

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



**TESIS**

**EL DESARROLLO TURÍSTICO Y LA PROMOCIÓN EN EL COMPLEJO  
ARQUEOLÓGICO BANDURRIA DISTRITO DE HUACHO, 2018.**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
TURISMO Y HOTELERÍA**

**PRESENTADO POR:**

**BACH. FALERO REYES, SARA JHOSELYN**

**BACH. MALLQUI PICON JOEL**

**ASESOR:**

**MG. OBDULIO CHUCO ARIAS**

**HUACHO – PERU**

**2019**

**EL DESARROLLO TURÍSTICO Y LA PROMOCIÓN EN EL  
COMPLEJO ARQUEOLÓGICO BANDURRIA DISTRITO DE  
HUACHO, 2018.**

**BACH. FALERO REYES, SARA JHOSELYN**

**BACH. MALLQUI PICON JOEL**

**TESIS DE LICENCIATURA**

**ASESOR: MG. OBDULIO CHUCO ARIAS**

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**HUACHO – PERU**

**2019**

## **MIEMBROS DEL JURADO EVALUADOR**

---

**Dr. CESAR MARCELINO MAZUELOS CARDOZA**  
**PRESIDENTE**

---

**Dr. FELIX GIL CARO SOTO**  
**SECRETARIO**

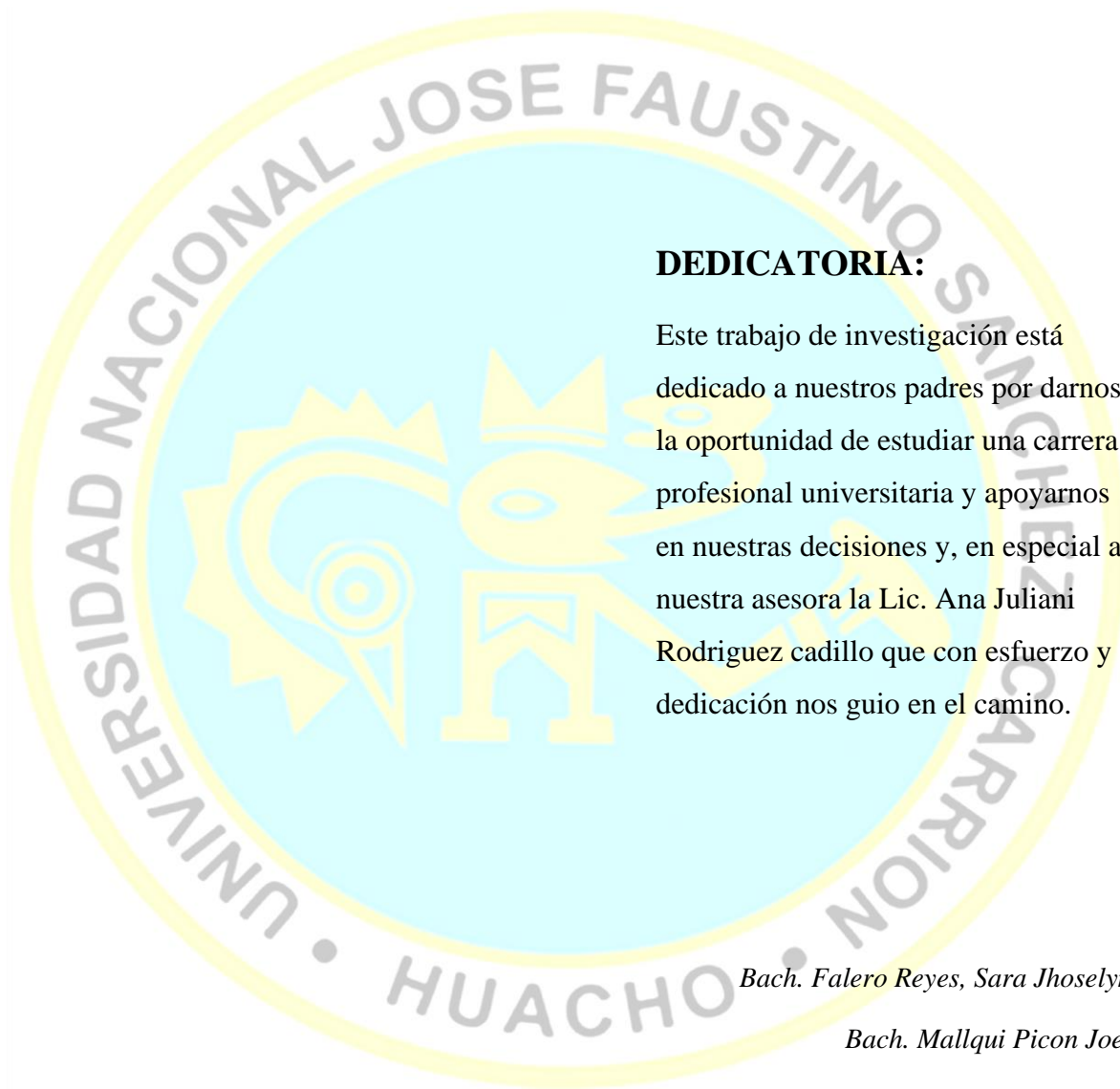
---

**Mg. DANILO HUGO CARREÑO RAMIREZ**  
**VOCAL**

---

**Mg. OBDULIO CHUCO ARIAS**  
**ASESOR**





**DEDICATORIA:**

Este trabajo de investigación está dedicado a nuestros padres por darnos la oportunidad de estudiar una carrera profesional universitaria y apoyarnos en nuestras decisiones y, en especial a nuestra asesora la Lic. Ana Juliani Rodríguez cadillo que con esfuerzo y dedicación nos guio en el camino.

*Bach. Falero Reyes, Sara Jhoselyn*

*Bach. Mallqui Picon Joel*

## **AGRADECIMIENTOS:**

Agradecemos a los docentes de nuestra alma mater

José Faustino Sánchez Carrión y familiares

que nos apoyaron en este proceso de investigación.

*Bach. Falero Reyes, Sara Jhoselyn*

*Bach. Mallqui Picon Joel*



# ÍNDICE

<b>Portada</b>	
<b>Título</b>	
<b>Firma de Jurado</b>	
<b>DEDICATORIA:</b>	4
<b>AGRADECIMIENTOS:</b>	5
<b>RESUMEN</b>	13
<b>ABSTRACT</b>	14
<b>INTRODUCCIÓN</b>	15
<b>CAPITULO I</b>	16
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	16
<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	16
<b>1.1. Descripción de la realidad problemática</b>	16
<b>1.2. Formulación del problema</b>	18
<b>1.2.1. Problema general</b>	18
<b>1.2.2. Problema específico</b>	18
<b>1.3. Objetivos de la investigación</b>	18
<b>1.3.1. Objetivo general</b>	18
<b>1.3.2. Objetivo específico</b>	18
<b>1.4. Justificación de la investigación</b>	19
<b>1.5. Delimitación del estudio</b>	20
<b>1.6. Viabilidad del estudio</b>	20
<b>CAPITULO II</b>	21
<b>MARCO TEÓRICO</b>	21
<b>2. MARCO TEÓRICO</b>	21
<b>2.1. Antecedentes de la investigación</b>	21
<b>2.2. Bases teóricas</b>	28
<b>2.2.1 Desarrollo Turístico</b>	28
<b>2.2.2 Promoción turística</b>	33
<b>2.3. Definiciones conceptuales</b>	36
<b>2.4. Formulación de hipótesis</b>	40
<b>2.4.1. Hipótesis general</b>	40
<b>2.4.2. Hipótesis específicas</b>	40

CAPITULO III.....	41
METODOLOGÍA.....	41
<b>3. METODOLOGÍA.....</b>	<b>41</b>
<b>3.1. Diseño metodológico.....</b>	<b>41</b>
3.1.1. Tipo.....	41
3.1.2. Nivel de investigación.....	41
3.1.3. Diseño.....	41
3.1.4. Enfoque.....	42
<b>3.2. Población y muestra.....</b>	<b>42</b>
3.2.1. Tipo.....	42
3.2.2. Muestra.....	42
<b>3.3. Operacionalización de variables e indicadores.....</b>	<b>43</b>
<b>3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....</b>	<b>45</b>
3.4.1. Técnicas a emplear.....	45
3.4.2. Descripción de instrumentos.....	45
<b>3.5. Técnicas para el procesamiento de la información.....</b>	<b>45</b>
CAPITULO IV.....	46
RESULTADOS.....	46
<b>4. RESULTADOS.....</b>	<b>46</b>
<b>4.1. Resultados.....</b>	<b>46</b>
4.1.1. Resultados de los indicadores de la variable Desarrollo Turístico.....	46
4.1.2. Resultados de los indicadores de la variable Promoción Turística.....	62
4.1.3. Resultados de las dimensiones de la variable Desarrollo turístico.....	77
4.1.4. Resultados de las dimensiones de la variable Promoción turística.....	80
4.1.5. Resultados de la variable Desarrollo turístico.....	83
4.1.6. Resultados de la variable Promoción turística.....	84
<b>4.2. Contrastación de Hipótesis.....</b>	<b>85</b>
CAPITULO V.....	89
DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	89
<b>5. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>89</b>
<b>5.1. Discusión.....</b>	<b>89</b>
<b>5.2. Conclusiones.....</b>	<b>91</b>
<b>5.3. Recomendaciones.....</b>	<b>92</b>
CAPITULO VI.....	94
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	94

<b>6</b>	<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b> .....	94
<b>6.1</b>	<b>Fuentes bibliográficas</b> .....	94
<b>6.2</b>	<b>Fuentes hemerográficas</b> .....	94
<b>6.3</b>	<b>Fuentes documentales</b> .....	95
<b>6.4</b>	<b>Fuentes electrónicas</b> .....	95
	<b>ANEXOS</b> .....	98





## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 : Actividades turísticas establecidas por Mincetur.....	30
Figura N° 2 : Capacidad de carga establecido por Mincetur. ....	32
Figura N° 3: Correspondiente al indicador Restaurantes.....	47
Figura N° 4 : Correspondiente al indicador Servicio de guiado. ....	48
Figura N° 5: Correspondiente al indicador Hoteles y/o albergues. ....	49
Figura N° 6: Correspondiente al indicador Agencias de viajes. ....	50
Figura N° 7: Correspondiente al indicador Servicios higiénicos.....	51
Figura N° 8: Correspondiente al indicador Caminos de acceso. ....	52
Figura N° 9: Correspondiente al indicador Alumbrado.....	53
Figura N° 10: Correspondiente al indicador Puestos de primeros auxilios. ....	54
Figura N° 11: Correspondiente al indicador Mirador turístico.....	55
Figura N° 12: Correspondiente al indicador Estacionamiento de vehículos. ....	56
Figura N° 13: Correspondiente al indicador Centro de interpretación. ....	57
Figura N° 14: Correspondiente al indicador Buen estado y conservación. ....	58
Figura N° 15 : Correspondiente al indicador Contaminación.....	59
Figura N° 16: Correspondiente al indicador Saturación del destino.....	60
Figura N° 17: Correspondiente al indicador Limpieza y recojo de basura.....	61
Figura N° 18: Correspondiente al indicador Información. ....	62
Figura N° 19: Correspondiente al indicador Anuncios.....	63
Figura N° 20: Correspondiente al indicador Folletos y trípticos. ....	64
Figura N° 21: Correspondiente al indicador Revistas y diarios.....	65
Figura N° 22: Correspondiente al indicador Televisión. ....	66
Figura N° 23: Correspondiente al indicador Radio .....	67

Figura N° 24: Correspondiente al indicador Panel publicitario.....	68
Figura N° 25: Correspondiente al indicador Redes sociales.....	69
Figura N° 26: Correspondiente al indicador Atención. ....	70
Figura N° 27: Correspondiente al indicador Descuento. ....	71
Figura N° 28: Correspondiente al indicador Producto de obsequio. ....	72
Figura N° 29: Correspondiente al indicador Ferias de promoción turística. ....	73
Figura N° 30: Correspondiente al indicador Eventos culturales y artísticos. ....	74
Figura N° 31: Correspondiente al indicador Convenios.....	75
Figura N° 32: Correspondiente al indicador Buena imagen. ....	76
Figura N° 33: Dimensión infraestructura y servicios generales. ....	77
Figura N° 34: Correspondiente a la dimensión equipamiento.....	78
Figura N° 35: Dimensión aspectos relacionados con el medio ambiente.....	79
Figura N° 36: Correspondiente a la dimensión publicidad.....	80
Figura N° 37: Correspondiente a la dimensión promoción de ventas. ....	81
Figura N° 38: Correspondiente a la dimensión relaciones públicas. ....	82
Figura N° 39: Correspondiente a la variable Desarrollo turístico.....	83
Figura N° 40: Correspondiente a la variable Promoción turística. ....	84

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variable Desarrollo Turístico .....	43
Tabla 2. Variable Promoción Turística.....	44
Tabla 3. Correspondiente al indicador Restaurantes.....	47
Tabla 4. Correspondiente al indicador Servicio de guiado.....	48
Tabla 5. Correspondiente al indicador Hoteles y/o albergues.....	49
Tabla 6. Correspondiente al indicador Agencias de viajes.....	50
Tabla 7. Correspondiente al indicador Servicios higiénicos.....	51
Tabla 8. Correspondiente al indicador Caminos de acceso.....	52
Tabla 9. Correspondiente al indicador Alumbrado.....	53
Tabla 10. Correspondiente al indicador Puestos de primeros auxilios.....	54
Tabla 11. Correspondiente al indicador Mirador turístico.....	55
Tabla 12. Correspondiente al indicador Estacionamiento de vehículos.....	56
Tabla 13. Correspondiente al indicador Centro de interpretación.....	57
Tabla 14. Correspondiente al indicador Buen estado y conservación.....	58
Tabla 15. Correspondiente al indicador Contaminación.....	59
Tabla 16. Correspondiente al indicador Saturación del destino.....	60
Tabla 17. Correspondiente al indicador Limpieza y recojo de basura.....	61
Tabla 18. Correspondiente al indicador Información.....	62
Tabla 19. Correspondiente al indicador Anuncios.....	63
Tabla 20. Correspondiente al indicador Folletos y trípticos.....	64
Tabla 21. Correspondiente al indicador Revistas y diarios.....	65
Tabla 22. Correspondiente al indicador Televisión.....	66
Tabla 23. Correspondiente al indicador Radio .....	67

Tabla 24. Correspondiente al indicador Panel publicitario.....	68
Tabla 25. Correspondiente al indicador Redes sociales.....	69
Tabla 26. Correspondiente al indicador Atención. ....	70
Tabla 27. Correspondiente al indicador Descuento. ....	71
Tabla 28. Correspondiente al indicador Producto de obsequio. ....	72
Tabla 29. Correspondiente al indicador Ferias de promoción turística. ....	73
Tabla 30. Correspondiente al indicador Eventos culturales y artísticos. ....	74
Tabla 31. Correspondiente al indicador Convenios. ....	75
Tabla 32. Correspondiente al indicador Buena imagen. ....	76
Tabla 33. Dimensión infraestructura y servicios generales. ....	77
Tabla 34. Correspondiente a la dimensión equipamiento.....	78
Tabla 35. Dimensión aspectos relacionados con el medio ambiente. ....	79
Tabla 36. Correspondiente a la dimensión publicidad.....	80
Tabla 37. Correspondiente a la dimensión promoción de ventas. ....	81
Tabla 38. Correspondiente a la dimensión relaciones públicas. ....	82
Tabla 39. Correspondiente a la variable Desarrollo turístico. ....	83
Tabla 40. Correspondiente a la variable Promoción turística. ....	84
Tabla 41. Correlación entre Desarrollo Turístico – Promoción Turística.....	85
Tabla 42. Correlación entre Desarrollo Turístico – Publicidad. ....	86
Tabla 43. Correlación entre Desarrollo Turístico – Promoción de ventas.....	87
Tabla 44. Correlación entre Desarrollo Turístico – Relaciones Públicas. ....	88

## RESUMEN

La presente investigación titulada Desarrollo Turístico y la Promoción en el Complejo Arqueológico Bandurria del distrito de Huacho, 2018, el **Objetivo** es determinar la relación entre el desarrollo turístico y la promoción turística en el complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018.

El **Diseño metodológico** de la investigación utilizado fue de tipo básica correspondiente a un estudio de nivel correlacional, de diseño no experimental, con un enfoque cuantitativo de la investigación, la muestra de estudio estuvo conformada por 217 visitantes a quienes se aplicaron los instrumentos de cuestionario para medir las variables de estudio respectivamente.

Los **Resultados** fueron analizados mediante el estadístico Rho Spearman, y se obtuvo como **Conclusión** un grado de significancia de 0.003, estableciendo que el Desarrollo Turístico y la Promoción Turística se relacionan significativamente en el Complejo Arqueológico Bandurria del distrito de Huacho, 2018.

Palabras claves: Desarrollo Turístico, Promoción Turística, Complejo Arqueológico.

## ABSTRACT

The present research entitled Tourism Development and Promotion in the Bandurria Archaeological Complex of the district of Huacho, 2018, the **Objective** is to determine the relationship between tourism development and tourism promotion in the bandurria archaeological complex, district of huacho, year 2018.

The **Methodological** design of the investigation used was of basic type corresponding to a study of correlational level, of non-experimental design, with a quantitative approach of the investigation, the sample of study was conformed by 217 visitors to whom the instruments of questionnaire were applied to measure the variables of study respectively.

The **Results** were analyzed by the statistician Rho Spearman, and a degree of significance of 0.003 was obtained as a **Conclusion**, establishing that Tourism Development and Tourism Promotion are significantly related in the Bandurria Archaeological Complex of the district of Huacho, 2018.

Keywords: Tourism Development, Tourism Promotion, Archaeological Complex.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación consistió en comprobar la relación que existe entre el desarrollo turístico y la promoción turística en el Complejo Arqueológico Bandurria, en la actualidad los visitantes exigen un destino que cumpla con todas sus exigencias en cuanto a atención al cliente, infraestructura y facilidades turística, asimismo las motivaciones de viaje de la demanda turística han ido variando.

Se considera a la actividad turística como un factor importante en el desarrollo para los países, como también en el desarrollo de nuestro país, del mismo modo decir que sus principales características no van dirigidas solo en un sentido social o económico, sino también cultural, permitiendo que los visitantes adquieran conocimientos y sobre todo experiencias.

Dentro de este trabajo de investigación realizada podremos encontrar en el capítulo I, está dedicado a la razón primordial por la que se decide investigar las influencia de las variables a través del planteamiento del problema; en el capítulo II está dedicado a las bases teóricas el cual dan origen al conocimiento de antecedentes tantos nacionales como internacionales, además de la construcción del marco teórico con base en autores e investigaciones reconocidas, en el capítulo III está dedicado a la metodología de la investigación científica donde se considera y define el tipo de investigación desarrollada, así como el diseño que se ha utilizado. También se señala la población y la muestra, la hipótesis, las variables que han sido objeto de estudio, los métodos, técnicas e instrumentos que han sido empleados con la finalidad de analizar e interpretar los datos obtenidos en la presente investigación, en el capítulo IV se mostrará los resultados obtenidos a través de los estadísticos correspondientes para demostrar la correlación que existe entre las variables y la aceptación de la hipótesis alterna; en el capítulo V explicaremos a lo que el investigador concluye como resultado de su análisis y de las discusiones con teorías o investigaciones que fueron analizadas con antelación, para proceder a su posterior recomendación.

# CAPITULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1. Descripción de la realidad problemática

El complejo arqueológico de Bandurria se encuentra ubicado en el distrito de Huacho, provincia de Huaura, Región Lima, en una zona denominada Playa Chica en el kilómetro 141 de la carretera Panamericana Norte, en las coordenadas Ubicación- 11.187138, -77.588433. Cuenta con 354 hectáreas dividida en dos sectores: sector 1 denominado doméstico, lugar de vivienda del poblador de bandurria; es su área inicial del sitio arqueológico tiene una profundidad de cinco metros, en ella se ubica la estructura residencial, residuos de alimentos y se daban actividades de rutina diaria. Sector 2 denominado monumental, es aquí donde se daba lugar a las labores administrativas, actividades religiosas y arquitectónicas, en este sector se haya colinas pedregosas de baja altura y montículos de un tamaño menor. Existen vestigios de pirámides y otros tipos de edificaciones en el sector monumental con una antigüedad de 5000 años aproximadamente y que se puede clasificar en el periodo Pre cerámico Tardío. La denominación de Bandurria proviene de una pequeña ave oriunda de la zona denominada el “ave de bandurria”, que científicamente se denomina (*Theristicus Branicknii*) la cual habitaba desde tiempos inmemorables.

Bandurria fue descubierto por el ingeniero Domingo Torero en 1973, desde el 2005, el Proyecto Arqueológico Bandurria - Huacho, está dirigido por el arqueólogo Alejandro Chu Barrera que inició trabajos de excavación en ese sitio arqueológico.

En la actualidad el complejo Arqueológico esta administrado por el Ministerio de Cultura de la mano con la Asociación Pro defensa Bandurria – Humedal paraíso (APRODEBA). La difusión turística que se promueve es un destino donde los turistas pueden llegar a culturizarse sobre nuestras culturas ancestrales

Si observamos a nivel de la nación, se hace necesario el desarrollo turístico a través de este centro arqueológico, ya que así mantiene y desarrolla el sector económico el buscar



su prosperidad debe ser un punto vital del desarrollo turístico de este centro debe ser un punto vital dentro de la agenda nacional.

En la actualidad el centro arqueológico de Bandurria no cuenta con un presupuesto para su promoción, conservación y con infraestructura turística adecuada al visitante (señalización, pateo de comida, centro de interpretación, servicios higiénicos y artesanías) ya que no es suficiente con el apoyo de la asociación por ende la Municipalidad provincial de Huaura debería apoyar también la promoción turística y el desarrollo del turismo en el complejo Arqueológico Bandurria. En lo que se refiere a promoción turística tiene deficiencia, ausencia de participación local, regional y nacional. La falta de interés por parte de las autoridades y entes privados, y también la falta de inversión.

En cuanto al desarrollo turístico no hay un presupuesto económico ni apoyo de las entidades estatales para el mejoramiento del acondicionamiento del atractivo (mirador, centro de interpretación y una adecuada señalización), en cuanto a la conservación del complejo arqueológico es regular y falta interés para mejorarlo, se puede decir que el complejo arqueológico necesita una mejor articulación con las entidades estatales (Dircetur, Municipalidad, Promperú y el Gobierno regional) para mejorar el desarrollo turístico y promoción turística.

De continuar esta problemática se puede generar una mala imagen del atractivo turístico, una escasa afluencia de turistas y una baja calidad de vida de sus pobladores, como también una pérdida de identidad cultural, conllevando a que perjudique el desarrollo y promoción turística.

Las municipalidades y el gobierno regional deben ver el potencial de este centro arqueológico, ya que este puede mejorar la calidad de vida de sus pobladores a través del turismo ya que pueden generar múltiples atractivos que sumados al centro arqueológico desarrollarían una zona turística que generaría mayor cantidad de empleos a personas adultas y jóvenes, hasta incluso se pueden formar empresas que serían emblema de la región.

Razón por el cual se realizó la presente investigación que será un aporte importante para que nuestras autoridades y entidades privadas reconozcan la importancia del desarrollo y promoción turística para la satisfacción de los visitantes.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Qué relación existe entre el desarrollo turístico y la promoción turística en el complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018?

### **1.2.2. Problema específico**

- A. ¿Qué relación existe entre el desarrollo turístico y la publicidad en el complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018??
- B. ¿Qué relación existe entre el desarrollo turístico y la promoción de ventas en el complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018?
- C. ¿Qué relación existe entre el desarrollo turístico y las relaciones públicas en el complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la relación entre el desarrollo turístico y la promoción turística en el complejo arqueológica bandurria, distrito de huacho, año 2018.

### **1.3.2. Objetivo específico**

- A. Determinar la relación entre el desarrollo turístico y la publicidad en el complejo arqueológica bandurria, distrito de huacho, año 2018.
- B. Determinar la relación entre el desarrollo turístico y la promoción de ventas en el complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018.
- C. Determinar la relación entre el desarrollo turístico y las relaciones públicas el complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018.

## **1.4. Justificación de la investigación**

### **Justificación teórica**

La investigación a ejecutar aportará nuevos conocimientos sobre el desarrollo turístico y la promoción turística en el complejo Arqueológico Bandurria, distrito de huacho, el propósito de la investigación se centra en verificar la relación entre dichas variables.

### **Justificación metodológica**

Este trabajo de investigación mostrara información recabada científicamente que serán una fuente confiable que será base para otras investigaciones que se quieran desarrollar por investigadores en un futuro.

### **Justificación practica**

La investigación a realizar aportará información válida y confiable, lo cual permitirá que los visitantes conozcan el complejo Arqueológico Bandurria, sobre todo recibirán información del lugar lo que hará que los visitantes vengan a visitar el complejo arqueológico bandurria y con ello habrá un mayor desarrollo turístico y promoción turística.

### **Justificación social**

La presente investigación contribuirá a mejorar la relación entre el visitante y el complejo Arqueológico Bandurria como también beneficiará a los pobladores y trabajadores, promoviendo así la formación integral de los visitantes, población y trabajadores del lugar y también con ello un bienestar socioemocional entre el visitante y el atractivo turístico.

### 1.5. Delimitación del estudio

La Investigación se realizará a los visitantes que visitan el Complejo Arqueológico Bandurria ubicado en el distrito de Huacho, provincia de Huaura, Región Lima, en una zona denominada Playa Chica en el kilómetro 141 de la carretera Panamericana Norte, en las coordenadas Ubicación-11.187138, -77.588433. Mediante una encuesta que al final nos dará a conocer resultados y podremos determinar cuál es la relación entre el desarrollo turístico y la promoción turística en el complejo arqueológico bandurria como también dar solución a la realidad problemática planteada.

### 1.6. Viabilidad del estudio

**Estadístico:** Existen datos estadísticos que demuestran que la llegada de visitantes en el complejo arqueológico no es constante ya que existe temporadas altas donde hay más llegada de turistas al complejo arqueológico y temporadas bajas donde la llegada de visitantes es escasa.

**Académica:** Existen las fuentes bibliográficas pertinentes, así como los profesionales del área para desarrollar el plan con rigurosidad científica.

**Financiera:** Los recursos económicos están garantizados para desarrollar en su totalidad la investigación.

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2. MARCO TEÓRICO

##### 2.1. Antecedentes de la investigación

###### **Internacionales.**

Vera, (2017) en su trabajo de investigación titulado “*Actividades recreacionales como aporte al desarrollo turístico sostenible en el cantón la libertad, año 2017*”. Avalado por la Universidad Estatal Península De Santa Elena – La Libertad - Ecuador. Previa a la obtención del Título de: Ingeniería en gestión y desarrollo turístico. Su Objetivo general es: Identificar como las actividades recreacionales aportan al desarrollo turístico sostenible en el cantón La Libertad. La metodología fue el método deductivo. Nivel: básico; tipo de investigación: descriptiva-correlacional. Diseño de investigación: es no experimental. Las técnicas son: observación, encuestas y entrevistas, Instrumento: encuesta; población: 150 turistas, Concluyo: en que Se identificó que las actividades recreacionales aportan al desarrollo turístico del cantón La Libertad, considerando así los eventos que se realizan como sociales, culturales y deportivas siendo este tipo de programas los que atrae demanda turística provocando que haya un crecimiento turístico dentro de la localidad, generando emprendimiento turístico y fuentes de empleo. Los trabajos investigativos realizados con anterioridad, permitieron fundamentar el trabajo de indagación y cuan beneficiosas son estas actividades al momento de realizarlas, no solo para las personas sino también para el sector que las ejecuta, confirmando así que estas acciones son parte del desarrollo en la localidad. Se pudo identificar que se realizan actividades recreativas culturales como la Feria de ciudadanos del mundo-Arte y Cultura, evento social Festival Gastronómico “Sabores de la Península” y deportivas como campeonatos de futbol y entre otros eventos que se realizan en el año en fechas establecidas, las mismas que aportan al desarrollo turístico del cantón, ya que son importantes para la captación de la demanda y movimiento turístico dentro del sector. Se estableció los beneficios de la realización de estos eventos donde se fomenta la productividad local, las fuentes de empleo y el

emprendimiento turístico, también cabe recalcar que las actividades se realizan con el cuidado respectivo de sus recursos naturales y culturales, considerando que se debe tener presente la sostenibilidad turística (Pág. 24).

