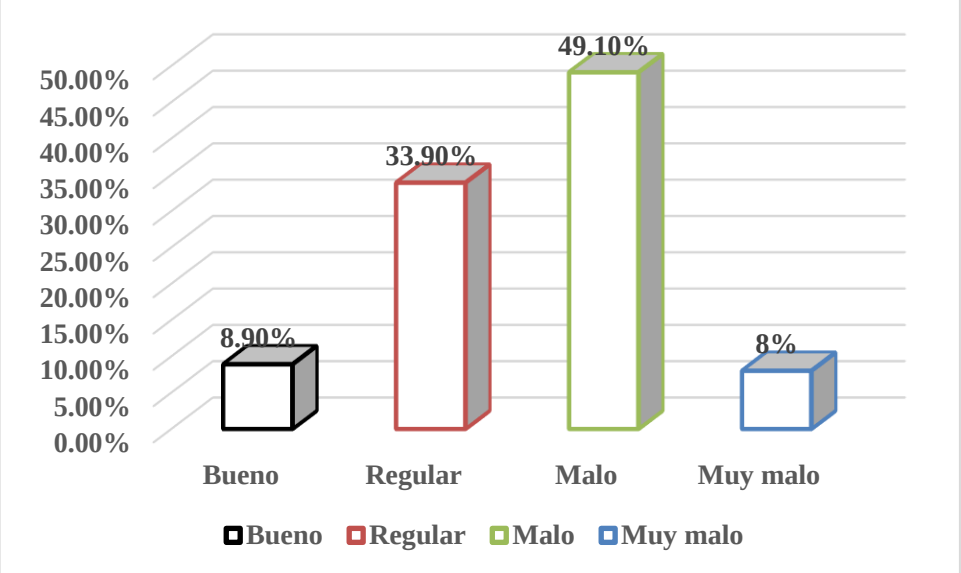
Resultados estadísticos de la dimensión Políticas, por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	10	8,9	8,9	8,9
	Regular	38	33,9	33,9	42,9
	Malo	55	49,1	49,1	92,0
	Muy malo	9	8,0	8,0	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 25

Resultados estadísticos de la dimensión Políticas, por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

De la tabla y figura, en cuanto a la dimensión políticas, el 49,1% de los encuestados indicaron que es malo, otro 33,9% de ellos respondieron que es regular, por otro parte el 8% de los participantes, puntuaron esta dimensión como muy mala, finalmente el 8,9% de los encuestados indicaron que es bueno.

El reflejo de esas consideraciones se debe a la idea de que no se están creando políticas o normas en beneficio de la promoción turística, si bien es cierto que existen ordenanzas u otros actos legales en pro del turismo en general, faltan normativas que se enfoquen directamente en la promoción de la actividad turística, falta mayor coordinación entre las autoridades y quienes se dedican a esta actividad, pues actualmente la impresión general es que cada servidor turístico realiza sus actividades a nivel individual sin el apoyo o facilidades por parte de sus autoridades.

Tabla 20

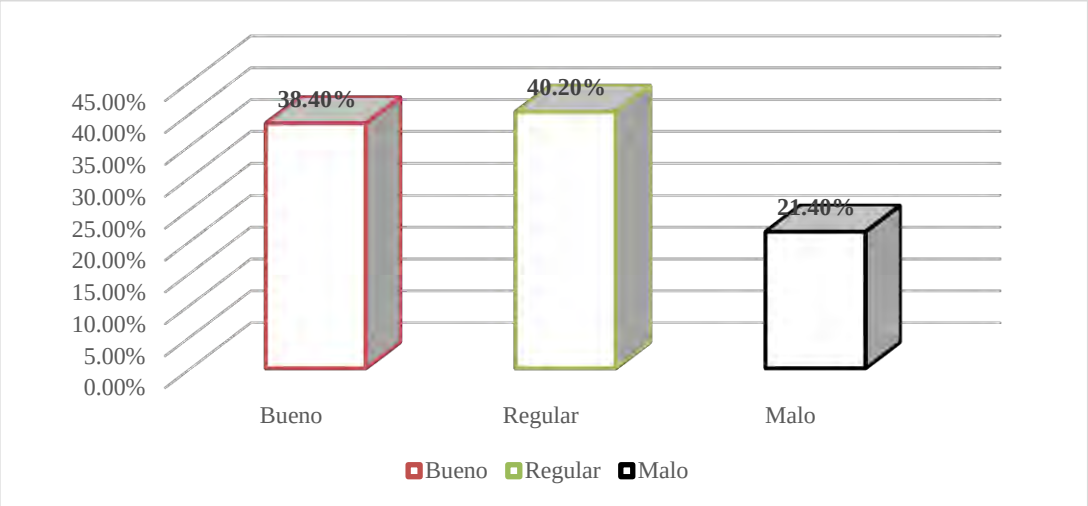
Resultados estadísticos de la dimensión Infraestructura por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	43	38,4	38,4	38,4
	Regular	45	40,2	40,2	78,6
	Malo	24	21,4	21,4	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 26

Resultados estadísticos de la dimensión Infraestructura por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

De la tabla y figura, se concluye que el 40,20% de los participantes considera que la infraestructura es regular, mientras que el 38,40% de los encuestados valoran este punto como bueno, por último el 21,40% de los encuestados opinaron que es malo.

En relación a este punto se puede deducir que el motivo de las puntuaciones positivas se debe a que se ha observado que la gestión cuenta con infraestructura y equipo tecnológico de última generación, y aunque muchos de ellos no son bien aprovechados, están allí, los equipos tecnológicos, así como otras herramientas e instrumentos para difusión, en manos capacitadas representarían una gran contribución al desarrollo de la actividad turística.

Tabla 21

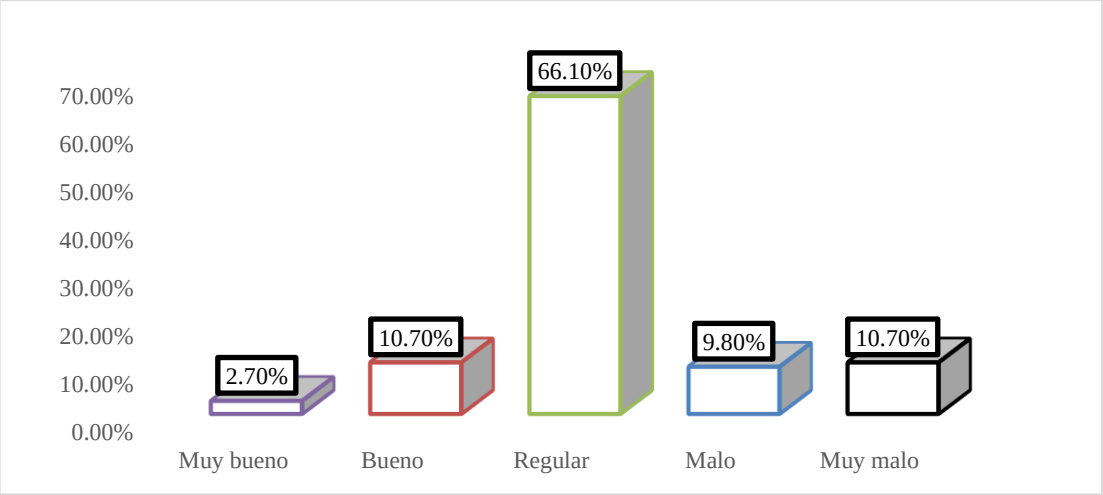
Resultados estadísticos de la Variable Promoción de la actividad Turística por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bueno	3	2,7	2,7	2,7
	Bueno	12	10,7	10,7	13,4
	Regular	74	66,1	66,1	79,5
	Malo	11	9,8	9,8	89,3
	Muy malo	12	10,7	10,7	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 27

Resultados estadísticos de la Variable Promoción de la Actividad Turística por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

En la tabla y figura, respecto a la variable promoción de la actividad turística, se obtuvo que el 66,10% de los encuestados consideran que es regular, otro 10,70% de los participantes determinaron que es muy malo, por otra parte también el 10,70% de los

encuestados evaluaron que es bueno, mientras que el 9,80% indicaron que es malo, finalmente solo el 2,70% de los asistentes valoraron la promoción de la actividad turística como muy bueno.

En relación a este punto la regularidad de las calificaciones se le atribuye a la carencia de actividades publicitarias organizadas por la gestión municipal, aunque no todas, la mayoría de estas se realizan de manera independiente.

Tabla 22

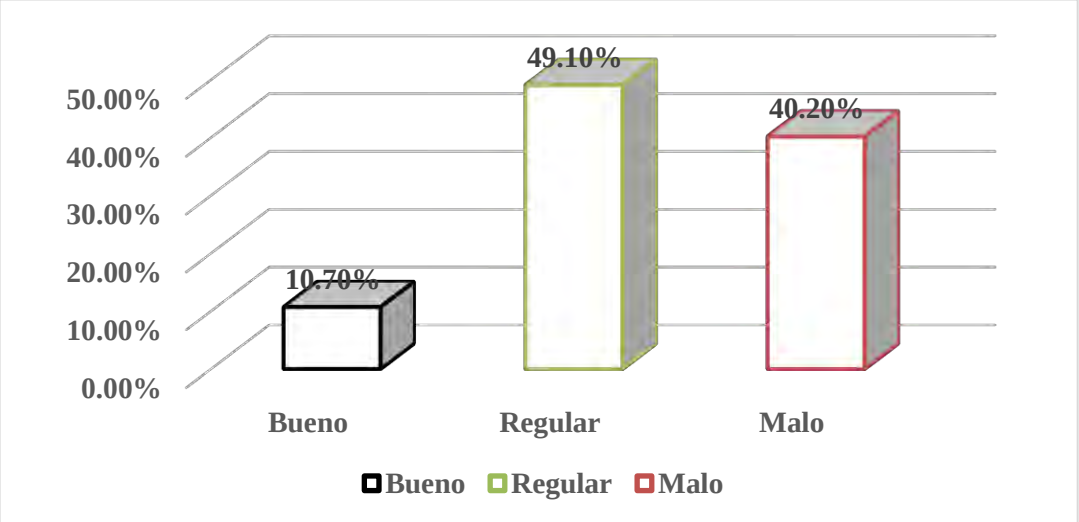
Resultados estadísticos de Dimensión Publicidad, por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	12	10,7	10,7	10,7
	Regular	55	49,1	49,1	59,8
	Malo	45	40,2	40,2	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 28

Resultados estadísticos de la Dimensión Publicidad, por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

En la tabla y figura, se muestra que el 49% de los encuestados considera que la publicidad es regular, mientras que el 40,20% de estos estiman que es malo, por otro parte el 10,70% de los encuestados evalúa esta dimensión como buena.

Al respecto en este punto la calificación mayoritariamente regular o malo se le atribuye a la falta de campañas publicitarias, y la falta de estrategias para llegar al público objetivo ya que no se ha realizado un estudio de mercado o algo similar para detectar las necesidades y exigencias del consumidor, en base al cual se puedan realizar las promociones, dando una sensación de improvisación permanente, de igual modo la falta de capacitación en el uso te tics en las poblaciones de adultos con un rango de edad mayor a los 40 años, quienes tienen dificultades para el uso de los tics, herramientas que serían de gran utilidad para la promoción de esta actividad.

