

**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**GESTIÓN EMPRESARIAL**



**“LA COMERCIALIZACIÓN Y LA RELACIÓN CON EL  
TURISMO RURAL EN LOS ARTESANOS DE LA PROVINCIA  
DE PACHITEA 2023”**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN: ECONOMÍA Y NEGOCIOS**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE MAESTRO EN GESTIÓN  
EMPRESARIAL**

**TESISTA: GUTIERREZ VALDIZAN JAIRO MAYER**

**ASESOR: DR. ROJAS COTRINA AMANCIO RICARDO**

**HUÁNUCO – PERÚ**

**2024**



## **DEDICATORIA**

A mi esposa Lisseth Rosas y mis amadas hijas Sabrina, Ariana y Alessia: Ya que cada día que paso a su lado es un regalo que atesoro en mi corazón. Sus risas, curiosidad e infinita capacidad de amar han sido la inspiración detrás de cada esfuerzo en mi vida. Esta tesis es un pequeño testimonio de todo lo que hago, lo hago pensando en ustedes. Gracias por llenar mi mundo de amor y dulzura.

**JAIRO M. GUTIERREZ V.**

## **AGRADECIMIENTO**

El principal agradecimiento es Dios quien me ha guiado y me a dado la fortaleza para seguir adelante.

A mi familia por su comprensión y estímulo constante además de su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios post grado.

Y a todas las personas que de una y otra forma me apoyaron con sus sugerencias y recomendaciones.

**JAIRO M. GUTIERREZ V.**

## RESUMEN

La investigación: La Comercialización y la relación con el Turismo Rural en los Artesanos de la Provincia de Pachitea 2023, planteo como **Problema general:** ¿De qué manera se relaciona la comercialización y el turismo rural en los artesanos de la provincia de Pachitea? Su Objetivo general: Determinar la relación entre la comercialización y el turismo rural en los artesanos de la provincia de Pachitea. La Hipótesis general: HG: Existe relación positiva entre la comercialización y el turismo rural de los artesanos de la provincia de Pachitea. Ho: No existe relación positiva entre la comercialización y el turismo rural de los artesanos de la provincia de Pachitea. La población que se estudió en la presente investigación está conformada por los 49,159 habitantes de la Provincia de Pachitea según los datos registrados en el 2018 en el (INEI, 2017). La investigación obtuvo el siguiente resultado principal: La significancia de p valor es igual a 0,000 menor a 0,05, lo que implica que existe una asociación significativa entre la comercialización con la comercialización y el turismo rural en los artesanos, cuyo grado de correlación Rho de Spearman es de 0,305, el cual implica que comercialización tiene un bajo impacto en la comercialización y el turismo rural en los artesanos, que equivale a una correlación positiva baja, por tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

**Palabras claves:** Comercialización, turismo rural, artesanos, gestión administrativa, etnoturismo, vivencias místicas.

## ABSTRACT

The research: Marketing and the relationship with Rural Tourism in the Artisans of the Province of Pachitea 2023, I propose as a General Problem: How is marketing and rural tourism related in the artisans of the province of Pachitea? Its general objective: Determine the relationship between commercialization and rural tourism in the artisans of the province of Pachitea. The general hypothesis:  $H_1$ : Administrative management is significantly related to marketing and rural tourism in the artisans of the province of Pachitea.  $H_0$ : Administrative management is not significantly related to marketing and rural tourism in the artisans of the province of Pachitea. The population that was studied in this research is made up of the 49,159 inhabitants of the Province of Pachitea according to the data recorded in 2018 in (INEI, 2017). The research obtained the following main result: The significance of p value is equal to 0.000 less than 0.05, which implies that there is a significant association between administrative management with marketing and rural tourism in artisans, whose degree of correlation Spearman's rho is 0.305, which implies that administrative management has a low impact on commercialization and rural tourism on artisans, which is equivalent to a low positive correlation, therefore, the research hypothesis is accepted and the hypothesis is rejected. null hypothesis.

**Keywords:** Marketing, rural tourism, artisans, administrative management, ethnotourism, mystical experiences.

## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE .....</b>	<b>vii</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>x</b>
<b>CAPÍTULO I. ASPECTOS BÁSICOS DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>11</b>
1.1. Fundamentación del problema.....	11
1.2. Justificación e importancia de la investigación .....	12
1.3. Viabilidad de la investigación .....	13
1.4. Formulación del problema.....	13
1.4.1. Problema general.....	13
1.4.2. Problemas específicos.....	13
1.5. Formulación de objetivos .....	13
1.5.1. Objetivo general.....	13
1.5.2. Objetivo específicos .....	14
<b>CAPÍTULO II. SISTEMA DE HIPÓTESIS.....</b>	<b>15</b>
2.1. Formulación de las hipótesis.....	15
2.1.1. Hipótesis general .....	15
2.1.2. Hipótesis específicas .....	15
2.2. Operacionalización de las variables.....	16
2.3. Definición operacional de las variables .....	17
<b>CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>19</b>

3.1. Antecedentes de la investigación.....	19
3.2. Bases teóricas .....	22
3.3. Bases conceptuales.....	32
<b>CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>37</b>
4.1. Ámbito de estudio .....	37
4.2. Tipo y nivel de investigación .....	38
4.3. Población y muestra .....	39
4.3.1. Descripción de la población .....	39
4.3.2. Muestra y método de muestreo .....	39
4.3.3. Criterios de inclusión y exclusión .....	40
4.4. Diseño de la investigación .....	40
4.5. Técnicas e instrumentos .....	41
4.5.1. Técnicas .....	41
4.5.2. Instrumentos .....	41
4.5.2.1. Validación de los instrumentos para la recolección de datos ..	41
4.5.2.2. Confiabilidad de los instrumentos para la recolección de datos	42
4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos .....	42
4.7. Aspectos éticos.....	43
<b>CAPITULO V. RESULTADOS Y DISCUSION .....</b>	<b>44</b>
5.1. Análisis Descriptivo.....	44
5.2. Análisis inferencial y/o contrastación de hipótesis.....	57
5.3. Discusión de resultados .....	60
<b>SUGERENCIAS .....</b>	<b>68</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>69</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>71</b>
<b>Anexo 01. Matriz de consistencia.....</b>	<b>72</b>
<b>Anexo 02. Consentimiento informado .....</b>	<b>74</b>

<b>Anexo 03. Instrumento.....</b>	<b>75</b>
<b>Anexo 04. Validación de los instrumentos por expertos.....</b>	<b>77</b>
<b>NOTA BIOGRÁFICA.....</b>	<b>82</b>
<b>CONSTANCIA DE SIMILITUD – ANTIPLAGIO TURNITIN.....</b>	<b>83</b>
<b>ACTA DE DEFENSA DE TESIS DE MAESTRO</b> ¡Error! Marcador no definido.	
<b>AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TESIS ELECTRONICA..</b> ¡Error! Marcador no definido.	

## INTRODUCCIÓN

El Perú es un país de modelos culturales llenos de contrastes, pues posee una considerable variedad étnica en sus zonas específicas sin excepción de su panorama y esplendor armonioso que impresiona al turista haciéndolo sentir distintivo.

Gracias a esta fantástica oferta turística, ha aumentado el número de visitantes que vienen a disfrutar de la tranquilidad y la belleza del entorno y a descubrir las costumbres locales. Lamentablemente, debido a cuestiones políticas, socioeconómicas y ambientales, algunas de las atracciones de nuestra nación no están siendo utilizadas de manera sostenible, lo que hace que se deterioren gradualmente o incluso corran el riesgo de desaparecer por completo. Esto plantea graves consecuencias, como la destrucción del patrimonio natural. y habitual.

La provincia de Pachitea es reconocida como el corazón de la papa del Perú, con un rico patrimonio de lugares turísticos. Entre ellos, los lagos y lagunas destacan como los más significativos y frecuentados, gracias a sus diversos tesoros ecológicos. Sin embargo, a pesar de poseer estas características notables, ciertas áreas siguen siendo pasadas por alto en términos de garantizar su utilización sostenible, a pesar de su importante valor natural, cultural y turístico.

La provincia de Pachitea comprende cuatro distritos: Panao, Chaglla, Molino y Umari. Estas zonas son reconocidas por su fabricación textil de alta calidad realizada por personas calificadas, principalmente para el consumo local. Utilizando métodos tradicionales como el telar de cintura y el telar de pedal, junto con fibra de algodón y lana de oveja, producen tocuyos, bayetas y sargas, con los que se confecciona el atuendo tradicional de la comunidad.

## CAPÍTULO I. ASPECTOS BÁSICOS DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. Fundamentación del problema

Perú, particularmente la Región Huánuco dentro de la provincia de Pachitea, es ampliamente conocido como el corazón de las papayas peruanas y cuenta con una rica variedad de sitios turísticos. Entre estos, destacan sus lagos y lagunas por sus diversos tesoros ecológicos, atrayendo a un importante número de visitantes. A pesar de poseer notables activos naturales, culturales y turísticos, ciertos sectores no logran capitalizar su utilización sostenible, lo que pasa por alto su inmenso potencial de desarrollo.

La provincia de Pachitea comprende cuatro distritos: Panao, Chaglla, Molino y Umari, conocidos por su excepcional fabricación textil dirigida por personas calificadas, principalmente para el consumo interno. La utilización de telares de cintura y de pedal, junto con fibra de algodón y lana de oveja, da como resultado la producción de tocuyos, bayetas y sargas, tejidos utilizados en la confección de los trajes tradicionales de la zona.

Lamentablemente, un problema predominante en este campo particular es la falta de avance en las operaciones artesanales, especialmente en términos de productividad. Esta situación se ha convertido en una preocupación crítica, particularmente para las personas que dependen de este comercio. ¿Quiénes componen la Asociación de Artesanos?

El problema surge de varios elementos perjudiciales, incluido el refuerzo organizativo insuficiente dentro de la asociación debido a un liderazgo inadecuado. En consecuencia, esto ha llevado a una falta de apoyo de los miembros hacia las ideas propuestas por los líderes para impulsar al grupo hacia adelante.

A este problema contribuye la insuficiente formación de los artesanos

en la creación de diversas artesanías, lo que lleva a la especialización de los artesanos en la producción de un artículo singular hecho a mano, como las esteras.

Además, algunos artesanos carecen de motivación para introducir innovaciones en su oficio debido a los escasos beneficios económicos que obtienen al fabricar tapetes, su único producto vendido a través de intermediarios con un margen de beneficio reducido. En consecuencia, estas circunstancias contribuyen al empleo precario y la incertidumbre financiera que experimenta este grupo demográfico.

## **1.2. Justificación e importancia de la investigación**

El estudio de la investigación se justifica a través de las siguientes razones:

### **Relevancia Teórica**

La investigación teóricamente se justifica porque, el bienestar de la población local, el emprendimiento de las pequeñas empresas artesanales para la solvencia de las familias.

### **Relevancia Práctica**

La investigación prácticamente se justifica y tiene importancia por hacer las alianzas estratégicas para sus ventas a mercados lejanos, con los resultados estaremos realizando diversas actividades.

### **Relevancia Metodológica**

La investigación metodológica se justifica porque, representa un antecedente importante para futuras investigaciones de mayor alcance relacionadas a la problemática en estudio, por el uso de instrumentos confiables que fueron validados por jueces expertos; los cuales permitirán identificar, demostrar adecuadamente la Comercialización y la Relación con el Turismo en los Artesanos de la Provincia de Pachitea.

### **1.3. Viabilidad de la investigación**

En cuanto a la disponibilidad de los recursos financieros, la investigación fue viable debido a que personalmente solvente en forma integral por la propiedad investigadora.

Respecto a los recursos humanos, el estudio de la investigación fue viable porque se contó con el personal humano y el apoyo requerido en las diferentes fases del proceso del estudio.

Con relación a los recursos materiales, fue viable porque se tuvo los materiales logísticos necesarios para la ejecución y presentación de esta investigación.

### **1.4. Formulación del problema**

#### **1.4.1. Problema general**

¿De qué manera se relaciona la comercialización y el turismo rural en los artesanos de la provincia de Pachitea 2023?

#### **1.4.2. Problemas específicos**

**PE1:** ¿Cuál es la relación entre la comercialización y los talleres artesanales en los artesanos de la provincia de Pachitea 2023?

**PE2:** ¿Cuál es la relación entre la comercialización y el etnoturismo en los artesanos de la provincia de Pachitea 2023?

**PE3:** ¿Cuál es la relación entre la comercialización y las vivencias místicas en los artesanos de la provincia de Pachitea 2023?

### **1.5. Formulación de objetivos**

#### **1.5.1. Objetivo general**

Determinar la relación entre la comercialización y el turismo rural en los artesanos de la provincia de Pachitea 2023.

### **1.5.2. Objetivo específicos**

**OE1:** Describir la relación entre la comercialización y los talleres artesanales en los artesanos de la provincia de Pachitea 2023.

**OE2:** Identificar la relación entre la comercialización y el etnoturismo en los artesanos de la provincia de Pachitea 2023.

**OE3:** Conocer la relación entre la comercialización y las vivencias místicas en los artesanos de la provincia de Pachitea 2023.

## CAPÍTULO II. SISTEMA DE HIPÓTESIS

### 2.1. Formulación de las hipótesis

#### 2.1.1. Hipótesis general

Hi: La gestión administrativa de la comercialización se relaciona significativamente y el turismo rural en los artesanos de la provincia de Pachitea 2023.

Ho: La gestión administrativa de la comercialización no se relaciona significativamente y el turismo rural en los artesanos de la provincia de Pachitea 2023.

#### 2.1.2. Hipótesis específicas

H<sub>E1</sub>: Existe relación entre la comercialización y los talleres artesanales en los artesanos de la provincia de Pachitea 2023.

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la comercialización y los talleres artesanales en los artesanos de la provincia de Pachitea 2023.

H<sub>E2</sub>: Existe relación entre la comercialización y el etnoturismo en los artesanos de la provincia de Pachitea 2023.

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la comercialización y el etnoturismo en los artesanos de la provincia de Pachitea 2023.

H<sub>E3</sub>: Existe relación entre la comercialización y las vivencias místicas en los artesanos de la provincia de Pachitea 2023.

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la comercialización y las vivencias místicas en los artesanos de la provincia de Pachitea 2023.

## 2.2. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>VARIABLE 01</b>			
Comercialización	Planificación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan Estratégico</li> <li>• Plan operativo</li> <li>• Plan Técnico</li> <li>• Plan a corto mediano y largo plazo</li> </ul>	Nominal
	Organización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambio y Innovación</li> <li>• cambio organizacional</li> <li>• cambios cambio Planeado</li> </ul>	Nominal
	Dirección	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivación liderazgo y comunicación</li> <li>• necesidad de logro</li> <li>• teletrabajo</li> </ul>	Nominal

	Control	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de operaciones</li> <li>• Control estratégico</li> <li>• estándar de control</li> </ul>	Nominal
<b>VARIABLE 02</b>			
Turismo rural	Talleres Artesanales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participar</li> <li>• Aprender</li> </ul>	Nominal
	Etnoturismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultura</li> <li>• Tradiciones</li> </ul>	Nominales
	vivencias místicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creencias</li> <li>• Leyendas</li> <li>• Rituales divinos</li> </ul>	Nominal

### 2.3. Definición operacional de las variables

#### V.I Gestión administrativa:

Es el conjunto de medidas tomadas por el sector público en un intento de emplear intervenciones administrativas para llevar a cabo políticas públicas de manera efectiva, incluida la utilización de recursos a través de "procesos productivos". Cómo: activo monetario financiero, operativo, planificación, recursos humanos, organización, gestión y control.

#### V.D. Desarrollo del turismo sostenible:

Este enfoque metódico tiene en cuenta la administración mundial

de los recursos para garantizar su sostenibilidad, permitiéndonos preservar nuestro capital natural y cultural, abarcando áreas protegidas.

Dada su fuerza como herramienta de desarrollo, el turismo puede y debe desempeñar un papel importante en el plan de desarrollo sostenible. Garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende la industria turística es esencial para una buena gestión. "En el contexto de un crecimiento económico robusto, constante y sostenible que pueda satisfacer de manera justa las necesidades y ambiciones de las generaciones actuales y futuras, es responsabilidad de todos los agentes de desarrollo turístico proteger el medio ambiente y los recursos naturales.

## CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO

### 3.1. Antecedentes de la investigación

#### Internacional

- Trilias, Francisco, Manuel (2018), Presentan un estudio titulado: turismo alternativo - ecoturismo - Zamoranoc asal - Mexico. Dicho estudio llega a las siguientes conclusiones: El ecoturismo representa un concepto floreciente dentro del sector turístico, que enfatiza su papel en la preservación del medio ambiente y el bienestar de las comunidades locales. Este movimiento está respaldado por directrices éticas, iniciativas administrativas y una amplia participación de viajeros, académicos, intelectuales y organismos gubernamentales de todo el mundo en países industrializados selectos. Actualmente, se están realizando esfuerzos concertados para cambiar el enfoque del turismo internacional hacia prácticas sostenibles integradas en los principios del ecoturismo. Se enfatiza que Costa Rica sirve como paradigma para el desarrollo del turismo sostenible, atribuyendo su éxito a un sólido espíritu de conservación que salvaguarda casi todos sus hábitats naturales.