Sumba, (2017) en su trabajo de investigación titulado” *Diseño de un plan de Promoción Turística para El Balneario Yanayacú, Cochancay-La Troncal, año 2017*”. Avalado por la Universidad estatal de Milagro – Ecuador. Previa a la obtención del título de licenciada en turismo. Su objetivo general: fue diseñar un plan promocional para el Balneario Yanayacú del recinto Cochancay – La Troncal. Nivel de investigación: básica, descriptiva y exploratoria. Diseño: no experimental. La población fue: de 384 colaboradores. Técnica: observación y encuesta. Instrumento: cuestionario. Concluyó en: 1) Diseñamos un logo lo cual le permitirá dar una identificación propia al balneario. 2) Se estableció diferentes medios de publicidad para su difusión. 3) Se diseñó una página web lo cual tendrá información sobre el balneario. 4) Creamos un anuncio radial en la radio troncal estéreo. 5) Diseñamos vallas publicitarias y valla informativas de destinos que ayudaran al que el turista tenga conocimiento del balneario (Pág. 3 – 9).

Ollague, (2015) en su trabajo de investigación titulado “*Plan De Promoción Turística para la Comunidad Punta Diamante De La Parroquia Chongón Del Cantón Guayaquil, año 2015*”. Avalado por la universidad de Guayaquil. Previa a la obtención del grado académico de licenciado en turismo y hotelería. Su objetivo general: fue diseñar el plan de promoción turística la comuna Punta Diamante de la parroquia Chongón del cantón Guayaquil, Provincia del Guayas, año 2015. Nivel de investigación: básica, descriptiva y analítica, Metodología: Inductivo- Deductivo. la población fue de 384 colaboradores. Diseño: no experimental. Técnica: observación, encuesta y entrevista, Instrumento: registro de observación, cuestionario, banco de preguntas. Concluyó en: Que para conseguir que un área turística rural tenga éxito se deben generar propuestas, ya que a través de estas se darán los lineamientos para poder establecer una marca o cliché que al ser oído u observado el público podrá diferenciarlo de cualquier otro lugar. La promoción a través de las redes sociales es un punto

importante ya que llegara al público objetivo, otros medios como el impreso, televisivo y radio podrán llegar al público objetivo también a nivel local, regional y nacional. El desarrollo turístico no solo llega con ingresos económicos, sino llega también con una conservación de la zona por parte de sus pobladores ya que se vuelve su principal medio de ingreso, pero a su vez esto pasa a ser una manera de concientizar con el cuidado del medio ambiente. (Pág. 48 – 52).

Arboleda, (2015) en su trabajo de investigación titulado “*La promoción turística y la revalorización del pensamiento Montalvino en la casa y mausoleo de Juan Montalvo de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua*” avalado por la Universidad técnica de Ambato – Ecuador Previa a la obtención del título de licenciada en turismo y hotelería. Su objetivo general: Determinar la importancia de la Promoción Turística y el nivel de incidencia que ha afectado en la Revalorización del Pensamiento Montalvino en la Casa y Mausoleo de Juan Montalvo de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. Nivel de investigación: básica, descriptiva exploratoria y correlacional. Diseño: no experimental. Tipo: cuantitativo y cualitativo.

La muestra estuvo conformada por 260 visitantes y fuentes administrativas internas (9) que operan la de la Casa y Mausoleo de Juan Montalvo a los cuales se les realizó la encuesta.

En conclusión, la investigación bibliográfica permitió recabar información del pensamiento en la casa y mausoleo de Montalvo. La promoción de acontecimientos resaltantes ayudará al desarrollo del turismo aprovechando la historia de la Casa y Mausoleo de Juan Montalvo, que a su vez fortalecerá el pensamiento Montalvino para lograr una mayor carga turística de la ciudad de Ambato. (Pag 37 – 76).

Borbor, (2014) en su trabajo de investigación titulado “*Plan estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna Ayangue, parroquia colonche del cantón santa Elena, provincia de santa Elena, año 2014*” Avalado por la universidad Estatal Península de Santa Elena - La Libertad. Para la obtención del título de: licenciado en administración de turismo. Su objetivo General, es elaborar un Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Comunitario en la Comuna de Ayangue que

permita el impulso económico, social, ambiental y cultural de manera sustentable de la comunidad. Nivel de investigación descriptivo; diseño de investigación: El estudio es no experimental. Metodología: inductivo y deductivo. Técnicas: la encuesta y la entrevista, Instrumentos: el cuestionario, la muestra: estuvo constituida por 262 prestadores de servicios y 327 turistas. Concluyo en: Que se creó una empresa comunitaria a través de estrategias y de esta forma poder expender productos turísticos comunitarios y así poder generar otros tipos de ingresos a través de actividades recreacionales, restaurantes, hoteles, etc. Se buscó que esta zona turística se articule para que se pueda desarrollar de manera sostenible en todos los aspectos para dar una mejor calidad de vida a los habitantes y así hacer una región más competente. A su vez se planteó un modelo articulado entre ONG, Micro y macro empresas, gobiernos locales y regionales para lograr un éxito sostenible y no de momento (pág. 45- 50).

Benavidez, (2013) en su trabajo de investigación titulado *“Desarrollo del turismo comunitario, en la comunidad de Monteverde, cantón Montufar, provincia del Carchi, para impulsar la actividad turística comunitaria”*, avalado por la Universidad Politécnica Estatal Del Carchi - Tulcán. Para la obtención del título de Ingeniero en Turismo y Ecoturismo. Su objetivo general es: Diseñar un Plan Turístico Comunitario en Monteverde, a través de la elaboración de un plan director, matriz de actividades organizadas y plan operativo, que permita impulsar la actividad turística comunitaria del sector. El nivel de la investigación es explorativa, descriptiva y explicativa, teniendo un diseño no experimental y se empleó el método inductivo-deductivo a través de la observación y la entrevista. La muestra lo conforman 543 habitantes, distribuidos en 120 familias y concluyo que el turismo comunitario es uno de los ejes que diversifica los ingresos económicos, porque se hace de vital importancia el desarrollo de planes, programas y proyectos direccionados y teniendo la premisa del aprovechamiento sustentable y sostenible de los recursos naturales y culturales, lo que a su vez generara un desarrollo socio-económico de las poblaciones rurales involucradas en esta actividad. (pág. 44 - 46).



## Nacionales

Malpartida Maiz & Peña Castre, (2017) en su trabajo de investigación titulado “*El marketing mix y su incidencia en el desarrollo turístico del distrito de san francisco de cayrán, departamento de Huánuco 2015*” avalado por la Universidad nacional hermilio valdizan. Huánuco – Perú. Previa a la obtención del Título de licenciado en administración turística y hotelera. Su Objetivo general es: Analizar la incidencia del marketing Mix en el desarrollo turístico del distrito de San Francisco de Cayrán – 2015. Nivel de investigación: básico explicativo y descriptivo. La Metodología: método deductivo, método descriptivo, método de análisis, método explicativo. Diseño de investigación: El estudio es no experimental. Tipo de investigación: descriptivo y correlacional Técnica: La encuesta, Instrumento: El cuestionario, población: 40 personas, Concluso: - que muchos visitantes que llegan a la zona no vistan específicamente los atractivos ya que no conocen ni el servicio turístico ni los lugares emblemáticos de este, esto podría deberse a que las vías de comunicación no están en un óptimo para lograr su difusión y acceso, en el trabajo de campo se evidencio que si existe un interés de parte de los visitantes, pero a su vez manifiestan que la falta de apoyo de sus autoridades es la principal deficiencia que deben tener. También se recalca que la zona no cuenta con infraestructuras que alberguen a los visitantes para que puedan conocer y degustar de las bondades de la zona. (Pag 91-96).

Serin, (2017) en su trabajo de investigación titulado: “*La identidad cultural y su contribución al incremento del desarrollo turístico en la ciudad de Huamachuco, 2017*” avalado por la Universidad Cesar Vallejo libertad – Perú, Previa a la obtención para obtener el grado académico de Maestría en gestión pública. Su Objetivo general es: Determinar la contribución de la identidad cultural en el incremento del desarrollo turístico en la ciudad de Huamachuco, 2017. Nivel de investigación: básica Explicativo; Diseño de investigación: El estudio es no experimental. Mixta. La metodología es tipo mixta es la que se adecua mi investigación, ya que presento datos cuantitativos y cualitativos. Muestra: de 382 de un total de 62 424 habitantes en la ciudad de población que viven en Huamachuco; Técnica: La encuesta, Instrumento: El cuestionario, Concluso: Que la identidad cultural de los huamachuquinos contribuye

al desarrollo del turismo, ya que en este sentido cada habitante es un guía para cada nuevo visitante que llegue a la zona. Un segundo punto resaltante es que cada huamachuquino conoce su historia, tradiciones, costumbres, patrimonio, folclor, gastronomía, lo cual hace que la zona que tiene habitantes con un nivel de identidad cultural bien alto maximice el turismo y el desarrollo económico de su comunidad o ciudad (pág. 42 – 49).

García, (2017) en su trabajo de investigación titulado: “*Gestión municipal y desarrollo turístico en el distrito de Ancón de la provincia de Lima, año 2017*” avalado por la Universidad Cesar Vallejo Ancón – Lima, Previa a la obtención para obtener el grado académico de Maestro en Gestión Pública. Su Objetivo general es: “Determinar la relación existente entre el desarrollo turístico de Ancón y la gestión municipal de la municipalidad distrital de Ancón en el año 2017”, Nivel de investigación: básica y de naturaleza descriptiva y correlacional.; Diseño: no experimental.

Tipo de investigación: Cuantitativa. Muestra: de 64 trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Distrital de Ancón. Técnica: La encuesta, Instrumento: El cuestionario, Concluyo que: Existe relación entre la gestión municipal y el desarrollo del turismo, ya que son las autoridades los primeros en generar programas, proyectos o planes para el desarrollo del turismo de su localidad y a su vez articularlos y planificarlos de una manera estratégica para el éxito de ellos generando políticas que normen o regulen el buen desempeño y desarrollo del turismo en su localidad. (pág. 37 – 44).

Valverde, (2016) en su trabajo de investigación titulado “*Plan de Promoción Turística Para El Incremento De La Afluencia De Turistas En El Refugio De Vida Silvestre Laquipampa – Incahuasi. Enero - Setiembre 2016*”. Avalado por la Universidad privada Juan Mejía Baca - Perú. Para optar el título profesional de licenciado en Administración Hotelera, Turismo, Ecoturismo y Gastronomía. Su objetivo general fue Determinar la Diseñar un Plan promoción turística para el incremento de la afluencia de turistas en el refugio de vida Silvestre Laquipampa – Incahuasi. Enero - Setiembre 2016. Nivel de investigación: básica, transaccional descriptiva Tipo:

cuantitativa Diseño: no experimental. Muestra: 50 turistas Técnica: de gabinete, de campo y de observación. Instrumento: encuesta y entrevista. Concluyó en: los planes de difusión turística influyen de manera positiva para la afluencia de turistas. También menciona que este lugar posee el potencial paisajístico (flora y fauna), pero las debilidades como bajo presupuesto, poco acceso, falta de infraestructura que albergue a los visitantes y al no existir políticas de apoyo estarían minimizando este potencial turístico nacional. Según se menciona la mayor afluencia lo tienen jóvenes universitarios y profesionales del sexo femenino que van al área con fines de investigación. (pp. 89-113).

García & Silva, (2016) en su trabajo de investigación titulado "*Promoción Turística y Desarrollo del Turismo en la Comunidad de Padre Cocha, Distrito de Punchana, año 2016*". avalado por la Universidad científica del Perú. Para optar el título profesional de licenciado en Turismo y Hotelería. Su objetivo general es conocer la relación entre la promoción turística y el desarrollo del turismo en la comunidad de Padre Cocha, Distrito de Punchana, periodo 2016. Nivel de investigación: básica descriptiva explicativa y correlacional. Tipo: cuantitativa Diseño: no experimental. Población: 1933 turista, Muestra: 320 turistas Técnica: la encuesta y técnicas de fichaje. Instrumento: Cuestionario. Concluyó en que si existe una relación positiva entre la promoción turística y el desarrollo turístico, pero en esta zona no se realiza una adecuada difusión ya que según se evidencia en las pruebas de campo la cual al analizarla muestra un bajo nivel de difusión (medios audiovisuales, redes sociales, programas de turismo como ferias, etc.). Ocasionando que exista una baja en ventas dentro de la comunidad. También se evidencio que no existe un adecuado trato a los turistas ya que mencionan que no se satisface las necesidades de estos, más si cuentan con infraestructura, pero como se evidencia en las pruebas de campo el trato es muy vital dentro del desarrollo del turismo de cualquier zona. (pp. 20- 40).

Sifuentes, (2015) en su trabajo de investigación titulado "*Promoción Turística y Demanda Turística del Sitio Arqueológico Marcahuamachuco, región La Libertad*". Avalado por la Universidad Nacional de Trujillo - Perú. Su objetivo general fue

Determinar la relación que existe entre la promoción turística y la evolución de la demanda turística del sitio arqueológico Marcahuamachuco. Nivel de investigación: básica, descriptiva exploratoria y correlacional. Diseño: no experimental y de corte transversal. Tipo: cuantitativa Metodología: Deductivo/Inductivo, Analítico/Sintético, Sistemático. La población fue de 9 trabajadores y 1200 turistas. Muestra: 9 trabajadores y 89 turistas Técnica: análisis documental, encuestas, navegación por internet. Instrumento: cuestionario, fichas bibliográficas y los motores de búsqueda. Concluyó en que: Los factores de promoción turística son determinantes para el desarrollo del turismo de la zona, estos factores determinantes son el marketing, productos, precios, facilidades de accesos, en esta investigación se determinó que el lugar tiene un promedio medio para la difusión turística, lo cual hace que la demanda turística por visitar la zona se incremente (pp. 22- 77).

## **2.2. Bases teóricas.**

### **2.2.1 Desarrollo Turístico**

Según Viñals (2012), sostiene que “El desarrollo turístico de un sector se debe considerar la satisfacción producida por la actividad turística y no la afluencia turística sino en la población local, que es literalmente la beneficiada del proceso turístico” (p. 84).

Según Cárdenas (2006) Se define como un medio de mejora de calidad de vida de la comunidad que emplea el turismo y a su vez al visitante se brinda una experiencia única que ocasiona un retorno de este al lugar turístico, pero se debe de mantener un cuidado de parte de la comunidad que empela en turismo como recurso y del visitante que emplea el ambiente como un medio distractorio o de recreación.

Otro autor define al turismo como una forma de consumo que expende bienes y servicios que son elaborados y diseñados acorde a los posibles visitantes de la zona. Según este autor la actividad turística es terciaria, por el proceso ya antes mencionado (Bullón, 2006).

Viéndolo del punto de vista de la calidad del servicio al turista, se menciona que debe haber un mejoramiento de la calidad de servicios e instalaciones para así lograr satisfacer las diversas necesidades del turista, que sumado a la satisfacción de este sería un medio de difusión para atraer más turistas y generar más empleo e ingresos para la comunidad (Amparo, 1998).

Según (Pearce, 1991), menciona que:

El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos. (p. 14).

### **Elementos del Desarrollo turístico**

Ávila (2013) sostiene que la dinámica de elementos para el desarrollo del turismo en su espacio interior está condicionada por su imagen y su funcionalidad. Dentro del territorio interactúan cuatro grandes factores como la protección al medio ambiental y cultura, el desarrollo de valor de nuestro patrimonio cultural, desarrollo económico, y un mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes.

### **Actividades turísticas**

La Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos (2011) sostiene que: “Es el acto que realiza el visitante para que se materialice el turismo. Son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios turísticos” (p. 11).

Por ejemplo:

Caminata / Trekking	Pesca deportiva	Visitar comunidades nativas / rurales
Campamento / Camping	Remo	Paseos en yate, bote, lancha o canoa
Montañismo / Climbing	Puenting	Paseos en caballito de totora
Escalada en roca	Snowboard	Navegación en cruceros
Escala en hielo	Vela - Windsurf	Paseos en pedales
Sky sobre hielo	Surf / Tabla hawaiana	Paseos en caballo
Sky acuático	Canoping	Participación de fiestas religiosas
Espeleismo / descenso a cavernas	Paracaidismo	Fotografía profesional
Sandboard	Ala delta / Parapente	Estudios e investigación
Motocross	Sobrevuelo en aeronave	Participación de eventos
Pesca de altura	Degustación de platos típicos	Observación de la naturaleza
Pesca submarina	Rituales místicos / Chamanismo	Observación de flora / fauna
Buceo / Scuba diving	Muestras de danzas y bailes típicos	Observación de aves
Canotaje / Rafting	Visitar sitios arqueológicos	Observación del paisaje
Ciclismo de montaña / Biking	Compra de artesanías	Observación de estrellas
Kayac	Visitar iglesias/conventos	Otro...
Motonáutica	Visitar museos	
Natación	Visitar inmuebles históricos	

Figura N° 1 : Actividades turísticas establecidas por Mincetur

### **Prestadores de servicios turísticos**

La Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos (2011) sostiene que son “personas naturales o jurídicas que participan de la actividad turística con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos, de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas” (p. 13).

Dentro de los prestadores turísticos se encuentran los restaurantes, hospedajes, agencias de viajes de transporte y guías de turismo, organizadores e eventos académicos o de otra índole, etc.

### **Instalaciones turísticas**

La Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos (2011) hace mención de una definición y de ejemplos de instalaciones turísticas, para lo cual menciona que:

Son las instalaciones físicas que se relacionan directamente con el recurso o atractivo turístico y se utilizan para realizar la visita turística, entre algunos ejemplos de ellos se tienen a los miradores turísticos, museos de sitio, centros de interpretación, instalación para la exposición de flora o fauna silvestre, paradores turísticos, embarcaderos / muelles turísticos, marina turística, Oficina de Información Turística, Zonas de campamento (camping), Estancia

para animales de transporte turístico (acémilas, caballos, llamas), Estacionamiento de vehículos, Orquideario, Senderos peatonales, ecuestres, Señales turísticas, Zonas para muestras culturales, entre otros. (p. 14).

### **Servicios turísticos**

Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos (2011) sostiene que:

Son los servicios proporcionados a las personas que desean hacer turismo (visitantes). Pueden ser de dos tipos: privados y públicos, los **servicios turísticos privados son aquellos** que ofrecen los prestadores y operadores de servicios turísticos a través de la planta turística y los **servicios turísticos públicos** son los ofrecidos a partir de las instalaciones turísticas y recursos turísticos en el producto, atractivo, circuito o corredor turístico con la finalidad de satisfacer las necesidades del visitante, mejorando la experiencia de la visita, ofreciéndole facilidades, calidad y seguridad (p. 19).

Citando algunos ejemplos se pueden mencionar a los:

Servicios de observación, Servicios de orientación turística, Servicios de información turística, Servicios de interpretación cultural, Servicios de disfrute del paisaje, Servicios de descanso (para recorridos largos), Servicios de embarque y desembarque para uso turístico, Servicios de acceso directo al recurso/atractivo, Servicios para el recorrido interno del recurso/atractivo, Servicios para exposición de muestras culturales, Servicios para exposición de flora o fauna silvestre, Servicios para estacionamiento de transporte turístico ( Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos, 2011, p. 19).

### **Capacidad de carga del recurso turístico.**

Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos (2011), Menciona que se refiere “al nivel máximo de uso de visitantes e infraestructura correspondiente que un área puede soportar, sin que se provoquen efectos en detrimento de los recursos y se disminuya el grado de satisfacción del visitante o se ejerza un impacto adverso sobre la sociedad, la economía o la cultura de un área” (p. 57).

Para este cálculo, se requiere identificar los sitios, senderos e instalaciones turísticas ubicados dentro del recurso turístico.

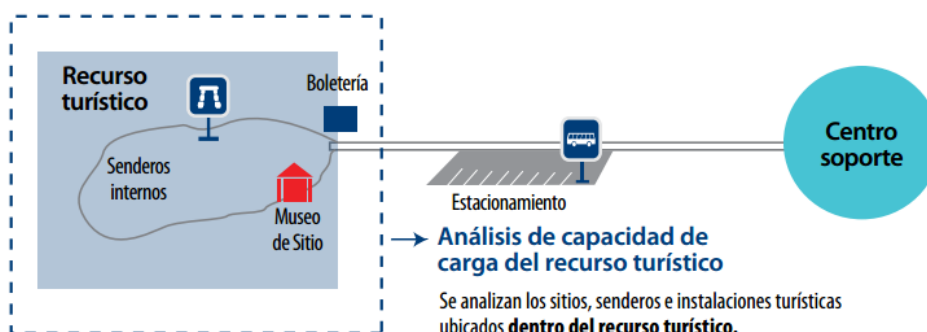


Figura N° 2 : Capacidad de carga establecido por Mincetur.

La Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos (2011) hace mención a la metodología de Sifuentes para poder determinar la capacidad de carga turística, este considera 3 niveles que son:

La capacidad de Carga Física (CCF), que está dada por la relación simple entre el espacio disponible y la necesidad de espacio por grupo de visitantes en segundo esta la capacidad de Carga Real (CCR), la cual se determina sometiendo la CCF a una serie de factores de corrección (reducción) producto de la identificación y medición de las características físicas, ambientales, biológicas y de manejo del sitio y tercero la Capacidad de Carga Efectiva (CCE), que toma en cuenta la capacidad de manejo del sitio, lo que incluye variables como personal, infraestructura y equipos, entre otros, La capacidad de carga efectiva (CCE) de un recurso turístico es la que determina el número máximo de visitas diarias permisibles. Ésta siempre será menor a la capacidad de carga física y menor o igual a la capacidad de carga real (pp. 58-59).

En resumen, la capacidad de carga turística es la Capacidad de Carga Efectiva (CCE) que al interpretarse se entiende que es el tope máximo de visitas que puede recibir un entorno turístico.



## **Dimensiones Desarrollo Turístico.**

Entre las dimensiones del desarrollo turístico se observa a Infraestructuras y servicios generales, Aspectos relacionados con el medio ambiente, equipamiento.

Infraestructuras y servicios generales son: “los servicios turísticos, las áreas recreativas, la oferta comercial, oferta cultural, y de ocio, profesionalidad de los trabajadores del sector turístico y gestión turística, etc.” (Viñals 2012, p134).

Aspectos relacionados con el medio ambiente, se considera a la: “Saturación del destino, conservación medioambiental del entorno, contaminación acústica, etc.” (Viñals 2012, p134).

Equipamiento es: “la Accesibilidad, tráfico, transporte público, abastecimiento de agua, limpieza y recogida de basuras, alumbrado público, asistencia sanitaria, seguridad ciudadana, etc.” (Viñals, 2012, p134).

### **2.2.2 Promoción turística**

Para diversos autores es un todo integrado lo cual favorece el desarrollo turístico, al respecto se menciona que:

Se entiende como una actitud integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos al surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de las operaciones de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica. Es decir, la acción de crear y desarrollar las estructuras turísticas con base en inversiones de capital, uso de equipo y técnicas administrativas, y también activar el desplazamiento turístico con los medios de difusión idóneos. (Ibáñez & Carmelina, 2011, p 147)

Se menciona que es conjunto de decisiones sobre el turismo que integrados con la política orienta hacia un desarrollo que va de la mano con normas que logran parametrar programas y proyectos por sectores para que así no afecten al desarrollo sostenible del turismo (Torrejón, 2004).

Gurria (2001) hace presente su opinión sobre la promoción turística, al respecto opina que:

La promoción turística es, en su amplio concepto, una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica (p. 99).

La promoción turística es la estrategia para inducir al mercado sobre un determinado producto y a la vez persuadir para que consuma por las bondades que este contenga, informando de la calidad de estos. (Romero, 1997).

En esencia la promoción turística es difundir las bondades del atractivo turístico (oferta) al cliente potencial. Esto abarca todos los atractivos y actividades turísticas e infraestructura o todo lo relacionado con lo que sea de posible interés para el visitante. La promoción turística también busca de incrementar la demanda turística, y es de conocimiento general que el turismo ayuda a trabajar de manera conjunta entre entidades del estado y entidades privadas, logrando muy buenos resultados si es organizada de manera coherente con el desarrollo y la responsabilidad. (McIntosh & Gupta, 1983).

### **Proceso de planeación**

Para Gurria (2001) afirma que la promoción turística necesita de una adecuada planificación, y que esta debe determinar y establecer: metas para el desarrollo del programa, el mercado objetivo, publicidad, presupuesto y de qué manera se medirá los resultados obtenidos .

### **Tipos de promoción turística**

Ibáñez & Carmelina (2011) menciona que existe 3 tipos de promoción turística la cuales son las siguientes: Pública, porque su fuente de principal de dinero le pertenece al estado o gobierno. Privada, es la que su financiamiento es acogido o respaldado por la inversión privada. Mixta, es la que por definición lógica se financia a través del gobierno y de empresas privadas. Todos estos tipos de promoción turística son regulados por la Ley General de Turismo (p 147).

## **Dimensiones de Promoción Turística**

### **A. Publicidad**

Es una estrategia para comunicar de manera no personal, la cual tiene un costo ya que generalmente es solicitado a una empresa que se dedica a este rubro, una de las dificultades de la promoción turística es que la población objetivo nos reconozca, siendo la publicidad un excelente modo de darnos a conocer para que consuman nuestros productos o servicios. Los medios presentes pueden ser desde la publicidad escrita, narrada y visual. (Kotler, Bowen, Makens, García y Flores 2011, p.720).

### **B. Promoción de ventas**

En un concepto simple son estrategias de venta a través de incentivos de una magnitud que impacte en la población objetivo para que se llegue a consumir nuestros productos o servicios. Son los que ofrecen la información sustancial para captar la atención del cliente y así llegar a expender nuestros productos o servicios para que este los compre. Generalmente se presentan como descuentos, productos de regalo por la compra, carteles de publicidad, almanaques, etc. (Kotler, Bowen, Makens, García y Flores 2011, p.720).

### **C. Relaciones públicas**

Estrategia por la cual se busca enlazar fuerzas con otras empresas o entidades públicas o privadas dedicadas al rubro para poder tener mayor reconocimiento o como una estrategia para poder maximizar la imagen que siempre puede ser vulnerada por la competencia. Esta estrategia es dada a través de una gran variedad de actividades comunicativas, las cuales dan un giro a cualquier escenario contraproducente para nosotros y lo vuelve favorable al crear opinión en la población que respalde nuestro producto o servicio. Estos enlaces con otras instituciones, las cuales pueden ser universidades, municipalidades, etc., estas generarían ferias artesanales con municipalidades, proyección cultural con universidades o instituciones públicas del gobierno, viajes de confraternidad que pueden ser con colegios o universidades. (Kotler, Bowen, Makens, García y Flores 2011, p.720).

### 2.3. Definiciones conceptuales

- **Acondicionamiento turístico**

Es el accionar de generar condiciones óptimas en la infraestructura para los turistas, con la finalidad de brindar un excelente servicio, para que sea un medio generación de retorno de turistas.

- **Agencia de viajes**

Empresa dedicada a ser intermediario dentro de la comunicación entre el cliente y la empresa que expende los servicios o productos turísticos. Estas se pueden encargar de promocionar, trasladar, entre otras actividades que son respaldadas por las empresas turísticas.

- **Alumbrado público**

Viéndolo desde el punto del turismo, sería una manera adecuada de mejorar la visibilidad del producto o servicio a ofrecer, estando relacionado con el acondicionamiento turístico.

- **Atractivo turístico:**

Son productos, servicios o en general recursos que le dan al turista satisfacción de haber comprado o consumido un producto o servicio de calidad, el atractivo puede estar dado por distintos factores que satisfagan a la persona.

- **Buen estado:**

Está orientado a la buena condición física del lugar o zona turística.