Tabla 23

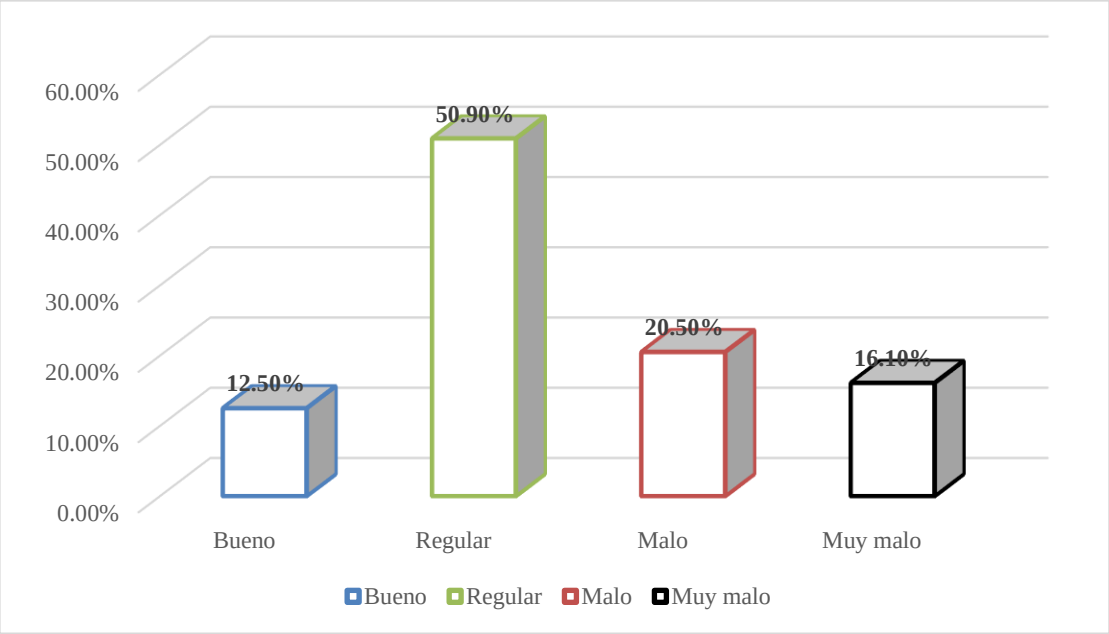
Resultados estadísticos de la Dimensión Relaciones Publicas, por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	14	12,5	12,5	12,5
	Regular	57	50,9	50,9	63,4
	Malo	23	20,5	20,5	83,9
	Muy malo	18	16,1	16,1	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 29

Resultados estadísticos de la Dimensión Relaciones Publicas por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

En la tabla y figura, los encuestados consideraron que las relaciones públicas son regulares con un 50,90%, a continuación, el 20,50% consideran que es malo, mientras que el 16,10% de los encuestados considera que es muy malo, por otra parte el 12,50% de los participantes evaluaron las relaciones públicas como bueno.

En relación a este punto, se considera que la mayor cantidad de los encuestados le dieron una calificación regular a razón de la falta de lazos directos y permanentes entre la gestión y los representantes principales de los actores turísticos, mientras los servidores turísticos ven los problemas falencias necesidades día a día, por el trabajo de campo que realizan, los trabajadores del area permanecen generalmente en oficinas, desde donde no se puede ser observador directo de las necesidades que requieren subsanadas, hecho que dificulta generar vínculos, sean de lealtad o confianza, hacia sus autoridades.

Tabla 24

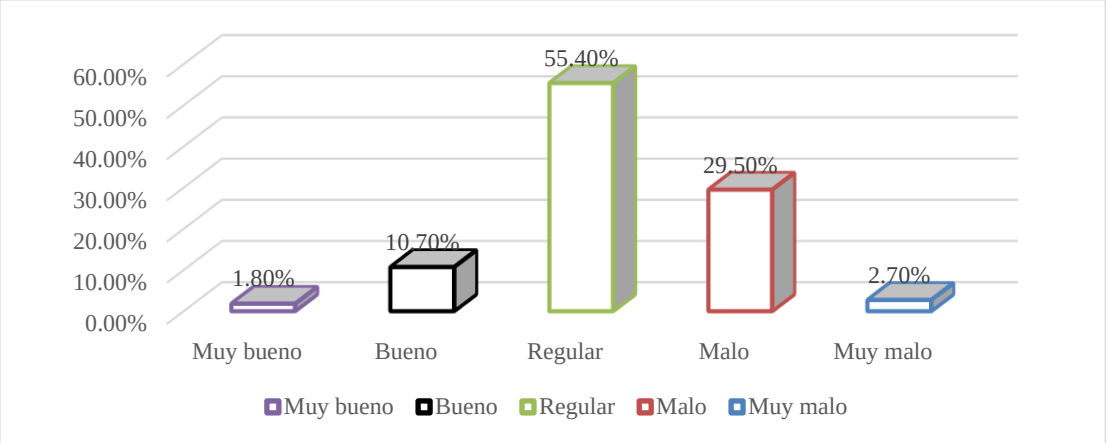
Resultados estadísticos de la Dimensión Promoción de Ventas, por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bueno	2	1,8	1,8	1,8
	Bueno	12	10,7	10,7	12,5
	Regular	62	55,4	55,4	67,9
	Malo	33	29,5	29,5	97,3
	Muy malo	3	2,7	2,7	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 30

Resultados estadísticos de la Dimensión Promoción de Ventas por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

En la tabla y figura se obtuvo que el 55,4% de los encuestados considera que la promoción de ventas es regular, así también el 29,5% de estos concluye que es malo, mientras que el 10,7% de los participantes evalúa este punto como bueno, por otro lado el 2,7% de los asistentes considera que es muy malo, finalmente el 1,80% de los colaboradores valoraron la promoción de ventas como muy bueno.

Sobre la promoción de ventas se le adjudica las puntuaciones a la carencia de promociones y descuentos, los servidores turísticos esperan que la municipalidad pueda incluir presupuestos destinados a subsidios que les permitan ofrecer promociones y descuentos sin que esto les signifique grandes pérdidas, así también, las promociones brindadas suelen ser clásicas, los encuestados consideran que se requiere realizar otro tipo de marketing con mayor innovación, podría considerarse tecnología de realidad virtual, Omnicanalidad, uso de influencers, etc.

c) Cuestionario dirigido a los Turistas que visitan el distrito de Echarati

Tabla 25

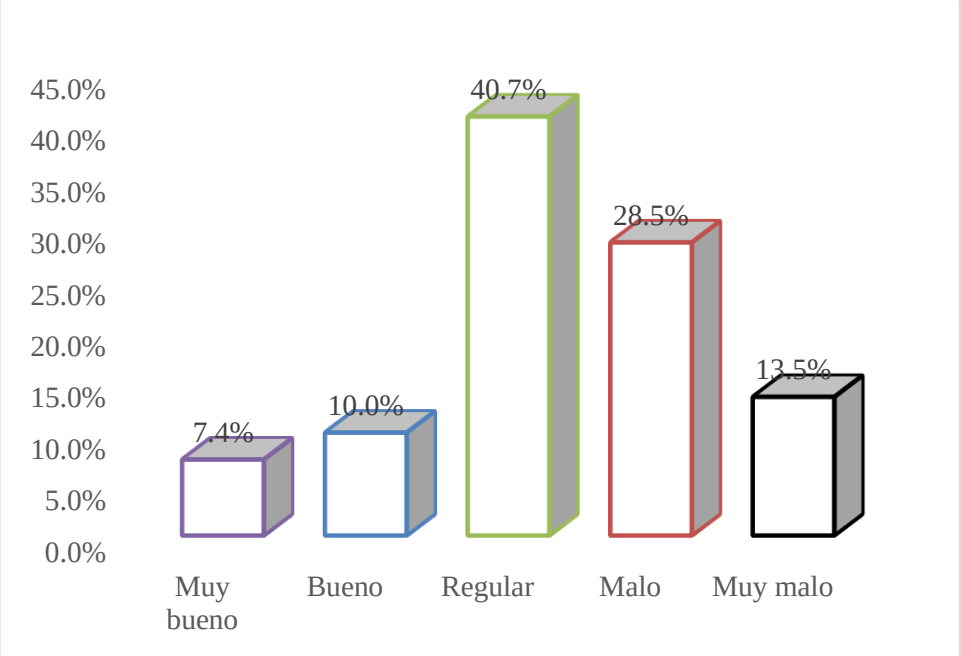
Resultados estadísticos de la Variable Promoción de la actividad Turística por parte de los turistas que visitan el distrito de Echarati

	f	%	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada
Muy bueno	28	7.4%	7.4%	7.4%
Bueno	38	10.0%	10.0%	17.4%
Regular	156	40.7%	40.7%	58.1%
Malo	109	28.5%	28.5%	86.5%
Muy malo	52	13.5%	13.5%	100.0%
Total	384	100.0%	86.5%	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 31

Resultados estadísticos de la Variable Promoción de la Actividad Turística por parte de los turistas que visitan el distrito de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

En la tabla y figura, se observa que la percepción de los turistas visitantes sobre la variable promoción de la actividad turística, en el distrito de Echarati es predominantemente negativa. Un 40.7% de los encuestados calificaron la promoción como regular, lo que indica una insatisfacción moderada. Además, un 28.5% la consideraron mala, y un 13.5% la calificaron como muy mala. Por otro lado, un 10.0%

de los turistas opinaron que la promoción es buena, mientras que solo un 7.4% la consideraron muy buena. Estos resultados reflejan una clara tendencia hacia la insatisfacción en la promoción turística, lo que podría tener implicaciones significativas para la gestión municipal en este ámbito.

Los resultados sugieren que la mayoría de los turistas visitantes no están satisfechos con las estrategias de promoción turística implementadas en Echarati. La alta proporción de respuestas negativas, especialmente en las categorías de regular, malo y muy malo, indica que las iniciativas actuales pueden no estar cumpliendo con las expectativas de los visitantes. Esto podría ser un indicativo de la necesidad de revisar y mejorar las estrategias de promoción, así como de involucrar a los turistas en el proceso de retroalimentación para identificar áreas de mejora. La gestión municipal debe considerar estas percepciones para desarrollar un enfoque más efectivo que potencie la actividad turística en la región.