- Andrés F, (2017) representa un estudio titulado: estudio de demanda potencial para tres productos de turismo rural de los municipios de Tola, Belén y Nicaragua. el estudio presenta las siguientes conclusiones:

La proximidad al mar aumenta el atractivo de la reserva para los turistas alojados en los balnearios de Tola, pero la accesibilidad a la reserva y las instalaciones de transporte plantean desafíos.

La ausencia de un enfoque estructurado para supervisar la reserva genera preocupaciones sobre la gestión eficaz de los activos naturales.

El atractivo de la vida silvestre disminuye cuando la reserva carece de especies "estrella" notables que sean visualmente cautivadoras, raras o exóticas. Además, sin un inventario de la vida vegetal y animal de la zona, tampoco existen iniciativas científicas ni senderos interpretativos que proporcionen información sobre la importancia ecológica y cultural del sitio.

El nivel de preparación y educación entre los futuros profesionales de la industria del turismo parece ser inadecuado. Los hallazgos del estudio sugieren que una oferta altamente refinada podría generar un éxito significativo en los mercados europeo y norteamericano, particularmente entre viajeros independientes y estudiantes.

### **Nacional**

- Vilca, (2015) Presenta un estudio titulado: Análisis de la gestión del turismo rural y las implicancias socioculturales en la población receptora de Amantani - Puno. Dicho Estudio presenta las siguientes conclusiones: el 30.67% de la población de Amantaní en Puno se dedican al turismo rural, el 12% a las artesanías, 50% a la agricultura y el 3% a otras actividades. los que se dedican al turismo ofrecen servicios de alojamiento, alimentación, transporte y recreación a pesar de haber mejorado la calidad de vida de algunos pobladores el 53% considera que se mantiene igual. respecto a las implicancias socioculturales éstas tuvieron efecto en lo cultural, social económico por la interacción de los turistas y residentes.
- Cavo I (2018) Presenta un estudio titulado: Turismo vivencial para la diversificación de la oferta EWN. Distrito de quiste provincia de Bongara, Amazonas. Dicho estudio concluye: En el Perú y en las regiones de Amazonas logra surtir y hacerse realidad Gracias al apoyo integrado aprovechada de una manera correcta la diversificación de la oferta donde la mayoría de la población tiene interés y ganas de

participar En la propuesta de turismo vivencial al cual Mira o ansias con una alternativa económica complementaria sólo dan a conocer sus actividades cotidianas.

### **Local**

- Ponciano N, (2018) Presenta un estudio titulado: Turismo rural alternativo de desarrollo socioeconómico, Estudió en la granja ecológico lindero Tomayquichua - Huanuco. Dicho estudio concluye: el turismo rural se presenta como una alternativa para el desarrollo del espacio rural, es pocas actividades qué pueden dinamizar las pequeñas economías locales sin tener mayor efecto negativo sobre el paisaje, cultura y diversidad biológica.

En esta situación, donde existe potencial para el desarrollo local en el espacio rural, es fundamental evaluar los beneficios y desventajas y determinar el grado en que este potencial puede traducirse en un plan viable que promueva el desarrollo local y, como resultado, eleva el nivel de vida de quienes viven allí.

La capacidad de participar en actividades de turismo rural es una respuesta al cambio global de tendencias que ha hecho posible que las personas interactúen con las culturas rurales y experimenten la naturaleza.

- Cajas, (2020) Presenta un estudio titulado: el turismo rural como agente dinamizador del desarrollo económico local de Huacar - Huanuco. Dicho estudio concluye: El turismo rural impacta positivamente de manera directa en el desarrollo económico de las familias. Sin embargo, el impacto de esta influencia positiva no está bien considerado a favor de los lugareños, quienes se benefician de mejores ingresos, condiciones de vivienda y ejemplos. Esto se debe a que no hay suficientes turistas visitando la zona, hay poca demanda de bienes y servicios y hay una oferta inadecuada de servicios turísticos. El turismo

rural es incipiente a causa de que la comunidad no está debidamente organizada para desarrollar el turismo y no hay promotores del turismo que cuentan con proyectos de desarrollo y capacitación para la comunidad.

### **3.2. Bases teóricas**

#### **Comercialización.**

Para Kotler y Armstrong (2012), la comercialización se define como, una serie de actividades que intervienen en el proceso por el cual un producto está disponible para el consumo, tales como compra, venta y distribución.

Por tanto, la comercialización, es el conjunto de estrategias y actividades orientadas a la identificación, creación, promoción y entrega de productos o servicios que satisfacen las necesidades y deseos de los consumidores. Involucra el estudio del mercado, la fijación de precios, la promoción y distribución de productos, con el objetivo de generar intercambios beneficiosos para tanto para la empresa como para los clientes.

#### **Gestión.**

Según Torre (2014), afirma que La Gestión es la actividad que desarrollan los directivos de una organización, siendo los responsables de obtener “un nivel adecuado de eficiencia y productividad.” (Torre, 2014). Cinco funciones clave que los gerentes deben desarrollar son Personal, Dirigir, Planificar, Organizar y Controlar. Representan tres responsabilidades cruciales (toma de decisiones, informativa e interpersonal), así como tres habilidades fundamentales (intelectual, interpersonal y técnica). Los gerentes de empresas u organizaciones deben ser capaces de manejar una variedad de escenarios e implementar las estrategias adecuadas para cada uno. Piñole (2015), define gestión como “la ciencia de prevenir y realizar acciones para manejar deseos y situaciones, siguiendo éticas y eficientes decisiones”.

## **Gestión administrativa.**

Según Valdés (1984), la gestión administrativa es considerada como una función “directiva que es inherente a todos los niveles de una empresa, en forma más profunda, cuya función consiste en planear, organizar, dirigir, controlar” entre otros (p.15). Por otro lado, la gestión administrativa es un método que las organizaciones establecen, con el objetivo de tener un funcionamiento adecuado.

El concepto de administración ha cambiado con el tiempo, según Taylor y Fayol (1973). La filosofía nos ayuda a comprender las definiciones de manera más ideológica, por lo que podemos decir que para el precursor administrativo, define lo que “la gestión administrativa es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar” (p.110). Como puede ver, la administración administrativa recibe diversos títulos y comparte muchos rasgos con la gestión eficaz. En otras palabras, la gestión administrativa se refiere al proceso utilizado para lograr los objetivos establecidos por la empresa, siendo la planificación y la organización eficaces los medios principales para lograr resultados positivos para la empresa. Además, especifica que los cuatro pasos que componen el proceso administrativo son:

### **1) La planificación.**

Cuando hablamos de planificación, etapa de planificación o planificación anticipada, hablamos de qué hacer, cómo hacerlo, cuándo hacerlo y quién debe hacerlo. La planificación nos ayuda a cerrar la brecha entre dónde estamos y dónde queremos estar. Aunque es raro pronosticar el futuro exacto y circunstancias incontrolables pueden frustrar incluso los planes mejor trazados, permite que sucedan cosas que de otro modo no habrían sucedido. Sin preparación, los acontecimientos quedan librados al azar. El paso de planificación es un procedimiento intelectualmente agotador que implica tomar decisiones y respaldarlas con hechos, razonamientos y aproximaciones decididas. Prepararse consiste en minimizar el riesgo y maximizar las oportunidades.

La planificación incluye cuatro componentes principales que son:

- Contribución a los objetivos y propósitos.
- Primacía de la planificación.
- Ampliación de la administración.
- Planificación de la eficiencia.

Toda estrategia tiene como objetivo hacer posible que la organización alcance sus objetivos. Dado que las fases empresariales de organización, integración, dirección, liderazgo y control están destinadas a apoyar el logro de los objetivos de la empresa, la planificación lógicamente precede a la ejecución de estas operaciones.

Para Sánchez, la planificación es: Esa herramienta de administración que nos permite determinar el curso de acción específico que debemos seguir para lograr los objetivos planificados (Sánchez. 2009).

Según Terry GR, la planificación consiste en una variedad de elecciones centradas en el futuro que implican recopilar datos y formar predicciones sobre el futuro para crear las acciones necesarias para alcanzar los objetivos de la empresa. Muestra la asignación actual de pensamiento y tiempo para una inversión futura. (Terry. 1953)

La planificación es responsabilidad del gerente, sin embargo, el tipo y alcance de la planificación varían según su autoridad y los planes y políticas que especifica su superior. Todo gerente necesita prepararse, pero cuánto y qué tipo de planificación hace depende de su autoridad y del tipo de planes y reglas que hayan elaborado sus superiores. Si a los gerentes no se les permite cierta libertad y responsabilidad en su planificación, no serán verdaderos ejecutivos.

Queda claro por qué algunas personas distinguen entre administración y formulación de políticas (estableciendo pautas para la toma de decisiones) o entre un gerente y un administrador o supervisor una vez que reconocemos cuán ubicua es la planificación. Los gerentes tienen más capacidad para planificar que otros empleados debido a su autoridad o posición dentro de la organización. Además, la planificación de un gerente puede ser más crucial que la de otro o más fundamental y aplicable

a una variedad más amplia de operaciones comerciales. Sin embargo, todos los gerentes, desde los presidentes hasta los supervisores superiores, crean planes.

El desempeño organizacional debe estar en su punto máximo ya que afecta directamente la capacidad de la empresa para adaptarse al cambio. Como parte del proceso de planificación, se seleccionan y desarrollan las misiones y objetivos de la organización. A continuación, determine qué políticas, iniciativas, programas, procesos, presupuestos, estándares y estrategias le permitirán alcanzar sus objetivos. Esto incluye seleccionar el mejor curso de acción entre una amplia gama de opciones.

## **2) La organización.**

La organización incluye la planificación y desarrollo de estructuras, protocolos, roles y responsabilidades, además de la creación de métodos y el uso de estrategias destinadas a facilitar el trabajo. Garantizar que todas las actividades y recursos se coordinen y utilicen de forma que sean sencillos y fáciles de gestionar para los empleados de la empresa, así como para el servicio y la satisfacción del cliente, es el objetivo de la organización de facilitar el trabajo y coordinar y optimizar funciones. La flexibilidad es posible gracias a la simplicidad de la estructura; La productividad y la iniciativa del personal se estimulan mediante el establecimiento de procedimientos adecuados, lo que también acelera la consecución de los objetivos de la fase de planificación.

En cuanto a las funciones organizacionales, esto indica que una de las principales tareas que siempre preocupa a la gerencia es cumplir con las solicitudes de cada área del negocio, ya que garantiza el logro de los resultados previstos.

La capacidad de gestionar el tiempo, el espacio, la mano de obra, los recursos humanos y los recursos financieros es necesaria para la organización.

- **Espacio:** Se refiere a cómo se distribuye un área física de manera que todo tenga una determinada ubicación.

- Tiempo: Tiene que ver con cómo se programa cada obra o actividad para que cada una pueda retirarse cuando la administración lo requiera.
- Trabajo: La secuencia e importancia de una lista de tareas programadas para ser terminadas o terminadas cada día, que permite a la gerencia alcanzar la productividad y eficiencia requeridas para cumplir con las metas sugeridas.
- Recursos humanos: El contrato de trabajo menciona la subordinación continua como un componente necesario. Esto sirve como herramienta fundamental para la organización de los empleados en las empresas porque les permite saber en qué medida dependerán de su empleador desde el momento en que comienzan a trabajar allí, ante quién deben responder por las tareas asignadas y ante quién deben recibir pedidos directos.

También discutimos las responsabilidades, deberes y responsabilidades asignadas a cada puesto, que es un componente crucial de las leyes laborales que están actualmente vigentes en nuestro lugar de trabajo. En consecuencia, las organizaciones crean y compilan un manual que detalla los deberes asignados a cada rol y la responsabilidad de cada individuo que asume esas responsabilidades.

En términos de importancia, se reconocen tres factores que explican por qué la organización es significativa:

La organización, elemento final del componente teórico, recopila, ultima y toma toda la información que la planificación ha proporcionado sobre la composición ideal de una empresa, hasta el último detalle.

Muchos escritores comparan organización y gestión como si la primera fuera la segunda debido a la importancia de la primera y las limitaciones de la segunda. Mientras que el segundo representaba el conocimiento real y práctico, el primero representaba la comprensión científica y teórica. Establecer un vínculo entre lo que debería ser y lo que es; es decir, entre la definición teórica de la mecánica administrativa de Urwick y la definición del mismo autor de las características prácticas de la dinámica.

**La dirección.**

La dirección es la función del proceso administrativo a través del cual se logra la realización efectiva de todo lo planeado o planeado. Para Fayol (1984), “La dirección general es la encargada de llevar a la empresa a su objetivo, tratando de sacar el mejor uso posible de los recursos de que dispone”, es decir, “La dirección es hacer que la empresa trabaje con el máximo de rendimiento”. El trabajo está dirigido en base a un estudio de los tiempos y movimientos de trabajo de los trabajadores, utilizando un sistema de tiempo militar.

Un líder necesita tener una profesión para guiar a su equipo hacia el objetivo en todas las fases del proceso administrativo. Ahora es el momento de ejercer influencia sobre el grupo y dirigirlo hacia la meta; por lo tanto, el gerente de procesos administrativos tiene que seleccionar al candidato de liderazgo y motivación. La dirección es responsable de velar por que se cumplan los planes, metas y objetivos de una organización, así como por el crecimiento de las actividades del grupo social.

Los componentes más importantes de la dirección son:

- **Motivación e Higiene de Herzberg:** Gestión, Inspección, Salario, Relaciones Personales, Condiciones Laborales) y Factores Motivacionales se incluyen en esta sección (Ejecución, Recompensas, Responsabilidad y Progreso).
- **Decisiones:** Explique el problema, analícelo, evalúe sus opciones (aspectos concretos e intangibles), haga un análisis marginal y de rentabilidad, decida qué curso de acción es mejor y lleve a cabo su decisión.
- **Liderazgo y Supervisión:** Cuando estas disciplinas funcionan adecuadamente en conjunto, podemos observar que los trabajadores generan un trabajo de alta calidad porque comprenden la estructura del proceso descrito que resulta en el éxito de la organización.
- **Comunicación:** La información que se proporciona debe ser concisa y seguir procedimientos bien definidos. Son necesarios una comunicación clara, la integración organizacional, la formalización de

la información informal y el uso de información informal para formalizarla.

### **3) El control.**

El control es el proceso de evaluar qué tan bien se están desempeñando los diferentes departamentos o funciones dentro de una organización. Por lo general, implica evaluar si las metas se están logrando de manera efectiva y eficiente contrastando el desempeño esperado y observado. Cuando esté a cargo, podrá realizar las correcciones necesarias.

Una de las responsabilidades administrativas más importantes para cualquier empresa es el control. El control está relacionado con la planificación porque tiene como objetivo garantizar que el desempeño se ajuste a los planes. El proceso administrativo se considera un ciclo que se refuerza a sí mismo desde un punto de vista clásico.

La capacidad de tomar medidas correctivas y el costo y la mensurabilidad de las cualidades que se van a medir o detectar de manera confiable deben tenerse en cuenta al elegir cuáles son importantes para los objetivos y pueden medirse o detectarse. Una vez medidos los rasgos o circunstancias requeridos, se deben contrastar con una norma o estándar. Estas pautas o criterios generalmente se establecían al inicio de la etapa de planificación. Si la medición (rendimiento real) se desvía del estándar o norma (rendimiento esperado), puede ser necesaria una acción correctiva.

La última fase del procedimiento administrativo es el control; En este punto, podemos cuantificar y evaluar los resultados; Dado que el control es un proceso de comparación y corrección, será necesario reiniciar el ciclo del proceso administrativo si no se lograron los resultados previstos del control.

## **Turismo**

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 1998) sostiene que el turismo: “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros”.

MEF – MINCETUR, (2014) define al término turismo como “la acción de viajar, aún hoy, muchas personas lo entienden únicamente de esta forma sin tener en cuenta sus otras motivaciones y dimensiones”.

En el 2006 con motivo de la celebración del día Mundial del Turismo, La OMT adoptó el lema “Turismo es riqueza”, así mismo manifestó que: “El turismo se reconoce actualmente como un medio fundamental de hacer llegar la riqueza y la experiencia de los países más ricos a los más pobres, sobre todo teniendo en cuenta que cada vez más se entrelaza con las tecnologías de la información, otro sector catalizador. De este modo, ayudará a que se alcancen los Objetivos de Desarrollo del Milenio”.

Según Meza (2014), el “Turismo involucra gran cantidad de sectores y actividades económicas, y de este modo contribuye a dinamizar la economía de una región o de un país, convirtiéndose en un importante promotor de desarrollo. En ese sentido, en la presente sección se explica la teoría sobre los efectos positivos que genera el turismo internacional en el desarrollo económico a largo plazo”.

Según Crosby y Moreda (2006), una característica distintiva del turismo es su amplio alcance en una serie de campos académicos y sectores económicos. Según los autores, el turismo es el movimiento transitorio de personas a lugares distintos de sus hogares y lugares de trabajo para estancias inferiores a un año.