- **Capacidad de carga:**

Es el tope máximo de personas que puede albergar una zona turística, ya que si se excede genera un daño en el ambiente y a la vez un estrés a los clientes.

- **Camino de acceso**

Es la vía o camino por donde los turistas pueden llegar a nuestro lugar en donde consumirán nuestros productos o servicios.

- **Carteles**

Es un medio de información o publicidad, la cual debe ser lo más atractivo y conciso para que sea de ayuda al turista para llegar a satisfacer su necesidad a través de nuestros productos o servicios.

- **Complejo Turístico**

Es un conglomerado de centros turísticos que al unirse develarían una zona turística o complejo turístico que le daría mayor magnitud a nuestros servicios.

- **Conservación**

Es la actividad mediante la cual se cuida y protege el ambiente en donde se da el turismo.

- **Contaminación**

Es la acumulación de residuos contaminantes inorgánicos y orgánicos que generan una degradación al medio ambiente, en donde se da la actividad turística.

- **Descuentos especiales**

Son estrategias de venta a través de la reducción de precios de un producto o servicio para incrementar su compra, un ejemplo muy claro sería 2 x 1 (lleva dos, paga uno).

- **Estacionamientos de vehículos**

Lugar determinado en donde se ubicarán los automóviles de los turistas.

- **Ferias artesanales**

Son las generadas por una entidad del estado o varias, y que son empleadas estratégicamente para dar a conocer un producto o servicio de la zona turística.

- **Folletos y trípticos**

Es un medio de publicidad escrita para dar a conocer o brindar información puntual de los servicios o productos de la zona.

- **Guía turístico**

Individuo conocedor de la zona que generalmente habla distintos tipos de idioma para poder comunicarse con distintos turistas de diferentes nacionalidades, esta persona generalmente está acreditada por instituciones públicas para poder denominarse de guía turístico.

- **Hoteles y/o albergues**

Son lugares en donde el turista llega a pernoctar, está íntimamente relacionado con la actividad turística, ya que es el principal lugar a donde el visitante llega.

- **Infraestructura turística**

Es la que da soporte a la actividad turística ya que es un conglomerado de elementos que dan vida y condiciones a la zona turística para que albergue a los visitantes.

- **Inventario Nacional de Recursos Turísticos**

Es la manera más sencilla de poder ofrecer al turista nuestros atractivos turísticos de la zona, ya que el inventario recaba la información de las bondades de la zona turística, categorizándolo por cualidades de índole natural o de actividades o cultura general.

- **Limpieza**

Es la acción y efecto de limpiar la suciedad o lo perjudicial de algo y mantenerlo limpio.

- **Mirador turístico**

Lugar destinado a la observación que permite contemplar un paisaje o acontecimiento situado en altura para poder ver a mayores distancias.

- **Planta Turística:**

Grupo de instalaciones indispensables para el desarrollo de los servicios turísticos, entre ellos podemos tener a los hostales, restaurantes, etc.

- **Productos de obsequio**

Son productos distintivos o recuerdos que se entrega al turista para que cada vez que lo observe recuerde el lugar y quiera regresar.

- **Producto turístico**

Conglomerado de componentes tangibles e intangibles que, sumado a las condiciones esenciales, generarían una experiencia turística atractiva y satisfactoria al visitante.

- **Proyección cultural**

Situación en la cual se generan espacios en donde la comunidad o zona turística puede expender sus atractivos turísticos, ya sean productos, servicios o costumbres de la zona como danzas u otras actividades que generen atractivo al turista.

- **Puesto de primeros auxilios**

Es un espacio donde se da atención inmediata a una persona lesionada o accidentada en el lugar de los acontecimientos.

- **Recojo de basura**

Define el proceso de recojo de los residuos sólidos y su depósito en diferentes tachos para que sean recogidos posteriormente y reciclados.

- **Restaurantes**

Tienen un papel muy importante dentro de la satisfacción de los clientes o visitantes turísticos.

- **Revistas de viaje**

Son medios de información que brinda la zona turística para que el turista tenga conocimiento de nuestras bondades, su principal medio de entrega son los hoteles, agencia de viajes, etc.

- **Saturación del destino**

Es la saturación del espacio turístico que se da por el exceso de visitantes que no se puede controlar dentro de un atractivo turístico.

- **Servicios Higiénicos:**

Se refiere a excusados o retretes que se usan para el uso de las necesidades fisiológicas de las personas

- **Servicio de guiado**

Es el servicio que brinda información detallada de la zona y responde a incógnitas que puedan tener los turistas.

- **Televisión**

Medio de comunicación más importante para el turismo, ya que se puede mostrar de manera gráfica las bondades de la zona turística, de sus costumbres y servicios, aunque es un medio costoso, generalmente su inversión es recompensada con los ingresos generados.

- **Viajes de confraternidad**

Son viajes que van de la mano con las relaciones públicas con otras comunidades o público, o población objetivo para dar a conocer nuestros atractivos turísticos.

- **Visitante**

Definiéndolo desde el punto de vista del turismo es la persona que llega a nuestra zona turística esperando que se pueda satisfacer sus necesidades (producto o servicio) de un lugar o zona turística.

## **2.4. Formulación de hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis general**

El desarrollo turístico se relaciona directamente con la promoción turística en el Complejo arqueológico Bandurria, distrito de huacho, año 2018.

### **2.4.2. Hipótesis específicas**

- A. El desarrollo turístico se relaciona directamente con la publicidad en el complejo arqueológico Bandurria, distrito de huacho, año 2018.
- B. El desarrollo turístico se relaciona directamente con la promoción de ventas en el Complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018.
- C. El desarrollo turístico se relaciona directamente con las relaciones públicas en el Complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018.



## CAPITULO III

### METODOLOGÍA

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1. Diseño metodológico

##### 3.1.1. Tipo

La investigación por su naturaleza corresponde a una Investigación de tipo básica o teórica, porque tiene como finalidad ampliar los conocimientos ya existentes respecto al desarrollo turístico y la promoción turística en el Complejo Arqueológico Bandurria.

##### 3.1.2. Nivel de investigación

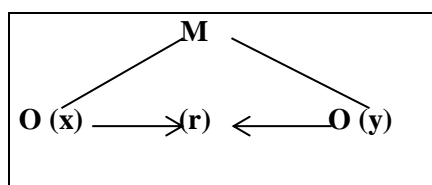
El presente estudio es de nivel correlacional pues se medirá el grado de relación entre el nivel de desarrollo turístico y el nivel de promoción turística en el Complejo Arqueológico Bandurria. (Hernández Sampieri, 2010).

##### 3.1.3. Diseño

El diseño de la presente investigación es No Experimental, porque implica la observación del hecho en su condición actual y su estado natural, sin intervención del investigador. No existe manipulación de la variable dependiente, sólo se describe y se analiza la incidencia e interrelación de las variables en un momento dado.

Y a la vez transversal, porque la información recabada se dará en tiempo determinado y se revisará o evaluará en base a ese tiempo, no teniendo en cuenta cómo evolucione el problema en el futuro en relación con las variables del estudio. (Hernández Sampieri, 2010).

El esquema de diseño es el siguiente:



### 3.1.4. Enfoque

Al analizar las variables se obtiene que el enfoque es cuantitativo, porque en esencia la investigación busca analizar los datos y comprobar la hipótesis basándose en una estadística descriptiva e inferencial.

## 3.2. Población y muestra

### 3.2.1. Tipo

La población a estudiar en la presente investigación tiene la característica de ser una población finita y estará conformado por 502 visitantes que visitan el complejo Arqueológico.

Hernández, Fernández y Baptista (2006, p. 239) definen población como “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”.

### 3.2.2. Muestra

En la presente investigación la selección de la muestra será de probabilístico, cuyo tamaño se obtendrá a través de la fórmula estadística para población finita, utilizando la fórmula:

$$n = \frac{z^2 p \cdot q \cdot N}{E^2 \cdot (N - 1) + Z^2 p \cdot q}$$

Donde:

Z = Nivel de Confianza

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de no éxito

e = Error muestral

n = Tamaño de la Muestra

Reemplazando en la ecuación tenemos:

$$n_0 = \frac{(1.96)^2 (0.5) \times (0.5) \times 502}{(0.05)^2 \cdot (501 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)} = 217$$

Obtenido como resultado: **217**

### 3.3. Operacionalización de variables e indicadores

Tabla 1. Variable Desarrollo Turístico

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala de valoración	
<p>El Desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos. (Pearce, 1991)</p>	<p>El Desarrollo turístico se evaluará a través de las dimensiones: infraestructura y servicios generales, equipamiento y aspectos relacionados con el medio ambiente.</p>	Infraestructura y servicios generales	Restaurantes	1	Cuestionario configurado en: Instrucciones Datos generales Cuerpo del cuestionario	<p>Likert Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo De acuerdo Totalmente de acuerdo</p>	
			Servicio de guiado	2			
			Hoteles y/o albergues	3			
			Agencia de viajes	4			
			Servicios higiénicos	5			
		Equipamiento	Camino de acceso	6			
			Alumbrado público	7			
			Puesto de primeros auxilios	8			
			Mirador Turístico	9			
			Estacionamiento de vehículos	10			
			Centro de interpretación	11			
			Buen Estado y conservación	12			
			Aspectos relacionados con el medio ambiente	Contaminación			13
				Saturación del destino			14
				Limpieza y recojo de basura			15

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Variable Promoción Turística

Fuente: Elaboración propia

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala de valoración		
<p>Implica la difusión de las bondades de la oferta turística hacia los "clientes" potenciales, es decir dar a conocer el producto turístico. Este incluye tanto los atractivos, como actividades turísticas, infraestructura y todo tipo de servicios que dentro del territorio comunal pueden ser de interés para una visita. También la promoción turística se basa en incrementar la demanda turística hasta un nivel satisfactorio. Es innegable que la promoción del turismo en forma conjunta, ya sea con otros prestadores de servicios turísticos de la misma zona, estado o país, logra muy buenos resultados, ya que se aúnan los fondos privados. (McIntosh &amp; Gupta, 1983)</p>	<p>La Promoción turística se evaluará a través de las dimensiones: publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas</p>	Publicidad	Información	16	<p>Cuestionario configurado en: Instrucciones Datos Generales Cuerpo del cuestionario</p>	Likert		
			Anuncio	17				
			Folletos y trípticos	18				
			Revistas y diarios	19				
			Televisión	20				
			Radio	21				
			Panel publicitario	22				
			Redes sociales	23				
			Atención	24				
			Descuento	25				
		Promoción de ventas	Producto de obsequio	26		Totalmente en desacuerdo		
			Ferias de Promoción turística	27				
			Eventos culturales y artísticos	28				
			Convenios	29				
			Buena imagen	30				
			Relaciones públicas					En desacuerdo
						Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
						De acuerdo		
			Totalmente de acuerdo					

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.4.1. Técnicas a emplear**

En el recojo de información se utilizará la técnica de la encuesta.

Según Carrasco (2009) la encuesta “es una técnica de investigación social para la indagación exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas directa o indirectamente a los sujetos que constituyen una unidad de análisis”. (p.314)

#### **3.4.2. Descripción de instrumentos.**

Para el recojo de información se utilizará un cuestionario estructurado de 30 preguntas para la variable Desarrollo turístico 15 ítems y para la variable promoción turística 15 ítems.

“Cuestionario es el conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir” (Hernández, Fernández y Baptista; 2014, p. 217).

En la consideración de las escalas valorativas se empleó 5 niveles, los que son establecidos según el escalamiento de Likert.

En la cual las respuestas tendrán el siguiente grado:

- 1= Totalmente en Desacuerdo
- 2= En desacuerdo
- 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4= De acuerdo
- 5= Totalmente de acuerdo

“El escalamiento de Likert es el conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías” (Hernández, Fernández y Baptista; 2014, p. 238).

#### **3.5. Técnicas para el procesamiento de la información**

Para el proceso de la información se empleará el Excel y el SPSS, los resultados serán presentados en tablas y gráficos estadísticos.

## **CAPITULO IV**

### **RESULTADOS**

#### **4. RESULTADOS**

##### **4.1. Resultados**

##### **4.1.1 Resultados de los indicadores de la variable Desarrollo Turístico**

Después de un análisis porcentual de frecuencias de cada pregunta las cuales fueron derivadas de los 15 indicadores que contemplan la variable desarrollo turístico, tenemos:

Tabla 3. Correspondiente al indicador Restaurantes.

¿La cantidad de establecimientos de expendio de comida (restaurantes) que existen actualmente en el Complejo Arqueológico de Bandurria es suficiente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	75	34,6	34,6	34,6
	En desacuerdo	102	47,0	47,0	81,6
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	37	17,1	17,1	98,6
	De acuerdo	3	1,4	1,4	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

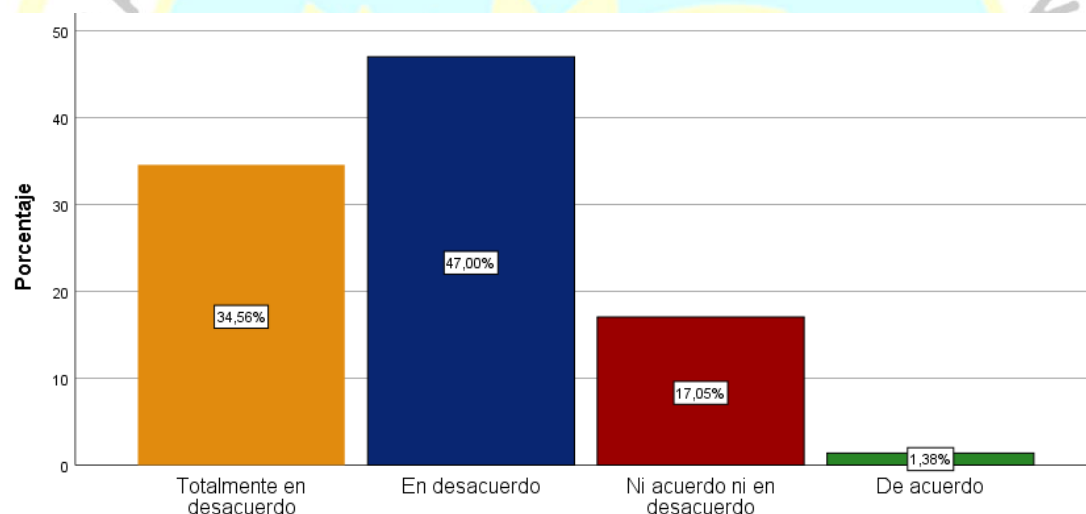


Figura N° 3: Correspondiente al indicador Restaurantes.

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos dan que ante la pregunta del indicador de restaurantes el 47 % respondieron estar en desacuerdo, siendo este el de mayor porcentaje, seguido de un 34.56% que manifestaron estar totalmente en desacuerdo, el 17.05 % respondieron no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y un mínimo de 1.38% son los que estuvieron de acuerdo con respecto a que la cantidad de restaurantes son suficientes, las respuestas obtenidas por los encuestados dieron un 0% para totalmente de acuerdo.

Tabla 4. Correspondiente al indicador Servicio de guiado.

¿El guía turístico posee los conocimientos suficientes para resaltar los hechos culturales ocurridos en el Complejo Arqueológico Bandurria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni acuerdo ni en desacuerdo	27	12,4	12,4	12,4
	De acuerdo	109	50,2	50,2	62,7
	Totalmente de acuerdo	81	37,3	37,3	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

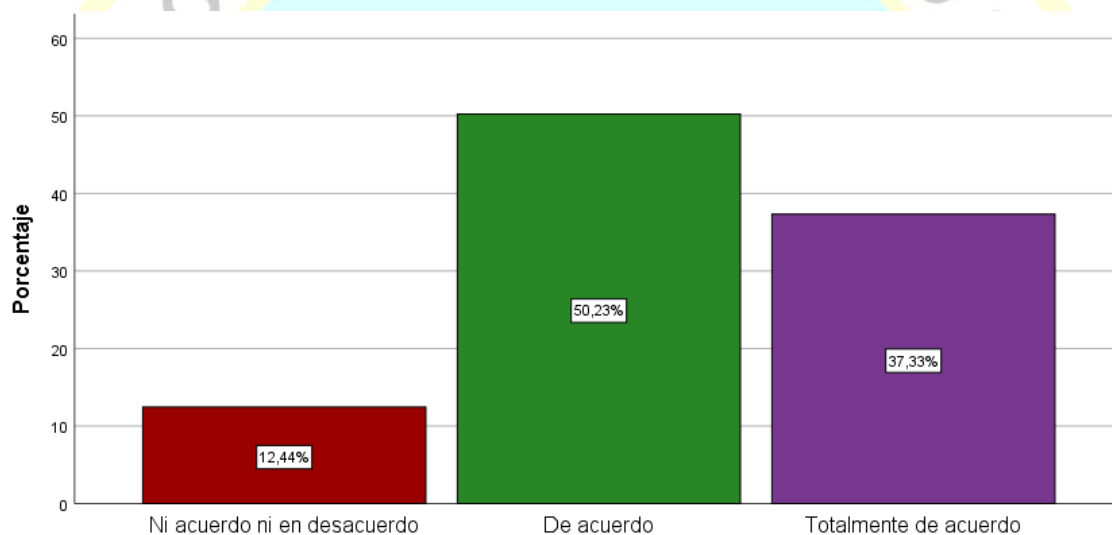


Figura N° 4 : Correspondiente al indicador Servicio de guiado.

Fuente: Elaboración propia

De los 217 encuestados se obtuvo como resultado que un 50.23% respondió estar de acuerdo con que los guías poseen los conocimientos suficientes, un 37.33% afirmaron totalmente de acuerdo ante la pregunta y un 12.44 % respondieron no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. Dentro de las alternativas ningún encuestado dio como respuesta negativa al no manifestar no estar en desacuerdo, ni en total desacuerdo.



Tabla 5. Correspondiente al indicador Hoteles y/o albergues.

**¿Le parecería bien la construcción de Hoteles y/o albergues alrededor del Complejo Arqueológico Bandurria?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	48	22,1	22,1	22,1
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	59	27,2	27,2	49,3
	De acuerdo	71	32,7	32,7	82,0
	Totalmente de acuerdo	39	18,0	18,0	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

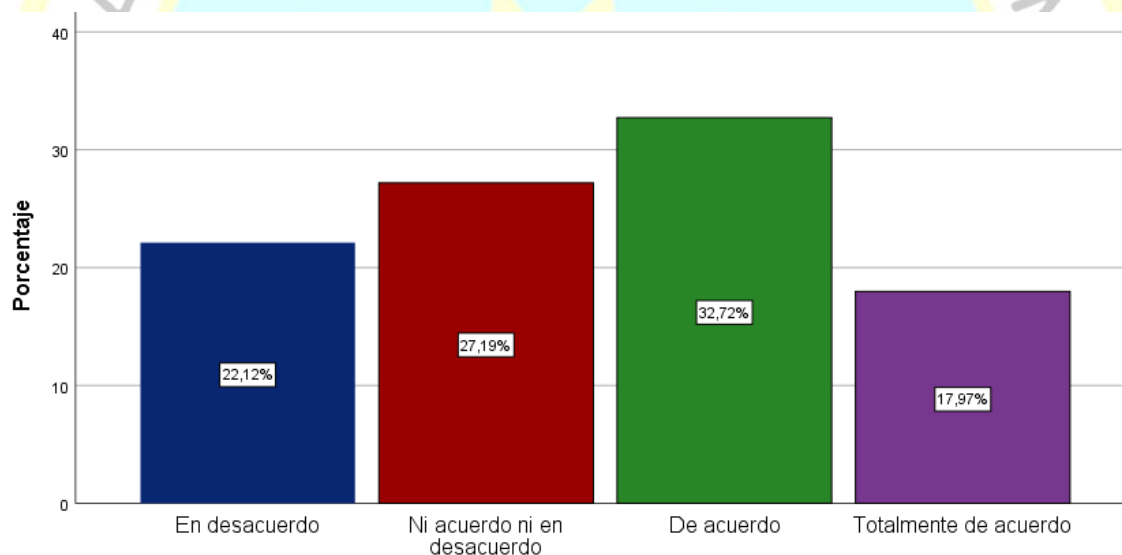


Figura N° 5: Correspondiente al indicador Hoteles y/o albergues.

Fuente: Elaboración propia

De los 217 encuestados ante la pregunta ¿Le parecería bien la construcción de Hoteles y/o albergues alrededor del Complejo Arqueológico Bandurria? Contestaron un 32.72% que, si estaban de acuerdo, un seguido 27.19% dijeron no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con las construcciones hoteleras, el 22.12% manifestó su desacuerdo ante ello y solo un 17.97% manifestó su total acuerdo en que la zona debería contar con servicios de hospedaje. Ningún encuestado respondió estar en total desacuerdo ante los hoteles y/o albergues.

Tabla 6. Correspondiente al indicador Agencias de viajes.

**¿Considera usted que las Agencias de viaje deberían incluir en su paquete turística la visita al Complejo Arqueológico Bandurria?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni acuerdo ni en desacuerdo	5	2,3	2,3	2,3
	De acuerdo	114	52,5	52,5	54,8
	Totalmente de acuerdo	98	45,2	45,2	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

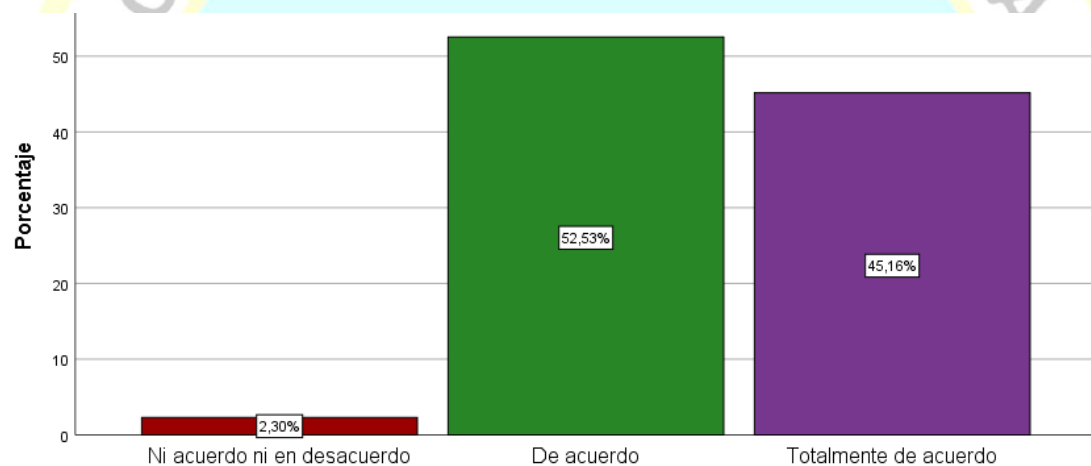


Figura N° 6: Correspondiente al indicador Agencias de viajes.

Fuente: Elaboración propia

En las encuestas tomadas ninguno de los 217 respondieron las alternativas de negación como las del totalmente en desacuerdo o de las del estar en desacuerdo, muy por el contrario fue en un 52.53% los que respondieron estar de acuerdo en que las agencias de viajes debieran incluir la visita a Bandurria como parte de su producto turístico, un 45.16% fue más contundente en su respuesta afirmativa de estar totalmente de acuerdo y en un porcentaje mínimo del 2.30% respondieron neutral al no estar ni en desacuerdo ni de acuerdo ante ello.

Tabla 7. Correspondiente al indicador Servicios higiénicos.

**¿Los servicios higiénicos con los que cuenta el complejo Arqueológico Bandurria se encuentran operativo y limpio?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	8	3,7	3,7	3,7
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	72	33,2	33,2	36,9
	De acuerdo	123	56,7	56,7	93,5
	Totalmente de acuerdo	14	6,5	6,5	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

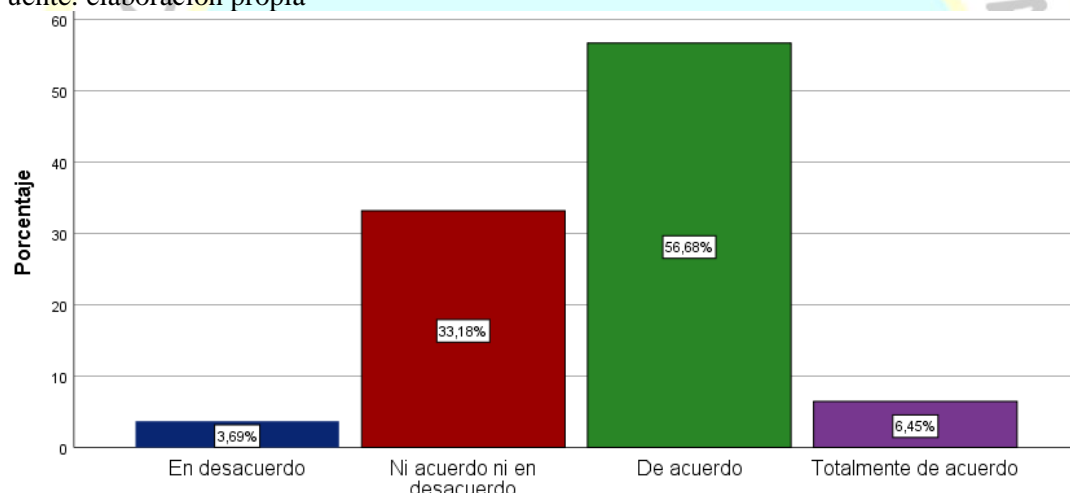


Figura N° 7: Correspondiente al indicador Servicios higiénicos.

Fuente: Elaboración propia

El mayor porcentaje fue alcanzado por un 56.68% de los 217 turistas encuestados que respondieron estar de acuerdo que efectivamente los servicios higiénicos en Bandurria están operativos y limpios, pero en contra parte fue un seguido 33.18% que decidieron responder no estar ni en desacuerdo ni de acuerdo, por otro lado está un 6.45% que manifestaron estar totalmente de acuerdo y fue un mínimo 3.69% que su experiencia no fue grata y consideraron no estar de acuerdo, pero ninguno de los encuestados manifestó no estar totalmente en desacuerdo.

Tabla 8. Correspondiente al indicador Caminos de acceso.

**¿El camino de acceso hacia el Complejo turístico se encuentra en condiciones apropiadas?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	,5	,5	,5
	En desacuerdo	16	7,4	7,4	7,8
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	76	35,0	35,0	42,9
	De acuerdo	108	49,8	49,8	92,6
	Totalmente de acuerdo	16	7,4	7,4	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

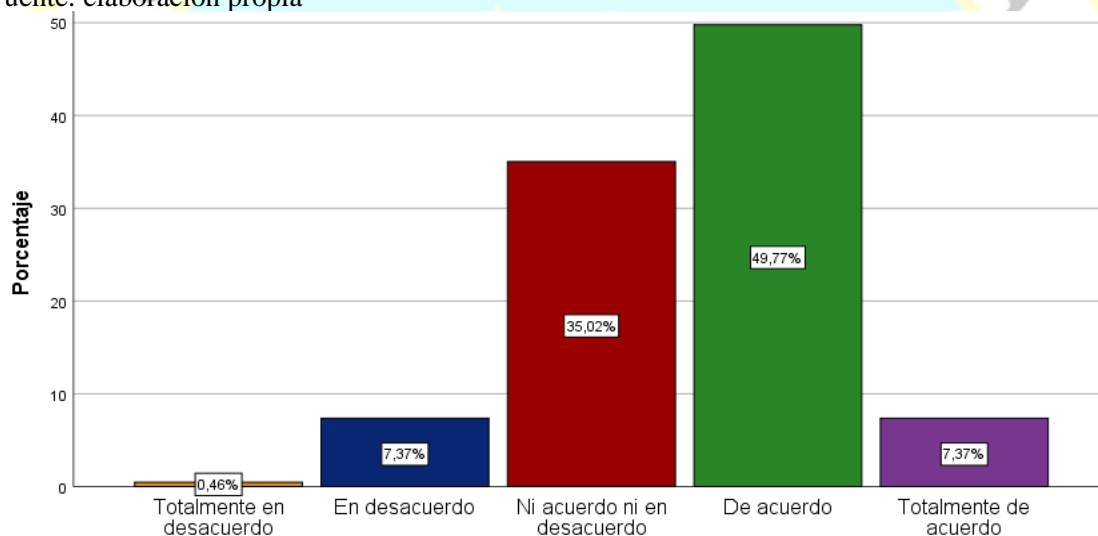


Figura N° 8: Correspondiente al indicador Caminos de acceso.