Tabla 26

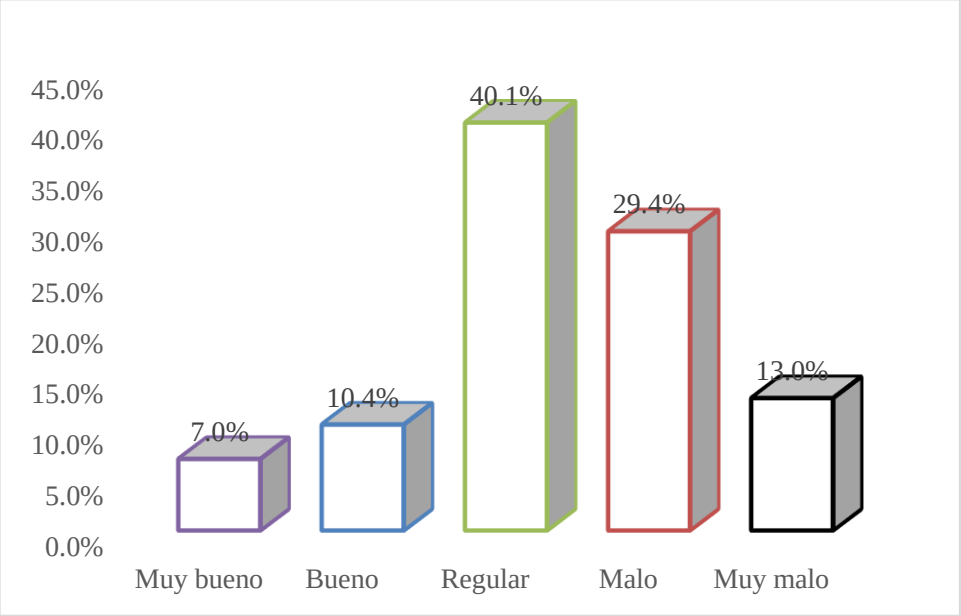
Resultados estadísticos de Dimensión Publicidad, por parte de los turistas que visitan el distrito de Echarati

	f	%	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada
Muy bueno	27	7.0%	7.0%	7.0%
Bueno	40	10.4%	10.4%	17.4%
Regular	154	40.1%	40.1%	57.6%
Malo	113	29.4%	29.4%	87.0%
Muy malo	50	13.0%	13.0%	100.0%
Total	384	100.0%	100.0%	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 32

Resultados estadísticos de la Dimensión Publicidad, por parte de los turistas que visitan el distrito de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

En la tabla y figura, se observa que la percepción de los turistas visitantes sobre la publicidad relacionada con la actividad turística en el distrito de Echarati dando a conocer lo siguiente. Un 40.1% de los encuestados calificaron la publicidad como regular, lo que indica una insatisfacción moderada. Asimismo, un 29.4% la consideraron mala, y un 13.0% la calificaron como muy mala. En contraste, solo un 10.4% de los turistas opinaron que la publicidad es buena, mientras que un 7.0% la consideraron muy buena. Estos resultados reflejan que la efectividad de las estrategias publicitarias actuales no está cumpliendo con las expectativas de los visitantes, lo que podría tener un impacto negativo en la promoción turística de la región.

Los resultados obtenidos sugieren que la mayoría de los turistas visitantes no están de acuerdo con la publicidad relacionada con los servicios turísticos en Echarati. La alta proporción de respuestas negativas, especialmente en las categorías de regular, malo y muy malo, indica que las iniciativas publicitarias pueden no estar siendo efectivas. Esto podría deberse a una falta de claridad en los mensajes, a la escasa

visibilidad de la publicidad o a la falta de conexión con las necesidades e intereses de los turistas. Para mejorar la percepción de la publicidad, es crucial que la gestión municipal revise y ajuste sus estrategias, buscando involucrar a los visitantes en el proceso y asegurando que la información proporcionada sea relevante y atractiva.

Tabla 27

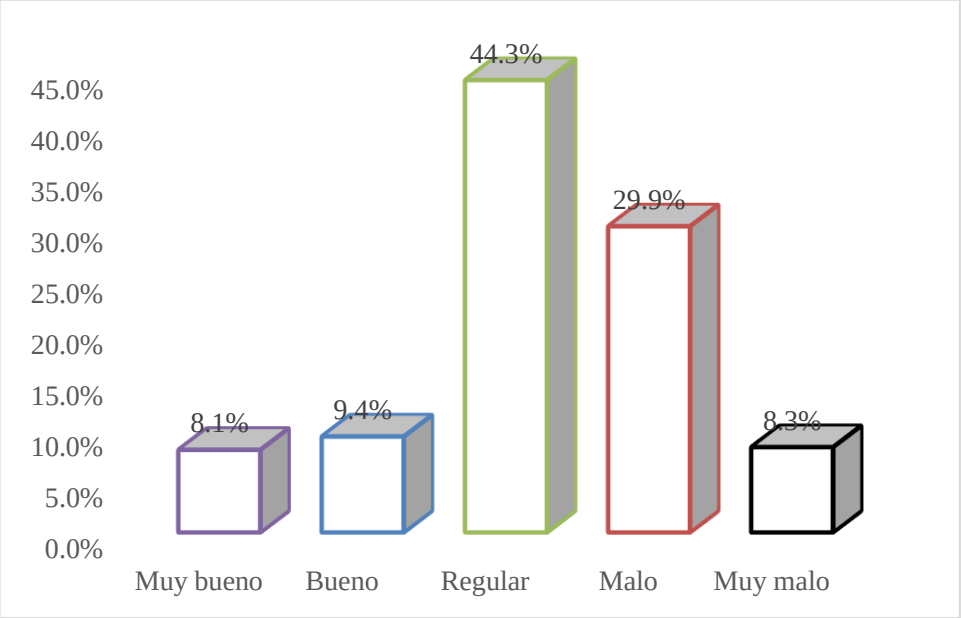
Resultados estadísticos de la Dimensión Relaciones Publicas, por parte de los turistas que visitan el distrito de Echarati

	f	%	Frecuencia absoluta	Frecuencia acumulada
Muy bueno	31	8.1%	8.1%	8.1%
Bueno	36	9.4%	9.4%	17.4%
Regular	170	44.3%	44.3%	61.7%
Malo	115	29.9%	29.9%	91.7%
Muy malo	32	8.3%	8.3%	100.0%
Total	384	100.0%	100.0%	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 33

Resultados estadísticos de la Dimensión Relaciones Publicas por parte de los turistas que visitan el distrito de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

En la tabla y figura, se puede observar que la percepción de los turistas visitantes sobre las relaciones públicas en el distrito de Echarati es mayoritariamente negativa.

Un 44.3% de los encuestados calificaron las relaciones públicas como regulares, lo que sugiere una insatisfacción moderada. Además, un 29.9% las consideraron malas, y un 8.3% las calificaron como muy malas. En contraste, solo un 9.4% de los turistas opinaron que las relaciones públicas son buenas, mientras que un 8.1% las consideraron muy buenas. Estos resultados indican que las estrategias de relaciones públicas implementadas no están logrando generar una percepción positiva entre los visitantes, lo que podría afectar la imagen del destino turístico.

Los datos evidencian que una considerable cantidad de turistas que visitan Echarati manifiestan insatisfacción con las relaciones públicas del destino, dado que una notable proporción de respuestas se ubica en las categorías de regular, malo o muy malo, lo cual pone de manifiesto deficiencias significativas en la comunicación y en la gestión de la imagen turística. Esto, a su vez, revela una interacción limitada y poco efectiva con los visitantes, así como una promoción insuficiente de los valores y atractivos locales. Por ende, resulta imprescindible que la administración municipal diseñe e implemente estrategias innovadoras y más eficaces que impulsen una comunicación bidireccional fluida, garantizando que las inquietudes y sugerencias de los turistas sean escuchadas, valoradas y atendidas, con el fin de mejorar sustancialmente la percepción y experiencia turística en la zona.

Tabla 28

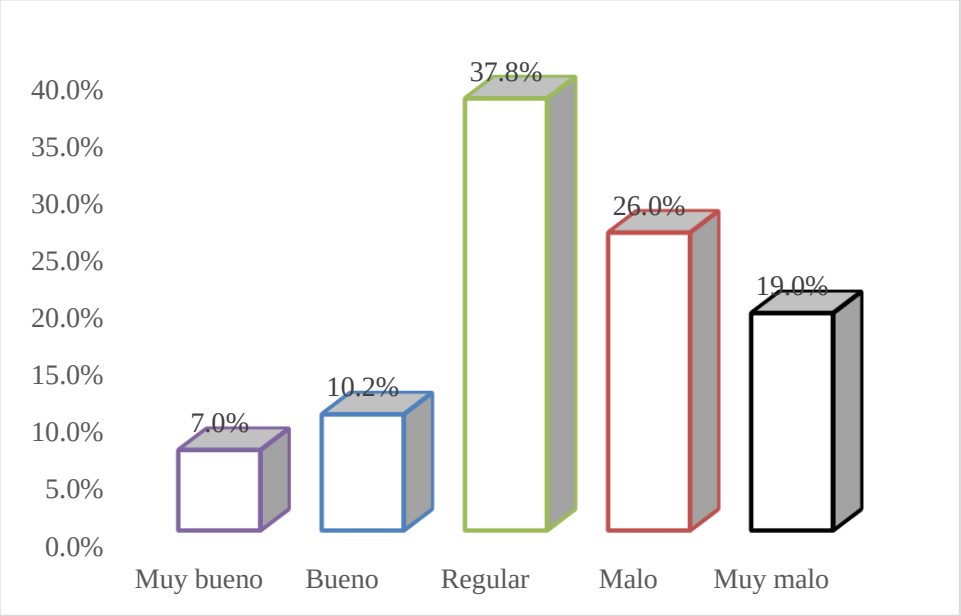
Resultados estadísticos de la Dimensión Promoción de Ventas, por parte de los turistas que visitan el distrito de Echarati

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bueno	27	7.0%	7.0%	7.0%
	Bueno	39	10.2%	10.2%	17.2%
	Regular	145	37.8%	37.8%	54.9%
	Malo	100	26.0%	26.0%	81.0%
	Muy malo	73	19.0%	19.0%	100.0%
	Total	384	100.0%	100.0%	

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Figura 34

Resultados estadísticos de la Dimensión Promoción de Ventas por parte de los actores clave de la actividad turística, de Echarati



Nota. Elaboración propia

Interpretación y análisis:

En la tabla y figura, se evidencia que la percepción de los turistas visitantes sobre la promoción de ventas en el distrito de Echarati es en gran medida negativa. Un 37.8% de los encuestados calificaron la promoción de ventas como regular, lo que indica una insatisfacción moderada. Además, un 26.0% la consideraron mala, y un 19.0% la calificaron como muy mala. En contraste, solo un 10.2% de los turistas opinaron que la promoción de ventas es buena, mientras que un 7.0% la consideraron muy buena. Estos resultados sugieren que las estrategias de promoción de ventas no están logrando captar la atención ni el interés de los visitantes, lo que podría limitar el potencial de ventas en el sector turístico.

Los resultados obtenidos revelan que una proporción considerable de turistas que visitan Echarati se muestra insatisfecha con las promociones de ventas actuales, ya que una elevada cantidad de respuestas se ubica en las categorías de regular, malo y muy malo, lo que indica que las iniciativas vigentes no están logrando captar eficazmente la atención ni el interés de los visitantes. Esta situación podría atribuirse a

la falta de creatividad y originalidad en las ofertas presentadas, a la limitada visibilidad y difusión de las promociones, o incluso a una desconexión evidente con las expectativas y necesidades reales de los turistas. En consecuencia, resulta fundamental que la gestión municipal, en conjunto con los actores clave del sector turístico, diseñe e implemente estrategias más innovadoras, dinámicas y atractivas, que no solo informen sobre las promociones disponibles, sino que además generen un sentido de urgencia y valor percibido, incentivando así una mayor participación y satisfacción por parte de los visitantes.

5.3 Prueba de hipótesis

a) Hipótesis general

Planteamiento de hipótesis

Hipótesis nula: H0: *r (x,y) < 0.00; sig.> 0,05*

- H0: La Gestión municipal no influye directamente en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022

Hipótesis alterna H1: *r (x,y) > 0.00; sig. < 0,05*

- H1: La Gestión municipal influye directamente en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022

Nivel de significancia o riesgo:

El concepto alude al grado de inexactitud al considerar o adoptar una determinada suposición, la cual en realidad es errónea, o bien, la probabilidad de desechar una suposición que en realidad es cierta. Esta medida resulta fundamental para evitar la aceptación ciega de verdades absolutas y para dirigir hacia resultados más generalizables en el ámbito de las ciencias sociales, como Hernández, Fernández y Baptista (2006).