### **Inventario turístico**

Según Font, Cuetara, Castañedo, Acosta, Delgado, Caña, Morales y La Rosa (2013), “conocer la situación turística actual de un destino o localidad, implica la determinación del potencial y los puntos críticos de todos los aspectos que inciden en el desarrollo turístico del territorio, lo que facilita detectar las áreas fundamentales en las cuales se podrá actuar. Ello incluye, tanto el inventario de recursos/atractivos turísticos como todos los aspectos de

la oferta básica y la demanda, además de la competencia”.

El mismo Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2019) establece que un inventario de recursos turísticos es “brinda información sobre aquellos lugares que, por sus cualidades naturales y/o culturales, motivan el desarrollo del turismo en el Perú. Este inventario es una herramienta útil para la planificación turística, la elaboración de diversos productos y la difusión del Perú como un destino turístico único y variado”.

El procesamiento de la información para el inventario es una tarea continua, por lo que debe estar actualizada. El inventario es esencialmente una herramienta de gestión, cuyo uso debe posibilitar y facilitar la toma de decisiones en los diversos contextos de las actividades turísticas. No es sólo una recopilación de datos. Por ello, debe ser una representación fiel del estado real de los recursos turísticos, incluyendo detalles técnicos y del entorno en el que se encuentran. Sólo así se podrán sugerir las condiciones necesarias para el crecimiento del turismo, que en última instancia beneficiará a la zona en estudio. (Guía para la elaboración del Inventario Nacional de Recursos Turísticos 2010).

### **Gestión turística.**

Para poder brindar una oferta competitiva de sus servicios, Manzano y González (2017) afirman que la gestión turística en los pueblos debe pasar por la planificación, organización, coordinación y dirección. Estos pasos son necesarios para promover la participación equitativa de los miembros de la comunidad, fomentar el apoyo a los grupos vulnerables y fomentar la conservación del patrimonio natural y la cultura de la comunidad.

Pearce (2016), considera las funciones como aspectos primordiales de la gestión turística ya que son estas actividades las que permiten la consecución de los objetivos establecidos.

Por otro lado, Vásquez (2009), en su modelo de coordinación de la gestión turística ofrece otra perspectiva acerca de las relaciones entre funciones

diversas, “este modelo está compuesto por cuatro componentes estratégicos, como son; planificación; inversiones y proyectos; mercadeo; y desarrollo social y económico, a partir de los cuales definirán las líneas de acción y prioridades” (Vásquez, 2009).

Vásquez (2009), el modelo debe ser diseñado con la integración de los sectores público, privado, y la comunidad para el adecuado manejo de la calidad de vida, la infraestructura, las atracciones y las personas y debe sostenerse en cuatro componentes estratégicos, a partir de los cuales definirán las líneas de acción y prioridades.

Gómez define a la gestión turística municipal como: “Conjunto de acciones y actividades que a través del Estado o del sector productivo buscan que la comunidad receptora conozca, valore y propenda por el desarrollo económico y la promoción de sus valores autóctonos” (Gomez, 2004) Se entiende que la gestión ayuda para que nosolo no se pierda la cultura de un pueblo sino también aporta permitiendo el avance económico en determinada área de acción.

### **Turismo sostenible.**

Según la OMT, la expansión del fenómeno turístico en las últimas décadas continuará hasta convertirse en el sector comercial más relevante del mundo. Esto conlleva un aumento de la “presión competitiva “y por tanto, la mejora de la competitividad aparece como uno de los objetivos principales de la política turística actual de los destinos turísticos.

Según García (2002), la Organización Mundial de Turismo define al turismo sostenible como “un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, proporcionar al visitante una experiencia de elevada calidad y mantener la calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad receptora como los visitantes dependen”.

Para CMMAD (1987) El desarrollo sostenible es un proceso de cambio continuo, en donde involucra a los recursos para satisfacer las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras, con el

objetivo de satisfacer sus necesidades.

De acuerdo con Blasco (2005) afirma que, en todas las definiciones encontradas, se hablan siempre de estos 4 puntos:

**Sostenibilidad ecológica.** Es decir, que el desarrollo del turismo no cause cambios irreversibles en los ecosistemas de los diferentes destinos.

**Sostenibilidad social.** Refiriéndose a la capacidad de una comunidad para absorber el turismo.

**Sostenibilidad cultural.** Una comunidad ha de ser capaz de retener o adoptar sus propias características culturales distintivas ante la cultura del turista.

**Sostenibilidad económica.** Que asegure el nivel de ganancia económica que requiere el sector, para que sea viable.

### 3.3. Bases conceptuales

**Actividad turística.** - La destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo (Redacción, 2019).

**Administración.** - Es la capacidad que posee una institución para conseguir, establecer y analizar sus propósitos de acuerdo a sus recursos con los que dispone (Redacción, 2019).

**Atractivo ancla.** - Es aquel atractivo principal que, por sus características y atributos propios, constituye el “eje” que motiva la decisión de viaje. (Redacción, 2019).

**Agencia de viajes y turismo.** - Persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al ejercicio de actividades de organización, mediación, coordinación, promoción, asesoría y venta de servicios turísticos, de acuerdo a su clasificación, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos. (Redacción, 2019).

**Alojamiento.** - Sitio donde los individuos se alojan o pernoctan, por lo general durante un viaje (Redacción, 2019).

**Atractivo turístico.** - Es el recurso turístico al cual la actividad humana ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor (Redacción, 2019).

**Calidad turística.**- Resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural (Redacción, 2019).

**Canales de comercialización.** - Aquellos que permiten que un producto o servicio esté disponible para el consumidor (Redacción, 2019).

**Categorización de recursos turísticos.** - Consiste en la identificación, caracterización y clasificación de los recursos turísticos de un determinado lugar, área o zona del territorio nacional (Redacción, 2019).

**Centro soporte.** - Conjunto urbano o rural que cuenta con infraestructura y planta turística para que pueda desarrollarse la actividad turística (Redacción, 2019).

**Circuito turístico.** - Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega al mismo sitio luego de circundar y/o bordear una zona. Provee la visita de uno o más atractivos turísticos o centros de soporte (Redacción, 2019).

**Competitividad.** - Capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve (Redacción, 2019).

**Ecoturismo.** - Ecoturismo o como también es llamado, "turismo verde" o "turismo de la naturaleza", es definido de la manera más simple como viajar a lugares relativamente no perturbados con el propósito de disfrutar del entorno

natural. (Huerta, 2016)

**Estado de conservación.** - se trata de una medida, la cual verifica la posibilidad de que una cierta especie de animales o plantas continúe existiendo. (Redacción, 2019).

**Estado de protección.** - Hace referencia a los espacios protegidos para el hábitat de las especies. (Redacción, 2019).

**Estructura organizacional.** - Es un conjunto de roles organizados sistemáticamente cuyo propósito es ayudar al empresario o la organización para lograr llegar a la misión y visión propuestas, cada uno de estos roles tiene responsabilidades establecidas previamente y de las que cada uno de los empleados se debe encargar. (Redacción, 2019).

**Excursionista.** - Es aquel visitante cuyo viaje no incluye pernoctación. Se le denomina también como visitante de día. (Redacción, 2019).

**Gasto turístico.** - El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. Incluyen los gastos realizados por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros. (Redacción, 2019).

**Instalaciones turísticas.** - Son las instalaciones físicas que se relacionan directamente con el recurso o atractivo turístico y se utilizan para realizar la visita turística. Ejemplo: miradores turísticos, museos de sitio, centros de interpretación, paradores turísticos, embarcaderos y muelles turísticos, entre otros.

**Inventario de recursos turísticos.** - Constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional. (Redacción, 2019).

**Inventario de flora.** - Registro de especies de flora comunes o en extinción. (Redacción, 2019).

**Flujo turístico local.** - son los residentes de una región y se desplazan por el interior de la región. (Redacción, 2019).

**Flujo turístico nacional.** - Son los visitantes de un sitio no abandonan su país, y no abandonan la frontera. (Redacción, 2019).

**Flujo turístico internacional.** - comprende al turista que viaja a otro país y que procede del extranjero. (Redacción, 2019).

**Jerarquización de recursos turísticos.** - Consiste en la asignación de un nivel de importancia relativa a cada uno de los recursos turísticos que caracteriza un determinado lugar, área o zona del territorio nacional. (Redacción, 2019).

**Medios promocionales.** - Aquellos que permiten incentivar en los consumidores la compra de determinados productos o servicios. (Redacción, 2019).

**Mercado emisor.** - Área geográfica donde residen los turistas y desde donde parten en su viaje hacia el destino turístico elegido. (Redacción, 2019).

**Motivo (principal) de un viaje turístico.** - El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etcétera). (Redacción, 2019).

**Oferta turística.** - Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo. (Redacción, 2019).

**Responsabilidad Social.** - Permite a la comunidad universitaria y sus colaboradores externos mejorar continuamente en su comportamiento social solidario para la promoción del Desarrollo Humano Sostenible. (Redacción, 2019).

**Prestadores de servicios turísticos.** - Personas naturales o jurídicas que participande 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. (Redacción, 2019).

**Población Económicamente Activa (PEA).** - Según las recomendaciones de las Naciones Unidas, la PEA abarca a todas las personas de uno y otro sexo que aportan su trabajo para producir bienes y servicios económicos. (Redacción, 2019).

**Puesta en valor de bienes culturales inmuebles.** - Acción sistemática, eminentemente técnica, dirigida a utilizar un bien (sitios arqueológicos, monumentos, inmuebles de valor monumental, entre otros) conforme a su naturaleza, destacando y exaltando sus características y valores hasta colocarlos en condiciones de cumplir a plenitud la función a que será asignado. (Huerta, 2016)

**Recurso turístico.** - Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico. (Redacción, 2019).

**Restaurante.** - Establecimiento que expende comidas y bebidas al público, preparadas en el mismo local, prestando el servicio en las condiciones que señala el presente Reglamento y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes. (Redacción, 2019).

**Ruta turística.** - Es un circuito o corredor turístico, su peculiaridad es el concepto temático que adquiere a través de los atractivos o lugares de interés que la componen. (Redacción, 2019).

**Servicios turísticos.** - Son los servicios proporcionados a las personas que desean hacer turismo (visitantes) (Poon, 1993). Pueden ser de dos tipos: privados y públicos.

## CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO

### 4.1. Ámbito de estudio

En la provincia de Pachitea en su ámbito económico predomina la producción de papa, lo cual genera mayores ingresos para la población. Asimismo, destacan una fina producción textil desarrollada por hombres y mujeres, y destinada principalmente al uso local. Mediante el telar de cintura y el telar de pedales y tanto con fibra de algodón como con lana de oveja, se tejen tocuyos, bayetas y sargas, telas con la cuales se confeccionan los trajes tradicionales de la población.

La capital de la provincia de Pachitea es Panao, situado entre las coordenadas geográficas 09°53'32" de latitud sur y 75°57'28" de longitud Oeste del Meridiano de Greenwich, está a una altitud de 2,520 m.s.n.m., se encuentra a una distancia de 63.6 km. de la ciudad de Huánuco.

Limita por el Norte con la provincia de Huánuco, por el Este con la provincia de Puerto Inca, por el Sur con el departamento de Pasco y por el Oeste con la provincia de Ambo.

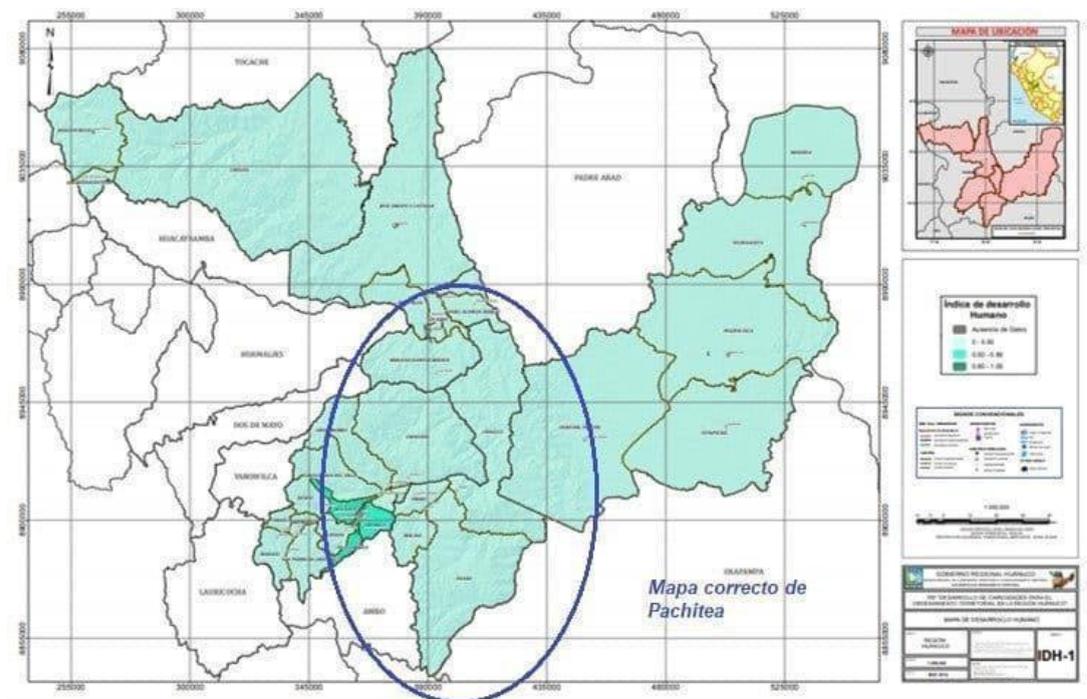
Pachitea tiene 49,159 habitantes (INEI, 2017) y un área de 3,069.02 km<sup>2</sup> que representa un 8.24% de la superficie del departamento de Huánuco.

Tabla 1. Ubicación área de influencia.

Departamento	Provincia	Ubigeo	Extensión en km <sup>2</sup>	% de la extensión de Huánuco
Huánuco	Pachitea	100801	3,069.02	8.24

Fuente: Instituto Nacional de Estadística – INEI, 2017

Figura 1. Mapa de la Provincia de Pachitea en la región Huánuco



## 4.2. Tipo y nivel de investigación

### Tipo

De acuerdo con la finalidad de la investigación, el estudio es de tipo aplicado que según se conceptualiza como: “la investigación aplicada recibe el nombre de investigación práctica o empírica, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación.” (Hernández, 2018, p. 21).

### Nivel

Recordemos que el nivel de rigor del estudio es correlacional porque su objetivo es identificar las características de un fenómeno y establecer correlaciones entre las variables en un lugar o tiempo específico. Además, nos

permitirá mantenernos actualizados sobre la manifestación del fenómeno. (Ávila, 2005).

### 4.3. Población y muestra

#### 4.3.1. Descripción de la población

La población que se estudió en la presente investigación está conformada por los 49,159 habitantes de la Provincia de Pachitea según los datos registrados en el 2018 en el (INEI, 2017)

#### 4.3.2. Muestra y método de muestreo

El tamaño de la muestra poblacional fue determinado por la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N-1)e^2 + z^2pq}$$

**Reemplazando valores:**

$e = 0,05\%$  (grado de error)

$Z = 1,96$  (magnitud de la tabla de distribución normal para el 95% de confiabilidad).

$N = 49,159$  (población prov. Pachitea Fuente: INEI)

$p = 0,5$  (variabilidad positiva, se asume la máxima variabilidad)

$q = 0,5$  (variabilidad negativa)

$n = ?$

$n = 335$

por lo tanto el total, de encuestas a ejecutar son 335 pobladores de la provincia de Pachitea

#### 4.3.3. Criterios de inclusión y exclusión

**Criterios de inclusión:**

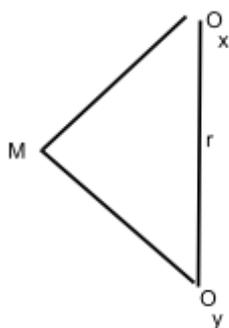
Habitantes mayores de 18 de la provincia de Pachitea

**Criterio de exclusión:**

Pobladores de otras provincias que no sea Pachitea

#### 4.4. Diseño de la investigación

Para el estudio, se utilizó el diseño de investigación Correlacional. Dicho esquema será la siguiente:



Donde:

M : Muestra de estudio

Ox : Observación de la variable 01 (comercialización)

Oy : Observación de la variable 02 (turismo rural)

r : Relación de ambas variables

## **4.5. Técnicas e instrumentos**

### **4.5.1. Técnicas**

Las técnicas que se usó en el presente estudio la encuesta; la cual se conceptualiza como: “La encuesta por muestreo es la técnica más empleada en las investigaciones realizadas en las ciencias sociales. Se utiliza para recolectar información de personas respecto a características (estado civil, edad), opiniones (¿está realizando el actual presidente una buena labor?), creencias (¿hay vida después de la muerte?), expectativas (¿cree Ud. que la situación económica del país mejorará durante este año?), conocimiento (¿sabe Ud. cómo se trasmite el SIDA?), conducta actual (¿va Ud. a misa frecuentemente?) o conducta pasada (¿votó Ud. en la elección pasada?)” (Hernández, 2018,p. 25).

La encuesta fue aplicada a la muestra con la finalidad de recolectar datos de primera mano.