Fuente: Elaboración propia

De los 217 turistas encuestados que representan el 100% se obtuvo como resultados a un 49.77% de ellos que respondieron estar de acuerdo al considerar que el camino hacia Bandurria se encuentra en condiciones apropiadas, mientras que un 35.02% manifestó su neutralidad al responder no encontrarse ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado fue con resultados similares del 7.37% que manifestaron estar totalmente de acuerdo y el otro porcentaje igual dijo estar en desacuerdo, por ultimo fu en un mínimo 0.46% que manifestó su total desacuerdo al considerar que los caminos de acceso no son apropiados.

Tabla 9. Correspondiente al indicador Alumbrado.

**¿Le parecería bien la instalación de redes de alumbrado público en el Complejo Arqueológico Bandurria?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	1,4	1,4	1,4
	En desacuerdo	33	15,2	15,2	16,6
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	64	29,5	29,5	46,1
	De acuerdo	96	44,2	44,2	90,3
	Totalmente de acuerdo	21	9,7	9,7	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

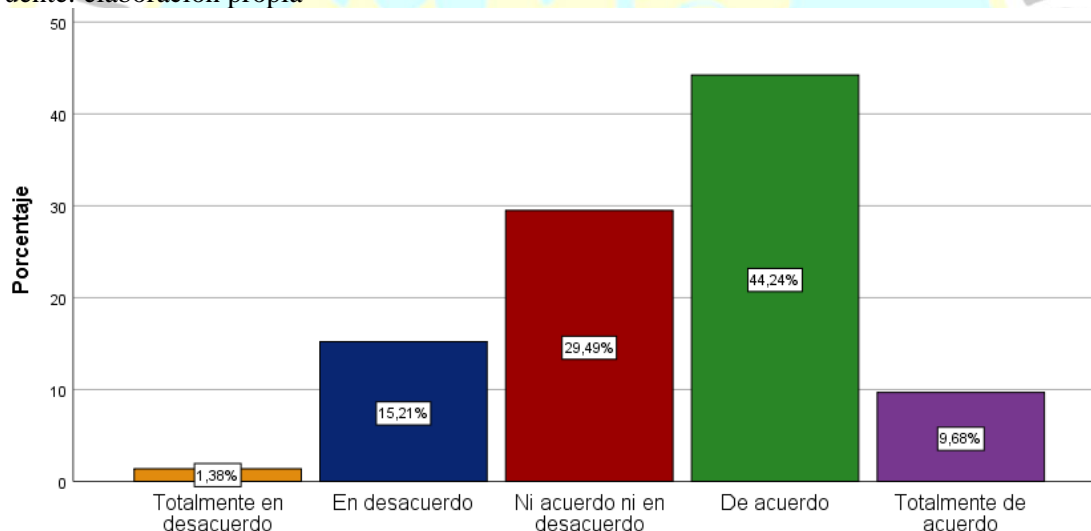


Figura N° 9: Correspondiente al indicador Alumbrado.

Fuente: Elaboración propia

De los 217 encuestados se obtuvo como resultados a un mayor porcentaje ocupado por el 44.24% que respondieron estar de acuerdo referente al alumbrado que debiera existir en Bandurria considerando es necesario. Un 29.49% respondió no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con el alumbrado, un 15.21% manifestó estar en desacuerdo con la instalación de redes de alumbrado, un 9.68% manifestó su total acuerdo ante la necesidad del alumbrado, y por último un 1.38% manifestó su total desacuerdo ante la pregunta.

Tabla 10. Correspondiente al indicador Puestos de primeros auxilios.

**¿Considera usted necesario la implementación de un puesto de primeros auxilios dentro del Complejo Arqueológico Bandurria?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni acuerdo ni en desacuerdo	22	10,1	10,1	10,1
	De acuerdo	112	51,6	51,6	61,8
	Totalmente de acuerdo	83	38,2	38,2	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

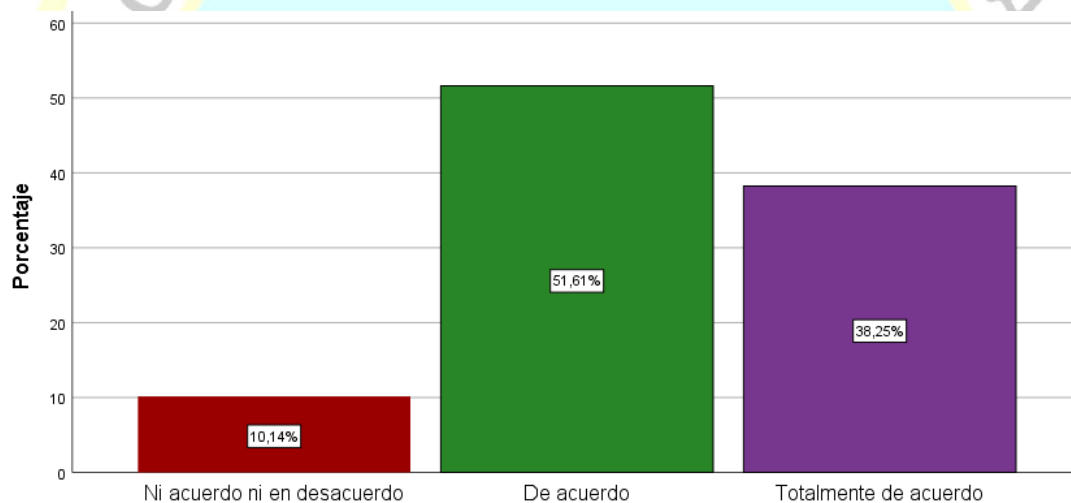


Figura N° 10: Correspondiente al indicador Puestos de primeros auxilios.

Fuente: Elaboración propia

El 51.61% de los 217 encuestados manifestó estar de acuerdo ante la necesidad de implementar puestos de primeros auxilios dentro de Bandurria, el 38.25% manifestó estar totalmente de acuerdo ratificando de manera positiva la necesidad de los puestos de primeros auxilios ante cualquier accidente que pueda ocurrir, pero existió un 10.14% que mantuvo la posición neutral de no estar ni en desacuerdo ni de acuerdo.

Tabla 11. Correspondiente al indicador Mirador turístico.

**¿El mirador turístico se encuentra completamente implementado con bancas, barandas, etc.?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	21	9,7	9,7	9,7
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	76	35,0	35,0	44,7
	De acuerdo	113	52,1	52,1	96,8
	Totalmente de acuerdo	7	3,2	3,2	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

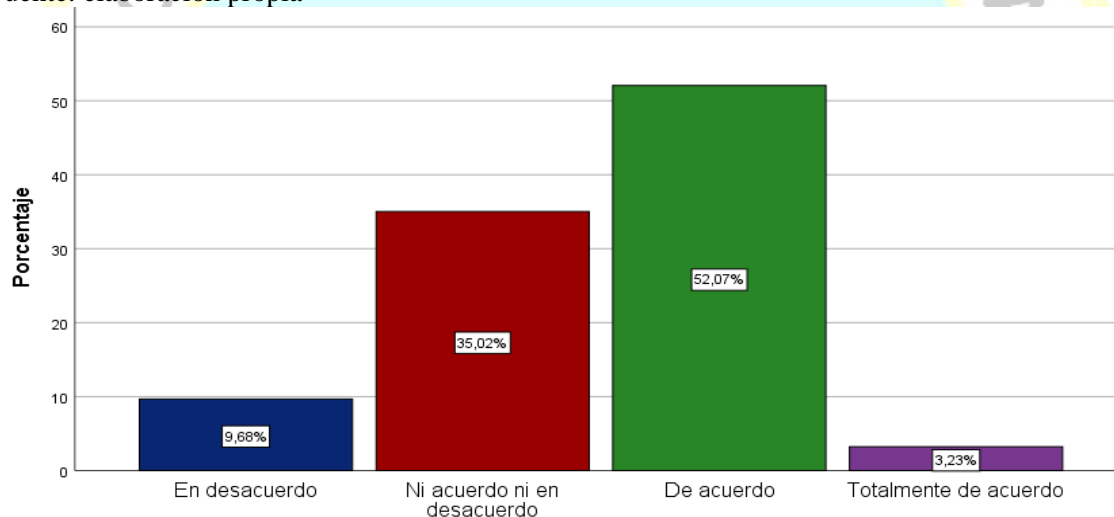


Figura N° 11: Correspondiente al indicador Mirador turístico.

Fuente: Elaboración propia

El 100% está representado por 217 encuestados de los cuales dieron como respuestas un 52.07% estar de acuerdo de que actualmente el mirador turístico que se encuentra en Bandurria está debidamente implementado para comodidad del turista, el 35.02% manifestó no encontrarse ni de acuerdo ni en desacuerdo ante la pregunta, el 9.68% por el contrario manifestó estar en desacuerdo al no considerar una adecuada implementación del mirador y por último es un menor 3.23% que expresaron su total acuerdo ante la pregunta, por otro lado ninguno respondió estar totalmente en desacuerdo.

Tabla 12. Correspondiente al indicador Estacionamiento de vehículos.

**¿Considera usted que debería de haber un estacionamiento de vehículos para los visitantes en el Complejo Arqueológico Bandurria?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	,5	,5	,5
	En desacuerdo	8	3,7	3,7	4,1
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	23	10,6	10,6	14,7
	De acuerdo	117	53,9	53,9	68,7
	Totalmente de acuerdo	68	31,3	31,3	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

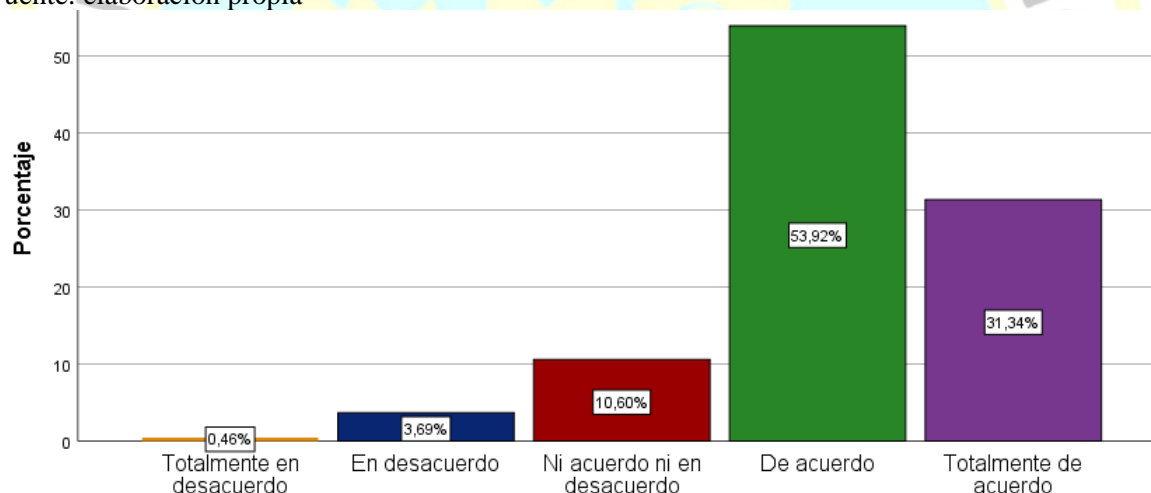


Figura N° 12: Correspondiente al indicador Estacionamiento de vehículos.

Fuente: Elaboración propia

De los 217 turistas encuestados mostró como resultado en un 53.92% a quienes respondieron estar de acuerdo con que debe existir un área para estacionamiento de vehículos en Bandurria, un 31.34% sostuvo estar totalmente de acuerdo en que debe existir el estacionamiento, y gradualmente en descenso se tiene a un 10.60% que opino no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3.69% sin embargo considera estar en desacuerdo y por último es un 0.46% que manifestó su total desacuerdo en que se debe destinar un área que sea exclusivo para el estacionamiento.



Tabla 13. Correspondiente al indicador Centro de interpretación.

**¿El centro de interpretación del Complejo Arqueológico Bandurria brinda información veraz y confiable al visitante?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1,8	1,8	1,8
	En desacuerdo	26	12,0	12,0	13,8
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	33	15,2	15,2	29,0
	De acuerdo	87	40,1	40,1	69,1
	Totalmente de acuerdo	67	30,9	30,9	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

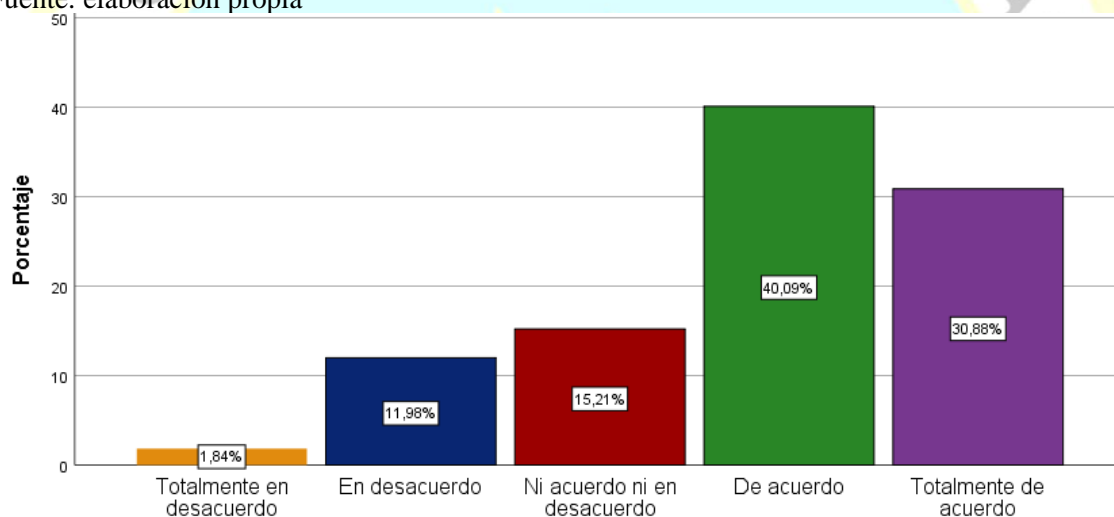


Figura N° 13: Correspondiente al indicador Centro de interpretación.

Fuente: Elaboración propia

En primer lugar tenemos como resultado en un 40.09% de los 217 encuestados que respondieron estar de acuerdo con que el centro de interpretación ubicada en Bandurria brinda información veraz a los turistas, el 30.88% también manifestó estar totalmente de acuerdo en que la información es confiable del centro de interpretación. El 15.21% manifestó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo ante la pregunta, pero es un 11.98% que respondió estar en desacuerdo y un mínimo 1.84% dijo estar totalmente en desacuerdo con el centro de interpretación.

Tabla 14. Correspondiente al indicador Buen estado y conservación.

*¿El estado de conservación en la que se encuentra el Complejo Arqueológico Bandurria es deficiente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	2,8	2,8	2,8
	En desacuerdo	43	19,8	19,8	22,6
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	77	35,5	35,5	58,1
	De acuerdo	88	40,6	40,6	98,6
	Totalmente de acuerdo	3	1,4	1,4	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

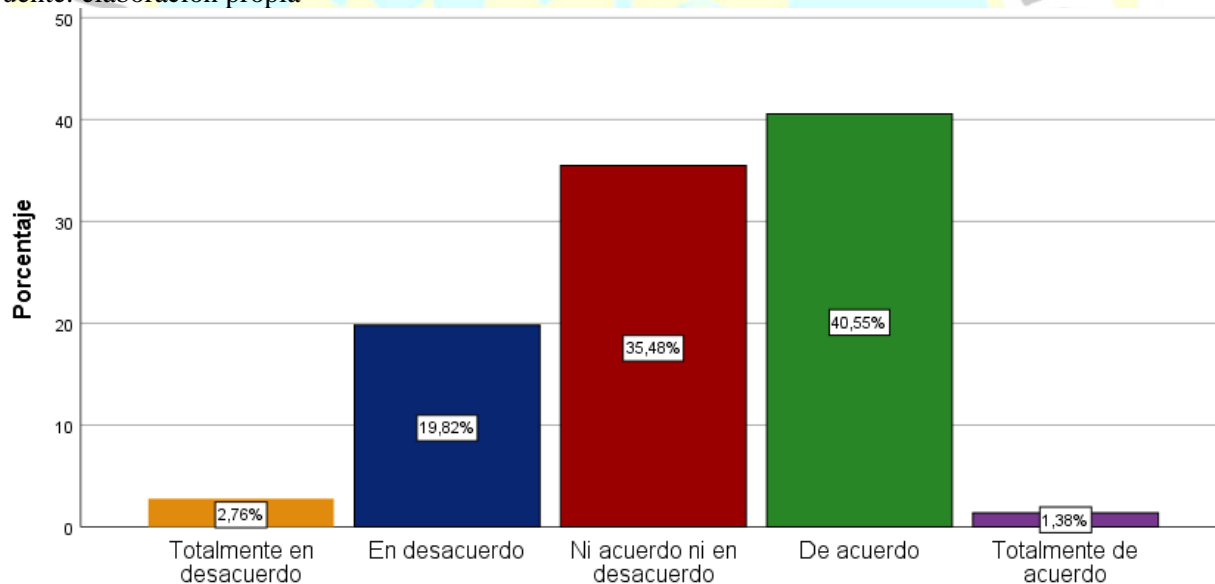


Figura N° 14: Correspondiente al indicador Buen estado y conservación.

Fuente: Elaboración propia

El 40.55% manifestó estar de acuerdo en que el complejo Bandurria no se encuentra en un buen estado de conservación, el 35.46% prefirió mantener una posición neutra al responder no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo ante la pregunta, el 19.82% contestó estar en desacuerdo al no considerar deficiente el estado de conservación, un 2.76% manifestó estar en total desacuerdo y el 1.38% en contraparte respondió estar totalmente de acuerdo en que el estado de conservación es deficiente.

Tabla 15. Correspondiente al indicador Contaminación.

**¿El humedal "El paraíso" ubicado dentro del complejo Arqueológico Bandurria se encuentra en la actualidad libre de contaminación?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	,5	,5	,5
	En desacuerdo	32	14,7	14,7	15,2
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	64	29,5	29,5	44,7
	De acuerdo	109	50,2	50,2	94,9
	Totalmente de acuerdo	11	5,1	5,1	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

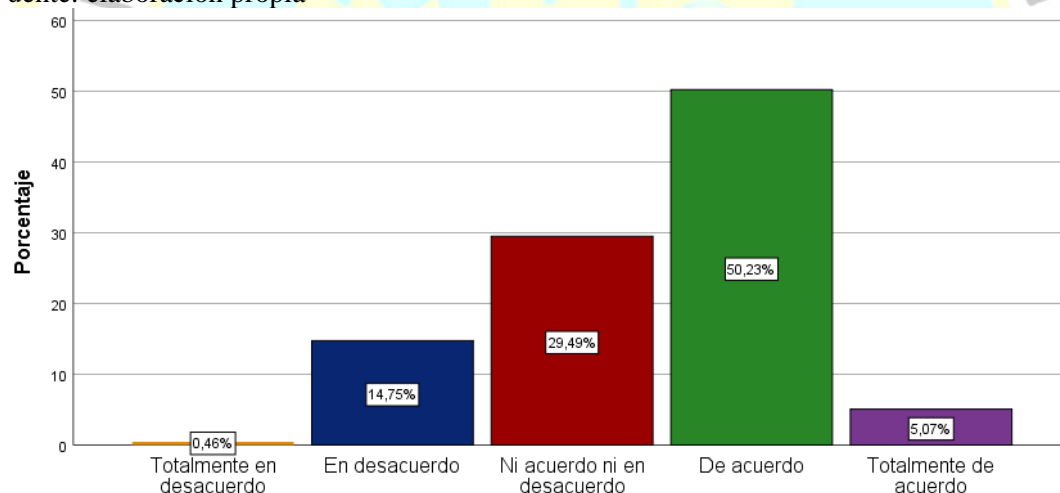


Figura N° 15 : Correspondiente al indicador Contaminación.

Fuente: Elaboración propia

De los 217 que representan el 100% se obtuvo como resultado el 50.23% con respuestas de estar de acuerdo respecto a que el humedal el Paraíso que se ubica en Bandurria se encuentra libre de contaminación, el 29.49% manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14.75% respondió estar en desacuerdo ya que ellos si consideraron que el humedal se encuentra contaminado, el 5.07% sin embargo manifiesta estar totalmente de acuerdo que se encuentra liberado de contaminación, y por último el 0.46% dijo estar totalmente en desacuerdo ante la pregunta.

Tabla 16. Correspondiente al indicador Saturación del destino.

**¿Considera usted que el Complejo Arqueológico Bandurria está en la capacidad de recibir una gran multitud de visitantes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	,5	,5	,5
	En desacuerdo	7	3,2	3,2	3,7
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	32	14,7	14,7	18,4
	De acuerdo	103	47,5	47,5	65,9
	Totalmente de acuerdo	74	34,1	34,1	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

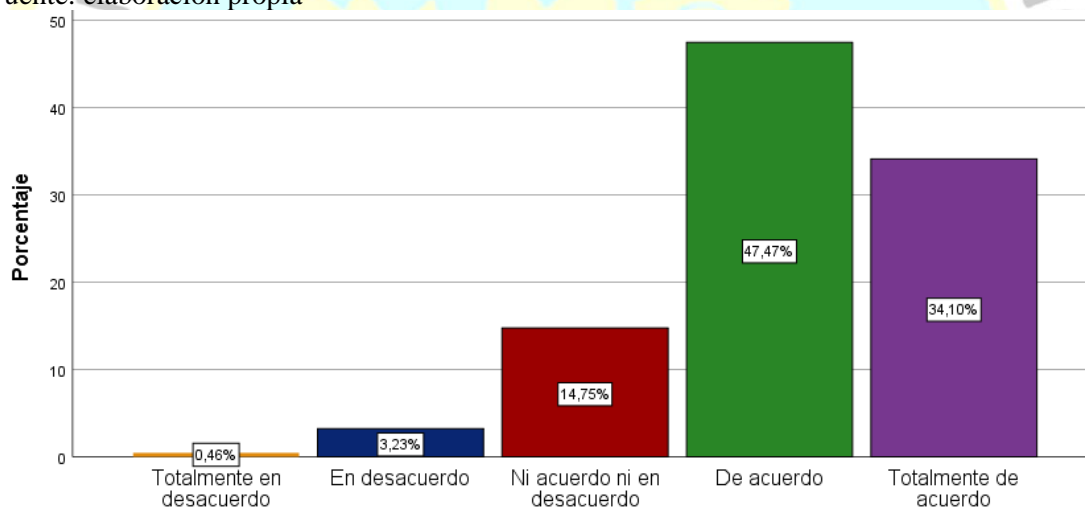


Figura N° 16: Correspondiente al indicador Saturación del destino.

Fuente: Elaboración propia

El mayor porcentaje alcanzado con un 47.47% del 100% de los encuestados respondieron estar de acuerdo al considerar que Bandurria está en la capacidad de generar grandes movimientos turísticos, el 34.10% respalda la afirmación ya que los encuestados están totalmente de acuerdo en que el complejo no genera saturación de destino; pero un menor porcentaje con 3.23% están en desacuerdo ante la pregunta al considerar si se genera saturación de destino y ello lo refuerza el 0.46% que contestaron estar en total desacuerdo.

Tabla 17. Correspondiente al indicador Limpieza y recojo de basura.

*¿La cantidad de tachos de basura que existe en el Complejo Arqueológico son suficientes para almacenar la cantidad de basura que se produce diariamente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	47	21,7	21,7	21,7
	En desacuerdo	98	45,2	45,2	66,8
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	36	16,6	16,6	83,4
	De acuerdo	26	12,0	12,0	95,4
	Totalmente de acuerdo	10	4,6	4,6	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

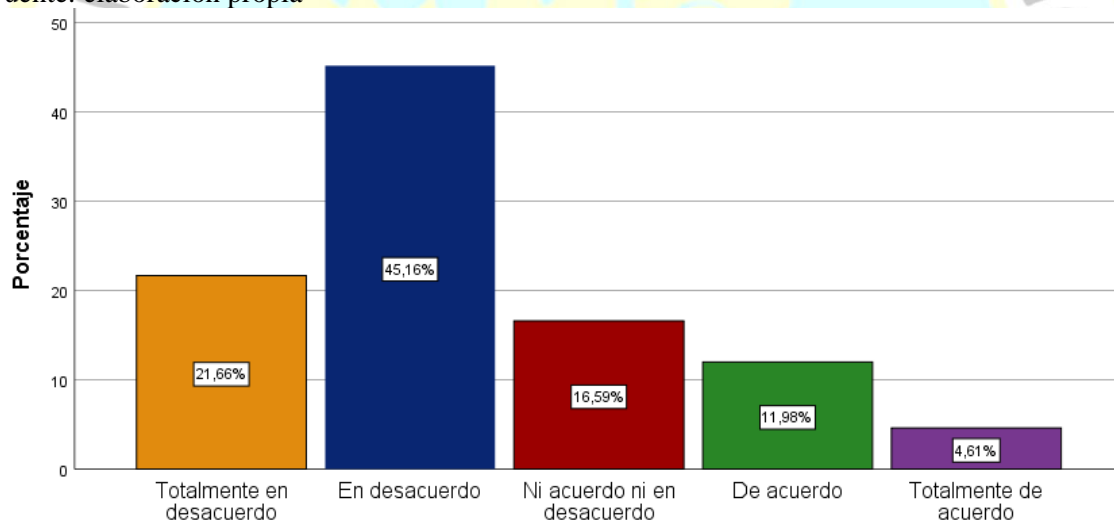


Figura N° 17: Correspondiente al indicador Limpieza y recojo de basura.

Fuente: Elaboración propia

De la totalidad de encuestados el 45.16% manifestaron estar en desacuerdo ante la pregunta sobre la suficiencia de tachos de basura para la limpieza de Bandurria, el 21.66 % manifestó estar en total desacuerdo ante la pregunta. Por otro lado fue un 16.59% que prefirió responder no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, en cuarto lugar con un 11.98% manifestó estar de acuerdo en que la cantidad de tachos son suficientes para la cantidad de basura que produce al día, y por último el 4.61% respondió estar totalmente de acuerdo.

#### 4.1.2 Resultados de los indicadores de la variable Promoción Turística

Tabla 18. Correspondiente al indicador Información.

*¿Se informa de los tours del Complejo Arqueológico Bandurria en los medios de comunicación?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	,9	,9	,9
	En desacuerdo	26	12,0	12,0	12,9
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	76	35,0	35,0	47,9
	De acuerdo	103	47,5	47,5	95,4
	Totalmente de acuerdo	10	4,6	4,6	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

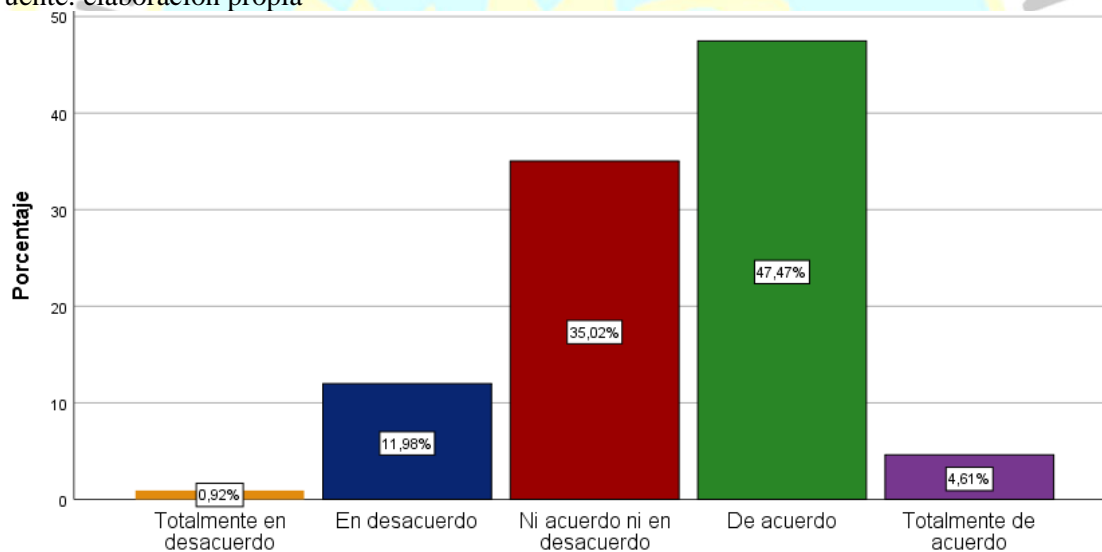


Figura N° 18: Correspondiente al indicador Información.

Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados está representado por 217 turista de los cuales respondieron en un 47.47% estar de acuerdo en que se informa de los tours a Bandurria en los medios de comunicación, el 35.02% respondió no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 11.98% manifestó estar en desacuerdo al no considerar exista una buena información, en penúltimo lugar con un 4.61% manifestaron estar totalmente de acuerdo ante la pregunta y con un mínimo de 0.92% respondieron contrario al estar en total desacuerdo.

Tabla 19. Correspondiente al indicador Anuncios.

*¿El Complejo Arqueológico Bandurria se da a conocer a través de sus anuncios publicitarios como afiches y carteles?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	43	19,8	19,8	19,8
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	74	34,1	34,1	53,9
	De acuerdo	89	41,0	41,0	94,9
	Totalmente de acuerdo	11	5,1	5,1	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

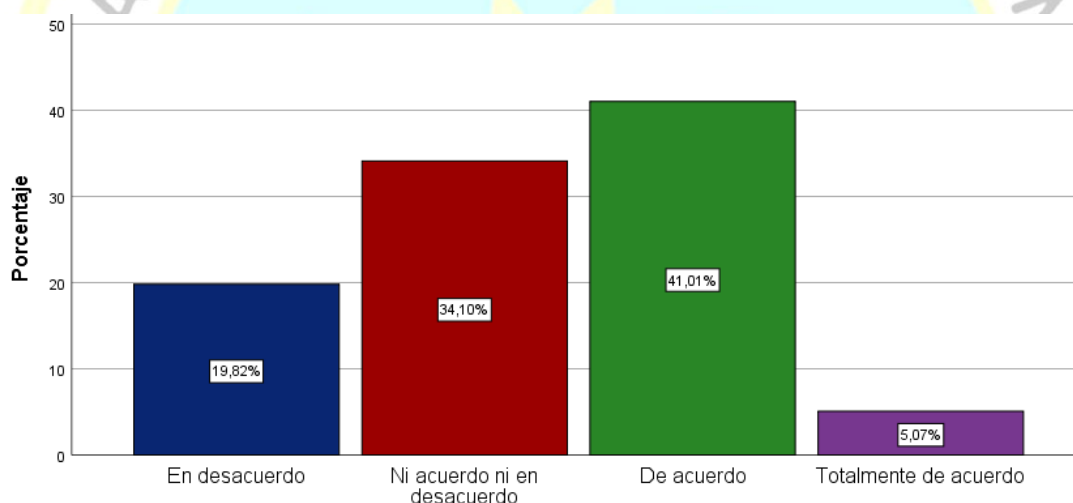


Figura N° 19: Correspondiente al indicador Anuncios.

Fuente: Elaboración propia

El mayor porcentaje fue alcanzado por un 41.01% que respondieron estar de acuerdo que Bandurria viene siendo publicitado mediante anuncios, el 34.01% prefirió contestar no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo ante la pregunta realizada, en contra parte existe un 19.82% que manifestaron estar en desacuerdo considerando no se realizan los anuncios necesarios donde se publicite, y finalmente el 5.07% restante manifestó estar totalmente de acuerdo.

Tabla 20. Correspondiente al indicador Folletos y trípticos.

**¿El guía turístico le debería proporcionar folletos trípticos del complejo arqueológico Bandurria?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	,5	,5	,5
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	22	10,1	10,1	10,6
	De acuerdo	107	49,3	49,3	59,9
	Totalmente de acuerdo	87	40,1	40,1	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

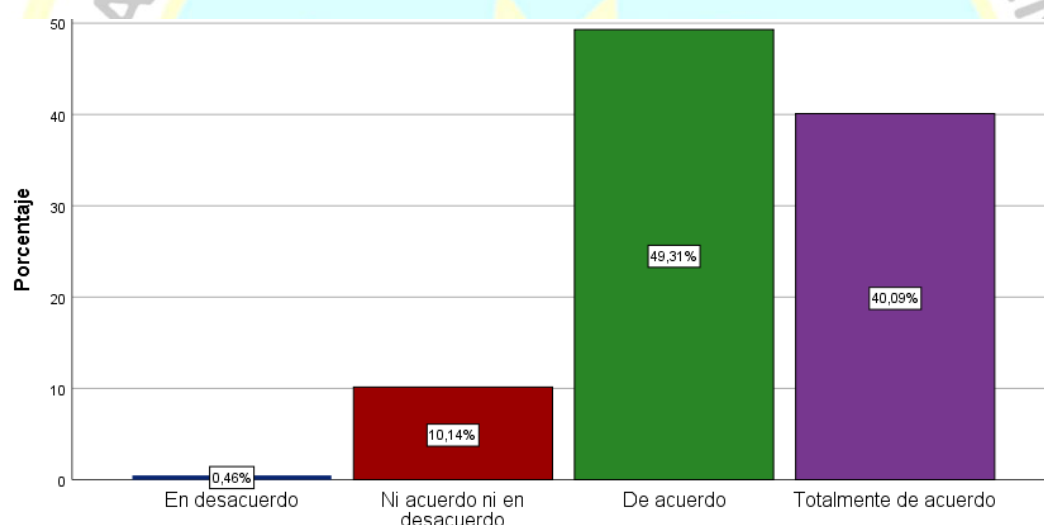


Figura N° 20: Correspondiente al indicador Folletos y trípticos.

Fuente: Elaboración propia

De los 217 encuestados se obtuvo como resultados en un 49.31% de acuerdo ante que los guías de turismo deben proporcionar material promocional impreso como folletos y trípticos, seguido de un 40.09% que refuerzan al contestar estar totalmente de acuerdo y es un 10.14% que prefirieron no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por ultimo existe un 0.46% que manifestó lo contrario con estar en desacuerdo y ninguno opto por responder estar en total desacuerdo.



Tabla 21. Correspondiente al indicador Revistas y diarios.

**¿El complejo arqueológico Bandurria debería ser promocionado a través de una revista o diario regional?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	,5	,5	,5
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	5	2,3	2,3	2,8
	De acuerdo	121	55,8	56,0	58,8
	Totalmente de acuerdo	89	41,0	41,2	100,0
	Total	216	99,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,5		
Total		217	100,0		

Fuente: elaboración propia

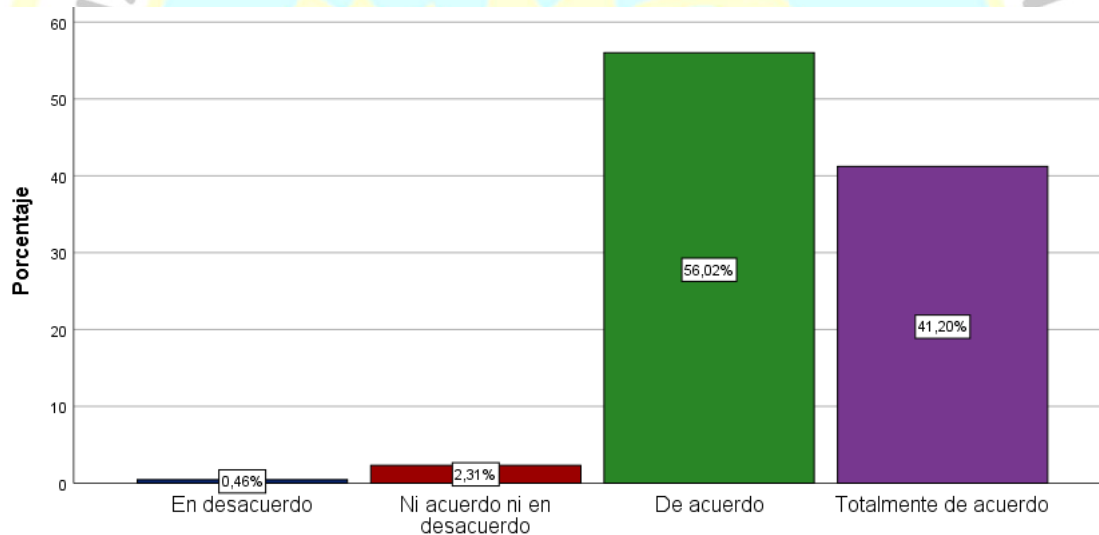


Figura N° 21: Correspondiente al indicador Revistas y diarios.

Fuente: Elaboración propia

Del 100% de los encuestados se obtuvo como resultado a un 56.02% que respondieron estar de acuerdo y en segundo lugar con un 41.20% que reforzó la pregunta con la respuesta que están totalmente de acuerdo en que se debería promocionar Bandurria tanto en revistas como en diarios regionales. Una minoría del 2.31% respondió ni estar desacuerdo ni en desacuerdo y como último nivel porcentual se obtuvo un 0.46% que respondió estar en desacuerdo ante la pregunta.

Tabla 22. Correspondiente al indicador Televisión.

**¿Considera usted que los programas televisivos regionales deben difundir información acerca del Complejo Arqueológico Bandurria?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	,5	,5	,5
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	9	4,1	4,1	4,6
	De acuerdo	112	51,6	51,6	56,2
	Totalmente de acuerdo	95	43,8	43,8	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

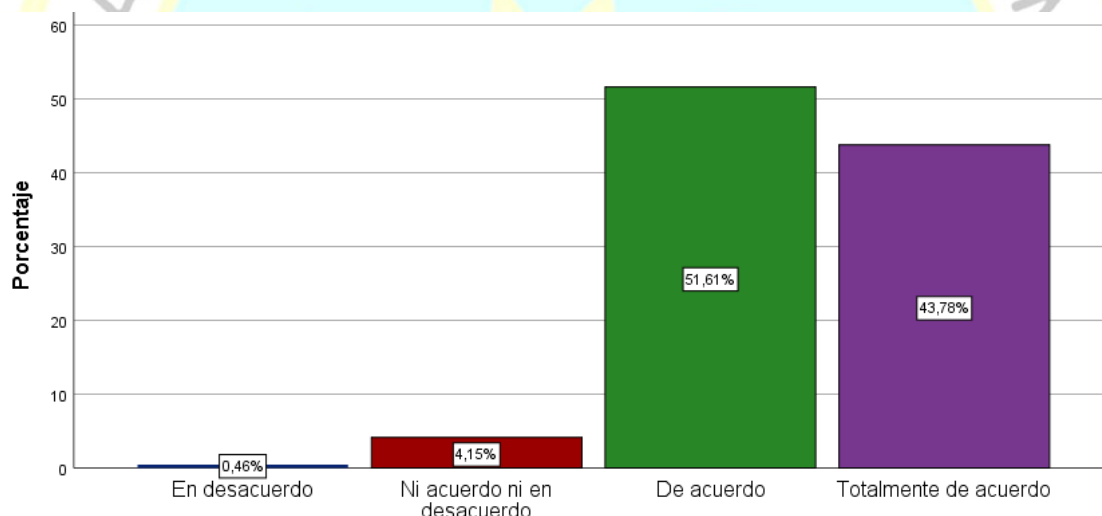


Figura N° 22: Correspondiente al indicador Televisión.

Fuente: Elaboración propia

De los 217 encuestados se obtuvo que un 51.61% respondieron bajo la escala de Likert estar de acuerdo y un 43.78% respondió estar totalmente de acuerdo en que los programas televisivos regionales deben considerar informar y/o promocionar a Bandurria para que pueda ser visitado. El 4.15% respondió ni de acuerdo ni en desacuerdo, además de un mínimo del 0.46% que respondió estar en desacuerdo ante la pregunta realizada.

Tabla 23. Correspondiente al indicador Radio

**¿Considera usted que los medios de comunicación radial deberían informar a la población de la existencia del Complejo Arqueológico Bandurria?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	,9	,9	,9
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	11	5,1	5,1	6,0
	De acuerdo	114	52,5	52,5	58,5
	Totalmente de acuerdo	90	41,5	41,5	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

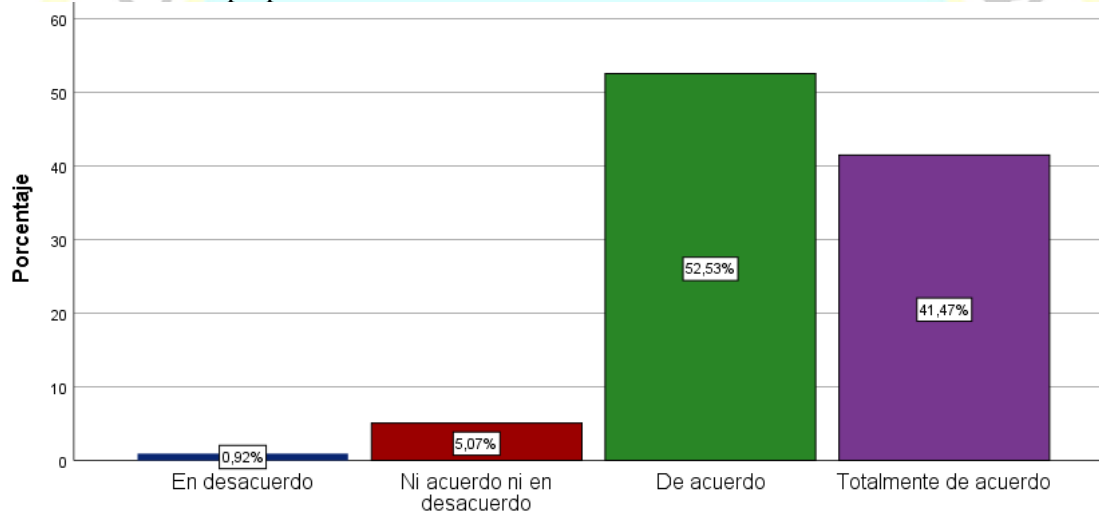


Figura N° 23: Correspondiente al indicador Radio

Fuente: Elaboración propia

El 52.53% del total de entrevistados respondieron estar de acuerdo y el 41.47% manifestaron estar totalmente de acuerdo, dando positivas en altos porcentajes al manifestar que exactamente deben los medios radiales informar sobre Bandurria para que la población tenga conocimiento. Por otro lado tenemos a un 5.07% que respondió no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y por ultimo a un 0.92% que opino negativo al considerar estar en desacuerdo. Ningún entrevistado dio como respuesta estar en total desacuerdo

Tabla 24. Correspondiente al indicador Panel publicitario.

**¿Se debería colocar un panel publicitario más visible y atractivo en la panamericana para promocionar la existencia del Complejo Arqueológico Bandurria?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	,9	,9	,9
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	30	13,8	13,8	14,7
	De acuerdo	105	48,4	48,4	63,1
	Totalmente de acuerdo	80	36,9	36,9	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

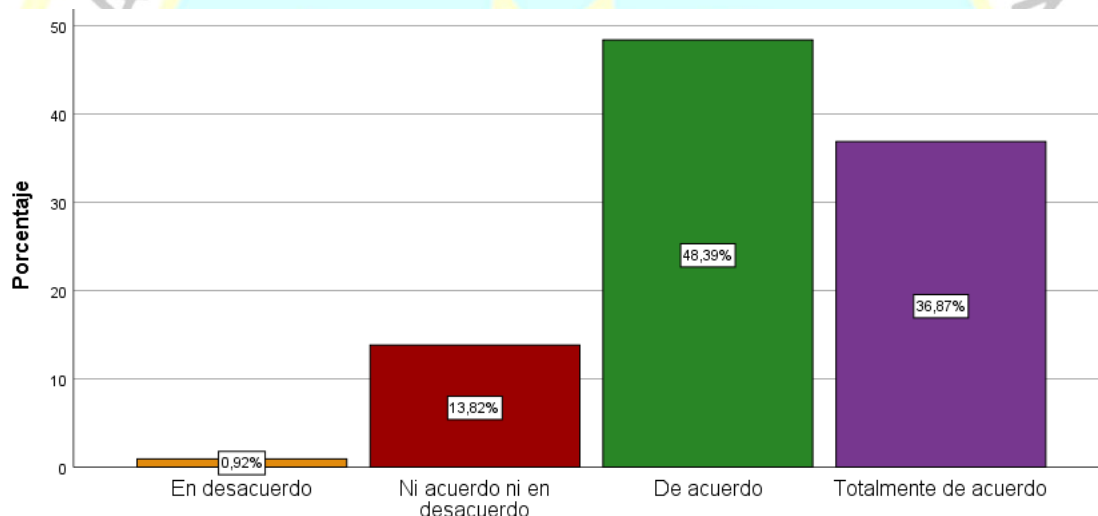


Figura N° 24: Correspondiente al indicador Panel publicitario.

Fuente: Elaboración propia

De los 217 encuestados el 48.39% respondieron de acuerdo y el 36.87% respondieron estar totalmente de acuerdo ante la pregunta de colocar un panel publicitario en plena panamericana norte y así publicitar el complejo arqueológico. 13.82% manifestaron no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y por ultimo hubo un 0.92% de los encuestados que respondieron estar en desacuerdo al no considerar sea necesario ello. Ninguno de los encuestados manifestó su total desacuerdo.

Tabla 25. Correspondiente al indicador Redes sociales.

*¿Considera que se difunde el Complejo Arqueológico Bandurria en las redes sociales?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	33	15,2	15,2	15,2
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	71	32,7	32,7	47,9
	De acuerdo	96	44,2	44,2	92,2
	Totalmente de acuerdo	17	7,8	7,8	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

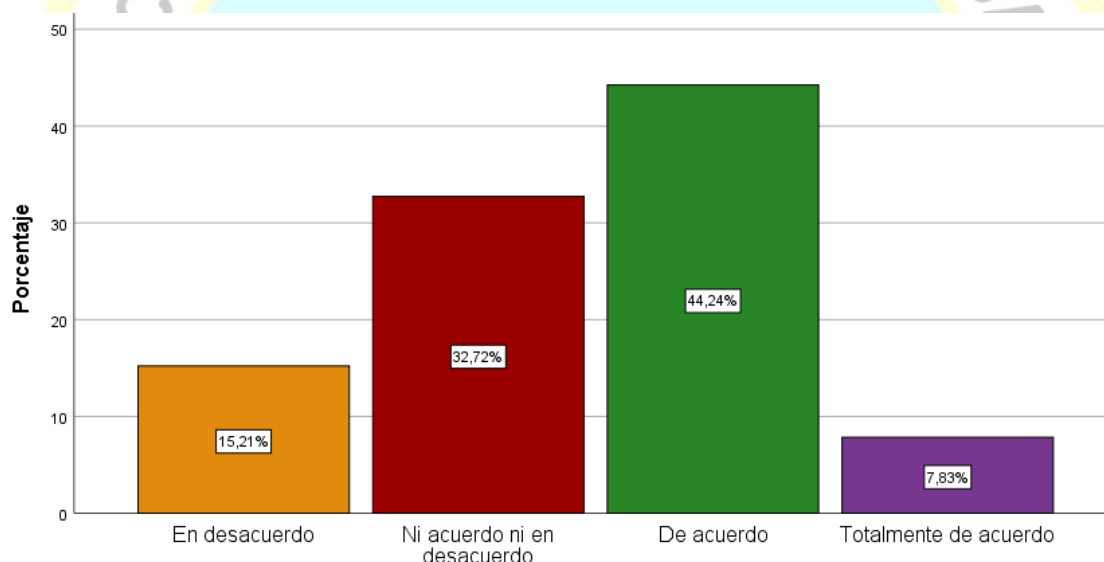


Figura N° 25: Correspondiente al indicador Redes sociales.

Fuente: Elaboración propia

Del 100% de los encuestados se obtuvo resultados del 44.24 que manifestaron estar de acuerdo en que Bandurria se difunde a través de las redes sociales, el 32.72% respondieron de manera neutral contestando no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 15.21% respondió estar en desacuerdo ya que ellos no consideran que se esté difundiendo por las redes y en último lugar con un 7.83% manifestaron estar totalmente de acuerdo ante la pregunta. 0% contestó estar en total desacuerdo.

Tabla 26. Correspondiente al indicador Atención.

¿Se brinda una atención personalizada en el Complejo Arqueológico Bandurria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	,9	,9	,9
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	22	10,1	10,1	11,1
	De acuerdo	108	49,8	49,8	60,8
	Totalmente de acuerdo	85	39,2	39,2	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

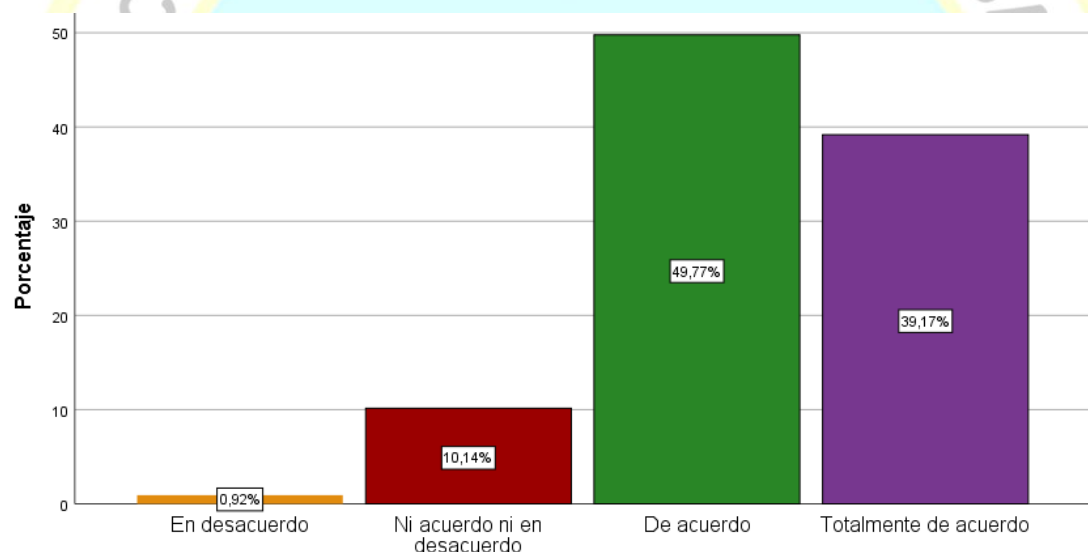


Figura N° 26: Correspondiente al indicador Atención.

Fuente: Elaboración propia

De los 217 encuestados el 49.77% manifestó estar de acuerdo, reforzado por un 39.17% que respondió estar totalmente de acuerdo afirmando positivamente que la atención que se brinda en Bandurria es personalizada. Por otro lado un 10.14% dijo no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo absteniéndose a afirmar o negar, y finalmente un escaso 0.92% manifestó estar en desacuerdo, cabe resaltar que ninguno respondió su total desacuerdo.

Tabla 27. Correspondiente al indicador Descuento.

**¿El Complejo arqueológico bandurria debería tener un descuento en el costo de sus entradas?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	11	5,1	5,1	5,1
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	31	14,3	14,3	19,4
	De acuerdo	103	47,5	47,5	66,8
	Totalmente de acuerdo	72	33,2	33,2	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

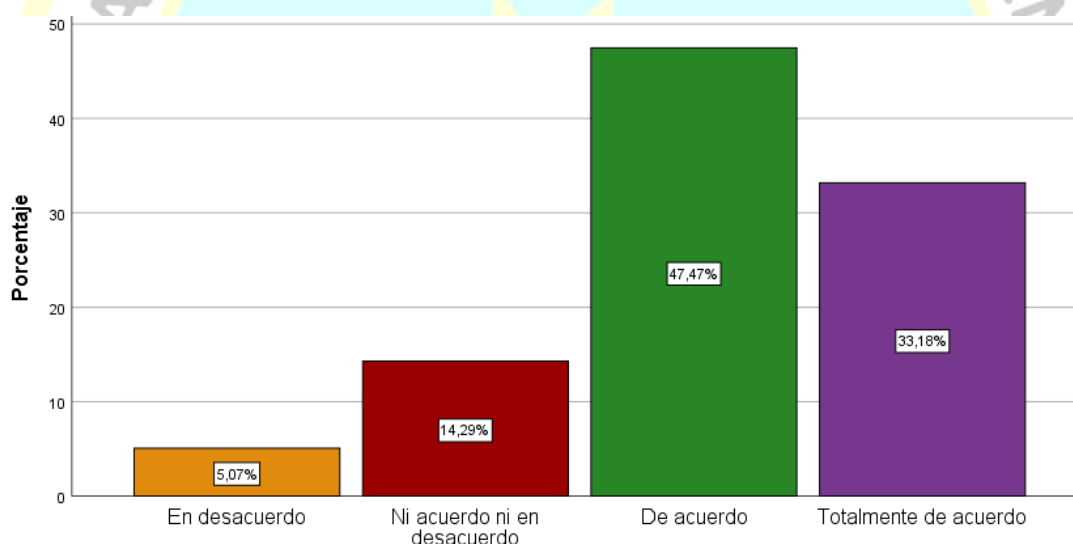


Figura N° 27: Correspondiente al indicador Descuento.

Fuente: Elaboración propia

Del 100% de los encuestados existe un 47.47% que manifestaron estar de acuerdo y un 33.18% estar totalmente de acuerdo en que debería los turistas tener un descuento especial cuando visitan el complejo arqueológico, de los resultados un 14.29% contestó neutral diciendo no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, y finalmente una minoría del 5.07% manifestó estar en desacuerdo ante la pregunta.

Tabla 28. Correspondiente al indicador Producto de obsequio.

**¿Considera usted que cuando visita el Complejo arqueológico debería recibir algún producto de obsequio?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1,8	1,8	1,8
	En desacuerdo	6	2,8	2,8	4,6
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	19	8,8	8,8	13,4
	De acuerdo	110	50,7	50,7	64,1
	Totalmente de acuerdo	78	35,9	35,9	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

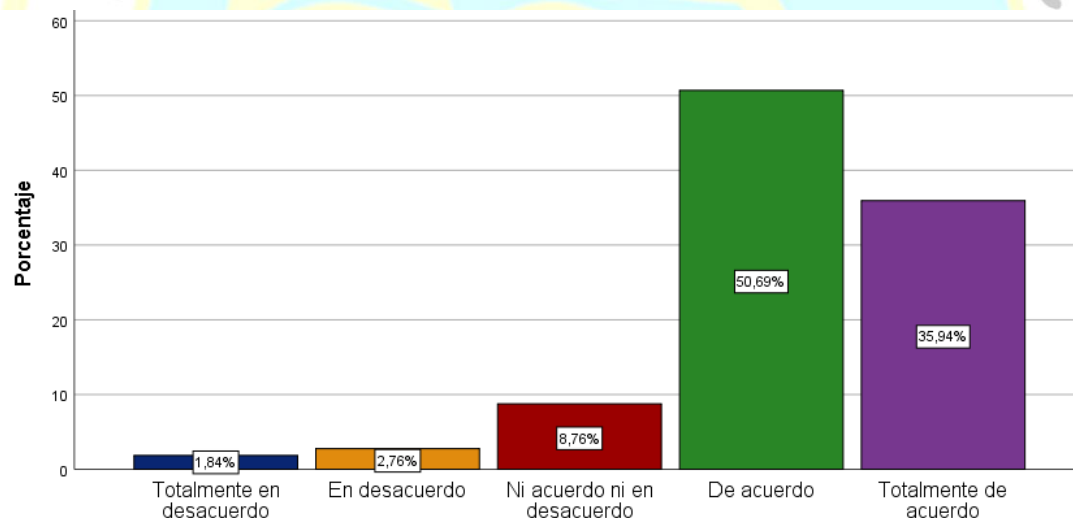


Figura N° 28: Correspondiente al indicador Producto de obsequio.