Tabla 29

Correlación de la Gestión municipal y la promoción de la actividad turística

Correlaciones

			Gestión municipal	Promoción de la actividad turística
Rho de Spearman	**Gestión municipal**	**Coeficiente de correlación**	1,000	,873**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	125	125
	Promoción de la actividad turística	**Coeficiente de correlación**	,873**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	125	125

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Rho de Spearman =0,873

Respecto a lo indicado por Hernández Sampieri et al (2006, p.453) se presenta el siguiente cuadro con las siguientes correspondencias:

Correlación negativa perfecta: -1
Correlación negativa muy fuerte: -0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte: -0,75 a -0,89
Correlación negativa media: -0,50 a -0,74
Correlación negativa débil: -0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil: -0,10 a -0,24
No existe correlación alguna: -0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil: +0,10 a +0,24
Correlación positiva débil: +0,25 a +0,49
Correlación positiva media: +0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte: +0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte: +0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta: +1

Dado que el coeficiente de Spearman es 0,873, se puede concluir que hay una "correlación positiva fuerte”.

Decisión estadística:

Se ha observado un coeficiente de 0,87, lo que indica un alto y significativo nivel de asociación.

Considerando que el valor de p es menor al 5%, se rechaza la hipótesis nula, lo que implica que la gestión municipal influye directamente en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022.

Conclusión estadística:

Se concluyó que la Gestión municipal influye directamente en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022.

b) Hipótesis especifica 2

Planteamiento de hipótesis

Hipótesis nula: H0: *r (x,y) < 0.00; sig.> 0,05*

- H0: El talento humano no influye significativamente en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022.

Hipótesis alterna H1: *r (x,y) > 0.00; sig. < 0,05*

- H1: El talento humano influye significativamente en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022

Nivel de significancia o riesgo:

El concepto alude al grado de inexactitud al considerar o adoptar una determinada suposición, la cual en realidad es errónea, o bien, la probabilidad de desechar una suposición que en realidad es cierta. Esta medida resulta fundamental para evitar la aceptación ciega de verdades absolutas y para dirigir hacia resultados más generalizables en el ámbito de las ciencias sociales, como Hernández, Fernández y Baptista (2006).

Tabla 30

Correlación del talento humano y la promoción de la actividad turística

Correlaciones

			Talento humano	Promoción de la actividad turística
Rho de Spearman	**Talento humano**	**Coeficiente de correlación**	1,000	,814**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	125	125
	Promoción de la actividad turística	**Coeficiente de correlación**	,814**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	125	125

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Rho de Spearman =0,814

A continuación se muestra un cuadro que refleja las correspondencias según lo mencionado por Hernández Sampieri y colaboradores (2006, p.453):

Correlación negativa perfecta: -1
Correlación negativa muy fuerte: -0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte: -0,75 a -0,89
Correlación negativa media: -0,50 a -0,74
Correlación negativa débil: -0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil: -0,10 a -0,24
No existe correlación alguna: -0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil: +0,10 a +0,24
Correlación positiva débil: +0,25 a +0,49
Correlación positiva media: +0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte: +0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte: +0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta: +1

El valor obtenido para el coeficiente de correlación de Spearman (ρ) es 0.814, lo que sugiere una fuerte correlación positiva.

Decisión estadística:

Se evidencia un coeficiente de 0.81, indicativo de una asociación considerable y estadísticamente significativa.

Con un valor p inferior al 5%, se rechaza la hipótesis nula, lo que implica que el talento humano ejerce una influencia significativa en la promoción del turismo en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, en el año 2022.

Conclusión estadística:

Por tanto, se concluye que el talento humano tiene un impacto significativo en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, en el año 2022.

c) Hipótesis especifica 3

Planteamiento de hipótesis

Hipótesis nula: H0: *r (x,y) < 0.00; sig.> 0,05*

- H0: Las políticas de la Gestión municipal no influyen positivamente en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022.

Hipótesis alterna H1: *r (x,y) > 0.00; sig. < 0,05*

- H1: Las políticas de la Gestión municipal influyen positivamente en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022.

Nivel de significancia o riesgo:

El concepto alude al grado de inexactitud al considerar o adoptar una determinada suposición, la cual en realidad es errónea, o bien, la probabilidad de desechar una suposición que en realidad es cierta. Esta medida resulta fundamental para evitar la aceptación ciega de verdades absolutas y para dirigir hacia resultados más generalizables en el ámbito de las ciencias sociales, como Hernández, Fernández y Baptista (2006).

Tabla 31

Correlación de las Políticas de la Gestión municipal y la promoción de la actividad turística

Correlaciones				
			Políticas de la Gestión municipal	Promoción de la actividad turística
Rho de Spearman	**Políticas de la Gestión municipal**	**Coeficiente de correlación**	1,000	,820**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	125	125
	Promoción de la actividad turística	**Coeficiente de correlación**	,820**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	125	125

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Obtenido mediante el software SPSS v.21

Rho de Spearman =0,820

A continuación se muestra un cuadro que refleja las correspondencias según lo mencionado por Hernández Sampieri et al (2006, p.453):

Correlación negativa perfecta: -1
Correlación negativa muy fuerte: -0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte: -0,75 a -0,89
Correlación negativa media: -0,50 a -0,74
Correlación negativa débil: -0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil: -0,10 a -0,24
No existe correlación alguna: -0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil: +0,10 a +0,24
Correlación positiva débil: +0,25 a +0,49
Correlación positiva media: +0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte: +0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte: +0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta: +1

El resultado obtenido del coeficiente de correlación de Spearman (ρ) es de 0,820, lo cual indica una correlación positiva fuerte.

Decisión estadística:

En términos estadísticos, este coeficiente de 0,82 revela una asociación alta y significativa. Además, al considerar un valor p menor al 5%, se puede rechazar la hipótesis nula.

Esto implica que las políticas de la Gestión municipal tienen una influencia positiva en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, durante el año 2022.

Conclusión estadística:

En resumen, se puede concluir que las políticas de la Gestión municipal ejercen una influencia positiva en la promoción del turismo en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, durante el año 2022.

5.4 Propuesta

PROPUESTA 01: PROMOCION DE LA ACTIVIDAD TURISTICA DESDE EL AMBITO VIRTUAL

Descripción

La propuesta descrita a continuación pretende difundir el destino turístico aprovechando las nuevas tecnologías, bajo la modalidad virtual. La promoción turística ha variado en los últimos años por el avance de la tecnología, dentro de estas variaciones se tiene la continua movilidad y la diversidad de ofertas, la información que obtenemos es cada vez mayor, en diversas modalidades, y bajo distintas vistas, todo ello con la finalidad de incrementar una demanda.

Lugar:

La propuesta planteada tiene como ubicación el distrito de Echarati, Provincia de la Convención del departamento del Cusco

Objetivo:

- Fomentar la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de la Convención
- Elevar y exponer la oferta turística existente en el distrito de Echarati, Provincia de la Convención
- Cubrir la mayor cantidad de plataformas existentes

Justificación:

Para obtener un logro en relación al desarrollo del turismo las acciones con relación al marketing desempeñan un rol fundamental para propagar información del destino turístico en mención a los potenciales clientes. El Marketing digital, y principalmente las redes sociales son un canal muy importante en la actualidad en el ámbito turístico, por el alcance que posee, a razón de la accesibilidad, ya que la mayor parte de la población principalmente los grupos etarios jóvenes, poseen un dispositivo (celulares, tabletas,

computadoras, laptops, etc.) mediante los cuales tienen acceso a la información disponible, de forma más rápida y permanente.

Público objetivo:

Cibernautas interesados en las rutas turísticas del distrito de Echarati, Provincia de la Convención

Actividades:

Primera etapa: Realizar una reunión interna entre las autoridades interesados y allegados al turismo para plantear la propuesta, exponiendo la descripción, justificación, los beneficios, los objetivos, el público al cual será dirigido, costos, factibilidad, accesibilidad, etc.

- Describir y justificar
- Indicar las ventajas de esta propuesta
- Indicar los costos

Segunda etapa: Realizar convocatorias solicitando personal especializado en promoción y difusión a través de redes sociales, personal que incluya, técnicos en computación, especialistas en redes sociales, fotógrafos, camarógrafos, diseñadores gráficos, imprentas, etc.

- Convocatoria de personal capacitado
- Revisión de curricular vitae
- Selección de personal

Tercera etapa: Realizar los trabajos de campo (toma y selección de las mejores fotografías, edición de videos, textos llamativos, logos, descripciones, etc., finalmente lanzar la publicidad realizada.

- Trabajo de campo (fotos, videos)
- Edición y descripción de videos, imágenes y textos

- Lanzamiento de páginas web, etc.

Responsables del proyecto:

En la ejecución y desarrollo de la propuesta, tendrá como responsables directos a la Municipalidad Distrital de Echarati, por medio de la Gerencia de Desarrollo Económico y el personal de la División de Promoción Empresarial y Turismo, estos serán los encargados para implementar las actividades de dicha propuesta.

Presupuesto:

Para poder realizar la implementación de esta propuesta, se tendrá como fuente de financiamiento a la Municipalidad Distrital de Echarati, Gerencia de Desarrollo Económico y la División de Promoción Empresarial y Turismo, en ese sentido, se detalla los siguientes costos:

Tabla 32

Presupuesto de la Propuesta 1

Costos operativos	Monto
Producción	1000.00
Marketing	2000.00
internet	150.00
Luz	100.00
Total, Sueldos	**3,250.00**
Técnico en computación	3000.00
Especialista en redes sociales	5000.00
Fotógrafo	3200.00
Camarógrafo	4000.00
Editor de audio, video, imagen, texto	3000.00
Diseñador grafico	3000.00
Total, Gastos de utilería	**21,200.00**
Hojas	100.00
Fotocopias	50.00
Impresiones	150.00
Imprentas	2000.00
Tinta	500.00
Total, papelería	**2,800.00**
Costo total	**27,250.00**

Resultados esperados de la propuesta:

Tras la ejecución de la propuesta se esperan los siguientes resultados

- Aumento del número de visitas del público enfocado
- Dar a conocer información atractiva a los potenciales visitantes, para su consideración futura de visitar el distrito de Echarati, Provincia de la Convención

PROPUESTA 02: PROMOCION DE LA ACTIVIDAD TURISTICA MEDIANTE EL DESARROLLO DE PRODUCTOS Y RUTAS TEMÁTICAS

Descripción

Este plan de acción se centra en la creación y promoción de productos turísticos diferenciados y rutas temáticas en el distrito de Echarati. A partir de los recursos naturales y culturales inventariados por MINCETUR (32 recursos), se diseñarán experiencias turísticas estructuradas que permitan a los visitantes explorar la diversidad del distrito de manera organizada y atractiva. Esto incluye el desarrollo de paquetes turísticos específicos, la mejora de la señalización y la creación de narrativas que enriquezcan la visita.

Lugar:

La iniciativa se implementará en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención, Cusco, abarcando los diversos recursos turísticos identificados, como Siete Tinajas, Cañón de Torontoy, Mirador Cóndor Sencca, Pongo de Mainique, cataratas de Ichiquiato, fincas agroproductivas (Fundo Choco Finca, Finca Mayungari), y otros.

Objetivo:

- Diversificar la oferta turística de Echarati a través de la creación de productos y rutas temáticas.
- Mejorar la experiencia del visitante ofreciendo itinerarios estructurados y enriquecedores.