### **4.5.2. Instrumentos**

El instrumento de la encuesta y el que se empleó es el cuestionario de encuesta, que puede definirse de la siguiente manera:

“El investigador social debe diseñar un instrumento para medir las variables conceptualizadas al plantear su problema de investigación. Este instrumento es el cuestionario; en éste las variables están operacionalizadas como preguntas. Éstas no solo deben tomar en cuenta el problema que se investiga sino también la población que las contestará y los diferentes métodos de recolección de información (p.ej. entrevista personal o por teléfono)” (Hernández, R. 2018. p. 26).

#### **4.5.2.1. Validación de los instrumentos para la recolección de datos**

Fue posible asegurar la representatividad de las dimensiones e indicadores tomados en consideración dentro del instrumento mediante la selección de jueces expertos con base

en la evaluación y cada ítem presentado en los instrumentos de recolección de datos en términos de estructura, consistencia, relevancia, objetividad, claridad, suficiencia, estrategia. y validez.

#### **4.5.2.2. Confiabilidad de los instrumentos para la recolección de datos**

En esta escala evaluación se sometió a la estimación del valor de confiabilidad del instrumento de recolección que datos utilizados, se procedió a realizar el análisis mediante la utilización estadística del coeficiente del Alpha de Cronbach.

Aplicada la formula se obtuvo que el alfa de Cronbach es de 0.92, y de acuerdo con el baremo se ubica en la escala muy alta por tanto el instrumento es fiable.

### **4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos**

#### **Técnicas para el procesamiento**

- Elaboración del instrumento según los objetivos y variables en estudio
- Modificación y revisión del instrumento por expertos profesionales metodológicos.
- Aplicación del instrumento validado a la muestra seleccionada para el estudio.
- Los datos fueron procesados después de la aplicación del instrumento a través del proceso estadístico del programa SOSS- versión 24, excel y Word.

#### **Análisis de datos**

##### **a. Análisis Descriptivo**

De acuerdo con la necesidad del estudio se obtuvo el análisis mediante las tablas y gráficos estadísticos, se frecuencia absoluta más significativas, útil utiliza de tendencia y la dispersión.

#### **b. Análisis Inferencial**

Para la demostración de la contratación de la hipótesis del estudio, es un análisis bivariado a través de la prueba no paramétrica del chi cuadrado ( $\chi^2$ ). Los cálculos serán realizados con un nivel de confianza del 95% y con un error de 5%.

#### **4.7. Aspectos éticos**

- Beneficios: se utilizó este principio ya que se esperaba que los hallazgos de la investigación ayudaran a cada participante a crecer de la manera correcta.
- No Maleficencia: este valor se mantiene porque los derechos, la dignidad y el bienestar de los participantes no se vieron comprometidos porque la información recopilada se mantendría privada.
- Autonomía: se reflejó este principio, ya que se les informó que podían abandonar la investigación en cualquier momento.
- Justicia: En teoría, se respeta el consentimiento informado por escrito de las partes.

## CAPITULO V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 5.1. Análisis Descriptivo

**Tabla 2.**

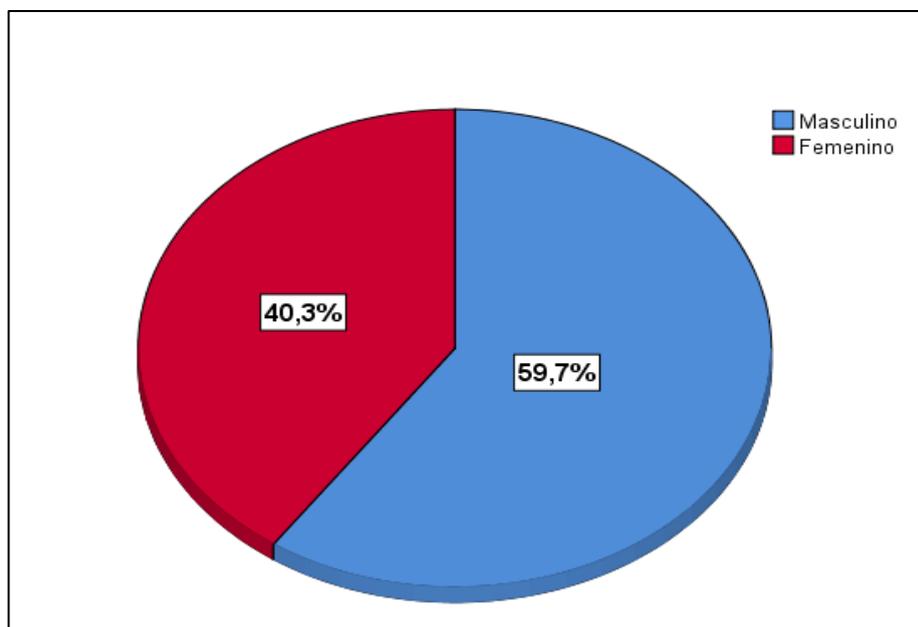
*Sexo*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	200	59,7	59,7	59,7
Femenino	135	40,3	40,3	100,0
Total	335	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración Propia.

**Figura 2.**

*Sexo*



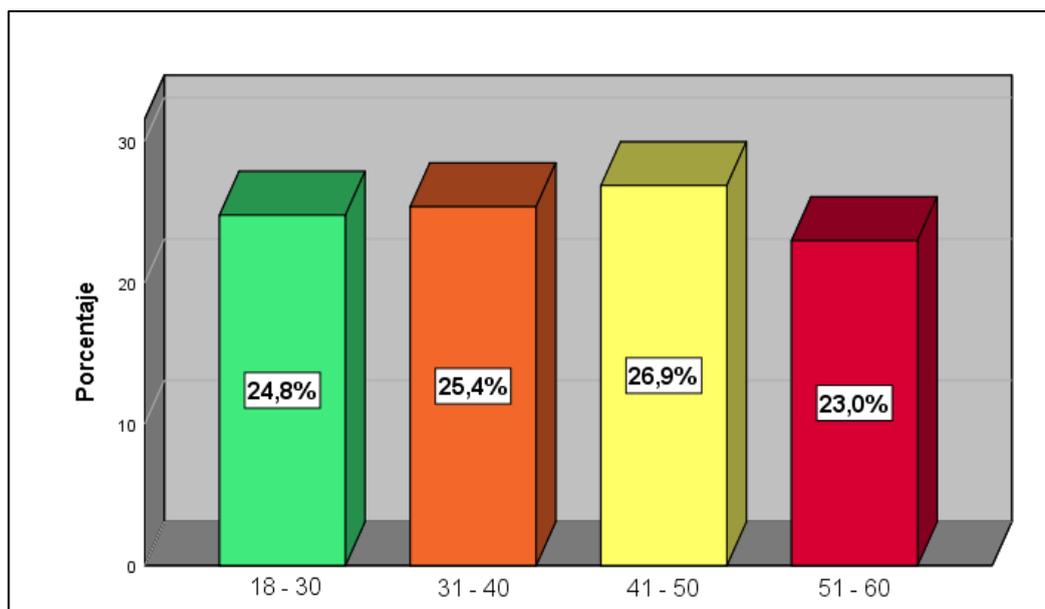
Fuente: Tabla 3

**Análisis e interpretación:** Los resultados de la encuesta aplicada nos da a conocer que el 59,7% de la población son del sexo femenino y el 40,3% es masculino. Manifestando así que la mayoría de los encuestados fueron del sexo femenino.

**Tabla 3***Edad*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
18 - 30	83	24,8	24,8	24,8
31 - 40	85	25,4	25,4	50,1
41 - 50	90	26,9	26,9	77,0
51 - 60	77	23,0	23,0	100,0
Total	335	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración Propia.

**Figura 3***Edad*

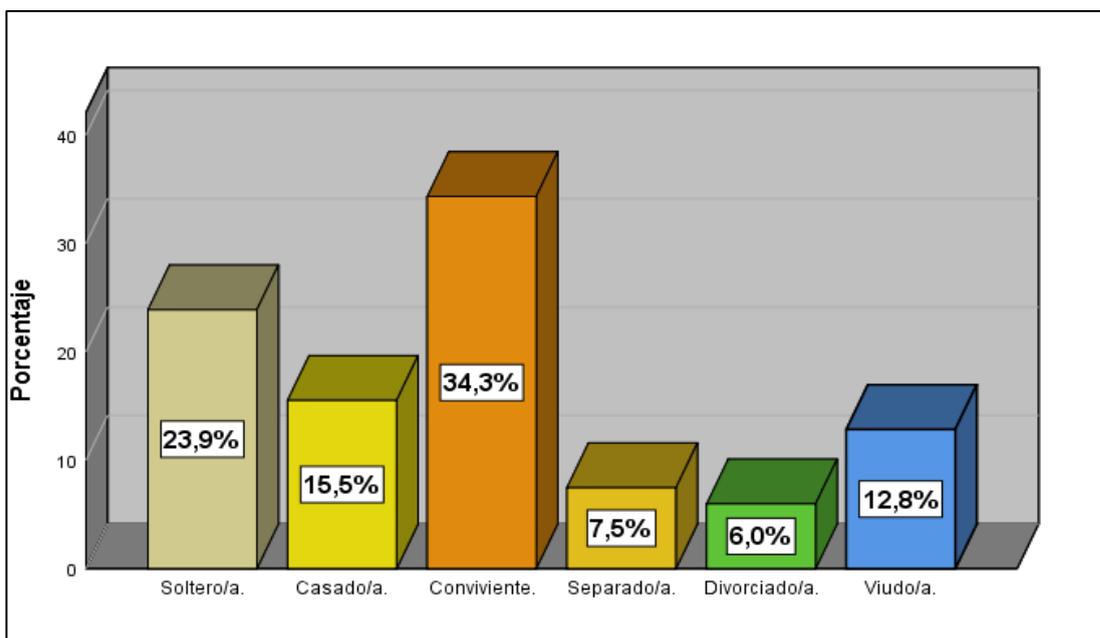
Fuente: Tabla 4

**Análisis e interpretación:** Se constató a través de la encuesta aplicada que el 26,9% de la población tienen de edad entre los 41 y 50 años, continuando con el 25,4% entre los 31 y 40 años, el 24,8% entre los 18 y 30 años y finalmente el 23,0% entre 51 y 60 años de edad. Manifestando que la mayoría de los encuestados son personas adultas.

**Tabla 4***Estado civil*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Soltero/a.	80	23,9	23,9	23,9
Casado/a.	52	15,5	15,5	39,4
Conviviente.	115	34,3	34,3	73,7
Separado/a.	25	7,5	7,5	81,2
Divorciado/a.	20	6,0	6,0	87,2
Viudo/a.	43	12,8	12,8	100,0
Total	335	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración Propia.

**Figura 4***Estado civil*

Fuente: Tabla 5

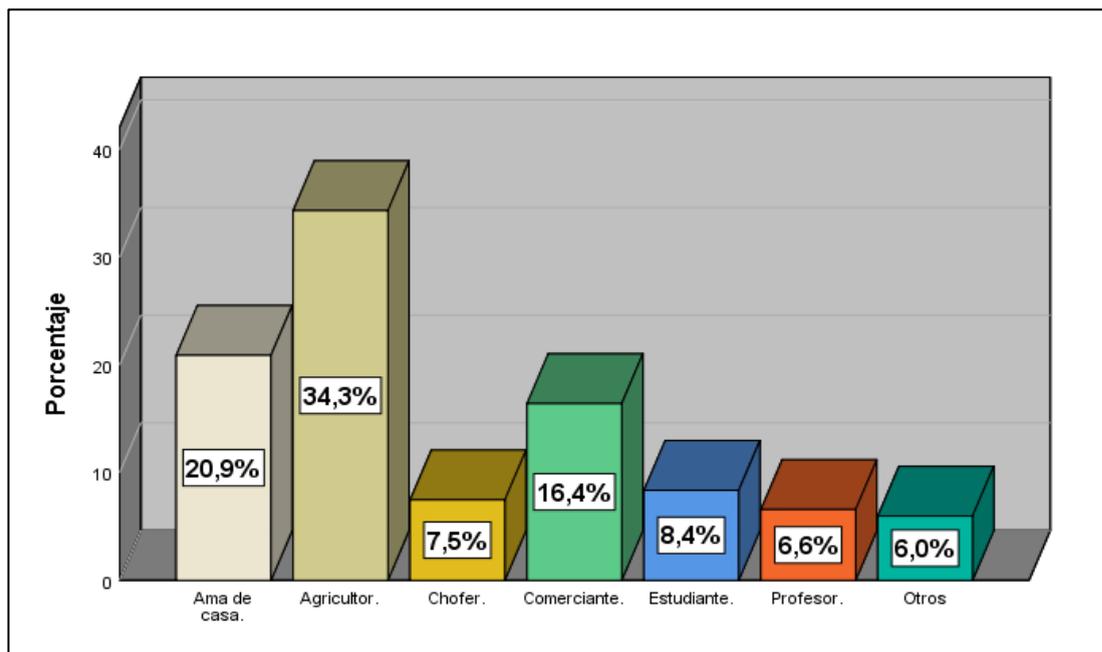
**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la tabla 5 y a la figura 3, se muestra los resultados obtenidos para conocer el estado civil de la población, indicando que el 34,3% son convivientes, el 23,9% son soltero/a, el 15,5% son casado/a, el 12,8% son viudo/a, el 7,5% son separado/a y el 6,0% son divorciado/a. Manifestando así que la mayoría de la población encuestada son convivientes.

**Tabla 5***Ocupación/oficio*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ama de casa.	70	20,9	20,9	20,9
Agricultor.	115	34,3	34,3	55,2
Chofer.	25	7,5	7,5	62,7
Comerciante.	55	16,4	16,4	79,1
Estudiante.	28	8,4	8,4	87,5
Profesor.	22	6,6	6,6	94,0
Otros	20	6,0	6,0	100,0
Total	335	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración Propia.

**Figura 5***Ocupación/oficio*

Fuente: Tabla 6

**Análisis e interpretación:** Se constató a través de la encuesta aplicada que el 34,3% de la población son agricultores, el 20,9% son ama de casa, el 16,4% son comerciantes, el 8,4% son estudiantes, el 7,5% son choferes, el 6,6% son profesores y el 6,0% respondieron otros. Manifestando así que la mayoría de la población encuestada son agricultores siendo esto su fuente de ingreso para su hogar.

**Tabla 6**

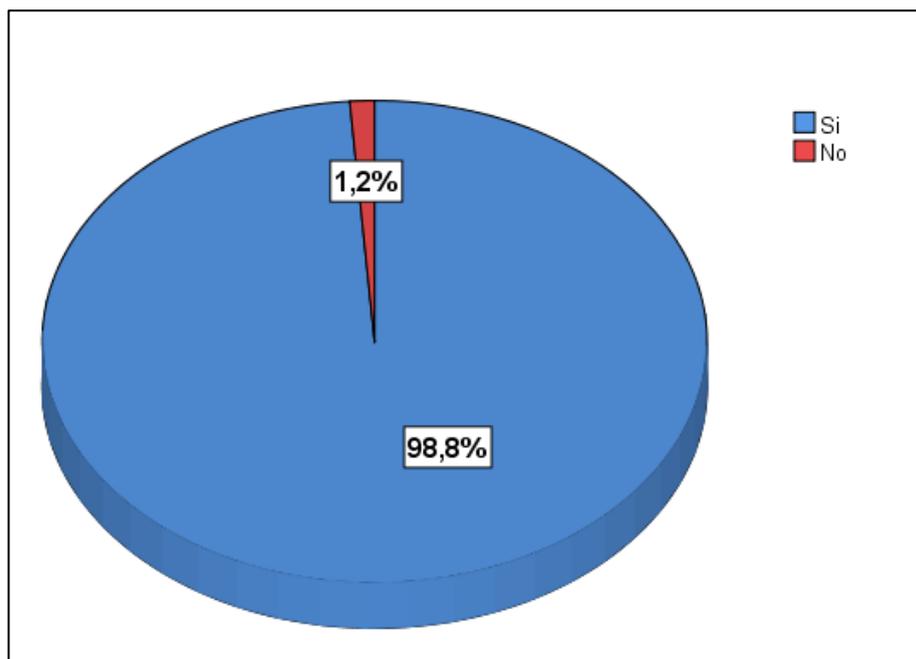
*¿Considera usted que la artesanía hacia el turismo rural es adecuada?*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	331	98,8	98,8	98,8
No	4	1,2	1,2	100,0
Total	335	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración Propia.

**Figura 6**

*¿Considera usted que la artesanía hacia el turismo rural es adecuada?*



Fuente: Tabla 7

**Análisis e interpretación:** Los datos de la tabla revelan que el 98,8% de la población encuestada respondieron que la artesanía hacia el turismo rural Si es la adecuada, siendo uno de los principales motores económicos que se obtienen a través del turismo permitiendo así impulsar el desarrollo de la comunidad y, por otro lado, el 1,2% indicaron que No.