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos establecieron que de los encuestados un alto porcentaje del 50.69% manifestaron estar de acuerdo y un 35.94% estar totalmente de acuerdo en que al visitar Bandurria deberían de recibir un producto como obsequio por la visita. Por otro lado está un 8.7% que respondió no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 2.76% manifestó en contra parte no estar de acuerdo y un 1.84% respondió estar totalmente en desacuerdo al no considerar necesario recibir un obsequio.



Tabla 29. Correspondiente al indicador Ferias de promoción turística.

**¿Se debería realizar ferias de promoción turística para dar a conocer los atractivos del Complejo arqueológico Bandurria?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	,5	,5	,5
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	25	11,5	11,5	12,0
	De acuerdo	112	51,6	51,6	63,6
	Totalmente de acuerdo	79	36,4	36,4	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

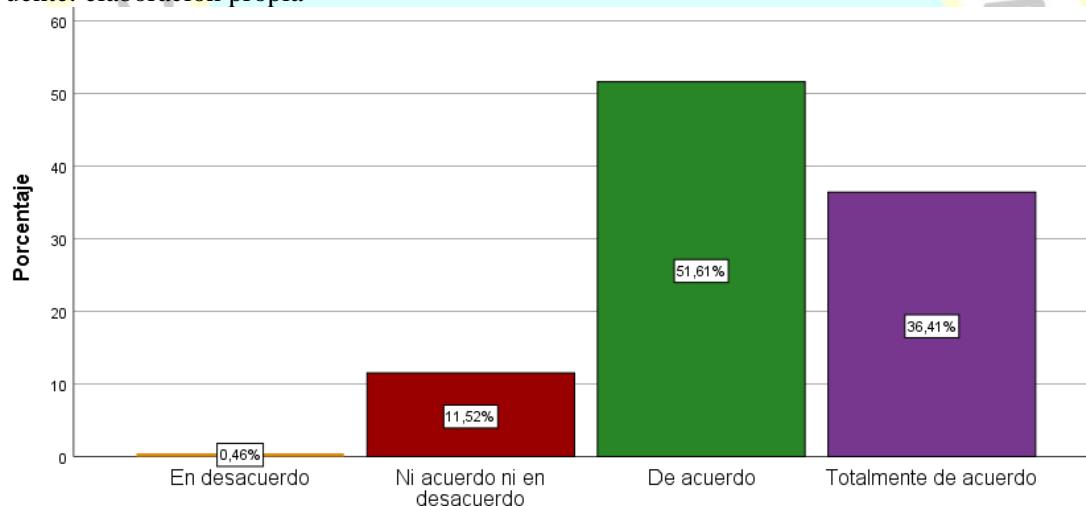


Figura N° 29: Correspondiente al indicador Ferias de promoción turística.

Fuente: Elaboración propia

El 51.61% respondió estar de acuerdo y un 36.41% manifestó estar totalmente de acuerdo ante la pregunta si se deben realizar ferias de promoción turística para dar a conocer Bandurria, tales ferias sean locales, regionales y/o nacionales, por otro lado en tercer lugar tenemos a un 11.52% que decidió responder por no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, y finalmente con un escaso 0.46% manifestó estar en desacuerdo ante la pregunta. Ningún entrevistado manifestó estar en total desacuerdo.

Tabla 30. Correspondiente al indicador Eventos culturales y artísticos.

**¿Considera usted que dentro del Complejo arqueológico bandurria se realicen eventos culturales y artísticos con el fin de captar un mayor flujo de turistas?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	8	3,7	3,7	3,7
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	68	31,3	31,3	35,0
	De acuerdo	117	53,9	53,9	88,9
	Totalmente de acuerdo	24	11,1	11,1	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

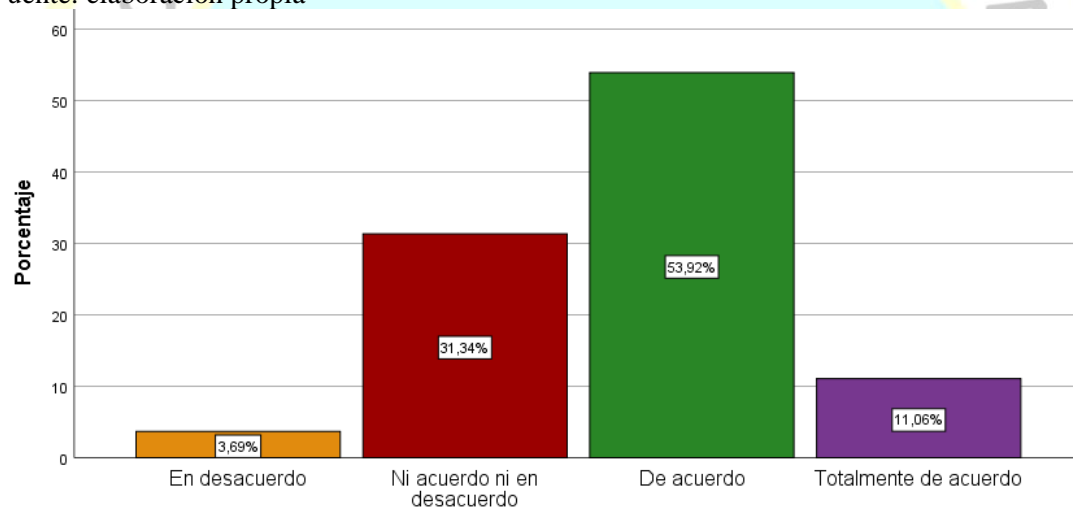


Figura N° 30: Correspondiente al indicador Eventos culturales y artísticos.

Fuente: Elaboración propia

De los 217 encuestados representado por el 100% manifestaron resultados del 53.92% estar de acuerdo de que para captar más turistas se deberían realizar eventos culturales y artísticos dentro del complejo arqueológico, en segundo lugar 31.34% manifestó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, en tercer lugar tenemos un 11.06% manifestó estar totalmente de acuerdo ante la pregunta, y finalmente se obtuvo a un 3.69% manifestó estar en desacuerdo. Ningún encuestado decidió por responder estar totalmente en desacuerdo.

Tabla 31. Correspondiente al indicador Convenios.

**¿El Complejo Arqueológico Bandurria debería realizar convenios con las instituciones educativas de la región para fomentar la promoción?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	,5	,5	,5
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	6	2,8	2,8	3,2
	De acuerdo	124	57,1	57,1	60,4
	Totalmente de acuerdo	86	39,6	39,6	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

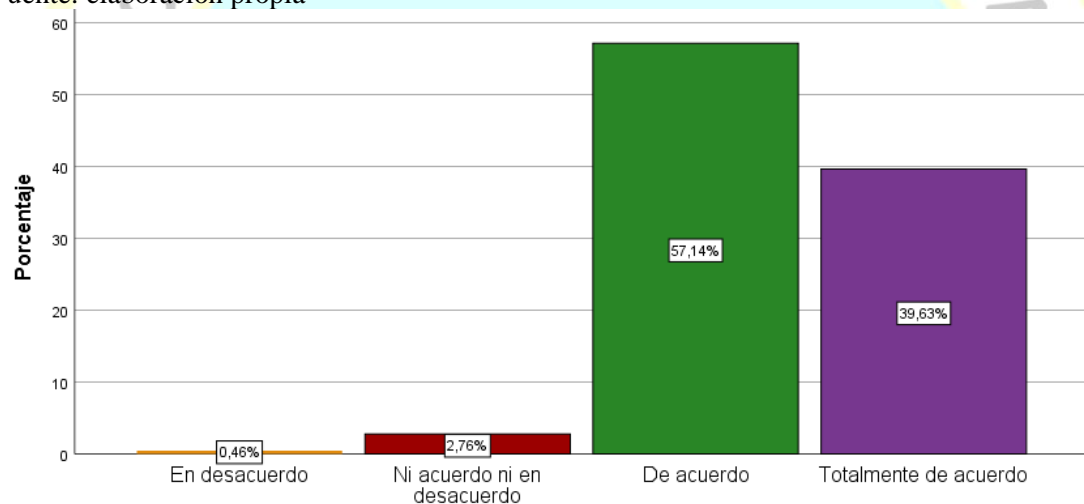


Figura N° 31: Correspondiente al indicador Convenios.

Fuente: Elaboración propia

De los 217 turistas encuestados se obtuvo como resultado del 57.14% que manifestaron estar de acuerdo y viene siendo positivamente respaldado por un 39.63% que respondieron estar totalmente de acuerdo en que el complejo arqueológico para promocionar el recurso entre estudiantes deben de realizar convenios institucionales, por otro lado existe el 2.76% de turistas que respondieron no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un escaso 0.46% manifestó su desacuerdo ante la pregunta.

Tabla 32. Correspondiente al indicador Buena imagen.

**¿El complejo Arqueológico Bandurria presenta una imagen positiva hacia sus visitantes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	,9	,9	,9
	Ni acuerdo ni en desacuerdo	16	7,4	7,4	8,3
	De acuerdo	113	52,1	52,1	60,4
	Totalmente de acuerdo	86	39,6	39,6	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

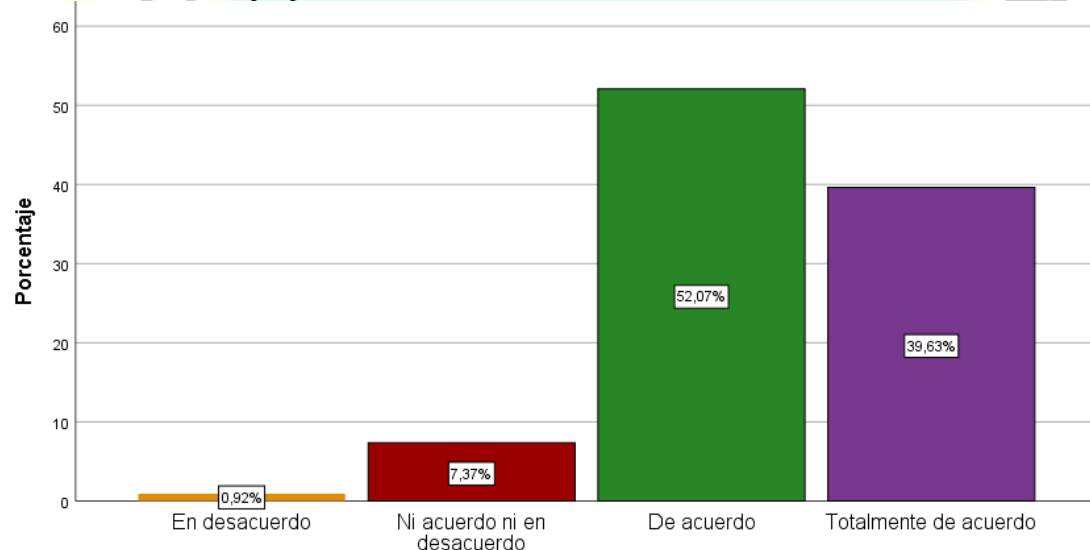


Figura N° 32: Correspondiente al indicador Buena imagen.

Fuente: Elaboración propia

Se obtuvo resultados al aplicar las encuestas a los 217 turistas, en los que un 52.07% respondieron estar de acuerdo y un 39.63% estar totalmente de acuerdo con que el complejo Bandurria proyecta una buena imagen para todos aquellos que lo visitan o tienen conocimiento de la zona, más aun para la comunidad a la que pertenece al cual representa. Por otro lado tenemos un 7.37% que manifestaron no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, y finalmente un 0.92% que opinaron en contra respondiendo estar en desacuerdo, pero ninguno de los encuestados manifestaron estar totalmente en desacuerdo.

### 4.1.3 Resultados de las dimensiones de la variable Desarrollo turístico

Tabla 33. Dimensión infraestructura y servicios generales.

#### **DI: Infraestructura y servicios generales**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	178	82,0	82,0	82,0
	Alto	39	18,0	18,0	100,0
Total		217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

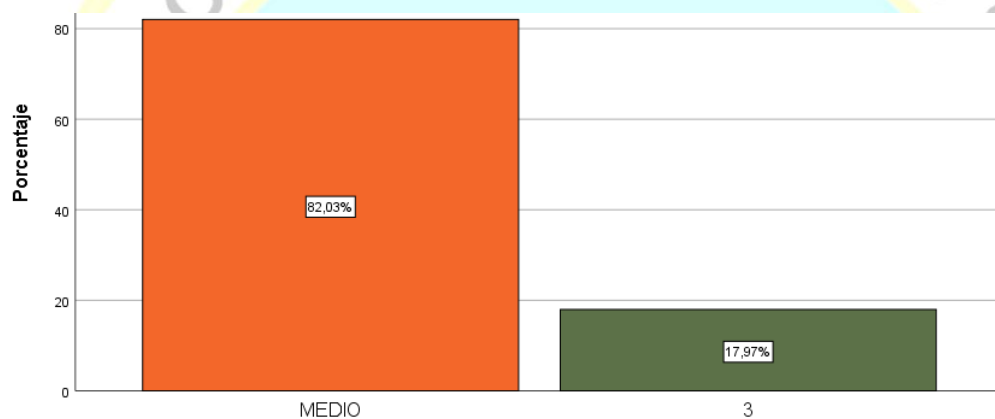


Figura N° 33: Dimensión infraestructura y servicios generales.

Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos de la primera dimensión considerada dentro la variable desarrollo turístico al clasificar en tres niveles dio como resultados al 82.03% que representan a 178 turistas se clasifico en el nivel medio y el 17.97% representado por 39 turistas se clasifico en el nivel alto, dando el 100%, ante lo cual de los encuestados como resultados no dieron una clasificación de nivel bajo; lo que manifiesta que las respuestas fueron de carácter positivo y neutrales.

Tabla 34. Correspondiente a la dimensión equipamiento.

**D2: Equipamiento**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	109	50,2	50,2	50,2
	ALTO	108	49,8	49,8	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

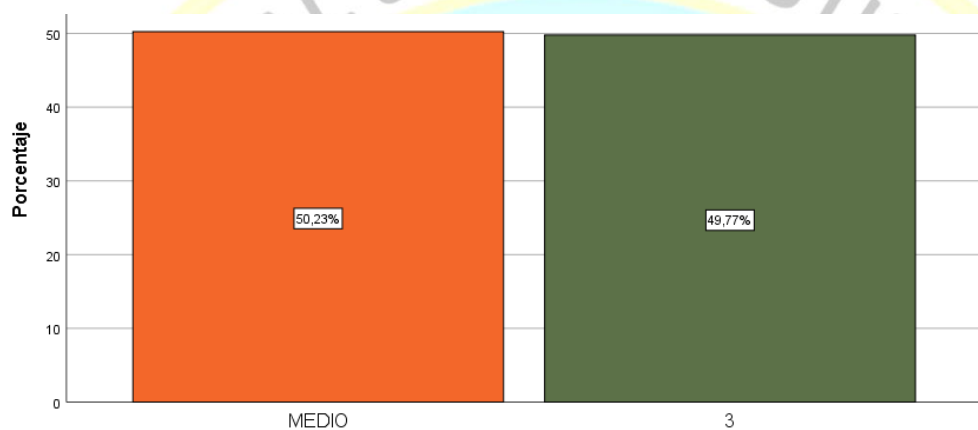


Figura N° 34: Correspondiente a la dimensión equipamiento.

Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos de la segunda dimensión considerada dentro la variable desarrollo turístico al clasificar en tres niveles dio como resultados casi parejos, al 50.23% que representan a 109 turistas se clasifico en el nivel medio y el 49.77% representado por 108 turistas se clasifico en el nivel alto, dando el 100%, ante lo cual de los encuestados como resultados no dieron una clasificación de nivel bajo; lo que manifiesta que las respuestas fueron de carácter positivo y neutrales en su mayoría.

Tabla 35. Dimensión aspectos relacionados con el medio ambiente.

**D3: Aspectos relacionados con el medio ambiente**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	4	1,8	1,8	1,8
	MEDIO	194	89,4	89,4	91,2
	ALTO	19	8,8	8,8	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

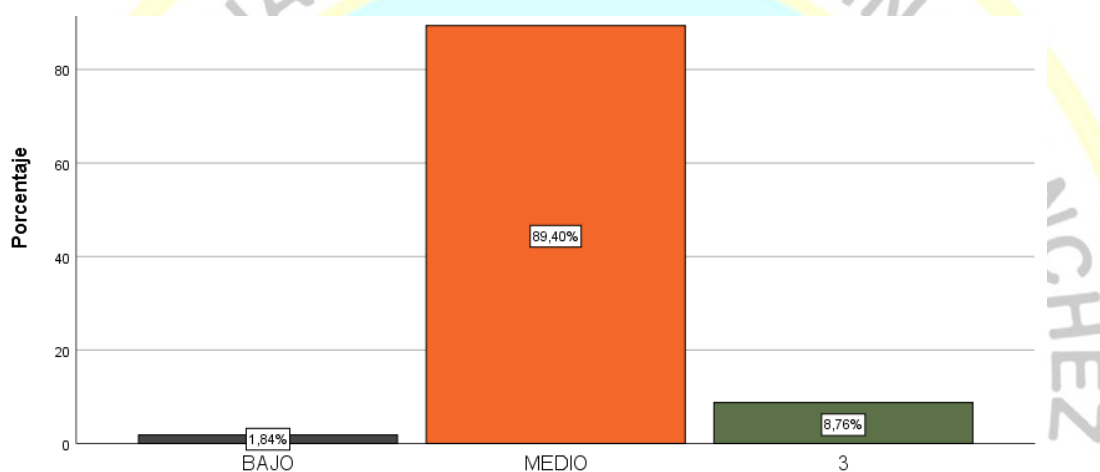


Figura N° 35: Dimensión aspectos relacionados con el medio ambiente.

Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos de la tercera dimensión considerada dentro la variable desarrollo turístico al clasificar en tres niveles dio como resultados, al 89.40% que representan a 194 turistas se clasificó en el nivel medio y el 8.80% representado por 19 turistas se clasificó en el nivel alto, y en último lugar se clasificó el nivel bajo que representa a 4 turistas dando el 100%; lo que manifiesta que las respuestas fueron de carácter positivo en su mayoría, neutrales, y de un escaso porcentaje en negatividad.

#### 4.1.4 Resultados de las dimensiones de la variable Promoción turística

Tabla 36. Correspondiente a la dimensión publicidad.

##### *D1: Publicidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	32	14,7	14,7	14,7
	ALTO	185	85,3	85,3	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

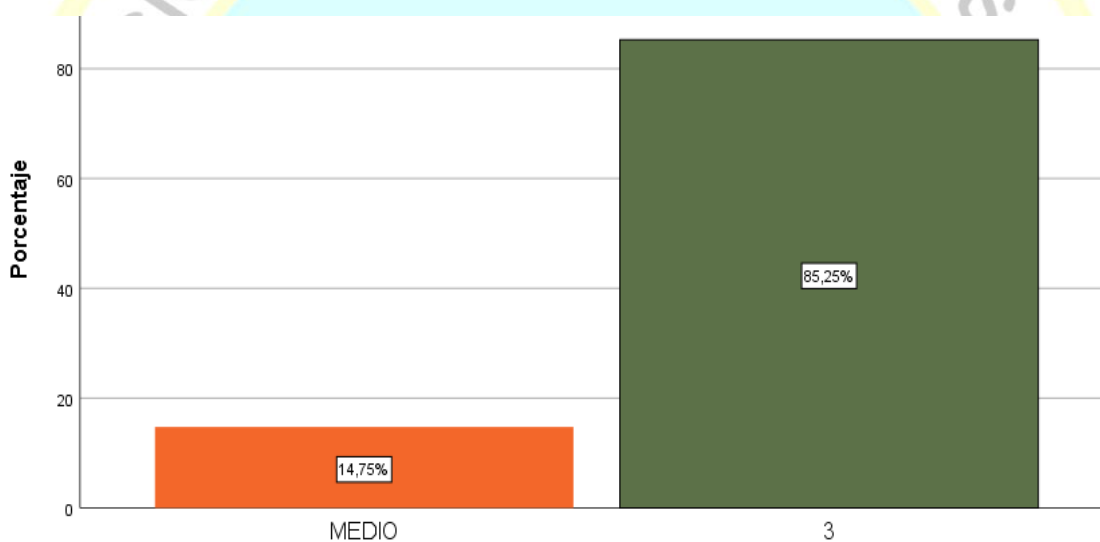


Figura N° 36: Correspondiente a la dimensión publicidad.

Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos de la primera dimensión considerada dentro la variable promoción turística al clasificar en tres niveles dio como resultados, al 85.3% que representan a 185 turistas se clasifico en el nivel alto y el 14.7% restante representado por 32 turistas se clasifico en el nivel medio, dando el 100% correspondiente a los 217 turistas encuestados; lo que manifiesta que las respuestas fueron de carácter positivo en su mayoría y neutrales, ningún resultado de nivel bajo se registró ante esta dimensión.



Tabla 37. Correspondiente a la dimensión promoción de ventas.

**D2: Promoción de ventas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	21	9,7	9,7	9,7
	ALTO	196	90,3	90,3	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

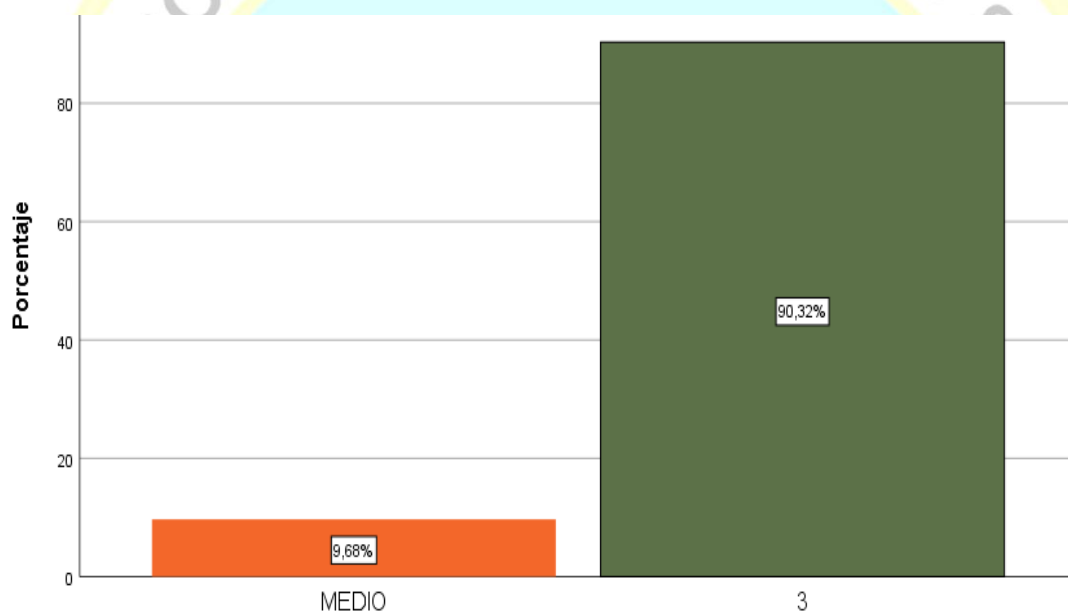


Figura N° 37: Correspondiente a la dimensión promoción de ventas.

Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos de la segunda dimensión considerada dentro la variable promoción turística al clasificar en tres niveles dio como resultados, al 90.3% que representan a 196 turistas se clasificó en el nivel alto y el 9.7% restante representado por 21 turistas se clasificó en el nivel medio, dando el 100% correspondiente a los 217 turistas encuestados; lo que manifiesta que las respuestas fueron de carácter positivo en su mayoría y neutrales, ningún resultado de nivel bajo se registró ante esta dimensión.

Tabla 38. Correspondiente a la dimensión relaciones públicas.

**D3: Relaciones públicas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	45	20,7	20,7	20,7
	ALTO	172	79,3	79,3	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

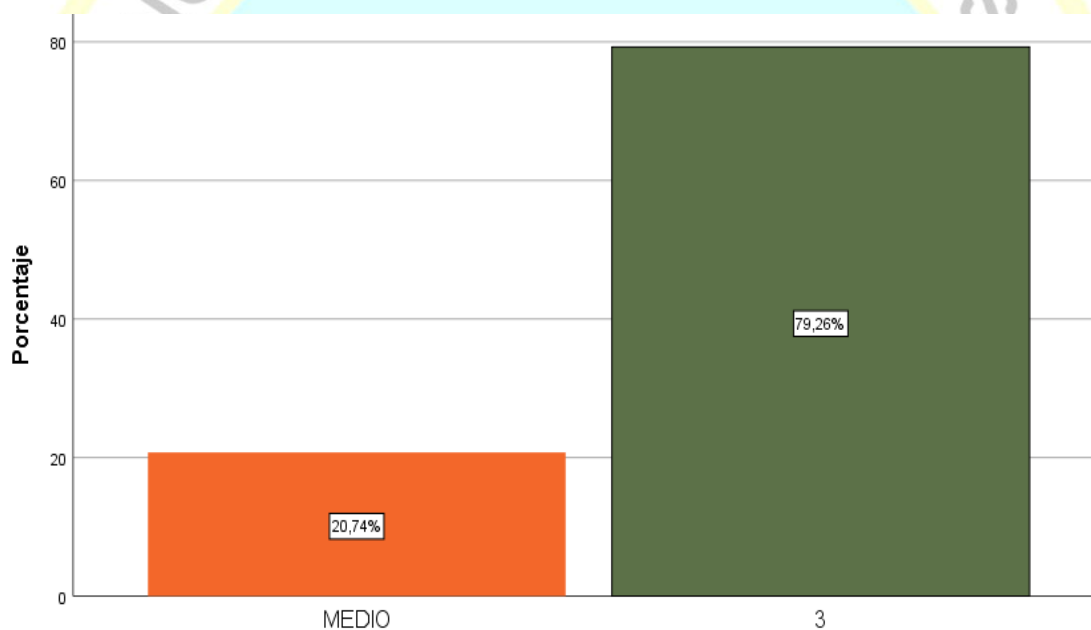


Figura N° 38: Correspondiente a la dimensión relaciones públicas.

Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos de la segunda dimensión considerada dentro la variable promoción turística al clasificar en tres niveles dio como resultados, al 79.3% que representan a 172 turistas se clasifico en el nivel alto y el 20.74% restante representado por 45 turistas se clasifico en el nivel medio, dando el 100% correspondiente a los 217 turistas encuestados; lo que manifiesta que las respuestas fueron de carácter positivo en su mayoría y neutrales, ningún resultado de nivel bajo se registró ante esta dimensión.

#### 4.1.5 Resultados de la variable Desarrollo turístico

Tabla 39. Correspondiente a la variable Desarrollo turístico.

##### VI: Desarrollo turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	,5	,5	,5
	MEDIO	158	72,8	72,8	73,3
	ALTO	58	26,7	26,7	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

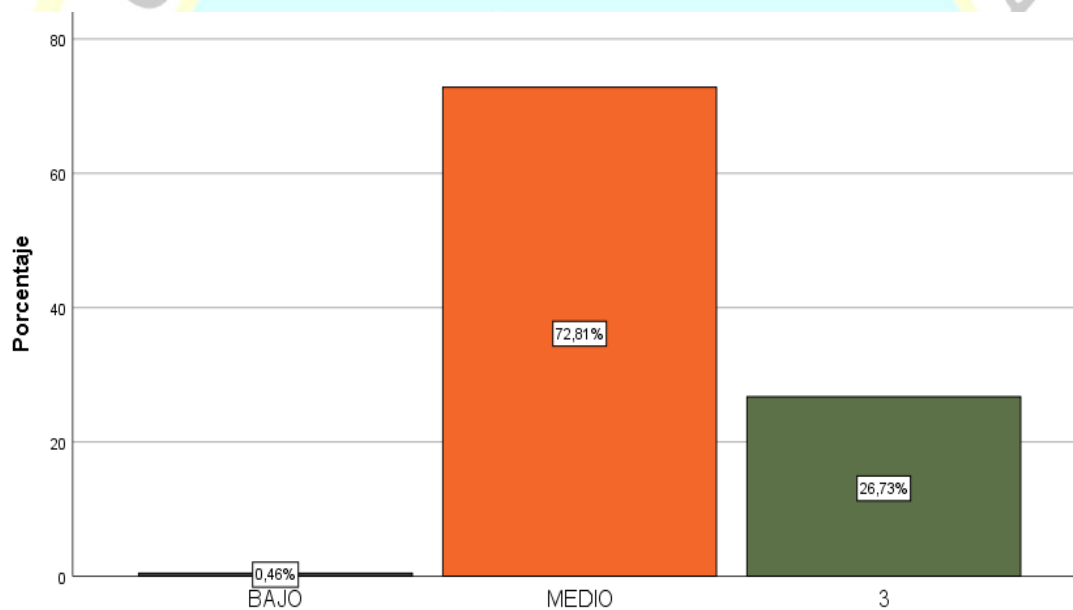


Figura N° 39: Correspondiente a la variable Desarrollo turístico.