- Aumentar la permanencia y el gasto promedio de los turistas en el distrito.

Justificación:

Echarati se presenta como un tesoro oculto en el corazón de Cusco, destacándose por su "extraordinaria diversidad biológica y paisajística" y un "gran potencial turístico" que ofrece "escenarios ideales para el turismo de naturaleza, turismo cultural y de aventura". Sin embargo, a pesar de estas ventajas, se ha identificado una "falta de aprovechamiento de estos recursos turísticos" y una urgente necesidad de "diversificar la oferta" para atraer a un público más amplio. La creación de productos y rutas temáticas se convierte en una estrategia clave para maximizar el potencial de Echarati. Al empaquetar estos atractivos de manera coherente y atractiva, se facilita la decisión del turista, promoviendo no solo una visita más profunda y prolongada, sino también una experiencia enriquecedora que resuena con sus intereses y expectativas.

Público objetivo:

- Turistas interesados en turismo de naturaleza, aventura, cultural y agroturismo.
- Operadores turísticos y agencias de viajes que buscan nuevos destinos y experiencias para sus clientes.
- Comunidades locales que pueden participar en la oferta de servicios asociados a estas rutas.

Actividades:

Primera etapa: Inventario y Diseño de Productos

- Realizar un inventario detallado de los recursos turísticos y su potencial para ser integrados en rutas.
- Diseñar al menos 3-5 rutas temáticas (ej. "Ruta de las Cataratas y Biodiversidad", "Ruta del Café y Cacao", "Ruta Cultural y Arqueológica").

- Desarrollar paquetes turísticos asociados a cada ruta, incluyendo servicios (guías, transporte, alimentación, alojamiento).

Segunda etapa: Implementación y Señalización

- Mejorar la señalización turística en las rutas y atractivos, incluyendo paneles informativos y direccionales.
- Capacitar a guías locales y prestadores de servicios en la narrativa y los aspectos específicos de cada ruta.
- Crear material promocional específico para cada ruta (folletos, mapas digitales, videos cortos).

Tercera etapa: Promoción y Comercialización

- Organizar fam trips (viajes de familiarización) para operadores turísticos y prensa especializada.
- Participar en ferias de turismo nacionales e internacionales para presentar las nuevas rutas.
- Establecer alianzas estratégicas con agencias de viajes y plataformas de reserva online.
- Recopilar feedback de los primeros visitantes para ajustar y mejorar las rutas.

Responsables del proyecto:

La Municipalidad Distrital de Echarati, a través de la Gerencia de Desarrollo Económico y la División de Promoción Empresarial y Turismo, será la entidad coordinadora. Se buscará la colaboración activa de los operadores turísticos locales, comunidades y asociaciones de guías.

Presupuesto:

Para poder realizar la implementación de esta propuesta, se tendrá como fuente de financiamiento a la Municipalidad Distrital de Echarati, Gerencia de Desarrollo

Económico y la División de Promoción Empresarial y Turismo, en ese sentido, se detalla los siguientes costos:

Tabla 33

Presupuesto de la Propuesta 2

Costos operativos	Monto
Estudios de diseño de rutas y producto	7,000.00
Diseño y producción de señalética	10,000.00
Material promocional (folletos, mapas)	5,000.00
Total Sueldos	**18,000.00**
Guías y personal de apoyo (capacitación y fam trips)	10,000.00
Coordinador de producto turístico	8,000.00
Total Gastos de Eventos/Promoción	**15,000.00**
Participación en ferias (stand, viáticos)	10,000.00
Fam trips (logística)	5,000.00
Costo Total	**55,000.00**

Resultados esperados de la propuesta:

Los resultados esperados al concretarse dicha propuesta, serán los siguientes

- Oferta turística de Echarati más estructurada y atractiva.
- Aumento en el número de pernoctaciones y el gasto promedio de los turistas.
- Mayor satisfacción de los visitantes al tener experiencias más completas y organizadas.
- Fortalecimiento de la cadena de valor turística local.

PROPUESTA 02: PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA MEDIANTE EL FORTALECIMIENTO DE ALIANZAS PÚBLICO-PRIVADAS Y COMUNITARIAS

Descripción

Esta propuesta se define por la creación y consolidación de alianzas estratégicas entre la Municipalidad Distrital de Echarati, el sector privado turístico (incluyendo hospedajes, restaurantes y agencias) y las comunidades locales. Su esencia radica en

establecer un marco de colaboración donde la promoción turística se asuma como una responsabilidad compartida, trascendiendo enfoques aislados. El propósito central es capitalizar las fortalezas distintivas de cada actor, generando sinergias que impulsen la mejora continua en la calidad de los servicios ofrecidos y aseguren un desarrollo turístico más equitativo y sostenible para todo el distrito.

Lugar:

La iniciativa se desarrollará en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención, Cusco, involucrando a la Municipalidad, empresarios turísticos, asociaciones comunitarias y otros actores relevantes del sector.

Objetivo:

- Mejorar la coordinación y comunicación entre la gestión municipal y los actores turísticos privados y comunitarios.
- Fomentar la inversión privada y el desarrollo de emprendimientos turísticos locales.
- Promover la participación activa de las comunidades en la gestión y beneficios del turismo.

Justificación:

El gran potencial turístico de Echarati, aunque enorme, se ve limitado por la falta de un trabajo conjunto. Es urgente que todos los que participan en el turismo colaboren, y que exista una entidad que facilite la cooperación entre la municipalidad y las empresas privadas. Actualmente, la falta de coordinación entre el municipio y otras organizaciones locales, junto con la ausencia de planes para fomentar la inversión privada, son obstáculos importantes que impiden el desarrollo pleno del turismo en Echarati. Para superar estas limitaciones, la formación de alianzas fuertes y estratégicas es fundamental. Al hacer estas uniones oficiales y fortalecerlas, se logrará una promoción turística mucho más efectiva y

de mayor alcance. Esto también asegurará que los beneficios económicos del turismo se distribuyan de manera más justa.

Público objetivo:

- Autoridades y funcionarios de la Municipalidad Distrital de Echarati.
- Propietarios y gerentes de hospedajes, restaurantes y agencias de turismo.
- Representantes de comunidades y asociaciones locales con potencial turístico.
- Inversores privados interesados en el sector turístico de Echarati.

Actividades:

Primera etapa: Creación de Plataformas de Colaboración

- Establecer un "Consejo Consultivo de Turismo de Echarati" que integre a representantes de la municipalidad, sector privado y comunidades.
- Organizar reuniones periódicas (mensuales/bimestrales) para la planificación conjunta, intercambio de información y resolución de problemas.
- Crear un directorio actualizado de todos los actores turísticos del distrito.

Segunda etapa: Desarrollo de Proyectos Conjuntos

- Identificar oportunidades de inversión y desarrollo de proyectos turísticos que requieran la colaboración público-privada (ej. mejora de servicios, creación de nuevos atractivos).
- Diseñar programas de incentivos para la inversión privada en el sector turístico.
- Fomentar la creación de cooperativas o asociaciones turísticas comunitarias para la gestión de atractivos o servicios.

Tercera etapa: Promoción y Comercialización Conjunta

- Desarrollar un plan de marketing y promoción conjunto, donde la municipalidad y el sector privado aporten recursos y estrategias.
- Organizar eventos de networking y ruedas de negocio para facilitar la conexión entre operadores locales y compradores externos.
- Crear un fondo de promoción turística con aportes de la municipalidad y el sector privado.
- Implementar un sistema de retroalimentación constante para evaluar la efectividad de las alianzas y ajustar las estrategias.

Responsables del proyecto:

El Consejo Consultivo de Turismo de Echarati, con el liderazgo de la Gerencia de Desarrollo Económico y la División de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad, será el principal responsable. Se buscará el apoyo de cámaras de comercio y asociaciones empresariales.

Presupuesto:

Para poder realizar la implementación de esta propuesta, se tendrá como fuente de financiamiento a la Municipalidad Distrital de Echarati, Gerencia de Desarrollo Económico y la División de Promoción Empresarial y Turismo, en ese sentido, se detalla los siguientes costos:

Tabla 34

Presupuesto de la Propuesta 3

Costos operativos	Monto
Establecimiento y operación del Consejo Consultivo	4,000.00
Diseño de programas de incentivos	3000.00
Materiales para reuniones y talleres	2000.00
Total Sueldos	**10,000.00**
Facilitador/Coordinador de alianzas	10,000.00
Total Gastos de Promoción Conjunta	**15,000.00**
	10,000.00

Eventos de networking y ruedas de negocio	5000.00
Fondo de promoción turística (aporte inicial)	
Costo Total	**34,000.00**

Resultados esperados de la propuesta:

Los resultados esperados al concretarse dicha propuesta, serán los siguientes

- Mayor cohesión y colaboración entre los actores del sector turístico en Echarati.
- Incremento en la inversión privada y el desarrollo de nuevos emprendimientos turísticos.
- Mejora en la calidad y diversidad de los servicios turísticos ofrecidos.
- Promoción turística más efectiva y con mayor alcance gracias a los esfuerzos conjuntos.

PROPUESTA 04: CAPACITACIONES A LAS AUTORIDADES DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ECHARATI, EN RELACIÓN A PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DEL TURISMO.

Descripción

La propuesta en mención pretende brindarles a las autoridades de turno información respecto a la importancia del turismo para el desarrollo económico de la población, y por ende la promoción de los atractivos existentes, brindarles estrategias y herramientas, que les den facilidad para desenvolverse en el area, y puedan desarrollar proyectos innovadores en beneficio del turismo, actividad que actualmente es la que genera mayor movimiento económico.

Lugar:

La propuesta planteada tiene como ubicación la municipalidad de Echarati, Provincia de la Convención del departamento del Cusco

Objetivo:

- Brindar información a las autoridades de turno en relación al turismo y la importancia de la promoción y difusión,
- Brindar estrategias y herramientas que faculten a las autoridades a tener un mejor desenvolvimiento en el area del turismo
- Fomentar la capacidad de crear proyectos innovadores para la promoción del turismo

Justificación:

Las autoridades actualmente están arraigadas a la rutina de gestiones anteriores, es decir se tiene continuidad con las actividades y planteamientos ejecutados por autoridades pasadas, y aunque muchas de ellas estén funcionando adecuadamente, hay otras que no, y deberían de desestimarse, así como también hay otros planteamientos que no se están ejecutando ni tomando en consideración y que bien podrían funcionar y elevar el movimiento económico de la zona en pro de los pobladores, es por ello, que las capacitaciones permanentes a las autoridades locales, es necesaria, para desarrollar habilidades nuevas, o mejorar las ya existentes.

Público objetivo:

Miembros de las autoridades locales, relacionadas con la actividad turística

Actividades:

Primera etapa: Realizar la propuesta, exponiendo, los beneficios y relevancia de capacitar al personal involucrado.

- Explicación de los beneficios
- Exposición de casos
- Debates
- Costos

Segunda etapa: Se realiza una convocatoria a solicitud de personal especializado en capacitaciones con respecto a la actividad turística.

- Convocatoria de personal capacitado
- Revisión de hojas de vida
- Elección del personal más optimo

Tercera etapa: Se realizarán las capacitaciones preferentemente los días no hábiles en un número consecutivo de 6 días, al menos dos veces al año, las actividades estarán dirigidas por la oficina de desarrollo económico.