**Tabla 7**

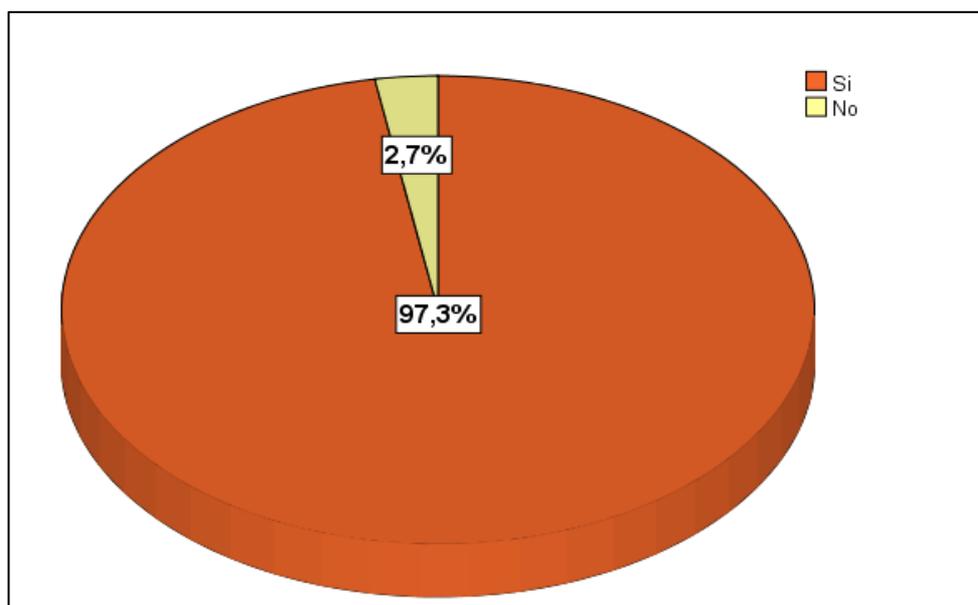
*¿Considera usted que la artesanía hacia el turismo rural en Pachitea es beneficiosa?*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	326	97,3	97,3	97,3
No	9	2,7	2,7	100,0
Total	335	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración Propia.

**Figura 7**

*¿Considera usted que la artesanía hacia el turismo rural en Pachitea es beneficiosa?*



Fuente: Tabla 8

**Análisis e interpretación:** Mediante los resultados obtenidos se observa que el 97,3% de los encuestados manifestaron que la artesanía Si es beneficiosa en lo que refiere al turismo rural, ya que esta actividad traerá muchas oportunidades laborales y económicas para toda la población y solo el 2,7% respondió No.

**Tabla 8**

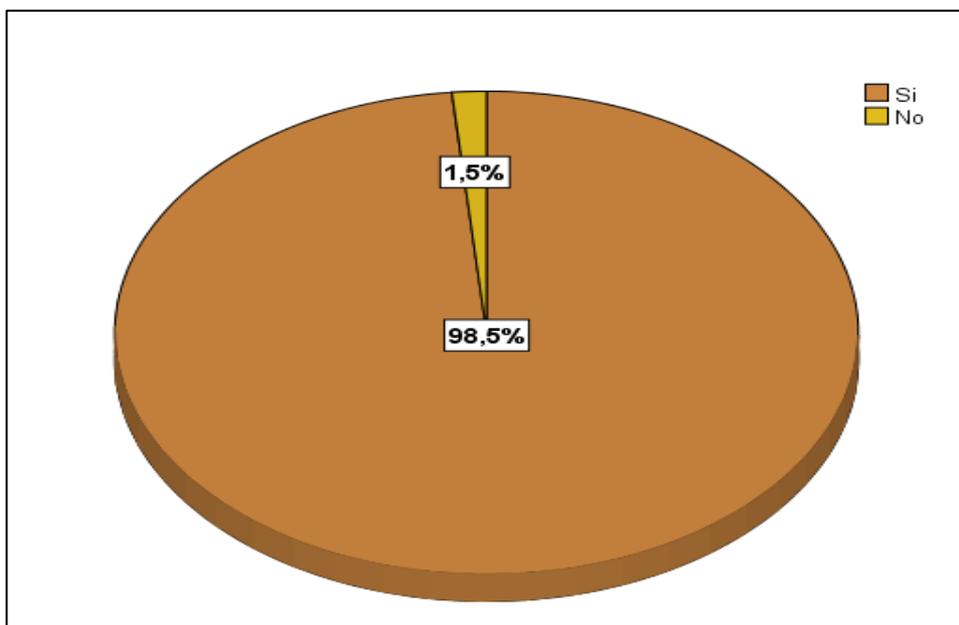
*¿Considera usted que existen la artesanía hacia el turismo rural para los servicios básicos como luz, agua y desagüe en los sitios naturales?*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	330	98,5	98,5	98,5
No	5	1,5	1,5	100,0
Total	335	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración Propia.

**Figura 8**

*¿Considera usted que existen la artesanía hacia el turismo rural para los servicios básicos como luz, agua y desagüe en los sitios naturales?*



Fuente: Tabla 9

**Análisis e interpretación:** En la tabla 9 y figura 7, se observan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada, manifestó que el 98,5% de la población encuestada respondieron Si estar de acuerdo que los servicios básicos como luz, agua y desagüe son importantes en los sitios naturales y el 1,5% dijeron que No.

**Tabla 9**

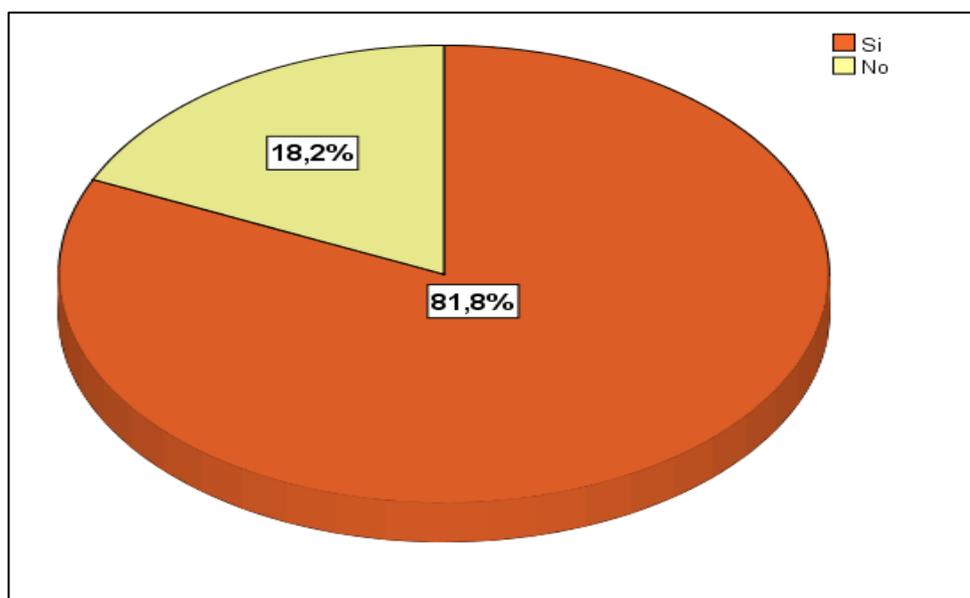
*¿Cree usted que las personas que ofrecen servicios de hospedaje a los visitantes locales están capacitadas con los planes direccionales para brindar un servicio de calidad?*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	274	81,8	81,8	81,8
No	61	18,2	18,2	100,0
Total	335	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración Propia.

**Figura 9**

*¿Cree usted que las personas que ofrecen servicios de hospedaje a los visitantes locales están capacitadas con los planes direccionales para brindar un servicio de calidad?*



Fuente: Tabla 10

**Análisis e interpretación:** Mediante los resultados obtenidos se observa que el 81,8% de los encuestados respondieron que, Si están capacitados para ofrecer y brindar un buen servicio de calidad a los visitantes locales en lo que refiere al turismo rural, mientras que el 18,2% dijeron que No.

**Tabla 10**

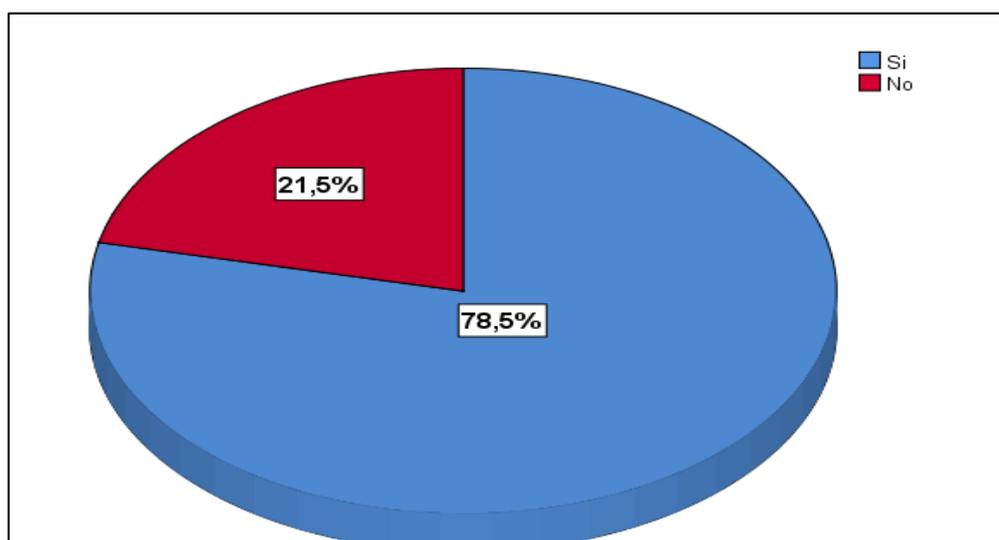
*¿Cree usted que las personas que ofrecen la artesanía hacia el turismo rural están capacitadas según el PERTUR para brindar un servicio de calidad a los visitantes, nacionales?*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	263	78,5	78,5	78,5
No	72	21,5	21,5	100,0
Total	335	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración Propia.

**Figura 10**

*¿Cree usted que las personas que ofrecen la artesanía hacia el turismo rural están capacitadas según el PERTUR para brindar un servicio de calidad a los visitantes, nacionales?*



Fuente: Tabla 11

**Análisis e interpretación:** Los datos revelan que el 78,5% de la población sostiene que las personas que ofrecen la artesanía Si están capacitados por el PERTUR para recibir y brindar un buen servicio a los turistas nacionales, mientras que el 21,5% respondieron No estar capacitados.

**Tabla 11**

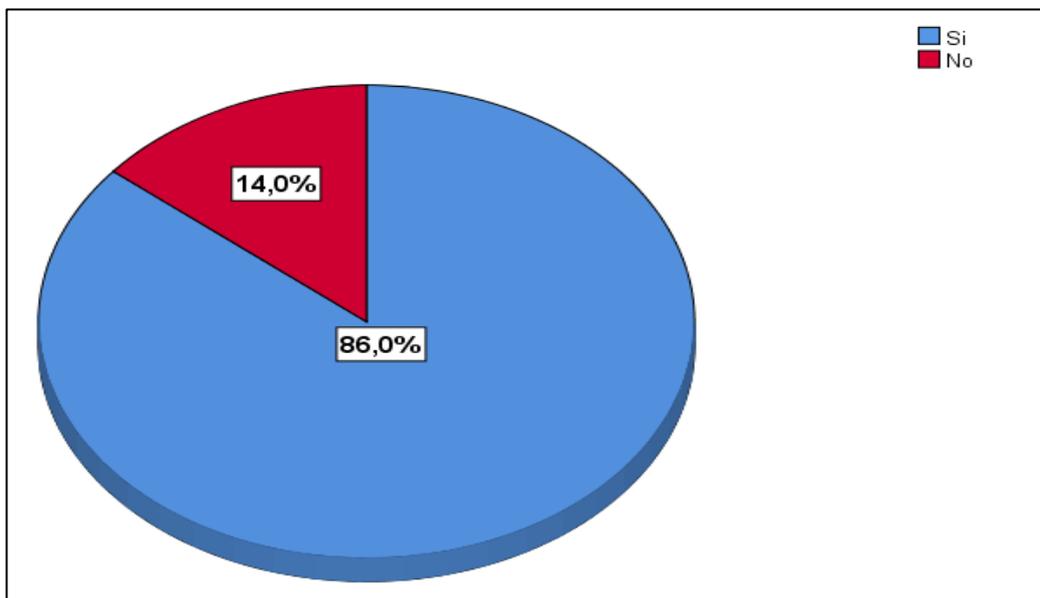
*¿Cree usted que las personas que ofrecen la artesanía hacia el turismo rural están capacitadas para brindar un servicio de calidad a los visitantes internacionales?*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	288	86,0	86,0	86,0
No	47	14,0	14,0	100,0
Total	335	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración Propia.

**Figura 11**

*¿Cree usted que las personas que ofrecen la artesanía hacia el turismo rural están capacitadas para brindar un servicio de calidad a los visitantes internacionales?*



Fuente: Tabla 12

**Análisis e interpretación:** Los datos revelan que el 86,0% de la población sostiene que las personas que ofrecen la artesanía Si están capacitados para recibir y brindar un buen servicio a los turistas internacionales, mientras que el 14,0% respondieron No estar capacitados.

**Tabla 12**

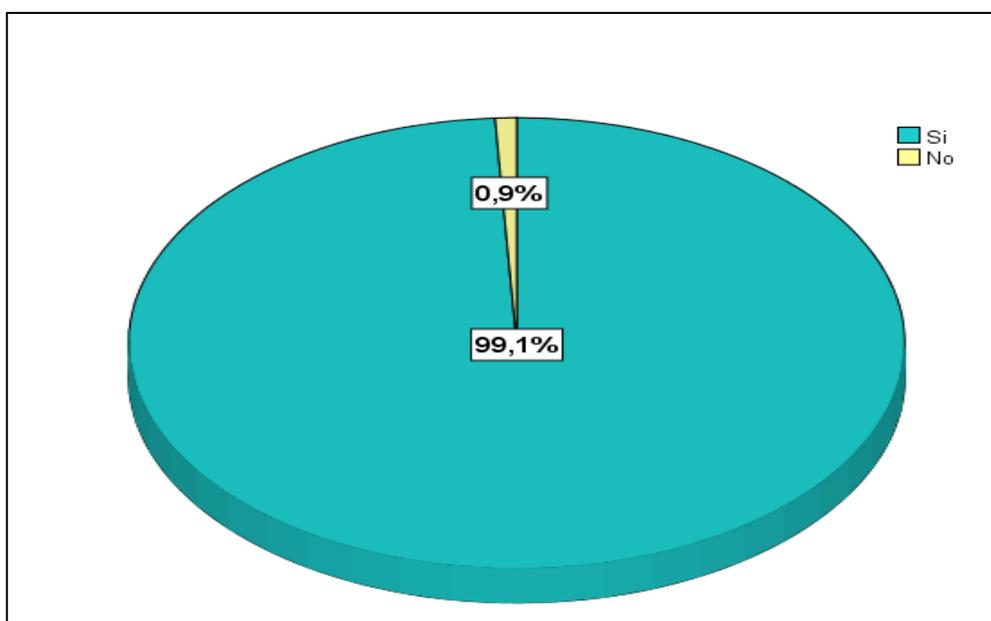
*¿Cree usted que las costumbres y tradiciones del pueblo son importantes para la práctica del turismo rural?*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	332	99,1	99,1	99,1
No	3	,9	,9	100,0
Total	335	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración Propia.

**Figura 12**

*¿Cree usted que las costumbres y tradiciones del pueblo son importantes para la práctica del turismo rural?*



Fuente: Tabla 13

**Análisis e interpretación:** Los datos obtenidos de la encuesta aplicada revela que el 99,1% de la población afirman que las costumbres y las tradiciones Si son muy importantes para impulsar y practicar el turismo rural, mientras que el 0,9% respondieron No.

**Tabla 13**

*¿Cree usted que las fiestas patronales del pueblo son importantes para la práctica del turismo rural?*

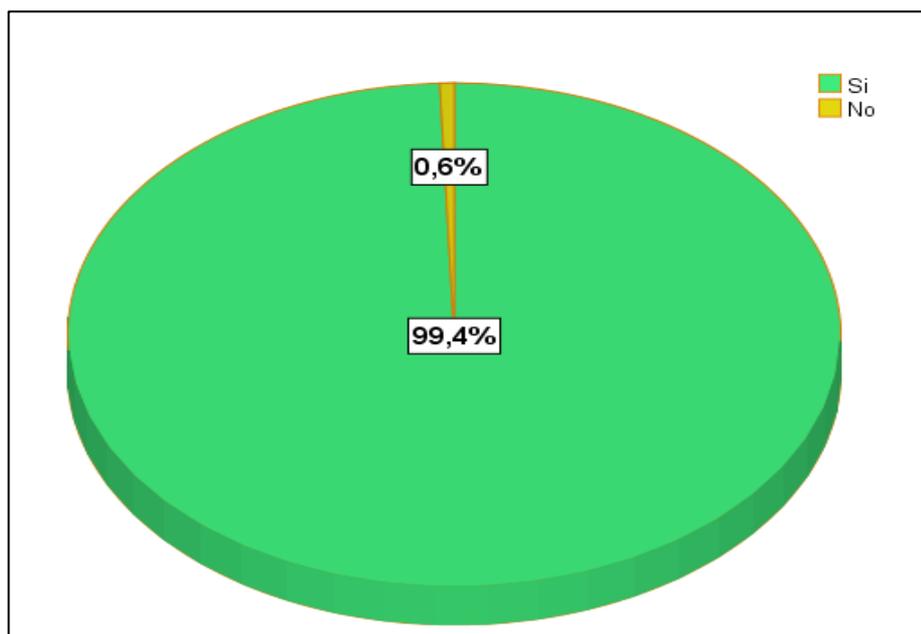
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	333	99,4	99,4	99,4
No	2	,6	,6	100,0
Total	335	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración Propia.