Fuente: Elaboración propia

Se obtuvieron resultados al clasificar la variable en los tres niveles y rangos correspondientes de los que se evidenciaron, del 100% que representan los 217 turistas se obtuvo que el 72.81% se clasificó en nivel medio manifestando la neutralidad en alto porcentaje de 158 turistas, seguido del 26.7% clasificados en nivel alto dado por respuestas positivas que brindaron 58 turistas y finalmente con un margen muy bajo porcentualmente en el nivel bajo se obtuvo que un 0.5% representado por 1 turista respondió en negativo.

#### 4.1.6 Resultados de la variable Promoción turística

Tabla 40. Correspondiente a la variable Promoción turística.

##### V2: Promoción turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	10	4,6	4,6	4,6
	ALTO	207	95,4	95,4	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

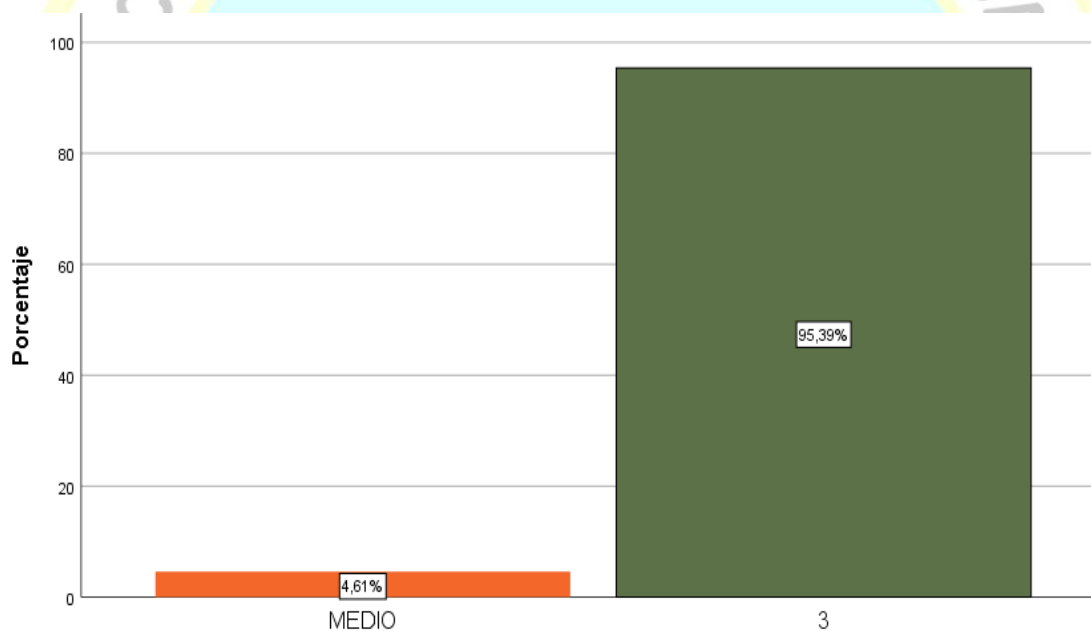


Figura N° 40: Correspondiente a la variable Promoción turística.

Fuente: Elaboración propia

Se obtuvieron resultados al clasificar la variable en los tres niveles y rangos correspondientes de los que se evidenciaron, del 100% que representan los 217 turistas se obtuvo que el 95.39% se clasificó en nivel alto manifestando respuestas positivas ante el escalamiento, en alto porcentaje representando a 207 turistas, seguido de un mínimo del 4.61% clasificados en el nivel medio dado por respuestas neutrales que brindaron 10 turistas. Para el nivel bajo no se registró ningún porcentaje, manifestándose que no existieron para esta variable respuestas de carácter negativo.

## 4.2. Contrastación de Hipótesis.

### 4.2.1 Hipótesis General

Tabla 41. Correlación entre Desarrollo Turístico – Promoción Turística.

			DESARROLLO TURÍSTICO	PROMOCIÓN TURÍSTICA
Rho de Spearman	DESARROLLO TURÍSTICO	Coefficiente de correlación	1,000	,729
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	217	217
	PROMOCIÓN TURÍSTICA	Coefficiente de correlación	,729	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	217	217

Fuente: elaboración propia

- H1: El desarrollo turístico se relaciona directamente con la promoción turística en el Complejo arqueológico Bandurria, distrito de huacho, año 2018
- H0: El desarrollo turístico no se relaciona directamente con la promoción turística en el Complejo arqueológico Bandurria, distrito de huacho, año 2018

Se hallaron resultados correlacionales bivariadas para aprobar o desaprobar la hipótesis general formulada entre la variable uno de Desarrollo turístico y entre la variable dos de Promoción turística a través de Rho Spearman que determinó el resultado del coeficiente correlacional de 0.729 demostrando la existencia de una correlación positiva regular. También al analizar los resultados se obtuvo un nivel de significancia del 0.003, lo que se analiza que el p valor es menor al 0.05 lo que demuestra la correlación aprobando la hipótesis del investigador donde se señala que: El desarrollo turístico se relaciona directamente con la promoción turística en el Complejo arqueológico Bandurria, distrito de huacho, año 2018

## 4.2.2 Hipótesis específicas

### Hipótesis específica 1

Tabla 42. Correlación entre Desarrollo Turístico – Publicidad.

			DESARROLLO TURÍSTICO	PUBLICIDAD
Rho de Spearman	DESARROLLO TURÍSTICO	Coefficiente de correlación	1,000	,634
		Sig. (bilateral)	.	,015
		N	217	217
	PUBLICIDAD	Coefficiente de correlación	,634	1,000
		Sig. (bilateral)	,015	.
		N	217	217

Fuente: elaboración propia

H1: El desarrollo turístico se relaciona directamente con la publicidad en el complejo arqueológico Bandurria, distrito de huacho, año 2018.

H0: El desarrollo turístico no se relaciona directamente con la publicidad en el complejo arqueológico Bandurria, distrito de huacho, año 2018.

Se hallaron resultados correlacionales bivariadas para aprobar o desaprobar la hipótesis específica formulada entre la variable uno de Desarrollo turístico y entre la dimensión de la variable dos, Publicidad, a través de Rho Spearman que determinó el resultado del **coeficiente correlacional de 0.634** demostrando la existencia de una correlación positiva regular. También al analizar los resultados se obtuvo un nivel de **significancia del 0.015**, lo que se analiza que el p valor es menor al 0.05 lo que demuestra la correlación aprobando la hipótesis del investigador donde se señala que: El desarrollo turístico se relaciona directamente con la publicidad en el complejo arqueológico Bandurria, distrito de huacho, año 2018.

## Hipótesis específica 2

Tabla 43. Correlación entre Desarrollo Turístico – Promoción de ventas.

			DESARROLLO TURÍSTICO	PROMIOCIÓN DE VENTAS
<b>Rho de Spearman</b>	DESARROLLO TURÍSTICO	Coefficiente de	1,000	,730
		correlación	.	,006
		Sig. (bilateral)	.	,006
	PROMOCIÓN DE VENTAS	N	217	217
		Coefficiente de	,730	1,000
		correlación	,730	1,000
		Sig. (bilateral)	,006	.
		N	217	217

Fuente: elaboración propia

H1: El desarrollo turístico se relaciona directamente con la promoción de ventas en el Complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018.

H0: El desarrollo turístico no se relaciona directamente con la promoción de ventas en el Complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018.

Se hallaron resultados correlacionales bivariadas para aprobar o desaprobar la hipótesis específica formulada entre la variable uno de Desarrollo turístico y entre la dimensión de la variable dos, Promoción de ventas, a través de Rho Spearman que determinó el resultado del **coeficiente correlacional de 0.730** demostrando la existencia de una correlación positiva regular. También al analizar los resultados se obtuvo un nivel de **significancia del 0.006**, lo que se analiza que el p valor es menor al 0.05 lo que demuestra la correlación aprobando la hipótesis del investigador donde se señala que: El desarrollo turístico se relaciona directamente con la promoción de ventas en el Complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018.

### Hipótesis específica 3

Tabla 44. Correlación entre Desarrollo Turístico – Relaciones Públicas.

			DESARROLLO TURÍSTICO	RELACIONES PÚBLICAS
<b>Rho de Spearman</b>	DESARROLLO TURÍSTICO	Coefficiente de correlación	1,000	,710
		Sig. (bilateral)	.	,005
		N	217	217
	RELACIONES PÚBLICAS	Coefficiente de correlación	,710	1,000
		Sig. (bilateral)	,005	.
		N	217	217

Fuente: elaboración propia

H1: El desarrollo turístico se relaciona directamente con las relaciones públicas en el Complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018.

H0: El desarrollo turístico no se relaciona directamente con las relaciones públicas en el Complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018.

Se hallaron resultados correlacionales bivariadas para aprobar o desaprobar la hipótesis específica formulada entre la variable uno de Desarrollo turístico y entre la dimensión de la variable dos, Relaciones Públicas, a través de Rho Spearman que determinó el resultado del **coeficiente correlacional de 0.710** demostrando la existencia de una correlación positiva regular. También al analizar los resultados se obtuvo un nivel de **significancia del 0.005**, lo que se analiza que el p valor es menor al 0.05 lo que demuestra la correlación aprobando la hipótesis del investigador donde se señala que: El desarrollo turístico se relaciona directamente con las relaciones públicas en el Complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018.



## CAPITULO V

### DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

##### 5.1 Discusión

- A.** En la tesis de estudio Vera, (2017) en su trabajo de investigación titulado “Actividades recreacionales como aporte al desarrollo turístico sostenible en el cantón la libertad, año 2017” se concluyó que las actividades recreacionales aportan al desarrollo turístico del cantón La Libertad, considerando así los eventos que se realizan como sociales, culturales y deportivas siendo este tipo de programas los que atrae demanda turística provocando que haya un crecimiento turístico dentro de la localidad, generando emprendimiento turístico y fuentes de empleo, por otra parte, evaluando los resultados obtenidos sobre el desarrollo y la promoción turística, se obtuvo una respuesta favorable, aceptándose la relación entre ambas variables e interpretándose al desarrollo y la promoción a ambos como gestores en los distintos niveles de desarrollo turístico en el complejo arqueológico bandurria, dicho esto se corrobora al darse aceptada la hipótesis general en donde se relaciona el desarrollo y promoción turística , en los resultados de vera se ratifica aún más en que con la realización de eventos como actividades culturales, ferias turísticas entre otros eventos aportan al desarrollo turístico, ya que son importantes para la captación de la demanda y movimiento turístico dentro del sector. También se fomenta la productividad local, las fuentes de empleo y el emprendimiento turístico, elementos que son importantes para que exista un desarrollo en cualquier sector.
- B.** En la tesis Promoción Turística y Desarrollo del Turismo en la Comunidad de Padre Cocha, Distrito de Punchana, año 2016, trabajo investigado por García & Silva, (2016) sostuvo que el desarrollo turístico en base a su infraestructura turística influye en el desarrollo de la comunidad de padre acocha, así como también en nuestra investigación se dio como resultado que el desarrollo turístico se relaciona directamente con la Infraestructura y servicios generales ya que corroboramos lo

dicho por García & Silva al confirmar que efectivamente el estado de su infraestructura y servicios generales (agua, luz, transporte, etc.) debe ser la adecuada para el visitante, ya que todo eso contribuye al desarrollo turístico del complejo arqueológico bandurria.

- C. En la tesis de estudio de Sifuentes, (2015) en su trabajo de investigación titulado “Promoción Turística y Demanda Turística del Sitio Arqueológico Marcahuamachuco, región La Libertad” concluyo que Los factores de promoción turística son determinantes para el desarrollo del turismo de la zona, estos factores determinantes son el marketing, productos, precios, facilidades de accesos, logrando que el lugar tenga un promedio medio para la difusión turística. Al respecto, evaluando los resultados obtenidos sobre la relación del desarrollo turístico y la promoción en el complejo arqueológico bandurria, se obtuvo como resultado favorable que la relación entre ambas variables es favorable, con lo que se puede inferir que se concuerda con los resultados obtenidos de la investigación de Sifuentes, ya que al simple análisis se evidencia que la promoción turística es esencial para desarrollar actividades turísticas, las cuales se basan en las estrategias de promoción, publicidad, relaciones públicas, etc., por lo tanto este antecedente respalda la investigación. Por lo que concordamos con lo dicho por el investigador ya que se aprobó también en nuestra hipótesis específica donde se relaciona al desarrollo turístico con la publicidad donde se resalta y enfoca la ineficaz gestión de los medios promocionales y esta ineficacia se extiende con el mal uso de la prensa escrita, radio y televisión, etc. este escenario hace que se necesite de una buena promoción turística donde se aplique todas las herramientas de promoción y publicidad para lograr promocionarse a todos los visitantes y lograr un gran incremento de turistas para el complejo arqueológico bandurria al igual que el Sitio Arqueológico Marcahuamachuco.

## 5.2 Conclusiones

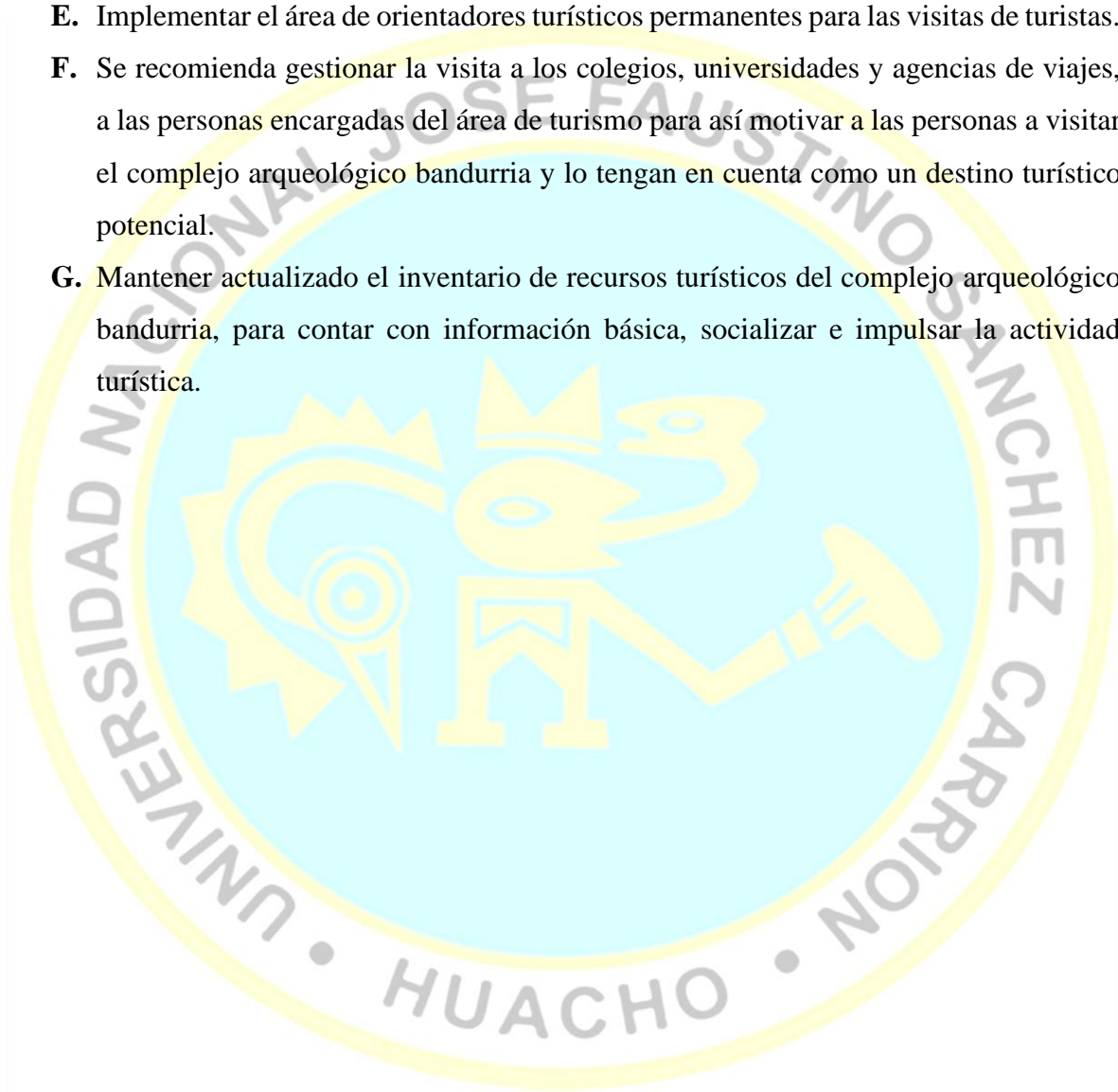
- A. Se concluye que al analizar las hipótesis generales el estadístico determino que es muy significativa ( $p \leq 0.01$ ), directa y de asociación positiva regular; por lo que se aprobó que el desarrollo turístico se relaciona directamente con la promoción turística en el Complejo arqueológico Bandurria, lo que quiere decir que todas las dimensiones e indicadores entre ambas variables se relacionan, haciendo que el complejo arqueológico tengo una adecuada promoción turística lo que ayudara a captar el interés de los visitantes y visiten el atractivo turístico, lo cual ayudara a mejorar el desarrollo turístico dando beneficio para todos.
- B. Se concluye en cuanto a La publicidad que se viene dando en el complejo arqueológico Bandurria que en su primera hipótesis específica se determinó que el resultado del coeficiente correlacional es de 0.634 demostrando la existencia de una correlación positiva regular. También al analizar los resultados se obtuvo un nivel de significancia del 0.015, lo que se analiza que el p valor es menor al 0.05 lo que demuestra la correlación aprobando que el desarrollo turístico se relaciona directamente con la publicidad en el complejo arqueológico Bandurria, distrito de huacho, año 2018. Al aplicar la publicidad como parte de la promoción ayudara a que el centro Arqueológico bandurria se desarrolle turísticamente haciendo que crezca el desarrollo turístico.
- C. En conclusión, en cuanto a la promoción de ventas que se viene dando en el complejo arqueológico Bandurria se determinó que el resultado del coeficiente correlacional es de 0.730 demostrando la existencia de una correlación positiva regular. También al analizar los resultados se obtuvo un nivel de significancia del 0.006, lo que se analiza que el p valor es menor al 0.05 lo que demuestra la correlación aprobando que el desarrollo turístico se relaciona directamente con la promoción de ventas en el Complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018. Al aplicar la promoción de ventas como parte de la promoción turística se captará la atención del visitante brindándole información necesaria para que el visitante compre y consuma el producto turístico, de esta manera crecerá la promoción y desarrollo turístico.

**D.** Se concluye en cuanto a las relaciones públicas que se viene dando en el complejo arqueológico Bandurria se determinó que el resultado del coeficiente correlacional es de 0.710 demostrando la existencia de una correlación positiva regular. También al analizar los resultados se obtuvo un nivel de significancia del 0.005, lo que se analiza que el p valor es menor al 0.05 lo que demuestra la correlación aprobando que El desarrollo turístico se relaciona directamente con las relaciones públicas en el Complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018. Al aplicar las relaciones públicas se busca crear una buena imagen del atractivo turístico como también realizar actividades comunicativas como ferias turísticas que permitan crear actitudes y opiniones positivas respecto al complejo arqueológico bandurria.

### **5.3 Recomendaciones**

- A.** Se recomienda a instituciones relacionadas a INC, preocuparse por la conservación y promoción del complejo Arqueológico de bandurria como también de la historia, tradiciones, costumbres, patrimonio, folclor y gastronomía de la ciudad de huacho ya que esto ayudara a incrementar el desarrollo turístico.
- B.** Se recomienda elaborar un plan estratégico de promoción turística y un programa de gestión de medios promocionales para dar a conocer a nivel regional, nacional e internacional el complejo Arqueológico de bandurria, para que de esta manera se genere una mayor demanda de turistas en el atractivo turístico, generando entradas económicos y mayor empleo.
- C.** A la Institución Local de Gestión Educativa (UGEL), debe crear programas o planes de trabajo en donde la visita al complejo arqueológico Bandurria sea necesario para darse a conocer en todas las instituciones educativas de la región ya que de esta manera las nuevas generaciones no solo conocerán el atractivo turístico sino también tendrán una buena identidad cultural local y con la consecuencia indirecta del incremento del desarrollo turístico.

- D.** Se recomienda a las autoridades y al gobierno local realizar capacitaciones constantes que aborden los temas de conciencia turística y sensibilización para así mejorar no solo la imagen turística del complejo arqueológico Bandurria, sino también de los demás atractivos de la ciudad de huacho como también el de realizar planes y programas de promoción turística para incrementar la visita de turistas.
- E.** Implementar el área de orientadores turísticos permanentes para las visitas de turistas.
- F.** Se recomienda gestionar la visita a los colegios, universidades y agencias de viajes, a las personas encargadas del área de turismo para así motivar a las personas a visitar el complejo arqueológico bandurria y lo tengan en cuenta como un destino turístico potencial.
- G.** Mantener actualizado el inventario de recursos turísticos del complejo arqueológico bandurria, para contar con información básica, socializar e impulsar la actividad turística.



## CAPITULO VI

### FUENTES DE INFORMACIÓN

#### 6 FUENTES DE INFORMACIÓN

##### 6.1 Fuentes bibliográficas

- Acerenza, M. A. (2006). CONCEPTUALIZACIÓN, ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL TURISMO. México: Trillas.
- Boullon, R. (2006). PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURISTICO. México: Trillas.
- Cárdenas, F. (2006). PROYECTOS TURÍSTICOS Localización e inversión. México: Trillas.
- Gurria, M. (2001). Introducción al Turismo. México: Trillas.
- Kotler, B. M. (2011). Marketing Turístico. España: Pearson.
- McIntosh, R., & Gupta, S. (1983). Planeación, administración y perspectivas. México: Limusa.
- Pearce, D. (1991). Desarrollo Turístico su planificación y ubicación geográfica. México: Trillas.
- Kotler, P. (2011), Fundamentos de la Mercadotecnia. México: Pearson Educación.

##### 6.2 Fuentes hemerográficas

- Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos. (2011). Turismo. Lima: Arkabas.
- OMT. (1994). Introducción al Turismo. España.

### 6.3 Fuentes documentales

Ibáñez Pérez, R., & Carmelina, C. V. (2011). Teoría general del turismo un enfoque global y nacional. México: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA SUR.

Orozco, J., Núñez, P., & Virgen, C. (2008). Desarrollo turístico y sustentabilidad social. México: Universidad de Guadalajara.

Viñals, M. (2002). Turismo en espacios naturales y rurales II edit. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.

### 6.4 Fuentes electrónicas

Benavidez, M. V. (2013). *DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO, EN LA COMUNIDAD DE MONTEVERDE, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI, PARA IMPULSAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA COMUNITARIA*. Carchi, Carchi, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/167>

Borbor, Pedro. (2014). *PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNA AYANGUE*. LA LIBERTAD, ECUADOR. Obtenido de <http://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1756/1/BORBOR%20POZO%20DAVID.pdf>

Vera, M. E. (2017). *Actividades recreacionales como aporte al desarrollo turístico sostenible en el cantón La Libertad, año 2017*. libertad, Ecuador: La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2017. Obtenido de <http://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/4139/UPSE-TDT-2017-0024.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Malpartida Maiz, N., & Peña Castre, J. (2017). “*EL MARKETING MIX Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO*”. UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN, HUÁNUCO.

Obtenido de

[http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/UNHEVAL/1960/TAD\\_Malpartida\\_Maiz\\_Neira.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/UNHEVAL/1960/TAD_Malpartida_Maiz_Neira.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Serin, E. (2017). *La identidad cultural y su contribución al incremento del desarrollo turístico en la ciudad de Huamachuco*. Universidad Cesar Vallejo, Libertad, Huamachuco. Obtenido de

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16901/Serin\\_LE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16901/Serin_LE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

García, C. (2017). *Gestión municipal y desarrollo turístico en el distrito de Ancón de la provincia de Lima, año 2017*. Universidad Cesar Vallejo , Lima, Ancon. Obtenido de

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16193/Garc%C3%ADa\\_RCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16193/Garc%C3%ADa_RCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ollague, N. M. (2015). *PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNIDAD PUNTA DIAMANTE DE LA PARROQUIA CHONGÓN DEL CANTÓN GUAYAQUIL*. GUAYAQUIL. Obtenido de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8291/1/TESIS%20ORIGINAL%20NANCY.pdf>

Sumba, P. N. (2017). *DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL BALNEARIO YANAYACÚ, COCHANCAJ-LA TRONCAL*. Universidad estatal de milagro , Cochancay- La troncal. Obtenido de

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/3168/1/Dise%C3%B1o%20de%20un%20plan%20de%20promocion%20turistica%20para%20el%20balneario%20Yanayac%C3%BA%20Cochancay-%20La%20Troncal.pdf>

Arboleda, P. (2015). “*LA PROMOCIÓN TURÍSTICA Y LA REVALORIZACIÓN DEL PENSAMIENTO MONTALVINO EN LA CASA Y MAUSOLEO DE JUAN MONTALVO DE LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA*”. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, Ambato. Obtenido de

<http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/12860/1/FCHE-THP-216.pdf>



Sifuentes, A. F. (2015). *“Promoción Turística y Demanda Turística del Sitio Arqueológico Marcahuamachuco, año 2015”*. Universidad Nacional de Trujillo, TRUJILLO.

Obtenido de

[http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2031/sifuentesperez\\_anita.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2031/sifuentesperez_anita.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Valverde, R. Y. (2016). *Plan de Promoción Turística Para El Incremento De LaAfluencia De Turistas En El Refugio De Vida SilvestreLaquipampa – Incahuasi. Enero - Setiembre 2016*. Universidad privada Juan Mejía Baca , LAMBAYEQUE, CHICLAYO. Obtenido de

<http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/87/1/Valverde%20Sanchez%20Rosa%20Yessenia%20Tesis.pdf>

García, O., & Silva, C. (2016). *“PROMOCIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD DE PADRE COCHA, DISTRITO DE PUNCHANA, AÑO 2016*.

UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ, IQUITOS . Obtenido de

<http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/171/GARC%C3%8DA-SILVA-1-Trabajo-Promoci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



### Anexo 01: Matriz de consistencia.

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
<p><b>Problema general</b> ¿Qué relación existe entre el desarrollo turístico y la promoción turística en el complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018?</p> <p><b>Problemas específicos</b> ¿Qué relación existe entre el desarrollo turístico y la publicidad en el complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018?  ¿Qué relación existe entre el desarrollo turístico y la promoción de ventas en el complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018?  ¿Qué relación existe entre el desarrollo turístico y las relaciones publicas en el complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar la relación entre el desarrollo turístico y la promoción turística en el complejo arqueológica bandurria, distrito de huacho, año 2018</p> <p><b>Objetivos específicos</b> Determinar la relación entre el desarrollo turístico y la publicidad en el complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018.  Determinar la relación entre el desarrollo turístico y la promoción de ventas en el complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018.  Determinar la relación entre el desarrollo turístico y las relaciones publicas en el complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018.</p>	<p><b>Hipótesis general</b> El desarrollo turístico se relaciona directamente con la promoción turística en el Complejo arqueológico Bandurria, distrito de huacho, año 2018.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b> El desarrollo turístico se relaciona directamente con la publicidad en el centro arqueológico Bandurria, distrito de huacho, año 2018.  El desarrollo turístico se relaciona directamente con la promoción de ventas en el Complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018.  El desarrollo turístico se relaciona directamente con las relaciones publicas en el Complejo arqueológico bandurria, distrito de huacho, año 2018.</p>	<p><b>Variable 1:</b>  DESARROLLO TURÍSTICO</p> <p><b>Variable 2:</b>  PROMOCIÓN TURÍSTICA</p>	<p>1. Infraestructura y servicios generales</p> <p>2. Equipamiento</p> <p>3. Aspectos relacionados con el medio ambiente</p> <p>1. Publicidad</p> <p>2. Promoción de ventas</p> <p>3. Relaciones publicas</p>	<p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo.</p> <p><b>Tipo:</b> Básico</p> <p><b>Nivel:</b>  No experimental, correlacional.</p> <p><b>Población y muestra:</b>  La población finita es de 502 visitantes. La muestra es de 217 visitantes</p>

## Anexo 02: Instrumento para la toma de datos



### UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SANCHEZ CARRION ESCUELA PROFESIONAL DE GESTION EN TURISMO Y HOTELERIA

Le agradecemos anticipadamente por su colaboración, dar su opinión del Complejo arqueológico bandurria, de la ciudad de Huacho, para el trabajo de investigación titulado: “DESARROLLO TURISTICO Y PROMOCION TURISTICA EN EL CENTRO ARQUEOLOGICO BANDURRIA, DISTRITO DE HUACHO, AÑO 2018.