- Fortalecimiento de conocimientos
- Desarrollo de habilidades, estrategias y herramientas para el area de turismo.
- Creación de proyectos

Responsables del proyecto:

En la ejecución y desarrollo de la propuesta, tendrá como responsables directos a la Municipalidad Distrital de Echarati, por medio de la Gerencia de Desarrollo Económico y el personal de la División de Promoción Empresarial y Turismo, estos serán los encargados para implementar las actividades de dicha propuesta.

Presupuesto:

Para poder realizar la implementación de esta propuesta, se tendrá como fuente de financiamiento a la Municipalidad Distrital de Echarati, Gerencia de Desarrollo Económico y la División de Promoción Empresarial y Turismo, en ese sentido, se detalla los siguientes costos:

Tabla 35

Presupuesto de la Propuesta 4

Costos operativos	**Monto**
Gastos administrativos	500.00
Equipos	1000.00
Internet	150.00

Luz	100.00
Total, Sueldos	**1,750.00**
Personal especializado en capacitaciones.	5000.00
Total, Gastos de utilería	**5,000.00**
Hojas	100.00
Fotocopias	50.00
Impresiones	150.00
Total, papelería	**300.00**
Costo Total	**7,050.00**

Resultados esperados de la propuesta:

Los resultados esperados a partir de la propuesta planteada son:

- Autoridades informadas, y concientizadas respecto a la importancia de la promoción del turismo.
- Autoridades con estrategias y herramientas que les faculten un mejor desenvolvimiento en el área del turismo

DISCUSIÓN

Los resultados generales revelan que el coeficiente de correlación ha alcanzado un sólido 0,873, lo que indica una correlación positiva robusta. Además, el valor p obtenido es de 0,000, lo que está por debajo del nivel de significancia comúnmente aceptado de 0,05. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H0) en favor de la hipótesis alternativa (Ha). Estos hallazgos sugieren que la gestión municipal ejerce una influencia directa en la promoción del turismo en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención - Cusco, durante el año 2022. Estos resultados están en línea con la investigación de Rengifo (2018) que también identificó una correlación directa y significativa entre la gestión municipal y la promoción turística en el Gobierno local de la provincia de Moyobamba en 2017. Además, nuestro estudio muestra una correlación moderada de 0,377, con un valor p de ($0{,}032 \leq 0{,}05$), lo que lleva al rechazo de la hipótesis nula. Esto confirma la influencia directa de la gestión municipal en la promoción de los atractivos turísticos.

De acuerdo con los resultados para el objetivo específicos 1 se determina que la infraestructura no es suficiente, pues el 46% catalogaron que es regular, y en suma el 38,5% considera que es malo o muy malo, estas percepciones se dan a razón de la falta de capacitación para el uso de los espacios y herramientas existentes, pues no se puede calificar como útil lo que no se sabe utilizar. Por otro lado, los actores de la actividad turística, si consideran que la infraestructura es bastante óptima, a raíz de los ingresos monetarios a razón del canon gasífero, que le ha permitido a la municipalidad ostentar una infraestructura muy bien equipada, los entrevistados calificaron esta con 40% como regular, y otro 38,40% como bueno, resultados que en promedio evidencian que la infraestructura es suficiente para cumplir con los requerimientos correspondientes. Los hallazgos reflejan similitudes que están respaldadas por datos congruentes con el estudio de Rengifo (2018). Este estudio señala que el 11,2% de la infraestructura turística está vinculada a la gestión municipal, mientras que el 88,8% restante

se atribuye a otros factores que inciden en una gestión deficiente de los procesos para mejorar las condiciones básicas ofrecidas a los visitantes y turistas. Por consiguiente, se presume que existe una correlación lineal moderada entre estas variables de investigación.

Los resultados obtenidos para el objetivo específico 2 revelan un coeficiente de correlación sólido de 0.814, lo que indica una correlación positiva significativa. Con un valor p de 0.000, inferior al nivel de significancia convencional de 0.05, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (Ha). Esto implica que el talento humano desempeña un papel significativo en el impulso de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, durante el año 2022. Estos hallazgos contrastan con las conclusiones de Palma (2021) quien señaló deficiencias significativas en las fases del proceso administrativo que obstaculizan una gestión efectiva. Según su investigación, no se encontró una asociación entre la gestión municipal y la actividad turística. Como medida correctiva, el investigador propone la implementación de un plan de mejoras en la gestión turística, con el fin de estimular la actividad turística en el distrito de Santa Rosa.

De acuerdo con los resultados para el objetivo específicos 3 revelan un coeficiente de correlación notable de 0,820, indicando una correlación positiva sólida. Además, el valor p insignificante (0,000) a un nivel de significancia del 0,05 respalda el rechazo de la hipótesis nula (H0), respaldando la hipótesis alternativa (Ha). Esta última afirma que las políticas de gestión municipal tienen una influencia positiva en la promoción del turismo en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención - Cusco, en 2022. Estos resultados se alinean con los de Paz (2018) quien señala una correlación baja entre las políticas de gestión turística municipal y la inversión pública. La presente investigación refuerza esta idea, concluyendo que una menor gestión turística municipal está asociada con una menor inversión pública, y viceversa.

CONCLUSION

1. La gestión municipal influye directamente en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022. Al obtener un coeficiente de 0.873, se evidencia una correlación positiva alta, En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (Ha): Este hallazgo resalta la importancia de una gestión efectiva para el desarrollo turístico en la región.
2. La infraestructura es suficiente para satisfacer los requerimientos necesarios y mejorar la experiencia de los visitantes, los actores de la actividad turística opinan que la infraestructura es bastante óptima, gracias a los ingresos generados por el canon gasífero, lo que ha permitido a la municipalidad contar con instalaciones bien equipadas; el 40% de este grupo la calificó como regular y el 38.4% como buena.
3. El talento humano ejerce una influencia significativa en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, durante el año 2022. ya que se obtuvo un coeficiente de 0.814, el cual está catalogado como una correlación positiva alta. Esto se sustenta en el hecho de que el valor p (0) es significativamente menor que el nivel usual de significación de 0.05, respaldando así la decisión previa. Como resultado, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (Ha), Este resultado subraya la necesidad de invertir en la capacitación y desarrollo del personal involucrado en el sector turístico.
4. Se sostiene que las políticas de la gestión municipal tienen una influencia positiva en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, durante el año 2022. Se obtuvo un coeficiente de 0.820, el cual está catalogado como de correlación positiva. Una vez más, el valor p (0) es considerablemente menor que el nivel usual de significación de 0.05, lo que ratifica la decisión previa. Por consiguiente, se descarta la hipótesis nula (H0) y se valida la

hipótesis alternativa (Ha), A pesar de que la infraestructura presenta deficiencias, la implementación de políticas adecuadas puede potenciar significativamente el desarrollo turístico y atraer a más visitantes a la región.

RECOMENDACIONES

a) Se recomienda al encargado de la Gerencia de Desarrollo económico de la Municipalidad Distrital de Echarati, enfocarse en el desarrollo de estrategias innovadoras de promoción de la actividad turística, como la presencia de influencers, marketing basado en el posicionamiento SEO, formación de marca, etc, o crear otras propuestas que permitan elevar el interés del turista, estableciendo técnicas, enfocadas en los objetivos, teniendo en consideración el público o mercado en mira, es decir que las promociones tengan en consideración las características de los visitantes. De igual manera tramitar o administrar de mejor manera el presupuesto destinado al area del turismo en la zona de Echarati.

b) Se recomienda al encargado de la Gerencia de Desarrollo económico de la Municipalidad Distrital de Echarati, brindar capacitaciones al grupo laboral del área de promoción turística, en el uso de las herramientas y equipos técnicos existentes en la municipalidad, para desarrollar habilidades digitales, y tecnológicas, tal es el caso de las computadoras, material de edición, herramientas de difusión de información, como las redes sociales (Facebook, Whatsapp, Instagram, Tiktok, Twitter, Linkedln, MySpace, friendster), creación de páginas web, Bloguers.Net, Hootsuite, etc., todo ello permitirá a los correspondientes responder rápidamente a las demandas y necesidades del publico así como una mejor adaptación a los cambios del entorno.

c) Se recomienda al encargado de la Gerencia de Desarrollo económico de la Municipalidad Distrital de Echarati, reclutar personal optimo, que cumpla con las especificaciones y características correspondientes al area, considerando habilidades y capacidades requeridas para ocupar el puesto solicitado, tomando en cuenta que los datos e información brindadas, sean confiables y fidedignas, es decir realizar convocatorias abiertas para una mejor selección de personal, de igual modo, considerar en los postulantes, habilidades blandas, inteligencia emocional, facilidad de palabra, etc, elementos importantes para las

relaciones publicas que coadyuvan todavía más en la promoción de la actividad turística en Echarati.

d) Se recomienda a la recomienda al encargado de la Gerencia de Desarrollo económico de la Municipalidad Distrital de Echarati, crear políticas que permitan vincularse de manera más sólida con los agentes turísticos, así como formar convenios con inversores privados, que faciliten la realización de promociones y descuentos sostenibles que no perjudiquen la economía de los actores de la actividad turística, y que al contrario eleven el movimiento económico con el aumento del número de visitantes a raíz de las promociones realizadas en Echarati.

BIBLIOGRAFIA

Aceranza, M. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo.* México: Trillas.

Aguilar, J. (2016). *Promoción y ventas de servicios turísticos.* Madrid: Editorial Cep.

Arahuallpa, Y. (2021). *Integración de Recursos Turísticos para la Implementación de un Sendero Interpretativo en la Microcuenca del Rio Huacayoc para la diversificación de la oferta Ecoturística de la Provincia de La Convención - Cusco.* Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Arraiza, E. (2016). *Manual de gestión municipal.* Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.

Asensio, P. (2012). *Gestión Pública.* Madrid: Diaz de Santos, S.A.

Ballina, F. (2018). *Marketing turístico aplicado.* Esic Editorial.

Balsera, B. (2015). *El Rincón del Turista.* Rincón del Turista.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investiagcion , administracion, economia, humanidades y ciencias sociales tercera edicion* . Colombia: Pearsson .

BID, Banco Interamericano de Desarrollo. (2000). *Un nuevo impulso para la integración de la infraestructura regional en América del Sur.*

Carvalho, B., & Cardoso, E. (2017). Estudio comparativo de la utilización del potencial agroturístico en dos municipios brasileños. *Investigaciones Geográficas*, 133-149.

Castillo, M., & Castaño, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 737-757.

Chambilla, H. (2018). *Análisis de la gestión turística municipal y su influencia en el desarrollo del turismo sostenible en la ciudad de Puno - 2018.* Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano.

Comunicación y Marketing. (2021). ¿Qué son las relaciones públicas y para qué sirven? *Select Business School*.

Cotrina, G., & Flores, R. (2022). Gestión municipal y promoción turística de Tarapoto. *Revistas Unsm*.

Creswell, J. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.).* Sage Publications.

Esplana, A. (2017). *La gestión municipal y los sistemas administrativos de los funcionarios de la Municipalidad Distrital del Rosario, Provincia de Acobamba, Departamento Huancavelica – 2016.* Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Huancavelica.

Farfán, R. (2018). *La gestión municipal y el desarrollo local en la Municipalidad Distrital de Nueva Requena, Provincia Coronel Portillo – Ucayali 2018.* Tesis de maestría, Universidad César Vallejo.

Fragoso, E. (2012). *Concepto De Política Y Vida Cotidiana.*

Gil, I. (2015). *Análisis de la influencia de la gestión municipal en la identidad territorial y su repercusión en el ámbito turístico. El municipio de Oleiros como propuesta de estudio.* Tesis Doctoral, Universidade da Coruña.

González, J. (2017). *Ejemplos de gestión municipal.* Madrid: El país.

González, P. (2016). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales.* Logroño: Tutor Formación.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación.* México: McGraw-Hill.

INEI. (2019). *Estadísticas de la Gestión Municipal e Infraestructura Distrital 2007.* Oficina Técnica de Estadísticas Departamentales.

Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2015). *Marketing turístico.* Madrid: Pearson S.A.

López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de La Investigación Social Cuantitativa.* Barcelona: Creative Commons.

Martínez, A., & Escalona, M. (2012). La gestión turística municipal en el archipiélago de Chiloé. *Estudios y perspectivas en turismo*.

Medina, A. (2005). *Gestión por procesos y creación de valor publico: un enfoque analítico.* Angola: Intec.

Mesa, M. (2012). *Fundamentos de marketing.* Bogotá: Ecoe Ediciones.

Ministerio de Economia y Finanzas. (2020). *Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión pública.* El peruano.

Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing.* España: Universitat Jaume.

Mori, D., & Flores, R. (2022). Gestión turística municipal y su relación con el desarrollo local de la provincia de Huallaga. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*.

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 del Cusco.

Palma, Z. (2021). *Gestión turística municipal para el fomento de la actividad turística en el distrito de Santa Rosa - región Lambayeque, año 2019.* Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán.

Paz, H. (2018). *Gestión turística municipal y la inversión pública en la municipalidad provincial La Convención, distrito de Santa Ana – provincia La Convención - año 2018.* UCV.

Ramírez, C. (2019). Reflexiones para generar turismo sostenible: Una mirada al municipio de Soacha Cundinamarca. *Kavilando*, 184 - 190.

Ramírez, C. (2022). *Gestión municipal y su influencia en la calidad del servicio, Municipalidad Distrital de Pampas de Hospital, Tumbes, 2020.* Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Tumbes.

Ramos, C. (2020). Los alcances de una Investigación. *CienciAmérica*, 2-3.

Rengifo, S. (2018). *Gestión Municipal y su relación con la Promoción Turística en el Gobierno Local de la provincia de Moyobamba, 2017.* Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo.

Rodríguez, J. (2015). Gestión local del turismo: el municipio y su rol en el desarrollo turístico en Chile. *Gest. Tur.*

Rojas, M. (2006). *Manual para la Gestión Municipal del Desarrollo Económico Local.* ISBN: Lima.

Rojas, P., & Sánchez, A. (2022). *Gestión municipal y desarrollo turístico sostenible en el distrito de Cerro Azul ,2020.* Tesis de pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

Ruano, P. (2012). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales: Promoción turística local e información al visitante.*

Ruiz, M., & Grande, E. (2016). *Comportamientos de compra del consumidor: 29 casos reales.* . Madrid: ESIC.

Salcedo, L. (2017). *Crisis del mercado turístico en el distrito de Echarati - La Convención periodo 2008-2015.*

Sarayasi, E. (2017). *Gestion turistica municipal y desarrollo rural sostenible en la provincia de Espinar.*

Subirats, J. (2009). *Análisis de políticas públicas y eficacia de la administración.* Madrid: Instituto Nacional de Políticas Públicas .

Toscano, L., & Salazar, L. (2020). *La gestión en la municipalidad y el desarrollo local en el distrito de Yanacancha, Provincia de Pasco en el periodo 2018-2019.* Tesis de pregrado, Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión.

Trujillo, J. (2007). *Presupuesto, una aproximación desde la planeación y el gasto público.* Bogotá: Universidad del Rosario.

Watkins, D. (1998). *An Application Framework for Talent Management That Acts as a Central Feedback Center for all Organizational Functions.* It Tool.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: Gestión municipal y la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022				
Problemas	**Objetivos**	**Hipótesis**	**Variable**	**Metodología**
Problema general ¿De qué manera la Gestión municipal influye en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?	**Objetivo general** Determinar de qué manera la Gestión municipal influye en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022	**Hipótesis general** La Gestión municipal influye directamente en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022	**Variable independiente** Gestión municipal **Dimensión:** •Talento Humano •Políticas •Infraestructura **Variable dependiente** Promoción de la actividad turística. **Dimensión:** •Publicidad •Relaciones públicas •Promoción de ventas	**Tipo de investigación** Básica **Alcance de la investigación** Descriptivo, correlacional **Diseño de la investigación** No experimental **Enfoque del estudio** Mixto **Población** Los trabajadores y actores clave de la actividad turística del distrito de Echarati, La Convención – Cusco que son 125 **Muestra** Los trabajadores y actores clave de la actividad turística del distrito de Echarati, La Convención – Cusco que son 125 **Técnica** Encuesta **Instrumento** Cuestionario
Problemas específicos • ¿Conocer si la infraestructura con la que se cuenta es suficiente para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022? • ¿De qué manera el talento humano influye en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022? • ¿En qué medida las políticas de la gestión	**Objetivos específicos** • Describir si la infraestructura con la que se cuenta es suficiente para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022 • Analizar de qué manera el talento humano influye en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022 • Conocer en qué medida las políticas de la	**Hipótesis específicas** • La infraestructura es suficiente para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022 • El talento humano influye significativamente en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022 • Las políticas de la Gestión municipal influyen positivamente en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati,		

municipal influyen en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?	gestión municipal influyen en la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022	Provincia de La Convención – Cusco, 2022	

Anexo 2: Matriz de instrumentos

Título: Gestión municipal y la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Escala
Gestión municipal	**Talento Humano**	Metas y objetivos	1. ¿Cómo califica usted el planeamiento de metas y objetivos enfocados a la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?	1: Muy bueno 2: Bueno 3: Regular 4: Malo 5: Muy malo
		Talento individual	2. ¿Cómo califica usted la aplicación del talento individual en la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?	
		Compromiso	3. ¿Cómo califica usted el compromiso que se tiene en las acciones enfocadas a la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?	
		Capacidades	4. ¿Cómo califica usted las destrezas y capacidades que se involucran en la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?	
		Presupuesto	5. ¿Usted cómo califica el presupuesto destinado para el área y actividades de la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?	
	Políticas	Normas	6. ¿Usted cómo califica el apoyo de las normas municipales en la promoción turística del distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?	
		Programas	7. ¿Usted cómo califica la coordinación de programas, actividades y eventos en favor de la promoción turística del distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?	
		Objetivos	8. ¿Usted cómo califica el cumplimiento de objetivos y metas institucionales en favor de la promoción turística del distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?	
	Infraestructura	Instalaciones físicas	9. ¿Cómo califica usted las instalaciones e infraestructuras físicas en favor del desarrollo y promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?	
		Equipos	10. ¿Cómo califica usted los equipos físicos, tecnológicos y didácticos, que están a disposición del desarrollo y promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?	
		Herramientas	11. ¿Cómo califica usted las herramientas e instrumentos que están a disposición del desarrollo y promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?	
		Material de comunicación	12. ¿Cómo califica usted la efectividad y el uso de material de comunicación para las actividades de promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?	
Promoción de la actividad turística	**Publicidad**	Comportamiento del consumidor	13. ¿Cómo califica usted las acciones para identificar el comportamiento del consumidor enfocados a la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?	
		Campaña publicitaria	14. ¿Cómo califica usted el diseño y elaboración de campañas publicitarias enfocadas a la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?	

	Conducta de compra	15. ¿Cómo califica usted las acciones para identificar las conductas de compra del consumidor enfocados a la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?
	Redes sociales	16. ¿Cómo califica usted el uso y dominio de las principales redes sociales para la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?
Relaciones Públicas	Confianza con entidad	17. ¿Cómo califica usted los esfuerzos por fidelizar y generar confianza con las entidades que prestan servicios turísticos en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?
	Apoyo para la diversificación	18. ¿Cómo califica usted los esfuerzos para diversificar las actividades y zonas turistas en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?
	Actividades internas y externas	19. ¿Cómo califica usted las acciones y actividades tanto internas como externas, enfocadas a la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?
Promoción de Ventas	Promociones y descuentos	20. ¿Usted cómo califica la creación y difusión de promociones y descuentos enfocados a la promoción turística del distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?
	Desempeño de marketing	21. ¿Usted cómo el desempeño y manejo de las acciones de marketing enfocados a la promoción turística del distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?
	Venta personal	22. ¿Usted cómo califica las innovaciones y mejoras en la venta personal enfocados a la promoción turística del distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?
	Campañas de marketing	23. ¿Usted cómo califica los resultados de las campañas de marketing enfocados a la promoción turística del distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?

Anexo 3: Instrumento

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

CUESTIONARIO DIRIGIDA A LOS ACTORES CLAVE DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

Estimado(a) reciba mis saludos cordiales, el presente cuestionario es parte de una investigación que tiene por finalidad obtener información acerca de la **"Gestión municipal y la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022",** solicito su colaboración para que responda con sinceridad el presente instrumento que será confidencial.

Datos generales

Nombres y Apellidos: _____

Tipo de establecimiento / Ocupación: _____

Con las afirmaciones que a continuación se exponen, algunos encuestados estarán de acuerdo y otros en desacuerdo. Por favor, exprese con sinceridad marcando con **"X"** en una sola casilla de las siguientes alternativas:

1	2	3	4	5
Muy Bueno	**Bueno**	**Regular**	**Malo**	**Muy Malo**

N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1	¿Cómo califica usted el planeamiento de metas y objetivos enfocados a la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
2	¿Cómo califica usted la aplicación del talento individual en la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
3	¿Cómo califica usted el compromiso que se tiene en las acciones enfocadas a la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, ¿2022?					
4	¿Cómo califica usted las destrezas y capacidades que se involucran en la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
5	¿Usted cómo califica el presupuesto destinado para el área y actividades de la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
6	¿Usted cómo califica el apoyo de las normas municipales en la promoción turística del distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
7	¿Usted cómo califica la coordinación de programas, actividades y eventos en favor de la promoción turística del distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
8	¿Usted cómo califica el cumplimiento de objetivos y metas institucionales en favor de la promoción turística del distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					

9	¿Cómo califica usted las instalaciones e infraestructuras físicas en favor del desarrollo y promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
10	¿Cómo califica usted los equipos físicos, tecnológicos y didácticos, que están a disposición del desarrollo y promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
11	¿Cómo califica usted las herramientas e instrumentos que están a disposición del desarrollo y promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
12	¿Cómo califica usted la efectividad y el uso de material de comunicación para las actividades de promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
13	¿Cómo califica usted las acciones para identificar el comportamiento del consumidor enfocados a la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
14	¿Cómo califica usted el diseño y elaboración de campañas publicitarias enfocadas a la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
15	¿Cómo califica usted las acciones para identificar las conductas de compra del consumidor enfocados a la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
16	¿Cómo califica usted el uso y dominio de las principales redes sociales para la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
17	¿Cómo califica usted los esfuerzos por fidelizar y generar confianza con las entidades que prestan servicios turísticos en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
18	¿Cómo califica usted los esfuerzos para diversificar las actividades y zonas turistas en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
19	¿Cómo califica usted las acciones y actividades tanto internas como externas, enfocadas a la promoción turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
20	¿Usted cómo califica la creación y difusión de promociones y descuentos enfocados a la promoción turística del distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
21	¿Usted cómo califica el desempeño y manejo de las acciones de marketing enfocados a la promoción turística del distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
22	¿Usted cómo califica las innovaciones y mejoras en la venta personal enfocados a la promoción turística del distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					
23	¿Usted cómo califica los resultados de las campañas de marketing enfocados a la promoción turística del distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022?					

Gracias por su colaboración

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

CUESTIONARIO DIRIGIDA A LOS TURISTAS

Estimado(a) reciba mis saludos cordiales, el presente cuestionario es parte de una investigación que tiene por finalidad obtener información acerca de la **"Gestión municipal y la promoción de la actividad turística en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, 2022",** solicito su colaboración para que responda con sinceridad el presente instrumento que será confidencial.

Datos generales

Con las afirmaciones que a continuación se exponen, algunos encuestados estarán de acuerdo y otros en desacuerdo. Por favor, exprese con sinceridad marcando con **"X"** en una sola casilla de las siguientes alternativas:

1	2	3	4	5
Muy Bueno	**Bueno**	**Regular**	**Malo**	**Muy Malo**

N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1	¿Cómo evalúa la calidad y creatividad de la publicidad utilizada para promover el turismo en el distrito de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, en el año 2022?					
2	¿Cómo calificaría la capacidad de las estrategias promocionales para identificar y satisfacer las necesidades y preferencias del turista en Echarati durante el año 2022?					
3	¿En qué medida las campañas publicitarias realizadas en 2022 influyeron en su interés y decisión de visitar Echarati, Provincia de La Convención – Cusco?					
4	¿Qué tan eficaz considera que es la comunicación sobre el comportamiento del consumidor en las estrategias turísticas implementadas en Echarati durante el año 2022?					
5	¿Cómo calificaría la presencia y actividad en redes sociales para informar y atraer turistas hacia Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, en 2022?					
6	En su opinión, ¿cómo evalúa la efectividad de los medios digitales para proporcionar información clara y útil sobre el turismo en Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, en 2022?					
7	¿Qué tan confiable percibe a las entidades responsables de promover el turismo en Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, en el año 2022?					
8	¿Cómo valora el apoyo brindado por las instituciones para diversificar las opciones turísticas en Echarati durante el año 2022?					
9	¿Qué opinión tiene sobre las actividades internas y externas organizadas para mejorar la experiencia turística en Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, en 2022?					
10	¿Qué tan variada y alineada con sus expectativas considera la oferta de actividades turísticas promovidas en Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, en 2022?					
11	¿Cómo considera la variedad y atractivo de las promociones y descuentos diseñados para los visitantes en Echarati durante el año 2022?					
12	¿Qué nivel de satisfacción tiene con la atención y soporte recibido durante su visita a Echarati en 2022, en relación con las promociones y servicios turísticos ofrecidos?					
13	¿Qué tan efectivo es, desde su experiencia, el desempeño general de marketing en la promoción turística de Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, en 2022?					

14	¿Cómo evaluaría la calidad y personalización de la atención directa (venta personal) que recibió durante su visita a Echarati en 2022?					
15	¿Qué tan convincentes y atractivas le resultaron las campañas de marketing específicas para turistas en Echarati, Provincia de La Convención – Cusco, en el año 2022?					

Gracias por su colaboración

Anexo 4: Documentos presentados y recibidos

"AÑO DE LA UNIDAD, PAZ Y DESARROLLO"

Echarate, 23 de Febrero de 2023

CARTA N° 001 – 2023 / TLMLL

MAG. OSWALDO TORRES CRUZ
ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ECHARATE

ASUNTO: SOLICITO ACCESO A INFORMACION DE LA OFICINA DE TURISMO

Yo, **THALIA LUKE MAYORGA LLANCAY**, identificado con **DNI: 73125738** domicilio en el Distrito de Quellouno, La Convención, Departamento del Cusco, me presento ante Ud. Con el debido respeto y expongo lo siguiente:

Me es grato dirigirme a su despacho y aprovecho la oportunidad para hacer llegar mis saludos a su equipo. El motivo de la presente carta es para **PEDIDO DE ACCESO A LA INFORMACION DE LA OFICINA DE TURISMO DEL DISTRITO,** Actualmente cuento bachiller en **TURISMO** de la **UNIVERSIDAD NACIONAL SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**. Y vengo desarrollando mi tema de investigación denominado: **GESTION MUNICIPAL Y LA PROMOCION DE LA ACTIVIDAD TURISTICA EN EL DISTRITO DE ECHARATE, PROVINCIA LA CONVENCION-2022,** Para obtener mi título profesional de **LIC. EN TURISMO**, Es por ello y en vista de necesidad de información para la realización de mi investigación recurro ya que será de gran apoyo la información que me brinden y me ayudara a alcanzar mi objetivo.

Agradezco anticipadamente su atención y aceptación a mi petición, me despido deseándole éxitos en su gestión.

POR LO EXPUESTO

Suplico acceder a mi petición por ser de necesidad y para fines oportunos.

Atentamente.

MESA DE PARTES
LA PRESENTE NO ES SEÑAL DE APROBACIÓN
FECHA: 23 FEB. 2023 HORA: 11:44 a
REG. N° 4123
FOLIO: 03 FIRMA

THALIA LUKE MAYORGA LLANCAY
DNI: 73125738

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ECHARATI

"Gerencia de Desarrollo Económico"

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

INFORME Nº 006 -2023-MCE-GDE- MDE/LC.

SECRETARIA
FECHA 09 MAR. 2023
1139 03+1 POT
4:26

A : **JENRRY WILLIAMS FERNANDEZ**
Gerente de Desarrollo Económico

DE : **LIC. MARGOT CALDERÓN ECHEGARAY**
Residente del Proyecto.

ASUNTO : REMISION DE INFORMACIÓN

REFERENCIA: PROVEIDO N°015-2023-OSG-TAIP-MDE/LC

FECHA : **Echarati, 09 de marzo del 2023.**

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, con la finalidad de responder al informe en referencia de la hoja de envio Nº 004123 (acceso a la información pública) a la oficina de turismo los cuales solicita:

1. *Información de número de funcionarios de la oficina de turismo: A la fecha no se tiene funcionarios en la oficina de turismo, solo tenemos 01 proyecto en ejecución en turismo: "MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA CATARATA DE ILLAPANI DISTRITO ECHARATE – LA CONVENCIÓN CUSCO". Sec. 0239.*

DIRECTORIO DEL PERSONAL DEL PROYECTO

PROYECTO: "MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA CATARATA DE ILLAPANI, DISTRITO ECHARATE – LA CONVENCIÓN CUSCO" sec. Func. 0239

COMPONENTE 1 - INFRAESTRUCTURA

N°	NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	N° CEL
1	RIK ERNESTO GUEVARA PADILLA	RESIDENTE I	941 470 998
2	LUIS ALBERTO CURI VILLASANTE	ASISTENTE TECNICO I	996 760 383
3	LUZ MARYORI GAMARRA VARGAS	TECNICO ADMINISTRATIVO	988 252 505
4	SANTOS GUTIERREZ QUINTANILLA	INSPECTOR I	951 775 194

COMPONENTE 2 y 3 - TURISMO

N°	NOMBRE Y APELLIDOS	CARGO	N° CEL
1	VICTOR OMAR PAZ VELAZCO	RESIDENTE II- ENERO-FEBRERO	946 601 540
2	MARGOT CALDERON ECHEGARAY	ASISTENTE TECNICO I-ENERO-F	962 313 619
3	MARGOT CALDERON ECHEGARAY	RESIDENTE II	962 313 619
4	FLOR DE ALELI CANA FERNANDEZ	TECNICO ADMINISTRATIVO	916 142 867
5	LILIA JIMENA ALVARADO VERA	PROMOTOR SOCIAL EN TURISMO	955 140 100
6	LUCERO HILARES CHECYA	PROMOTOR SOCIAL EN TURISMO	989 784 474
7	HEIDI LISETH RIVAS CESPEDES	INSPECTOR	959 909 292

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ECHARATI

"Gerencia de Desarrollo Económico"

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

2. *Del Inventario de los recursos turísticos: Se hace llegar el PDT ECHARATI Plan de desarrollo Turístico 2021-2025.*
3. *De los Proyectos de promoción turística en el Distrito de Echarati: No se tiene proyectos en expediente técnico proyectos de promoción turística a nivel del Distrito, a la fecha contamos con 02 proyectos en expedientes técnicos que se encuentran en proceso de levantamiento de observaciones las cuales son:*

- PROYECTO: "MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA RUTA CCPP. DE IVOCHOTE – PONGO DE MAENIQUE, DISTRITO DE ECHARATE – PROVINCIA DE LA CONVENCIÓN – DEPARTAMENTO CUSCO" CUI 2508884 MONTO DE INVERSION: S/. 4'823, 442.59
- *PROYECTO: "MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PUBLICOS EN LA CATARATA DE KUYCHIPUNKU, EN EL SECTOR DE HUAYNAPATA, ZONAL DE ECHARATI, PROVINCIA DE LA CONVENCIÓN– DEPARTAMENTO CUSCO" MONTO DE INVERSION: 1,328,177.58*

Sin otro particular, es cuanto informo a usted; aprovecho la ocasión para expresarle mis consideraciones más distinguidas.

Atentamente.

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ECHARATI
GERENCIA DE DESARROLLO ECONÓMICO

Anexo 5: Evidencia fotográfica

Fotografía 01: encuesta a actores clave, prestador de servicios de alimentos y bebidas

Fotografía 02: encuesta a actores clave, prestador de servicios de alimentos y bebidas

Fotografía 03: Encuesta al señor Demetrio Villavicencio, dueño del fundo

Fotografía 04: Encuesta a trabajador de la Municipalidad distrital de Echarati

Fotografía 05: Siete Tinajas

Fotografía 06: Cañón de Torontoy

Fotografía 07: Mirador Condor Sencca

Fotografía 08: Catarata San Lorenzo

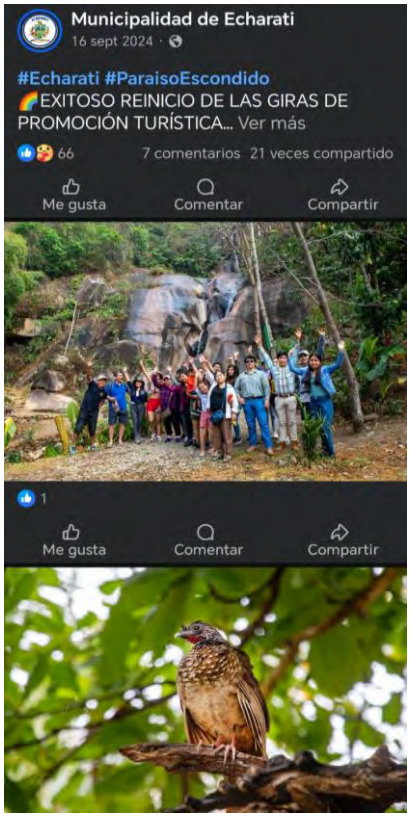
Fotografía 09: Catarata de Illapani

Fotografía 10: Fundo Choco Finca

Fotografía 11: Pongo de Mainique

Fotografía 12: CC.NN. koribeni

Fotografía 13, 14: Señalética en los recursos turísticos de Echarati.



Fotografía 15, 16, 17: Promoción de la actividad turística a través de publicaciones de imágenes y videos desde la página de oficial de la Municipalidad Distrital de Echarati