**Figura 13**

*¿Cree usted que las fiestas patronales del pueblo son importantes para la práctica del turismo rural?*



Fuente: Tabla 14

**Análisis e interpretación:** Los datos obtenidos de la encuesta aplicada revela que el 99,4% de la población afirman que las fiestas patronales del pueblo Si son importantes para impulsar y practicar el turismo rural, mientras que el 0,6% indicaron que No.

**Tabla 14**

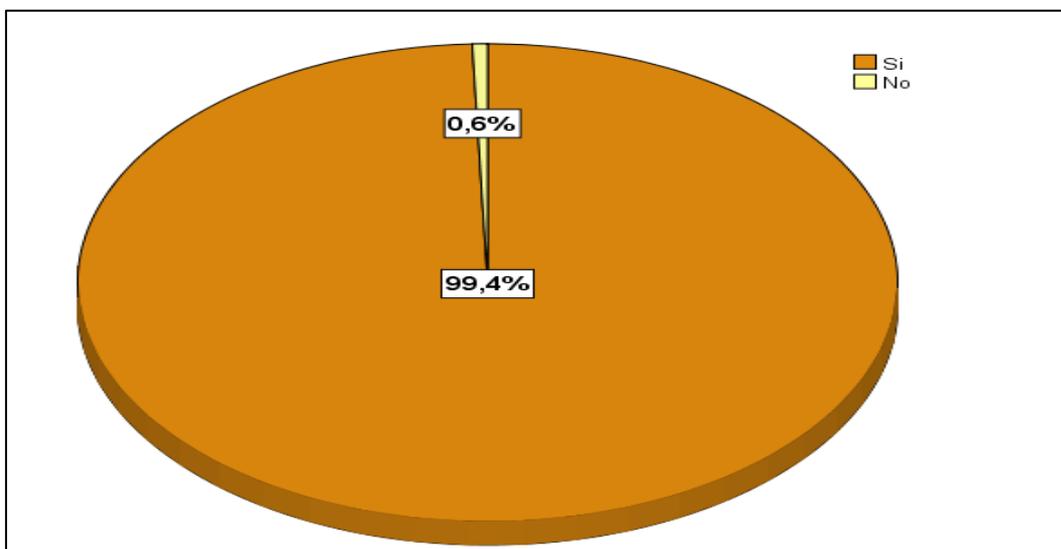
*¿Cree usted que la gastronomía del pueblo es importante para la práctica del turismo rural?*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	333	99,4	99,4	99,4
No	2	,6	,6	100,0
Total	335	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada  
Elaboración Propia.

**Figura 14**

*¿Cree usted que la gastronomía del pueblo es importante para la práctica del turismo rural?*



Fuente: Tabla 15

**Análisis e interpretación:** Los datos obtenidos de la encuesta aplicada revela que el 99,4% de la población afirman que la gastronomía Si son muy importantes para la práctica del turismo rural, es una de las mayores fuentes de ingresos dentro del sector turístico que constituye una de las experiencias más valoradas por parte de los turistas. mientras que el 0,6% indicaron que No.

## 5.2. Análisis inferencial y/o contrastación de hipótesis

### Prueba de Hipótesis General

**Hi:** La gestión administrativa se relaciona significativamente con la comercialización y el turismo rural en los artesanos de la provincia de Pachitea

**Ho:** La gestión administrativa no se relaciona significativamente con la comercialización y el turismo rural en los artesanos de la provincia de Pachitea.

Tabla 15. Contrastación de la hipótesis general

		Correlaciones		
			V1	V2
Rho de Spearman	V1	Coefficiente de correlación	1,000	,305
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	335	335
	V2	Coefficiente de correlación	,305**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	335	335

La significancia de p valor es igual a 0,000 menor a 0,05, lo que implica que existe una asociación significativa entre la gestión administrativa con la comercialización y el turismo rural en los artesanos, cuyo grado de correlación Rho de Spearman es de 0,305, el cual implica que la gestión administrativa tiene un bajo impacto en la comercialización y el turismo rural en los artesanos, que equivale a una correlación positiva baja, por tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.

### Prueba de Hipótesis específica 1

**Ha 1:** Existe relación entre la comercialización y los talleres artesanales en los artesanos de la provincia de Pachitea.

**Ho 1:** No existe relación entre la comercialización y los talleres artesanales en

los artesanos de la provincia de Pachitea.

Tabla 16. Contrastación de la hipótesis específica 1

		<b>Correlaciones</b>	
		Comercialización	Talleres artesanales en los artesanos
		n	n
Rho de Spearman	Comercialización	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,143
		N	335
	Talleres artesanales en los artesanos	Coeficiente de correlación	,143
		Sig. (bilateral)	,009
		N	335

Dado que las dos variables en esta hipótesis tienen una significancia bilateral de valor de p de 0,009 menor que 0,05, esto sugiere una relación entre ellas.  $Rho = 0,143$ , el grado de correlación, indica un vínculo débil pero positivo. En otras palabras, el grado de comercialización en los talleres artesanales tiene poca relación con los propios artesanos. Es necesario aceptar la hipótesis de investigación y rechazar la hipótesis nula.

### Prueba de Hipótesis específica 2

**Ha 2:** Existe relación entre la comercialización y el etnoturismo en los artesanos de la provincia de Pachitea.

**Ho 2:** No existe relación entre la comercialización y el etnoturismo en los artesanos de la provincia de Pachitea.

Tabla 17. Contrastación de la hipótesis específica 2

<b>Correlaciones</b>	
Comercialización	El etnoturismo en los artesanos

Rho de Spearman	Comercialización	Coeficiente de correlación	1,000	,113
		Sig. (bilateral)	.	,039
		N	335	335
El etnoturismo en los artesanos		Coeficiente de correlación	,113	1,000
		Sig. (bilateral)	,039	.
		N	335	335

Según la significancia bilateral del valor p, que es igual a 0,039 menos que 0,05, existe una relación entre las dos variables en esta hipótesis.  $Rho = 0,113$ , el grado de correlación, indica una relación modesta pero favorable. En otras palabras, el grado de comercialización tiene poca relación con el etnoturismo artesanal. Es necesario aceptar la hipótesis de investigación y rechazar la hipótesis nula.

### Prueba de Hipótesis específica 3

**Ha 3:** Existe relación entre la comercialización y las vivencias místicas en los artesanos de la provincia de Pachitea.

**Ho 3:** No existe relación entre la comercialización y las vivencias místicas en los artesanos de la provincia de Pachitea.

Tabla 18. Contrastación de la hipótesis específica 3

<b>Correlaciones</b>				
			Comercializ ación	Vivencias místicas en los artesanos
Rho de Spearman	Comercialización	Coeficiente de correlación	1,000	,175
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	335	335
Vivencias místicas en los artesanos		Coeficiente de correlación	,175	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	335	335

Dado que las dos variables en esta hipótesis tienen una significación bilateral de valor de  $p$  de 0,001 menor que 0,05, esto sugiere una relación entre ellas.  $Rho = 0,175$ , el grado de correlación, indica un vínculo débil pero positivo. En otras palabras, las experiencias místicas de los artistas no están fuertemente influenciadas por el grado de comercialización. Es necesario aceptar la hipótesis de investigación y rechazar la hipótesis nula.

### **5.3. Discusión de resultados**

Trilias (2018), Expresa que el ecoturismo es un nuevo movimiento basado en la industria turística Define como se hace responsable que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local.

Andrés F, (2017) concluye que la ubicación cerca del mar favorece a la visita de la reserva por turistas que se hospedan en los establecimientos turísticos de las playas de Tola, Pero el acceso a la reserva y el transporte son incómodos.

Ponciano N, (2018) concluye: el turismo rural se presenta como una alternativa para el desarrollo del espacio rural, es pocas actividades que pueden dinamizar las pequeñas economías locales sin tener mayor efecto negativo sobre el paisaje, cultura y diversidad biológica.

Según Torre (2014), afirma que La Gestión es la actividad que desarrollan los directivos de una organización, siendo los responsables de obtener “un nivel adecuado de eficiencia y productividad.”

Según Valdés (1984), la gestión administrativa es considerada como una función “directiva que es inherente a todos los niveles de una empresa, en forma más profunda, cuya función consiste en planear, organizar, dirigir, controlar” entre otros (p.15). Por otro lado, la gestión administrativa es un método que las organizaciones establecen, con el objetivo de tener un funcionamiento adecuado.

De la misma manera Chiavenato (2014), afirmó que gestión administrativa significa mucho más que planear, organizar, dirigir y controlar implica tomar decisiones y acciones que se “aplica a una serie de situaciones en todo tipo de organizaciones, también es coordinar los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos, para alcanzar los objetivos liderando y dirigiendo las actividades desempeñadas por todos los niveles de la organización”

Bastida (2008) lo describe como un modelo de gestión participativa en el que una mayor participación de los empleados o subordinados en las operaciones comerciales fomenta la motivación y la movilización. Entre los rasgos se encuentran: (a) Delinean ámbitos de responsabilidad personal; (b) los supervisores y subordinados participan; y (c) se reconocen objetivos amplios y específicos, formulando así tareas distintas para cada individuo.

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 1998) sostiene que el turismo: “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros”.

MEF – MINCETUR, (2014) define al término turismo como “la acción de viajar, aún hoy, muchas personas lo entienden únicamente de esta forma sin tener en cuenta sus otras motivaciones y dimensiones”.

Según Meza (2014), el “Turismo involucra gran cantidad de sectores y actividades económicas, y de este modo contribuye a dinamizar la economía de una región o de un país, convirtiéndose en un importante promotor de desarrollo. En ese sentido, en la presente sección se explica la teoría sobre los efectos positivos que genera el turismo internacional en el desarrollo económico a largo plazo”.

Según Crosby y Moreda (2006), una característica distintiva del turismo es su amplio alcance en una serie de campos académicos y sectores económicos. Según los autores, el turismo es el movimiento transitorio de

personas a lugares distintos de sus hogares y lugares de trabajo para estancias inferiores a un año.

Es imperativo enfatizar que mantener el inventario requiere un trabajo continuo porque es más que una simple recopilación de datos; en esencia, es una herramienta de gestión cuya aplicación debe posibilitar y facilitar la toma de decisiones en los distintos contextos de las actividades relacionadas con el turismo.

Para poder brindar una oferta competitiva de sus servicios, Manzano y González (2017) afirman que la gestión turística en los pueblos debe pasar por la planificación, organización, coordinación y dirección. Estos pasos son necesarios para promover la participación equitativa de los miembros de la comunidad, fomentar el apoyo a los grupos vulnerables y fomentar la conservación del patrimonio natural y la cultura de la comunidad.

Por otro lado, Vásquez (2009), en su modelo de coordinación de la gestión turística ofrece otra perspectiva acerca de las relaciones entre funciones diversas, “este modelo está compuesto por cuatro componentes estratégicos, como son; planificación; inversiones y proyectos; mercadeo; y desarrollo social y económico, a partir de los cuales definirán las líneas de acción y prioridades” (Vásquez, 2009).

La OMT predice que el fenómeno turístico seguirá creciendo en las próximas décadas hasta que supere a todos los demás sectores empresariales como el más importante a nivel mundial. Por lo tanto, mejorar la competitividad parece ser uno de los objetivos principales de las actuales políticas turísticas de los sitios turísticos, ya que esto aumenta la presión competitiva.

La presente investigación obtuvo resultados de la encuesta aplicada nos da a conocer que el 59,7% de la población son del sexo femenino y el 40,3% es masculino. Manifestando así que la mayoría de los encuestados fueron del sexo femenino.

Se constató a través de la encuesta aplicada que el 26,9% de la población tienen de edad entre los 41 y 50 años, continuando con el 25,4% entre los 31 y 40 años, el 24,8% entre los 18 y 30 años y finalmente el 23,0% entre 51 y 60 años de edad. Manifestando que la mayoría de los encuestados son personas adultas.

De acuerdo a la tabla 5 y a la figura 3, se muestra los resultados obtenidos para conocer el estado civil de la población, indicando que el 34,3% son convivientes, el 23,9% son soltero/a, el 15,5% son casado/a, el 12,8% son viudo/a, el 7,5% son separado/a y el 6,0% son divorciado/a. Manifestando así que la mayoría de la población encuestada son convivientes.

Se constató a través de la encuesta aplicada que el 34,3% de la población son agricultores, el 20,9% son ama de casa, el 16,4% son comerciantes, el 8,4% son estudiantes, el 7,5% son choferes, el 6,6% son profesores y el 6,0% respondieron otros. Manifestando así que la mayoría de la población encuestada son agricultores siendo esto su fuente de ingreso para su hogar.

Los datos de la tabla revelan que el 98,8% de la población encuestada respondieron que la artesanía hacia el turismo rural Si es la adecuada, siendo uno de los principales motores económicos que se obtienen a través del turismo permitiendo así impulsar el desarrollo de la comunidad y, por otro lado, el 1,2% indicaron que No.

Mediante los resultados obtenidos se observa que el 97,3% de los encuestados manifestaron que la artesanía Si es beneficiosa en lo que refiere al turismo rural, ya que esta actividad traerá muchas oportunidades laborales y económicas para toda la población y solo el 2,7% respondió No.

En la tabla 9 y figura 7, se observan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada, manifestó que el 98,5% de la población encuestada respondieron Si estar de acuerdo que los servicios básicos como luz, agua y desagüe son importantes en los sitios naturales y el 1,5% dijeron que No.

Mediante los resultados obtenidos se observa que el 81,8% de los encuestados respondieron que, Si están capacitados para ofrecer y brindar un buen servicio de calidad a los visitantes locales en lo que refiere al turismo rural, mientras que el 18,2% dijeron que No.

Los datos develan que el 78,5% de la población sostienen que las personas que ofrecen la artesanía Si están capacitados por el PERTUR para recibir y brindar un buen servicio a los turistas nacionales, mientras que el 21,5% respondieron No estar capacitados.

Los datos develan que el 86,0% de la población sostienen que las personas que ofrecen la artesanía Si están capacitados para recibir y brindar un buen servicio a los turistas internacionales, mientras que el 21,5% respondieron No estar capacitados.

Los datos obtenidos de la encuesta aplicada develan que el 99,1% de la población afirman que las costumbres y las tradiciones Si son muy importantes para impulsar y practicar el turismo rural, mientras que el 0,9% respondieron No.

Los datos obtenidos de la encuesta aplicada develan que el 99,4% de la población afirman que las fiestas patronales del pueblo Si son importantes para impulsar y practicar el turismo rural, mientras que el 0,6% indicaron que No.

Los datos obtenidos de la encuesta aplicada develan que el 99,4% de la población afirman que la gastronomía Si son muy importantes para la práctica del turismo rural, es una de las mayores fuentes de ingresos dentro del sector turístico que constituye una de las experiencias más valoradas por parte de los turistas. mientras que el 0,6% indicaron que No.

#### **5.4 Aporte científico de la investigación**

**Nombre:** Sistema de Comercialización de los Artesanos para el Desarrollo Turístico Rural de la Provincia de Pachitea 2023

I. Objetivo: Facilitar la comercialización de productos artesanales locales y promover el turismo rural sostenible en la Provincia de Pachitea, generando ingresos adicionales para los artesanos y fortaleciendo la economía local.

II. Componentes del Sistema:

A. Plataforma de Comercio Electrónico:

- Desarrollar un sitio web y/o aplicación móvil donde los artesanos puedan mostrar y vender sus productos directamente a los consumidores.
- Incluir perfiles individuales para cada artesano, con información sobre su trabajo, técnicas utilizadas, y ubicación.
- Ofrecer opciones de pago seguras y diversas, como transferencias bancarias, pagos electrónicos y pago contra entrega.
- Implementar un sistema de envío para facilitar la entrega de los productos a los clientes, ya sea a nivel local, nacional o internacional.

B. Promoción y Marketing:

- Realizar campañas de marketing digital para promocionar los productos artesanales y destinos turísticos de la Provincia de Pachitea en redes sociales, blogs de viajes, y otros medios en línea.
- Organizar eventos promocionales, como ferias artesanales y festivales culturales, tanto en la provincia como en ciudades cercanas, para dar a conocer la riqueza artesanal y cultural de la región.
- Establecer alianzas con agencias de viajes y operadores turísticos para promover paquetes turísticos que incluyan experiencias de compra en los talleres de los artesanos.

### III. Capacitación y Apoyo Técnico:

- Brindar capacitación en temas como gestión empresarial, marketing digital, diseño de productos y control de calidad, para fortalecer las habilidades de los artesanos y mejorar la competitividad de sus productos en el mercado.
- Proporcionar asistencia técnica en la mejora de procesos productivos, selección de materiales y desarrollo de nuevos productos, con el fin de aumentar la calidad y diversidad de la oferta artesanal.

### IV. Fomento del Turismo Responsable:

- Promover prácticas de turismo responsable que respeten la cultura local, el medio ambiente y las comunidades indígenas.
- Incentivar el turismo comunitario, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de participar en actividades culturales y artesanales, como talleres de tejido, cerámica o cestería, dirigidos por los propios artesanos.

## CONCLUSIONES

Se concluyen que:

1. La significancia de p valor es igual a 0,000 menor a 0,05, lo que implica que existe una asociación significativa entre la gestión administrativa de la comercialización y el turismo rural en los artesanos, cuyo grado de correlación Rho de Spearman es de 0,305, el cual implica que la gestión administrativa tiene un bajo impacto en la comercialización y el turismo rural en los artesanos, que equivale a una correlación positiva baja, por tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula.
2. La significancia bilateral de p valor es igual 0,009 menor a 0,05, el cual demuestra que las dos variables de esta hipótesis se encuentran relacionadas. El grado de correlación es de  $Rho = 0,143$ , que significa una asociación positiva y débil. Es decir, el nivel de comercialización tiene un débil peso en los talleres artesanales en los artesanos. Se debe aceptar la hipótesis de investigación y rechazar la hipótesis nula.
3. La significancia bilateral de p valor es igual 0,039 menor a 0,05, el cual demuestra que las dos variables de esta hipótesis se encuentran relacionadas. El grado de correlación es de  $Rho = 0,113$ , que significa una asociación positiva y débil. Es decir, el nivel de comercialización tiene un débil peso en el etnoturismo en los artesanos. Se debe aceptar la hipótesis de investigación y rechazar la hipótesis nula.
4. La significancia bilateral de p valor es igual 0,001 menor a 0,05, el cual demuestra que las dos variables de esta hipótesis se encuentran relacionadas. El grado de correlación es de  $Rho = 0,175$ , que significa una asociación positiva y débil. Es decir, el nivel de comercialización tiene un débil peso en las vivencias místicas en los artesanos. Se debe aceptar la hipótesis de investigación y rechazar la hipótesis nula.

## **SUGERENCIAS**

A las autoridades, funcionarios del Gobierno local de diferentes instituciones responsables del proceso de COMERCIALIZACIÓN en RELACIÓN CON EL TURISMO RURAL EN LOS ARTESANOS DE LA PROVINCIA DE PACHITEA 2023 se les sugiere:

1. Implementar programas de gestión administrativa en procesos de comercialización, con el objeto de optimizar y fortalecer el turismo rural en los artesanos.
2. Implantar políticas y sistemas de comercialización para promover procesos de mejora permanente de los talleres artesanales en los artesanos.
3. Promover programas de comercialización en el proceso de desarrollo y posicionamiento del etnoturismo en los artesanos.
4. Implementar procesos de mejora continua en el sistema de comercialización para posesionar en el mercado local y contexto regional las vivencias místicas en los artesanos.

## REFERENCIAS

- Delgado, V. (2009). *Propuesta de una metodología general para evaluar la estrategia de la organización en las fases de formulación e implantación*. Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Fernández, J. (2006). *Planificación estratégica de ciudades*. Barcelona: Reverté.
- Gómez, C. (2017). Los planes de desarrollo municipal en México y la participación ciudadana. Un análisis del marco jurídico. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, 1149-1177.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA. (2019).  
*REGISTRO NACIONAL DE MUNICIPALIDADES*. LIMA.
- Lama Castillo, M. A. (2009). *Plan estratégico para mejorar la gestión en la municipalidad distrital de San Jacinto*. Tesis de maestría, Universidad Nacional de Trujillo. Obtenido de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/7712>
- López, D. (2017). *Planificación Estratégica institucional y gestión pública de la municipalidad provincial de Yungay, 2016*. Tesis de maestría, Universidad César Vallejo, Perú.
- Rosales, G. (2018). *El control de la gestión pública y las alternativas para un adecuado desarrollo socio-económico en la Región Huánuco*. Tesis de maestría, Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Obtenido de <http://repositorio.unheval.edu.pe/handle/UNHEVAL/4148>
- Villesca, M., Rojas Morán, L. M., San Martín Baidwin, F., & Vázquez Barquero, A. (2008). *Gestión efectiva del desarrollo económico local*. Lima: Programa Urbano. Obtenido de [http://biblioteca.clacso.edu.ar/Peru/desco/20170223022253/pdf\\_871.pdf](http://biblioteca.clacso.edu.ar/Peru/desco/20170223022253/pdf_871.pdf)
- Manzano, P., & González, A. (2017). La gestión del turismo comunitario y el desarrollo competitivo en la inserción con los componentes de sostenibilidad  
The management of community tourism and competitive, 4.
- MINCETUR. (2008). Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú. Documento de Trabajo para la actualización.

- MINCETUR. (2016). Conceptos Fundamentales Del Turismo. Lima - Perú
- Palomino, P. (2009). Investigación Cualitativa y Cuantitativa.: Universidad Nacional del Altiplano: Programa de Complementación Académica.
- Pearce, D. G. (2016). Modelo De Gestión Turística Turísticos Síntesis Y Evaluación. Buenos Aires - Argentina: Sistema De Información Turística.
- Piñole, I. (2015). Gestión de viajes, servicios y productos turísticos. Ed, Centro de Estudios Ramon Areces SA.
- Tejada Arana, A. (2011). Investigación Científica - Guia Metodologica para Desarrollar Planes de Tesis y Tesis. Perú:Lima.
- Torre, R. L. (2014). Introducción A La Gestan. Madrid - España: Lumber
- Vásquez, S. O. (2009). Gestión Del Turismo En Caracas. Caracas Venezuela: Gestión Turística N°12, pp. 45
- Castañeda, S., Castro, G., López I. & Velazco U. (2018). Planeamiento estratégico para la región Huánuco, (tesis de maestría), Pontificia Universidad Católica del Perú,Lima, Perú.

**ANEXOS**

## ANEXO 01. MATRIZ DE CONSISTENCIA

**Título: “LA COMERCIALIZACIÓN Y LA RELACIÓN CON EL TURISMO RURAL EN LOS ARTESANOS DE LA PROVINCIA DE PACHITEA 2023”**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
<p><b>GENERAL:</b> ¿De qué manera se relaciona la comercialización y el turismo rural en los artesanos de la provincia de Pachitea?</p>	<p><b>GENERAL:</b> Determinar la relación entre la comercialización y el turismo rural en los artesanos de la provincia de Pachitea.</p>	<p><b>GENERAL:</b> La gestión administrativa de la comercialización se relaciona significativamente con el turismo rural en los artesanos de la provincia de Pachitea</p>	<p><b>Comercialización</b> (Variable 01)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan Estratégico</li> <li>• Plan operativo</li> <li>• Plan Técnico</li> <li>• Plan a corto mediano y largo plazo</li> </ul>
<p><b>ESPECÍFICOS:</b> <b>PE<sub>1</sub>:</b> ¿Cuál es la relación entre la comercialización y los talleres artesanales en los artesanos de la provincia de Pachitea?</p>	<p><b>ESPECÍFICOS:</b> <b>OE<sub>1</sub>:</b> Describir la relación entre la comercialización y los talleres artesanales en los artesanos de la provincia de Pachitea.</p>	<p><b>ESPECÍFICOS:</b> <b>HE<sub>1</sub>:</b> Existe relación entre la comercialización y los talleres artesanales en los artesanos de la provincia de Pachitea</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambio y Innovación</li> <li>• cambio organizacional</li> <li>• cambios cambio Planeado</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivación liderazgo y comunicación</li> <li>• necesidad de logro</li> <li>• teletrabajo</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de operaciones</li> <li>• Control estratégico</li> <li>• estándar de control</li> </ul>
<p><b>PE<sub>2</sub>:</b> ¿Cuál es la relación entre la comercialización y el</p>	<p><b>OE<sub>2</sub>:</b> Identificar la relación entre la comercialización y el</p>	<p><b>HE<sub>2</sub>:</b> Existe relación entre la comercialización y el</p>	<p><b>Turismo rural</b> (Variable 02)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talleres artesanales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participar</li> <li>• Aprender</li> </ul>

etnoturismo en los artesanos de la provincia de Pachitea?	etnoturismo en los artesanos de la provincia de Pachitea.	etnoturismo en los artesanos de la provincia de Pachitea.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etnoturismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultura</li> <li>• Tradiciones</li> </ul>
<b>PE<sub>3</sub></b> : ¿Cuál es la relación entre la comercialización y el vivencias místicas en los artesanos de la provincia de Pachitea?	<b>OE<sub>3</sub></b> : Conocer la relación entre la comercialización y el vivencias místicas en los artesanos de la provincia de Pachitea.	<b>HE<sub>3</sub></b> : Existe relación entre la comercialización y las vivencias místicas en los artesanos de la provincia de Pachitea.		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vivencias místicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creencias</li> <li>• Leyendas</li> <li>• Rituales divinos</li> </ul>
<b>NIVEL/TIPO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b>	<b>DISEÑO/MÉTODO</b>	<b>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</b>		
<b>Tipo de investigación:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicada</li> </ul>	<b>Población:</b> La población que se estudió en la presente investigación está conformada por los 49,159 habitantes de la Provincia de Pachitea .	<b>Diseño:</b> En la presente investigación se va a aplicar un diseño no experimental, en su variante descriptiva correlacional.	<b>Técnica:</b> Encuesta		
<b>Nivel de investigación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Correlacional</li> </ul>	<b>Muestra:</b> Aplicando la fórmula para el cálculo de muestras con población finita muestra se calculó que la muestra es de 335 pobladores de la provincia de Pachitea.	<b>Esquema.</b> <pre> graph TD     M --&gt; O1     M --&gt; O2     O1 --&gt; r     O2 --&gt; r     style r fill:none,stroke:none   </pre>	<b>Instrumento:</b> Cuestionario de encuesta		

## ANEXO 02. CONSENTIMIENTO INFORMADO

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Fecha: / /

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN. “LA COMERCIALIZACIÓN Y LA RELACIÓN CON EL TURISMO RURAL EN LOS ARTESANOS DE LA PROVINCIA DE PACHITEA 2023”

El presente es un trabajo de investigación realizado para obtener el grado de magister en gestión empresarial fue elaborado por el Lic. GUTIÉRREZ VALDIZÁN JAIRO MAYER.

Para llevar a cabo este trabajo necesitamos la colaboración de su persona, para desarrollar los cuestionarios que forman parte de la investigación. Su participación y respuestas serán confidenciales, la información que usted nos proporcione se utilizará solamente para fines de investigación, sin repercutir negativamente en su persona y empresa.

#### Certificado de consentimiento

Habiendo leído la información y conociendo los fines de esta, consiento voluntariamente participar en el estudio, y entiendo también que tengo derecho de retirarme en cualquier momento sin que esto implique riesgo mi persona.

PARTICIPANTE.....

DNI. ....

FIRMA .....

FECHA ...../...../.....

## ANEXO 03. INSTRUMENTO

### Cuestionario:

#### INSTRUCCIONES

La presente encuesta tiene como finalidad determinar la artesanía turística para la práctica del turismo rural; donde todas las personas que tienen la edad de 18 hasta 60 años serán encuestadas; Responda las siguientes preguntas con una "x".

#### 1) Sexo

- a) Masculino
- b) Femenino

#### 2). Edad en años:

- a) 18-30
- b) 31-40
- c) 41-50
- d) 51-60
- e) Mayor a 60

#### 3). Estado civil o conyugal

- a) soltero/a.
- b) casado/a.
- c) conviviente.
- d) separado/a.
- e) divorciado/a.
- f) viudo/a.

#### 4) OCUPACIÓN U OFICIO

- a) Ama de casa.
- b) Agricultor.
- c) Chofer.
- d) Comerciante.
- e) Estudiante.
- f) Profesor.
- g) Otros: \_\_\_\_\_

Preguntas	Si	No
5. ¿Considera usted que la artesanía hacia el turismo rural es adecuada?		
6. ¿considera usted que la artesanía hacia el turismo rural en Pachitea es beneficiosa?		
7. ¿Considera usted que existen la artesanía hacia el turismo rural para los servicios básicos como luz, agua y desagüe en los sitios naturales?		
8. ¿Cree usted que las personas que ofrecen servicios de hospedaje a los visitantes locales, están capacitados con los planes direccionales para brindar un servicio de calidad?		
9. ¿Cree usted que las personas que ofrecen la artesanía hacia el turismo rural están capacitados según el PERTUR para brindar un servicio de calidad a los visitantes, nacionales?		
10. ¿Cree usted que las personas que ofrecen la artesanía hacia el turismo rural están capacitadas para brindar un servicio de calidad a los visitantes internacionales?		
11. ¿Cree usted que las costumbres y tradiciones del pueblo son importantes para la práctica del turismo rural?		
12. ¿Cree usted que las fiestas patronales del pueblo son importantes para la práctica del turismo rural?		
13. ¿Cree usted que la gastronomía del pueblo es importante para la práctica del turismo rural?		

## ANEXO 04. VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS POR EXPERTOS

### VALIDEZ DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACION: "LA COMERCIALIZACIÓN Y LA RELACIÓN CON EL TURISMO RURAL EN LOS ARTESANOS DE LA PROVINCIA DE PACHITEA 2023"

Investigador: JAIRO MAYER GUTIERREZ VALDIZÁN

Experto: Edwin Alberto Figueroa Ferrer

Domicilio: Jr. Cajamarca No. 115 Amarilis

Especialidad del validador: Dr. en Administración

### TABLA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

N°	CRITERIOS DE VALORACIÓN	DEFICIENTE					BAJA			REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1	Los ítems son claros y están redactados en lenguaje apropiado al grupo de estudio.																		X		
2	Los ítems ayudan describir Conductas.																				X
3	Los ítems presentan Consistencia con el marco teórico vigente.																	X			
4	Los ítems tienen coherencia con la composición de indicadores y dimensiones.																				X
5	La cantidad de ítems son suficientes por cada indicador.																				X
6	La organización de los ítems tiene una secuencia lógica.																				X
7	El instrumento es útil para El estudio propuesto																				X

OPINIÓN GLOBAL: VIABLE

PUNTUACIÓN PROMEDIO

90

FECHA:

DNI: 40053010

FIRMA:



Teléfono: 962508704

Email: albertofigueroa8@hotmail.com

### VALIDEZ DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACION: "LA COMERCIALIZACIÓN Y LA RELACIÓN CON EL TURISMO RURAL EN LOS ARTESANOS DE LA PROVINCIA DE PACHITEA 2023"

Investigador: JAIRO MAYER GUTIERREZ VALDIZÁN

Experto: Dr. Ricardo Valdizán Echeverría

Domicilio: Jr. Aguirre 857 - Huancayo

Especialidad del validador: Provincias Tardías

### TABLA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

N°	CRITERIOS DE VALORACIÓN	DEFICIENTE					BAJA			REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1	Los ítems son claros y están redactados en lenguaje apropiado al grupo de estudio.																	X			
2	Los ítems ayudan describir Conductas.																				
3	Los ítems presentan Consistencia con el marco teórico vigente.																	X			
4	Los ítems tienen coherencia con la composición de indicadores y dimensiones.																X				
5	La cantidad de ítems son suficientes por cada indicador.																		X		
6	La organización de los ítems tiene una secuencia lógica.																	X			
7	El instrumento es útil para El estudio propuesto																	X			

OPINIÓN GLOBAL: Aplicarse

PUNTUACIÓN PROMEDIO

85

FECHA: 24/10/2023

DNI: 22408167

FIRMA:



Teléfono: 962690915

Email: svech20@fuvol.ac



### VALIDEZ DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACION: "LA COMERCIALIZACIÓN Y LA RELACIÓN CON EL TURISMO RURAL EN LOS ARTESANOS DE LA PROVINCIA DE PACHITEA 2023"

Investigador: JAIRO MAYER GUTIERREZ VALDIZÁN

Experto: Rosalíe Ysabel Suárez Castañeda

Domicilio: Av. los Laureles N° 538 Paucarbambilla - Amarilis

Especialidad del validador:

Gestión Pública para el Desarrollo social

### TABLA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

N°	CRITERIOS DE VALORACIÓN	DEFICIENTE					BAJA				REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1	Los ítems son claros y están redactados en lenguaje apropiado al grupo de estudio.																X					
2	Los ítems ayudan describir Conductas.																X					
3	Los ítems presentan Consistencia con el marco teórico vigente.																X					
4	Los ítems tienen coherencia con la composición de indicadores y dimensiones.																X					
5	La cantidad de ítems son suficientes por cada indicador.																X					
6	La organización de los ítems tiene una secuencia lógica.																X					
7	El instrumento es útil para El estudio propuesto																X					

OPINIÓN GLOBAL: .....

PUNTUACIÓN PROMEDIO

80

FECHA: 10/11/2023

DNI: 44545517

FIRMA: *Rosalíe*

Teléfono: 997574659

Email: rosalie-sc@hotmail.com

### VALIDEZ DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACION: "LA COMERCIALIZACIÓN Y LA RELACIÓN CON EL TURISMO RURAL EN LOS ARTESANOS DE LA PROVINCIA DE PACHITEA 2023"

Investigador: JAIRO MAYER GUTIERREZ VALDIZÁN

Experto: Dr. Paul Rojas Gutiérrez

Domicilio: Jr. Dos de mayo 1352

Especialidad del validador:

Gestión Pública

### TABLA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

N°	CRITERIOS DE VALORACIÓN	DEFICIENTE					BAJA			REGULAR				BUENA				MUY BUENA			
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1	Los ítems son claros y están redactados en lenguaje apropiado al grupo de estudio.																X				
2	Los ítems ayudan describir Conductas.																X				
3	Los ítems presentan Consistencia con el marco teórico vigente.																X				
4	Los ítems tienen coherencia con la composición de indicadores y dimensiones.																X				
5	La cantidad de ítems son suficientes por cada indicador.																X				
6	La organización de los ítems tiene una secuencia lógica.																X				
7	El instrumento es útil para El estudio propuesto																X				

OPINIÓN GLOBAL: .....

PUNTUACIÓN PROMEDIO

80

FECHA: 08/11/2023

DNI: 44931189

FIRMA:



Teléfono: 982 865 230

Email: paulrojasguti@gmail.com

## **NOTA BIOGRÁFICA**

GUTIERREZ VALDIZAN, Jairo Mayer. Nació el 28 de agosto de 1983 en el departamento y provincia de San Martín, Distrito Tocache, cursó la primaria en el colegio Particular Mateo Pumacahua del distrito de VMT – Lima. El nivel Secundario en la Institución Educativa Stella Maris N° 6152 VMT – Lima. Culminó mis estudios Superiores en la Universidad Nacional Hermilio Valdizan en la Facultad de Ciencias Administrativas y turismo, la escuela profesional de ciencias Administrativas. Trabajé en las entidades financieras como Scotiabank, Financiera Edyficar contando con más de 13 años de experiencia en el rubro de Microfinanzas, actualmente me encuentro trabajando en la Entidad MIBANCO donde vengo liderando un equipo de trabajo, desempeñando como Gerente de Agencia Mariátegui ubicado en el distrito de VES – Lima.



**UNHEVAL**  
UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN

VICERRECTORADO ACADÉMICO

ESCUELA DE POSGRADO



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE MAESTRO**

A través de la Plataforma Microsoft Teams de la Escuela de Posgrado de la UNHEVAL, siendo las 18.00 horas del día miércoles 24 de abril del 2024, se reunieron, los miembros integrantes del Jurado Evaluador:

**Dr. David Julio MARTEL ZEVALLOS**  
**Dr. Julio Cesar DIAZ ZEGARRA**  
**Mg. Aida CONTRERAS YALAN**

**PRESIDENTE**  
**SECRETARIO**  
**VOCAL**

Acreditados mediante Resolución N° 01286-2024-UNHEVAL-EPG/D de fecha 19 de abril del 2024, de la tesis titulada **LA COMERCIALIZACIÓN Y LA RELACIÓN CON EL TURISMO RURAL EN LOS ARTESANOS DE LA PROVINCIA DE PACHITEA 2023**, presentada por el maestrando **Jairo Mayer GUTIERREZ VALDIZAN**, con el asesoramiento del Dr. **Amancio Ricardo ROJAS COTRINA**, se procedió a dar inicio el acto de sustentación para optar el **Grado de Maestro en Gestión Empresarial**.

Concluido el acto de sustentación, cada miembro del Jurado Evaluador procedió a la evaluación del maestrando, teniendo presente los siguientes criterios:

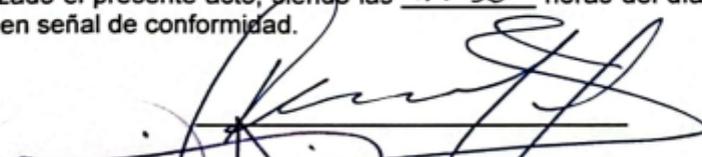
1. Presentación personal.
2. Exposición: el problema a resolver, hipótesis, objetivos, resultados, conclusiones, los aportes, contribución a la ciencia y/o solución a un problema social y recomendaciones.
3. Grado de convicción y sustento bibliográfico utilizados para las respuestas a las interrogantes del Jurado.
4. Dicción y dominio de escenario.

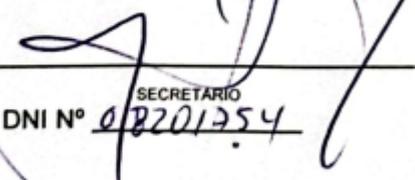
Nombres y Apellidos del Maestrando	Jurado Evaluador			Promedio Final
	Presidente	Secretario	Vocal	
Jairo Mayer GUTIERREZ VALDIZAN	16	16	16	16

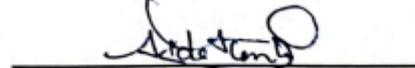
Obteniendo en consecuencia el maestrando **Jairo Mayer GUTIERREZ VALDIZAN** la nota de Dieciseis (16), equivalente a Bueno, por lo que se declara APROBADO.

Calificación que se realiza de acuerdo con el Art. 78° del Reglamento General de Grados y Títulos Modificado de la UNHEVAL.

Se da por finalizado el presente acto, siendo las 19:30 horas del día miércoles 24 de abril del 2024, firmando en señal de conformidad.

  
PRESIDENTE  
DNI N° 22521436

  
SECRETARIO  
DNI N° 018201254

  
VOCAL  
DNI N° 21072883

**Leyenda:**  
19 a 20: Excelente  
17 a 18: Muy Bueno  
14 a 16: Bueno  
0 a 13: Deficiente



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN



ESCUELA DE POSGRADO

**CONSTANCIA DE SIMILITUD N° 138-2024-SOFTWARE  
ANTIPLAGIO TURNITIN-UNHEVAL-EPG**

La Directora de la Escuela de Posgrado, emite la presente *CONSTANCIA DE SIMILITUD*, aplicando el software *TURNITIN*, el cual reporta un **17%** de similitud, correspondiente al interesado **Jairo Mayer GUTIERREZ VALDIZAN**, de la tesis titulada **LA COMERCIALIZACIÓN Y LA RELACIÓN CON EL TURISMO RURAL EN LOS ARTESANOS DE LA PROVINCIA DE PACHITEA 2023** cuyo asesor es el **Dr. Amancio Ricardo ROJAS COTRINA**, por consiguiente.

**SE DECLARA APTO**

Se expide la presente, para los trámites pertinentes.

Cayhuayna, 16 de abril de 2024.



**Dra. Digna Amabilia Manrique de Lara Suarez**  
**DIRECTORA DE LA ESCUELA DE POSGRADO**  
**UNHEVAL**

NOMBRE DEL TRABAJO

**LA COMERCIALIZACIÓN Y LA RELACIÓN  
CON EL TURISMO RURAL EN LOS ARTES  
ANOS DE LA PROVINCIA DE PACHITEA 2  
023**

AUTOR

**JAIRO MAYER GUTIERREZ VALDIZAN**

RECUENTO DE PALABRAS

**11717 Words**

RECUENTO DE CARACTERES

**65070 Characters**

RECUENTO DE PÁGINAS

**58 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**453.4KB**

FECHA DE ENTREGA

**Apr 16, 2024 12:04 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Apr 16, 2024 12:13 PM GMT-5**

### ● 17% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 15% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 15 palabras)
- Material citado

### ● 17% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 15% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

#### FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

<b>1</b>	<b>repositorio.unheval.edu.pe</b> Internet	5%
<b>2</b>	<b>repositorioacademico.usmp.edu.pe</b> Internet	2%
<b>3</b>	<b>repositorio.uladech.edu.pe</b> Internet	2%
<b>4</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Internet	<1%
<b>5</b>	<b>Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote on 2021-11-08</b> Submitted works	<1%
<b>6</b>	<b>repositorio.udh.edu.pe</b> Internet	<1%
<b>7</b>	<b>pruebas.ceupe.com</b> Internet	<1%
<b>8</b>	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2018-08-20</b> Submitted works	<1%

9	<b>elprisma.com</b> Internet	<1%
10	<b>repositorio.ucc.edu.ni</b> Internet	<1%
11	<b>tesis.unap.edu.pe</b> Internet	<1%
12	<b>1library.co</b> Internet	<1%
13	<b>Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote on 2019-12-28</b> Submitted works	<1%
14	<b>repositorio.autonoma.edu.pe</b> Internet	<1%
15	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2016-04-06</b> Submitted works	<1%
16	<b>docplayer.es</b> Internet	<1%
17	<b>dspace.unitru.edu.pe</b> Internet	<1%
18	<b>repositorio.usil.edu.pe</b> Internet	<1%
19	<b>bibliotecas.unsa.edu.pe</b> Internet	<1%
20	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2018-11-04</b> Submitted works	<1%

## Reporte de similitud

21	<b>vsip.info</b> Internet	<1%
22	<b>Universidad Alas Peruanas on 2020-11-11</b> Submitted works	<1%
23	<b>Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote on 2019-12-28</b> Submitted works	<1%
24	<b>datos.cide.edu</b> Internet	<1%
25	<b>Universidad Católica de Santa María on 2015-08-21</b> Submitted works	<1%
26	<b>alicia.concytec.gob.pe</b> Internet	<1%
27	<b>repositorio.unap.edu.pe</b> Internet	<1%
28	<b>Universidad Continental on 2017-11-08</b> Submitted works	<1%
29	<b>Universidad TecMilenio on 2024-01-26</b> Submitted works	<1%
30	<b>Universidad Europea de Madrid on 2023-02-21</b> Submitted works	<1%
31	<b>documents.mx</b> Internet	<1%



## AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DIGITAL Y DECLARACIÓN JURADA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR UN GRADO ACADÉMICO O TÍTULO PROFESIONAL

### 1. Autorización de Publicación: (Marque con una "X")

<b>Pregrado</b>	<b>Segunda Especialidad</b>	<b>Posgrado:</b>	<b>Maestría</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Doctorado</b>
-----------------	-----------------------------	------------------	-----------------	-------------------------------------	------------------

Pregrado (tal y como está registrado en SUNEDU)

<b>Facultad</b>	
<b>Escuela Profesional</b>	
<b>Carrera Profesional</b>	
<b>Grado que otorga</b>	
<b>Título que otorga</b>	

Segunda especialidad (tal y como está registrado en SUNEDU)

<b>Facultad</b>	
<b>Nombre del programa</b>	
<b>Título que Otorga</b>	

Posgrado (tal y como está registrado en SUNEDU)

<b>Nombre del Programa de estudio</b>	GESTIÓN EMPRESARIAL
<b>Grado que otorga</b>	MAESTRO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

### 2. Datos del Autor(es): (Ingrese todos los datos requeridos completos)

<b>Apellidos y Nombres:</b>	GUTIERREZ VALDIZAN JAIRO MAYER							
<b>Tipo de Documento:</b>	<b>DNI</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Pasaporte</b>	<input type="checkbox"/>	<b>C.E.</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Nro. de Celular:</b>	980754844
<b>Nro. de Documento:</b>	41982679			<b>Correo Electrónico:</b>	JAIROMAIER2@GMAIL.COM			

<b>Apellidos y Nombres:</b>								
<b>Tipo de Documento:</b>	<b>DNI</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Pasaporte</b>	<input type="checkbox"/>	<b>C.E.</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Nro. de Celular:</b>	
<b>Nro. de Documento:</b>				<b>Correo Electrónico:</b>				

<b>Apellidos y Nombres:</b>								
<b>Tipo de Documento:</b>	<b>DNI</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Pasaporte</b>	<input type="checkbox"/>	<b>C.E.</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Nro. de Celular:</b>	
<b>Nro. de Documento:</b>				<b>Correo Electrónico:</b>				

### 3. Datos del Asesor: (Ingrese todos los datos requeridos completos según DNI, no es necesario indicar el Grado Académico del Asesor)

<b>¿El Trabajo de Investigación cuenta con un Asesor?:</b> (marque con una "X" en el recuadro del costado, según corresponda)	<b>SI</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>NO</b>	<input type="checkbox"/>				
<b>Apellidos y Nombres:</b>	ROJAS COTRINA AMANCIO RICARDO			<b>ORCID ID:</b>	https://orcid.org/0000-0002-5767-8416			
<b>Tipo de Documento:</b>	<b>DNI</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Pasaporte</b>	<input type="checkbox"/>	<b>C.E.</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Nro. de documento:</b>	04025628

### 4. Datos del Jurado calificador: (Ingrese solamente los Apellidos y Nombres completos según DNI, no es necesario indicar el Grado Académico del Jurado)

<b>Presidente:</b>	MARTEL ZEVALLOS DAVID JULIO
<b>Secretario:</b>	DIAZ ZEGARRA JULIO CESAR
<b>Vocal:</b>	CONTRERAS YALAN AIDA
<b>Vocal:</b>	
<b>Vocal:</b>	
<b>Accesitario</b>	



**5. Declaración Jurada:** (Ingrese todas las **datos** requeridos completos)

a) <b>Soy Autor (a) (es) del Trabajo de Investigación Títulado:</b> (Ingrese el título tal y como está registrado en el Acta de Sustentación)
LA COMERCIALIZACIÓN Y LA RELACIÓN CON EL TURISMO RURAL EN LOS ARTESANOS DE LA PROVINCIA DE FACHITEA 2023
b) <b>El Trabajo de Investigación fue sustentado para optar el Grado Académico ó Título Profesional de:</b> (tal y como está registrado en SUNEDU)
MAESTRO EN GESTIÓN EMPRESARIAL
c) El Trabajo de investigación no contiene plagio (ninguna frase completa o párrafo del documento corresponde a otro autor sin haber sido citado previamente), ni total ni parcial, para lo cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias.
d) El trabajo de investigación presentado no atenta contra derechos de terceros.
e) El trabajo de investigación no ha sido publicado, ni presentado anteriormente para obtener algún Grado Académico o Título profesional.
f) Los datos presentados en los resultados (tablas, gráficos, textos) no han sido falsificados, ni presentados sin citar la fuente.
g) Los archivos digitales que entrego contienen la versión final del documento sustentado y aprobado por el jurado.
h) Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a la Universidad Nacional Hermilio Valdizán (en adelante LA UNIVERSIDAD), cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del Trabajo de Investigación, así como por los derechos de la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causas en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación. De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán.

**6. Datos del Documento Digital a Publicar:** (Ingrese todas las **datos** requeridos completos)

Ingrese solo el año en el que sustentó su Trabajo de Investigación: (Verifique la Información en el Acta de Sustentación)		2024	
Modalidad de obtención del Grado Académico o Título Profesional: (Marque con X según Ley Universitaria con la que inició sus estudios)	Tesis	<input checked="" type="checkbox"/>	Tesis Formato Artículo
	Trabajo de Investigación	<input type="checkbox"/>	Trabajo de Suficiencia Profesional
	Trabajo Académico	<input type="checkbox"/>	Otros (especifique modalidad)
Palabras Clave: (solo se requieren 3 palabras)	Comercialización	Turismo Rural	Artesanos
Tipo de Acceso: (Marque con X según corresponda)	Acceso Abierto	<input checked="" type="checkbox"/>	Condición Cerrada (*)
	Con Periodo de Embargo (*)	<input type="checkbox"/>	Fecha de Fin de Embargo:
¿El Trabajo de Investigación, fue realizado en el marco de una Agencia Patrocinadora? (ya sea por financiamientos de proyectos, esquema financiera, beca, subvención u otros; marcar con una "X" en el recuadro del costado según corresponda):	SI	<input type="checkbox"/>	NO
Información de la Agencia Patrocinadora:	<input type="checkbox"/>		

El trabajo de investigación en digital y físico tienen los mismos registros del presente documento como son: Denominación del programa Académico, Denominación del Grado Académico o Título profesional, Nombres y Apellidos del autor, Asesor y Jurado calificador tal y como figura en el Documento de Identidad, Título completo del Trabajo de Investigación y Modalidad de Obtención del Grado Académico o Título Profesional según la Ley Universitaria con la que se inició los estudios.



#### 7. Autorización de Publicación Digital:

A través de la presente. Autorizo de manera gratuita a la Universidad Nacional Hermilio Valdizán a publicar la versión electrónica de este Trabajo de Investigación en su Biblioteca Virtual, Portal Web, Repositorio Institucional y Base de Datos académica, por plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente. Se autoriza cambiar el contenido de forma, más no de fondo, para propósitos de estandarización de formatos, como también establecer los metadatos correspondientes.

Firma:			
Apellidos y Nombres:	GUTIERREZ VALDIZAN JAIRO MAYER		Huella Digital
DNI:	41982679		
Firma:			
Apellidos y Nombres:			Huella Digital
DNI:			
Firma:			
Apellidos y Nombres:			Huella Digital
DNI:			
Fecha: 30/04/2024			

#### Nota:

- ✓ No modificar los textos preestablecidos, conservar la estructura del documento.
- ✓ Marque con una X en el recuadro que corresponde.
- ✓ Llenar este formato de forma digital, con tipo de letra **calibri**, **tamaño de fuente 09**, manteniendo la alineación del texto que observa en el modelo, sin errores gramaticales (*recuerde las mayúsculas también se tildan si corresponde*).
- ✓ La información que escriba en este formato debe coincidir con la información registrada en los demás archivos y/o formatos que presente, tales como: DNI, Acta de Sustentación, Trabajo de Investigación (PDF) y Declaración Jurada.
- ✓ Cada uno de los datos requeridos en este formato, es de carácter obligatorio según corresponda.