Responda las alternativas de respuesta según corresponda. Marque con una “X” la alternativa de respuesta que se adecue a su criterio.

#### I. DATOS GENERALES:

1.1. sexo:

- a) Femenino ( )                      b) Masculino ( )

1.2. Edad:

- a) Menos de 25 años ( )  
b) de 26 a 35 años ( )  
c) de 36 a 45 años ( )  
d) de 46 a más ( )

1.3. Nacionalidad:

- a) Peruana ( )                      b) extranjera ( )

1.4. Nivel de Estudio:

- a). Primaria ( )  
b). Secundaria ( )  
C. Técnico ( )  
d). Superior ( )

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
5	4	3	2	1

<b>DESARROLLO TURÍSTICO</b>					
<b>PREGUNTAS</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS GENERALES</b>					
1. ¿La cantidad de establecimientos de expendio de comida (restaurantes) que existen actualmente en el Complejo Arqueológico de Bandurria es suficiente?					
2. ¿El guía turístico posee los conocimientos suficientes para relatar los hechos culturales ocurridos en el complejo Arqueológico Bandurria?					
3. ¿Le parecería bien la construcción de Hoteles y/o Albergues alrededor del Complejo Arqueológico Bandurria?					
4. ¿Considera usted que las agencias de viajes deberían incluir en su paquete turístico la visita al Complejo arqueológico bandurria?					
<b>EQUIPAMIENTO</b>					
5. ¿Los servicios Higiénicos con los que cuenta el Complejo Arqueológico Bandurria se encuentran operativos y limpios?					
6. ¿El camino de acceso hacia el Complejo turístico se encuentra en condiciones apropiadas?					
7. ¿Le parecería bien la instalación de redes de alumbrado público en el complejo Arqueológico Bandurria?					
8. ¿Considera usted necesario la implementación de un puesto de primeros auxilios dentro del Complejo Arqueológico Bandurria?					
9. ¿El mirador turístico se encuentran completamente implementado con bancas, barandas, etc.?					
10. ¿Considera usted que debería de haber un estacionamiento de vehículos para los visitantes en el Complejo Arqueológico Bandurria					
11. ¿El centro de interpretación del Complejo Arqueológico Bandurria brinda información veraz y confiable al visitante?					
<b>ASPECTOS RELACIONADOS CON EL MEDIO AMBIENTE</b>					
12. ¿El estado de conservación en la que se encuentra el complejo Arqueológico es deficiente?					
13. ¿El humedal “el paraíso” ubicado dentro del Complejo Arqueológico Bandurria se encuentra en la actualidad libre de contaminación?					
14. ¿Considera usted que el complejo Arqueológico Bandurria está en la capacidad de recibir una gran multitud de visitantes?					
15. ¿La cantidad de tachos de basura que existen en el Complejo Arqueológico son suficientes para almacenar la cantidad de basura que se produce diariamente?					

<b>PROMOCIÓN TURÍSTICA</b>					
<b>PREGUNTAS</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>PUBLICIDAD</b>					
16. ¿Se informa de los tours del Complejo Arqueológico Bandurria en los medios de comunicación?					
17. ¿El Complejo Arqueológico Bandurria se da a conocer a través de sus anuncios publicitarios como afiches y carteles?					
18. ¿El guía turístico le debería proporcionar folletos y trípticos del Complejo arqueológico bandurria?					
19. ¿El complejo arqueológico bandurria debería ser promocionado a través de una revista o diario regional?					
20. ¿Considera usted que los programas televisivos regionales deben difundir información acerca del Complejo arqueológico bandurria?					
21. ¿Considera usted que los medios de comunicación radial deberían informar a la población de la existencia del Complejo arqueológico de bandurria?					
22. ¿Se debería colorar un panel publicitario más visible y atractivo en la panamericana para promocionar la existencia del complejo Arqueológico Bandurria?					
23. ¿Considera que se difunde el Complejo Arqueológico Bandurria en las Redes sociales?					
<b>PROMOCIÓN DE VENTAS</b>					
24. ¿Se brinda una atención personalizada en el complejo Arqueológico Bandurria?					
25. ¿El Complejo arqueológico bandurria debería tener un descuento en el costo de sus entradas?					
26. ¿Considera usted que cuando visita el Complejo arqueológico debería recibir algún producto de obsequio?					
<b>RELACIONES PÚBLICAS</b>					
27. ¿Se debería realizar ferias de promoción turística para dar a conocer los atractivos del Complejo arqueológico Bandurria?					
28. ¿Considera usted que dentro del Complejo arqueológico bandurria se realicen eventos culturales y artísticos con el fin de captar un mayor flujo de turistas?					
29. ¿El Complejo Arqueológico Bandurria debería realizar convenios con las instituciones educativas de la región para fomentar la promoción?					
30. ¿El complejo Arqueológico Bandurria presenta una imagen positiva hacia sus visitantes?					

**MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN**

### Anexo 03: Procesamiento de datos.

IDe	1a1	1a2	1a3	1a4	1a	1b1	1b2	1b3	1b4	1b5	1b6	1b7	1b	1c1	1c2	1c3	1c4	1c	X	44
1	2	4	3	4	13	3	2	2	4	4	4	4	4	23	2	2	2	2	8	44
2	1	5	3	4	13	4	4	5	5	4	4	4	2	28	3	3	3	4	13	54
3	1	4	2	4	11	3	1	2	4	2	2	4	4	18	1	1	1	1	4	33
4	3	5	4	4	17	4	3	5	4	4	4	4	2	26	3	3	4	2	12	55
5	2	4	4	4	14	4	4	4	4	3	3	3	3	25	4	2	2	2	10	49
6	2	4	4	4	15	5	5	5	3	3	4	4	2	27	2	4	5	2	13	55
7	2	4	4	5	15	5	5	4	4	5	5	5	2	30	3	4	5	3	15	60
8	2	4	3	5	14	5	3	4	4	5	3	4	1	25	3	3	5	5	16	55
9	3	4	2	4	13	4	2	2	5	3	4	4	4	24	3	5	3	2	13	50
10	1	4	4	5	14	5	3	3	5	4	4	4	5	29	3	3	5	3	14	57
11	2	4	4	5	15	4	3	4	4	4	5	1	1	25	3	4	4	3	14	54
12	1	4	3	4	12	4	4	3	5	4	1	3	24	3	3	2	2	10	46	
13	3	4	3	5	15	4	4	2	4	3	4	2	2	23	3	4	3	2	12	50
14	1	5	3	4	13	4	3	4	4	4	4	4	2	25	2	3	4	2	11	49
15	1	4	3	4	12	4	4	5	5	3	4	3	3	28	3	3	4	2	12	52
16	2	4	2	4	12	4	4	4	4	5	3	4	2	26	3	3	5	2	13	51
17	2	4	2	4	12	3	3	4	4	4	4	2	2	24	3	4	5	1	13	49
18	1	3	2	4	10	3	4	3	4	4	3	4	2	24	2	4	4	2	12	46
19	2	4	4	5	15	4	4	2	3	4	4	4	3	24	1	5	5	5	16	55
20	2	5	4	4	15	5	4	1	4	3	4	2	2	23	2	4	2	4	12	50
21	3	4	5	4	16	5	5	3	3	4	4	3	3	27	1	4	5	5	15	58
22	2	4	4	5	15	4	4	2	3	3	5	3	24	1	4	3	4	12	51	
23	1	4	5	5	15	4	4	2	4	4	4	3	25	2	5	4	4	15	55	
24	3	4	3	5	15	4	4	2	3	4	4	3	24	2	4	4	5	15	54	
25	2	5	3	4	14	4	4	1	4	3	4	4	24	1	4	4	5	14	52	
26	2	5	4	5	16	4	4	3	3	4	4	3	25	4	4	4	4	16	57	
27	3	4	3	4	14	4	4	2	4	4	4	2	24	2	4	5	5	16	54	
28	3	4	5	5	17	4	4	4	3	4	4	4	27	2	4	4	4	14	58	
29	2	5	5	5	17	4	2	3	4	4	4	4	25	2	4	4	4	14	56	
30	3	5	4	4	16	5	5	2	4	4	4	3	27	2	5	4	4	15	58	
31	2	4	4	4	14	3	3	4	5	3	4	4	26	3	4	4	4	15	55	
32	3	4	3	4	14	4	2	4	4	2	4	4	24	3	3	4	2	12	50	
33	3	5	4	4	16	4	3	4	3	4	4	1	23	4	4	2	2	12	51	
34	2	3	2	4	11	2	2	2	4	2	4	3	19	4	2	4	2	12	42	
35	2	4	4	4	14	3	3	3	4	4	4	3	24	4	4	5	2	15	53	
36	2	5	5	5	17	4	3	5	5	4	4	2	27	2	5	5	4	16	60	
37	3	4	3	4	14	3	4	2	4	2	3	4	22	2	2	4	4	12	48	
38	4	3	4	4	15	4	4	3	4	3	4	3	25	4	3	4	3	14	54	
39	2	5	5	5	17	4	4	5	5	4	4	2	28	5	4	4	3	16	61	
40	2	3	3	4	12	4	3	3	4	3	2	3	22	2	2	3	2	9	43	
41	2	5	5	4	16	4	3	5	4	4	4	2	26	3	3	4	2	12	54	
42	2	4	4	5	15	4	4	2	3	3	5	3	24	1	4	3	5	13	52	
43	2	4	3	5	14	5	3	4	5	3	4	1	25	3	3	4	4	14	53	
44	2	4	4	5	15	5	5	4	4	5	5	2	30	3	4	5	3	15	60	
45	2	5	5	5	17	5	5	5	3	3	4	2	27	3	4	5	2	14	58	
46	3	4	5	4	16	4	4	3	4	4	4	2	25	2	4	5	5	16	57	
47	2	4	4	4	14	4	4	3	3	5	5	3	27	3	4	4	4	15	56	
48	1	4	4	4	13	4	3	3	5	3	2	3	23	2	2	2	2	9	45	
49	1	5	5	4	16	4	4	4	4	5	5	5	31	3	3	5	4	15	62	
50	1	3	2	5	11	3	4	3	4	4	4	2	24	2	4	4	2	12	47	
51	3	5	5	5	18	5	5	1	4	4	4	3	26	2	5	4	4	15	59	
52	2	4	4	4	14	2	3	4	4	4	4	2	23	4	4	4	4	16	53	
53	4	4	5	5	18	5	5	5	3	4	4	3	29	4	4	4	4	16	63	
54	1	5	5	4	15	3	3	4	4	2	4	4	24	4	3	3	4	14	53	
55	2	5	5	4	16	4	3	4	3	4	3	3	24	4	3	4	3	14	54	
56	2	4	4	4	14	4	4	3	4	4	4	3	26	3	4	4	4	15	55	
57	3	5	5	5	18	4	4	5	5	3	3	2	26	2	5	5	4	16	60	
58	2	5	5	4	16	3	3	4	4	4	3	5	26	5	5	5	2	17	59	
59	2	4	2	4	12	3	3	3	3	4	5	3	25	3	4	2	2	11	48	
60	4	4	3	4	15	4	3	4	3	4	4	2	24	5	5	3	3	16	55	
61	2	4	3	5	14	4	5	5	3	3	2	3	25	4	4	3	3	14	53	
62	2	3	2	4	11	4	5	4	4	3	2	3	25	4	5	3	4	16	52	
63	3	4	4	4	15	5	5	5	3	5	5	3	31	3	5	2	5	16	61	
64	2	4	3	4	13	5	3	3	3	5	5	4	28	4	4	3	5	16	57	
65	1	4	2	5	12	3	4	4	4	3	4	4	26	3	2	3	2	10	48	
66	2	4	2	4	12	4	3	2	5	4	4	5	28	4	4	4	2	14	54	
67	1	4	2	5	12	3	4	3	4	4	4	4	26	3	4	4	2	13	51	
68	1	5	2	4	12	4	3	4	5	4	5	5	30	4	2	4	3	13	55	
69	1	5	4	5	15	3	4	2	5	3	5	5	27	4	4	4	3	15	57	
70	2	5	4	5	16	3	3	2	5	2	4	4	23	2	4	3	2	11	50	
71	2	4	3	5	14	3	4	2	4	2	5	5	25	4	4	3	1	12	51	
72	1	5	2	4	12	4	4	3	4	4	3	2	27	2	2	4	2	10	49	
73	1	5	4	4	14	4	4	4	5	2	4	5	28	3	4	3	1	11	53	
74	2	4	3	5	14	4	3	3	4	3	3	5	25	4	2	5	3	14	53	
75	2	5	2	5	14	3	2	5	2	3	5	23	3	4	5	3	15	52		
76	1	4	4	4	13	4	3	4	4	2	5	4	26	2	2	5	2	11	50	
77	1	5	5	5	16	3	4	4	4	3	5	4	27	2	3	3	2	10	53	
78	1	4	2	4	11	4	4	3	4	3	3	4	25	4	4	4	3	15	51	
79	1	5	2	5	13	3	3	2	4	4	3	5	24	4	4	5	1	14	51	
80	2	4	4	5	15	4	4	2	5	4	4	4	27	3	4	5	3	15	57	
81	2	4	5	4	15	3	3	4	5	4	4	4	27	2	2	4	2	10	52	
82	2	5	2	5	14	3	4	3	5	4	2	5	26	2	4	4	3	13	53	
83	2	4	3	4	13	4	3	3	5	3	2	5	25	2	4	3	2	11	49	
84	2	5	5	5	17	3	4	4	5	4	4	5	29	4	4	3	2	13	59	
85	1	5	2	4	12	4	4	4	4	3	2	4	25	3	3	4	1	11	48	
86	2	4	3	5	14	4	3	2	4	4	4	5	26	3	2	3	2	10	50	
87	1	5	2	5	13	3	4	2	5	3	5	4	26	3	4	4	2	13	52	
88	2	3	3	5	13	4	4	2	5	4	5	5	29	4	2	3	2	11	53	
89	1	3	2	4	10	3	3	3	5	4	5	5	28	4	4	5	1	14	52	
90	2	3	2	5	12	4	3	3	4	2	5	4	25	4	2	4	1	11	48	
91	1	3	2	5	11	3	3	4	5	2	4	4	25	4	3	4	2	13	49	
92	2	3	3	4	12	3	4	4	5	3	4	5	28	3	2	3	3	11	51	
93	2	4	3	4	13															





2a1	2a2	2a3	2a4	2a5	2a6	2a7	2a8	2a	2b1	2b2	2b3	2b	2c1	2c2	2c3	2c4	2c	Y	
4	4	4	4	4	3	3	4	4	30	2	2	4	8	4	4	4	4	16	54
3	3	4	4	4	4	5	5	5	33	3	5	3	11	3	3	5	4	15	59
4	3	4	4	4	4	4	4	2	29	2	4	4	10	4	4	4	3	15	54
3	5	5	4	4	4	4	5	4	34	5	4	4	13	5	4	4	4	17	64
4	4	4	4	4	3	4	3	4	30	3	4	4	11	4	4	4	4	16	57
3	3	4	4	4	4	4	4	3	29	5	5	3	13	5	3	5	5	18	60
4	3	4	4	4	4	3	4	30	3	3	3	9	4	3	4	3	14	53	
1	3	5	5	5	2	4	3	28	5	5	4	14	4	5	5	5	19	61	
2	3	4	4	4	5	4	4	3	29	5	4	4	13	4	3	4	4	15	57
3	3	4	4	2	4	4	4	3	27	4	4	5	13	5	4	4	4	17	57
2	3	4	5	5	5	4	3	32	4	4	5	13	5	3	4	5	17	62	
2	3	4	4	5	5	5	5	3	31	5	5	4	14	5	4	5	19	64	
3	3	3	4	4	4	5	5	5	31	5	4	4	13	4	4	2	2	12	56
4	2	4	4	5	5	4	3	31	4	4	4	12	5	3	5	5	18	61	
3	3	4	4	5	4	4	4	4	31	5	2	4	11	4	3	4	4	15	57
3	2	2	5	5	5	5	4	4	31	4	4	5	13	4	4	5	4	17	61
3	3	4	5	4	4	4	5	32	4	4	5	13	5	3	5	4	17	62	
2	3	4	5	5	5	5	3	32	5	4	4	13	4	3	4	4	15	60	
4	4	5	4	5	5	4	4	35	4	3	1	8	4	4	4	5	17	60	
5	4	5	4	4	4	5	5	35	5	2	3	10	5	5	4	4	18	63	
4	5	4	4	4	4	4	4	5	34	3	2	2	7	4	5	5	4	18	59
4	4	5	3	4	5	4	4	33	4	3	3	10	4	4	4	4	16	59	
4	3	5	4	4	4	4	5	33	4	2	3	9	4	4	4	5	17	59	
4	4	5	5	3	4	5	4	34	4	2	5	11	4	4	5	5	18	63	
5	4	5	4	5	4	3	5	4	34	5	2	2	9	5	4	5	4	18	61
5	4	5	5	5	4	5	3	4	35	5	2	2	9	5	5	4	5	19	63
3	4	5	4	5	5	4	3	33	4	3	3	10	5	4	4	4	17	60	
4	4	5	4	5	5	4	5	36	5	3	3	11	4	4	5	5	18	65	
4	5	4	3	5	4	4	5	34	4	3	1	8	5	4	4	5	18	60	
5	4	5	4	5	5	4	5	37	4	2	2	8	4	5	5	5	19	64	
3	4	4	5	4	5	4	4	33	4	4	5	13	5	5	4	4	18	64	
4	2	3	4	4	4	4	3	28	3	4	4	11	4	4	5	5	18	57	
3	4	4	4	5	5	5	5	35	5	4	4	13	4	3	4	4	15	63	
2	2	4	2	4	4	4	3	25	3	4	4	11	4	4	4	2	14	50	
4	4	5	5	4	3	5	5	35	5	5	5	15	5	5	4	4	18	68	
5	5	5	4	4	5	4	4	36	5	5	5	15	5	5	4	4	18	69	
3	3	4	4	4	4	4	2	28	3	4	4	11	5	5	5	3	18	57	
4	3	3	4	4	3	4	4	29	4	3	4	11	5	4	5	3	17	57	
3	4	4	4	4	4	5	5	34	4	4	4	12	5	5	4	4	18	64	
4	3	4	4	3	4	4	3	29	4	4	3	11	3	3	3	3	12	52	
3	5	5	4	4	4	5	4	34	5	4	4	13	5	4	4	4	17	64	
4	4	5	3	4	5	4	4	33	4	3	3	10	4	4	4	4	16	59	
1	3	4	4	4	4	2	4	26	3	5	4	12	4	4	5	5	18	56	
4	3	4	4	4	4	3	4	30	3	3	3	9	4	3	4	3	14	53	
5	5	4	4	4	4	4	3	33	5	5	4	14	5	3	5	5	18	65	
4	4	5	4	5	5	4	3	34	4	3	3	10	5	4	4	4	17	61	
4	4	5	5	4	5	3	4	34	4	2	2	8	4	4	4	5	17	59	
3	3	5	5	3	4	4	3	30	4	4	3	11	4	4	4	4	16	57	
3	3	5	4	5	5	4	4	33	4	3	1	8	4	4	4	5	17	58	
2	3	4	4	4	4	3	5	29	4	4	4	12	3	4	4	4	15	56	
5	5	4	5	4	2	2	4	31	5	4	2	11	2	4	5	5	16	58	
4	5	4	3	5	4	4	5	34	5	2	1	8	5	4	4	4	17	59	
5	5	5	5	5	4	5	5	39	3	3	4	10	4	5	5	5	19	68	
4	4	4	4	4	3	3	3	29	4	3	4	11	5	5	4	4	18	58	
3	3	4	4	3	5	5	5	32	4	3	4	11	5	4	4	3	16	59	
3	3	5	5	5	5	3	3	32	4	4	5	13	5	5	3	4	17	62	
5	5	4	4	5	3	3	3	32	4	5	5	14	5	5	4	4	18	64	
3	3	5	5	5	4	5	4	34	4	4	4	12	3	3	4	4	14	60	
4	3	5	5	5	3	3	4	32	3	3	5	11	4	4	4	4	16	59	
4	4	4	3	5	5	5	5	35	4	4	4	12	5	3	4	4	16	63	
3	5	5	4	4	4	4	3	33	4	4	3	11	5	5	4	4	19	63	
5	3	4	5	5	5	4	4	35	5	3	4	12	3	4	3	5	15	62	
2	3	5	5	5	4	4	3	31	3	3	5	11	5	5	3	5	18	60	
2	4	3	4	3	4	3	4	27	5	5	4	14	5	3	3	3	14	55	
4	3	4	4	4	5	5	4	3	32	4	4	12	4	4	4	3	15	59	
4	2	4	4	4	5	4	3	30	4	4	5	13	4	3	5	5	17	60	
4	2	4	5	4	5	4	3	32	4	4	5	13	4	4	4	4	16	61	
3	4	4	5	4	4	4	2	30	4	4	5	13	5	4	5	5	19	62	
3	3	5	5	5	5	4	2	32	5	4	5	14	4	3	4	4	15	61	
3	4	5	4	4	4	5	2	31	3	5	4	12	3	4	5	4	16	59	
4	3	5	4	5	4	5	3	33	5	4	5	14	4	4	5	4	17	64	
4	3	5	4	5	4	5	4	34	5	5	4	14	4	4	4	5	17	65	
3	2	4	5	5	4	4	4	31	5	4	5	14	4	4	4	4	16	61	
4	2	4	5	5	4	5	3	32	4	4	4	12	4	4	4	4	16	60	
3	4	4	4	4	4	5	4	33	4	4	5	13	4	4	5	4	18	64	
3	4	5	4	3	5	4	4	32	4	4	5	13	4	4	4	4	17	62	
4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	5	5	14	5	3	5	4	17	62	
3	4	4	4	4	4	4	4	31	5	5	4	14	3	3	5	5	16	61	
4	4	3	4	4	4	5	3	31	4	4	4	12	4	4	4	4	16	59	
3	3	4	5	4	4	5	4	32	5	4	5	14	5	4	5	4	18	64	
4	2	4	5	4	5	5	4	33	5	4	4	13	4	4	4	4	16	62	
4	3	5	5	4	5	4	4	34	4	4	4	12	3	4	4	4	15	61	
4	3	4	4	4	5	5	4	3	32	4	3	4	11	4	4	4	4	16	59
4	3	3	5	4	4	4	2	29	4	3	5	12	3	3	4	4	14	55	
4	2	4	4	5	4	4	2	29	4	3	5	12	4	3	4	5	16	57	
3	2	3	4	4	4	4	4	28	4	3	4	11	4	4	5	4	17	56	
3	4	3	4	5	4	4	4	31	4	4	4	12	3	3	5	4	15	58	
4	3	3	5	5	5	5	4	34	5	3	4	12	4	4	5	4	17	63	
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	13	3	4	4	5	16	61	
3	2	3	4	4	5	4	3	28	5	4	4	13	3	5	5	4	17	58	
4	3	4	5	4	4	5	4	33	4	4	5	13	3	5	4	5	17	63	
2	2	4	4	5	4	5	3	29	5	3	4	12	4	4	5	4	17	58	
4	4	4	5	5	4	4	4	34	4	4	4	12	4	3	4	5	16	62	
2	4	4	5	5	4	5	4	33	4	4	4	12	3	4	5	3	15	60	
4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	3	5	12	4	3	4	4	15	60	
2	3	4	4	4	5	4	2	28	4	3	5	12	4	5	5	3	17	57	
4	2	5	5	4	4	4	4	32	5	3	4	12	5	5	4	4	18	62	
3	2	4	5	5	5	5	2	31	4	4	4	12	5	5	5	5	20	63	
3	3	5	4	5															



	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	ide	Númerico	8	0	IDENTIDAD	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	x1	Númerico	8	0	¿La cantidad d...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	x2	Númerico	8	0	¿El guia turistic...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	x3	Númerico	8	0	¿Le parecería b...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	x4	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	x5	Númerico	8	0	¿Los servicios ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	x6	Númerico	8	0	¿El camino de ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	x7	Númerico	8	0	¿Le parecería d...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	x8	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	x9	Númerico	8	0	¿El mirador turi...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	x10	Númerico	8	0	¿Considera uist...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	x11	Númerico	8	0	¿El centro de i...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	x12	Númerico	8	0	¿El estado de ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	x13	Númerico	8	0	¿El humedal "E...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	x14	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	x15	Númerico	8	0	¿La cantidad d...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	y1	Númerico	8	0	¿Se informa de ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	y2	Númerico	8	0	¿El Complejo A...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	y3	Númerico	8	0	¿El guia turistic...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	y4	Númerico	8	0	¿El complejo ar...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	y5	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	y6	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
23	y7	Númerico	8	0	¿Se debería col...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
24	y8	Númerico	8	0	¿Considera que...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
25	y9	Númerico	8	0	¿Se brinda una...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
26	y10	Númerico	8	0	¿El Complejo a...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
27	y11	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
28	y12	Númerico	8	0	¿Se debería re...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
29	y13	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
30	y14	Númerico	8	0	¿El Complejo A...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
19	y3	Númerico	8	0	¿El guia turistic...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	y4	Númerico	8	0	¿El complejo ar...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	y5	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	y6	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
23	y7	Númerico	8	0	¿Se debería col...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
24	y8	Númerico	8	0	¿Considera que...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
25	y9	Númerico	8	0	¿Se brinda una...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
26	y10	Númerico	8	0	¿El Complejo a...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
27	y11	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
28	y12	Númerico	8	0	¿Se debería re...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
29	y13	Númerico	8	0	¿Considera ust...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
30	y14	Númerico	8	0	¿El Complejo A...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
31	y15	Númerico	8	0	¿El complejo A...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
32	INF	Númerico	8	0	INFRAESTRUC...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
33	EQU	Númerico	8	0	EQUIPAMIENTO	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
34	MEDAM	Númerico	8	0	ASPECTOS R...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
35	PUBL	Númerico	8	0	PUBLICIDAD	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
36	PROM	Númerico	8	0	PROMOCION ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
37	REL	Númerico	8	0	RELACIONES ...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
38	Recodinf	Númerico	8	0	infraestructura	{1, Malo}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
39	INFSERV	Númerico	8	0	INFRAESTRUC...	{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
40	EQUIP	Númerico	8	0	EQUIPAMENT...	{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
41	ASRELMA9	Númerico	8	0	ASPECTOS R...	{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
42	PUBLICI	Númerico	8	0	PUBLICIDAD (...	{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
43	PROMVEN	Númerico	8	0	PROMOCION ...	{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
44	RELPUB	Númerico	8	0	RELACIONES ...	{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
45	DESTUR	Númerico	8	0	DESARROLLO...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
46	PROTUR	Númerico	8	0	PROMOCIÓN T...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
47	DESATURI	Númerico	5	0	DESARROLLO...	{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
48	PROMTUR	Númerico	5	0	PROMOCIÓN T...	{1, BAJO}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada