

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN**

**ESCUELA DE POSGRADO**



**T E S I S**

**Diseño de un plan de promoción turística y su implicancia en la calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del distrito Simón**

**Bolívar de Rancas periodo 2021**

**Para optar el grado académico de Maestro en:**

**Ciencias de la administración**

**Mención: Gestión Pública y Desarrollo Local**

**Autor: Bach. Jhonatan Brayam CRUZ ATENCIO**

**Asesor: Dr. Iván Bruno POMALAZA BUENDIA**

**Cerro de Pasco – Perú - 2022**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN**

**ESCUELA DE POSGRADO**



**T E S I S**

**Diseño de un plan de promoción turística y su implicancia en la calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas periodo 2021**

**Sustentado y aprobado ante los miembros del jurado:**

---

**Dr. Fortunato Tarcisio INGA JACAY**

**PRESIDENTE**

---

**Mg. Nelly Luz FUSTER ZUÑIGA**

**MIEMBRO**

---

**Mg. Luz Del Carmen MUÑOZ CORNEJO**

**MIEMBRO**

## **DEDICATORIA**

La tesis está dedicada a Dios por su infinito amor, a la madre tierra por sus frutos y bondades que nos ofrece.

A mi madre por su confianza en mí, ella resulta la motivación para salir adelante y lograr mis objetivos.

Estas palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en todo momento.

## **AGRADECIMIENTO**

A la docencia de nuestra alma mater la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, en especial a los docentes de la Escuela de Posgrado; quienes son guía para el logro del emprendimiento aplicando innovaciones empresariales, por tal motivo, mi más sincero reconocimiento.

Al personal administrativo que son soporte de la gestión en los diversos procesos que brindan a los estudiantes; por la atención esmerada y pertinente, que demuestran que pertenecen a una organización de gran valor e importancia para lograr o fortalecer los objetivos institucionales.

Finalmente, el reconocimiento a todos quienes promueven y anhelan una universidad con visión de desarrollo, conocedores de las realidades e impulsores de grandes investigaciones en favor de la educación e intelectualidad, mi gran reconocimiento y deferencia.

## RESUMEN

La investigación titulada “Diseño de un Plan de Promoción Turística y su implicancia de la calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas, periodo 2021”, su objetivo general fue diseñar un Plan de Promoción Turística para mejorar la calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del distrito de Simón Bolívar de Rancas, mediante el análisis del contexto de la población objeto de estudio y la planificación estratégica para promocionar el turismo como un componente del desarrollo socioeconómico del distrito.

La investigación desarrollada es de tipo básica, de nivel descriptivo correlacional, considerando el diseño no experimental, transeccional, empleándose el método científico, deductivo y el analítico-sintético.

Para la recolección de información se empleó la técnica de la encuesta, el instrumento fue el cuestionario, donde se estableció 40 preguntas con su respectiva escala de valoración, en estricta relación con los indicadores y las dimensiones por variable de estudio; la población y muestra estuvo conformado por 30 representantes de las organizaciones de base del distrito involucrados con el desarrollo de la actividad turística a nivel comunal.

Los resultados de la investigación demuestran que existe relación entre las variables de estudio en 70%, el cual dentro del dominio probabilístico se tipifica como correlación positiva y significativa.

**Palabras claves:** Promoción turística, calidad de vida, planificación estratégica.

## **ABSTRACT**

The research entitled "Design of a Tourism Promotion Plan and its implication on the quality of life of the residents of the Peasant Community of the district of Simón Bolívar de Rancas, period 2021", its general objective was to design a Tourism Promotion Plan to improve the quality of life of the inhabitants of the Peasant Community of the district Simón Bolívar de Rancas, through the analysis of the context of the population under study and the strategic planning to promote tourism as a component of the socioeconomic development of the district.

The research developed is of a basic type, with a descriptive correlational level, considering the non-experimental, transactional design, using the scientific, deductive and analytical-synthetic methods.

For the collection of information, the survey technique was used, the instrument was the questionnaire, where 40 questions were established with their respective assessment scale, in strict relation to the indicators and dimensions per study variable; The population and sample consisted of 30 representatives of the grassroots organizations of the district involved in the development of tourist activity at the community level.

The results of the research show that there is a relationship between the study variables in 70%, which within the probabilistic domain is typified as a positive and significant correlation.

**Keywords:** Tourism promotion, quality of life, strategic planning.

## INTRODUCCIÓN

El sector del turismo en los actuales momentos está tomando cada vez más importancia en el contexto del desarrollo socioeconómico a nivel mundial; por este motivo Alcicley (2013), manifiesta que con la actividad turística se puede lograr un desarrollo progresivo de un determinado territorio y su entorno social, para lo cual, se requiere la puesta en valor de los recursos turísticos naturales y culturales, lo cual contribuye en la organización de las relaciones políticas, económicas y sociales entre las instituciones para mejorar las dimensiones que construyen al desarrollo local.

Ibáñez (2014), plantea que el turismo constituye una significativa fuente de ingresos y es el causante de generar una dinamización socio-económica en una región determinada, manifiesta que el turismo ha sido el principal causante de la revitalización de comunidades y porque no de países enteros cuya principal actividad económica es el turismo.

De manera complementaria, podemos mencionar que el turismo favorece y tiene implicancias que deben ser tomadas en cuenta, por ejemplo, las repercusiones sobre el tema económico, el entorno natural, las zonas construidas en la población local, entre otra, ya sean de manera positiva o negativa; es el fundamento para realizar una planificación estratégica pertinente para prevenir y orientar a las diferentes comunidades que tienen como propuesta desarrollar y promocionar el turismo en alguna parte del país. En esa línea, la investigación tiene de la siguiente manera:

Primer Capítulo: Conformado por el problema de investigación; en que se contextualiza la situación problemática, su respectiva formulación, los objetivos del estudio, la respectiva justificación y la diversidad de limitaciones que se puedan presentar en la investigación.

Segundo Capítulo: Se establece el marco teórico; contiene el sustento teórico de las variables tomadas en cuenta en la investigación, en este caso, conocer aspectos relevantes sobre el plan de promoción turística y la calidad de vida.

Tercer Capítulo: Comprende la metodología y las técnicas de investigación; donde se encuentra el tipo y nivel de la investigación, los métodos utilizados, el diseño, la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos, el tratamiento estadístico, la validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación.

Cuarto Capítulo: Presenta los resultados obtenidos; en esta parte del estudio se pudo determinar la relación entre las variables de estudio, siendo de 70%, la cual resulta en correlativa positiva considerable; es decir, en la medida que se implementa el plan de promoción turística mejoraría correlativamente la calidad de vida de los pobladores de la comunidad Campesina del distrito de Simón Bolívar Rancas.

Finalmente, se llega a las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

**El Autor**



## ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

## CAPÍTULO I

### PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.	Identificación y determinación del problema .....	1
1.2.	Delimitación de la investigación.....	2
1.3.	Formulación del Problema.....	3
	1.3.1. Problema general .....	3
	1.3.2. Problemas específicos .....	3
1.4.	Formulación de Objetivos.....	4
	1.4.1. Objetivo general.....	4
	1.4.2. Objetivos específicos .....	4
1.5.	Justificación de la investigación .....	4
1.6.	Limitaciones de la investigación.....	5

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de estudio.....	6
	2.1.1. A nivel internacional.....	6
	2.1.2. A nivel nacional .....	8
2.2.	Bases teóricas – científicas .....	10
2.3.	Definición de términos básicos.....	27
2.4.	Formulación de hipótesis .....	29
	2.4.1. Hipótesis general.....	29
	2.4.2. Hipótesis específica .....	29
	2.4.3. Hipótesis nula.....	30
	2.4.4. Hipótesis estadística.....	30
2.5.	Identificación de variables .....	30
	2.5.1. Variable 1 .....	30
	2.5.2. Variable 2.....	30
2.6.	Operacionalización de variables e indicadores .....	31

### CAPÍTULO III

#### METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1.	Tipo de investigación.....	32
3.2.	Nivel de investigación .....	32
3.3.	Métodos de investigación .....	33
3.4.	Diseño de la investigación .....	33
3.5.	Población y muestra.....	34
	3.5.1. Población.....	34

3.5.2. Muestra .....	35
3.5.3. Muestreo .....	35
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	35
3.6.1. Técnicas .....	35
3.6.2. Instrumentos.....	35
3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación...35	
3.8. Técnicas de procesamiento y de datos .....	37
3.9. Tratamiento estadístico .....	37
3.10. Orientación ética filosófica y epistémica.....	38

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1. Descripción del trabajo de campo.....	39
4.2. Presentación, análisis e interpretación de los resultados .....	40
4.3. Prueba de hipótesis .....	55
4.4. Discusión de resultados .....	61

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

## **CAPÍTULO I**

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Identificación y determinación del problema**

En estos tiempos, “(...) el turismo es una de las actividades más importantes para el desarrollo de nuestro país, ya que se considera un sector clave para generar y mejorar los ingresos económicos a través de la promoción de los potenciales destinos turísticos (...)” (Rubio, J. y Fuentes, L., 2020, p. 5). La diversidad de posibilidades turísticas que se tienen en diversas regiones de nuestro país, genera oportunidades para desarrollar e implementar una diversidad de servicios relacionados con el turismo.

Como se puede apreciar, los turistas que acostumbran llegar a nuestro país eligen visitar ciudades como Lima, Iquitos, Trujillo, Arequipa y Cusco por citar algunos ejemplos, ya que estas son las más promocionadas tanto a nivel nacional como internacional; y consecuentemente por ello la visita de los turistas está centralizado en estas ciudades, lo cual limita la posibilidad de saber que existen otros destinos a falta de información o nula promoción del lugar, como sería el caso identificado en el distrito Simón Bolívar de Rancas.

El distrito Simón Bolívar de Rancas, se encuentra ubicada a una distancia de 15 km de la capital de provincia (Pasco), en la actualidad poco atendida por las autoridades sectoriales y gubernamentales; este lugar cuenta con grandes potenciales recursos turísticos de índole natural, colonial, incaico y preincaico, asimismo lagunas de flora y fauna de alta biodiversidad, lugar donde se pueden observar diversas aves endémicas propios de la zona, como la garza blanca, el zambullidor, gallaretas y parihuanas, el cual permite a los pobladores aprovechar como una actividad para dinamizar la economía local.

Otro aspecto importante que se desarrolla en el distrito, son las ferias ganaderas, el legado histórico cultural y no menos importante su rica gastronomía andina; recursos turísticos potenciales de la zona que no se están poniendo en valor para convertirlos en un destino turístico en esta parte del país.

La Dirección Regional de Turismo de Pasco, plantean un mejoramiento para esta zona de alto potencial turístico, sin embargo, se requiere de la participación y la colaboración de las autoridades sectoriales y sobre todo de la municipalidad distrital de Simón Bolívar en la promoción y difusión de los recursos turísticos naturales y culturales que se tienen, con lo cual se busca mejorar la calidad de vida de los habitantes potenciando el turismo en la zona, se conoce que el gobierno local distrital hasta el momento ha elaborado un inventario turístico que permite conocer las bondades de las siete comunidades campesinas.

## **1.2. Delimitación de la investigación**

Frente a la problemática planteada la investigación en el aspecto metodológico se ha delimitado considerando los siguientes argumentos:

**1.2.1. Delimitación espacial:** Refiere el área geográfica y/o espacial en dónde se desarrolló la investigación, el ámbito o espacio geográfico refiere al distrito de Simón Bolívar de Rancas.

**1.2.2. Delimitación social:** Indica a las personas que son objeto de estudio, en la investigación se tomó en consideración a las autoridades gestoras y colaboradores del distrito de Simón Bolívar de Rancas.

**1.2.3. Delimitación conceptual:** Está definido como la actividad individual de organizar y revisar el material teórico-conceptual, para su análisis respecto a las variables de la investigación.

### **1.3. Formulación del Problema**

#### **1.3.1. Problema general**

¿Cómo se relaciona el diseño de un plan de promoción turística y la calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas en el periodo 2021?

#### **1.3.2. Problemas específicos**

- a. ¿Cuál es la relación del contexto social y territorial y la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas?
- b. ¿Cuál es la relación del contexto social y territorial y la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas?
- c. ¿Cuál es la relación del contexto de la planificación estratégica y la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas?
- d. ¿Cuál es la relación del contexto de la planificación estratégica y la

perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas?

#### **1.4. Formulación de Objetivos**

##### **1.4.1. Objetivo general**

Establecer la relación del diseño de un plan de promoción turística y la calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas en el periodo 2021.

##### **1.4.2. Objetivos específicos**

- a. Conocer la relación del contexto social y territorial y la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.
- b. Conocer la relación del contexto social y territorial y la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.
- c. Conocer la relación del contexto de la planificación estratégica y la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.
- d. Conocer la relación del contexto de la planificación estratégica y la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.

#### **1.5. Justificación de la investigación**

##### **a) Justificación teórica**

La amplitud de los conocimientos permitió profundizar en las teorías y enfoques orientados a la propuesta del plan de promoción turística, para llevar a

cabo la investigación se emplearon las fuentes bibliográficas que forman parte del sustento de todo el proceso del estudio.

**b) Justificación práctica**

A partir de la implementación de las propuestas y los resultados de la investigación, se espera lograr los objetivos respecto al plan de promoción turística orientadas a mejorar la calidad de vida en la población, dinamizando su economía, revalorando sus costumbres ancestrales, gastronomía, entre otras, que se puedan planificar como un destino acogedor y turístico.

**1.6. Limitaciones de la investigación**

La investigación no presenta limitaciones, ya que como se conoce existe el material bibliográfico diverso en relación al tema en estudio, con lo cual se pudo plantear el plan de promoción turística en la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas.



## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de estudio**

##### **2.1.1. A nivel internacional**

**Alcántara (2017)**, en su tesis titulada *“El turismo como factor de desarrollo: El caso de Sergipe – Brasil. En la Universidad de Barcelona España”*, analizó el papel de las políticas turísticas públicas y privadas desarrolladas en Sergipe desde una perspectiva de desarrollo local. La institucionalización del turismo en Sergipe se está usando una combinación de literatura, leyes, planos y herramientas de gestión. Se utilizaron entrevistas con agentes turísticos locales y agentes sociales para apoyar el análisis estadístico, que se especializaba en los datos. De los resultados se concluyó que el papel del turismo en Sergipe debe ocuparse en los proyectos turísticos y la planificación como herramientas para promover los cambios especiales y urbanos.

**Santiago (2018)**, en su tesis sobre *“Análisis de desarrollo turístico sostenible colombiano mediante el estudio de la efectividad de los programas de asistencia al desarrollo como modelos de ayuda a la sostenibilidad local”*. Su

objetivo fue evaluar la eficacia y la sostenibilidad de los proyectos de desarrollo relacionados con el turismo en Colombia. La metodología de investigación utilizada en este estudio es el análisis cualitativo, que se centra en la naturaleza multidisciplinar del turismo. Se aplicó un método de observación directa para recoger información del territorio del estudio, y se obtuvo un cuestionario para obtener la información necesaria para estimar la demanda. Utilizando métodos matemáticos y estadísticos, los resultados revelan: Como resultado de esto, la necesidad de lograr un desarrollo turístico sostenible principalmente en las regiones donde se desarrolla el turismo ha alcanzado un nivel muy alto a nivel mundial.

**Ollague (2015)**, en su tesis titulada *“Plan de Promoción Turística para la Comunidad Punta Diamante de la Parroquia Chongón del Cantón Guayaquil”* de la El estudio se realizó en Guayaquil, Ecuador, para desarrollar estrategias de comunicación y marketing para las atracciones y servicios turísticos de Punta Diamante, Cantón Guayaquil. Empezando por datos generales aceptados como eficaz, el razonamiento deductivo concluyendo varias hipótesis, partiendo de verdades previamente establecidas como principios generales y demostrando su importancia. Utilizó instrumentos de encuesta: la información más útil para el trabajo se obtuvo de encuestas realizadas en la comunidad y entrevistas con expertos en turismo para comprender mejor los aspectos predominantes del marketing y la promoción turística. La población se ha segmentado de la siguiente manera: Los vecinos de 18 a 65 años (5.000 adultos). Visitantes: La Comisión Parroquial de Traca turística estima que hay 350 visitantes al mes. Como resultado de la playa de 10 km de longitud, los manglares y la diversa fauna, concluyó que este lugar es adecuado para las familias de Guayaquil, así como

para los visitantes que disfrutaron de zonas naturales, paseos y observación de aves. Un plan de promoción turística para una zona rural debe incluir propuestas que describan los pasos a seguir para crear la marca turística y su propia identificación.

### **2.1.2. A nivel nacional**

Se han localizado los siguientes trabajos académicos:

**Hoyos (2020)**, en su tesis “Propuesta de un Plan de Promoción Turística para lograr el Fortalecimiento del Turismo Sostenible en el Distrito de Santiago de Surco”, En general, el objetivo era desarrollar un Plan de Promoción Turística para el Distrito de Santiago de Surco que promovería el desarrollo del turismo sostenible y al mismo tiempo salvaguardaría los intereses de la comunidad. Utilizando un enfoque cualitativo, este estudio tiene como objetivo explorar y comprender el problema de estudio utilizando la investigación- acción, que los autores definen como "investigación- acción reflexiva" e "investigación- acción transformadora". En este estudio, las entrevistas se utilizaron como una herramienta de apoyo para garantizar que el estudio cumpliera con los estándares de calidad requeridos en cualquier proceso de investigación, incluidas las entrevistas.

**Monteza (2019)**, realizó una investigación sobre una “Propuesta de Plan de Desarrollo Turístico destinada a fomentar el turismo en el distrito de Jesús. Provincia de Cajamarca, 2018”. Para cursar un máster en Gestión Pública como título académico. Su objetivo principal era proponer un Plan de Desarrollo Turístico para el Distrito de Jesús para el año 2018. Su metodología es descriptiva-proposicional, con un diseño descriptivo sencillo, y se realizó sobre una muestra de 95 residentes del distrito de Jesús, que fueron elegidos por

conveniencia o según el criterio del investigador utilizando una prueba no probabilística. Los resultados indicaron que la municipalidad del distrito de Jesús no prioriza la conservación y la difusión de los centros turísticos, como demostraron las encuestas en las que el 84,2 por ciento de los encuestados indicaron que no hay información sobre los centros turísticos en formar módulos, folletos, carteles, entre otros, así como guías turísticas; y el 89,5 por ciento destaca que no hay instituciones, medios de promoción o asociaciones que fomenten y promuevan el turismo.

**Llanos (2017).** “Métodos para formular Planes de Desarrollo turístico – caso Provincia de Tambopata – Madre de Dios”. Cuyo resumen establece:

“El objetivo general es proponer planes de desarrollo turístico con el propósito de incrementar la competitividad turística en la provincia de Tambopata, región de Madre de Dios. La metodología utilizada fue demostrar que la falta de promoción turística impide el desarrollo del turismo de aventura en la provincia de Tambopata Madre de Dios, aplicando el método tuvo como resultado las medias muestrales de un total de 240 puntos, hay una mejora de 69.20 a 141,77 puntos de media, en la mejora de la competitividad turística, con una ganancia de 72.567 puntos. En porcentaje, se concluyó que hubo una mejora del 30,23% luego de aplicar el método para formular planes de desarrollo turístico en competitividad turística en la provincia de Tambopata - Región Madre de Dios.”

**García y Silva (2016).** “Promoción Turística y Desarrollo del Turismo en La Comunidad de Padre Cocha, Distrito de Punchana, Año 2016”. Cuyo resumen es:

“Que se llevó a cabo en Iquitos – Perú. Su objetivo general es averiguar la relación entre la promoción turística y el desarrollo en la comunidad de Padre Cocha, distrito de Punchana, durante el año 2016. La investigación es de naturaleza descriptiva y correlativa. Descriptiva, descriptiva y correlativa, porque se recopilará información sobre las características de las variables en estudio para crear una descripción detallada de ellas con el fin de establecer una relación entre ellas. Los turistas que visitaron la comunidad de Padre Cocha en el distrito de Punchana fueron sometidos al instrumento de recogida de datos. Todos los turistas y visitantes de la comunidad Padre Cocha del distrito de Punchana fueron incluidos en la población. Los turistas fueron seleccionados aleatoriamente para la muestra usando la fórmula para la población finita”

## **2.2. Bases teóricas – científicas**

### **2.2.1. Plan de promoción turística**

Hoy en día, el turismo ha crecido continuamente y profundamente diversificado, y es considerado uno de los sectores económicos más rápidos que emergen, y esta dinámica ha convertido al turismo en un motor del progreso socioeconómico en breve periodo.

Vignati, F. (2009) manifiesta que el Plan de Promoción Turística representa de gran importancia, ya que permiten establecer estrategias para promocionar un destino o lugar, de una manera segura y práctica.

Moreno (2014) señala que el Plan de Promoción comprende un conjunto de actividades que las organizaciones deben de considerar en el momento de realizar la planificación estratégica.

Acerenza (1996) da a conocer que un Plan de Promoción permite plasmar acciones y procedimientos que beneficien los estímulos para el potenciamiento del turismo en un contexto global.

Vignati, F. (2009) reafirma que el plan de promoción requiere necesariamente de la publicidad, ya que sin esta no sería posible conocer el producto o el servicio turístico de la zona.

Alba (1975) establece que el Plan de Promoción refiere a un conjunto de actividades las cuales se dirigen a un público objetivo, con el propósito de informar para que se venda el producto o servicio turístico.

La promoción es una acción encaminada por acciones y estrategias que desempeñan la función de beneficiar las mejoras para el mejoramiento y crecimiento del turismo en el mundo, así mismo como el incremento y mejora del trabajo en la industria que se benefician con los fines del aprovechamiento económico. (Acerenza, 1996).

Desde esta perspectiva, Acerenza (2006) coincide con estos criterios cuando señalo que: “La promoción es una acción específicamente orientada a la información, la persuasión y la influencia en el cliente, que incluye publicidad, promoción de ventas, ventas personales y otros medios, incluidas las relaciones públicas, siempre que estén integrados en el proceso de marketing.” (p. 52).

A lo manifestado por el autor podemos complementar que la diversidad de actividades y acciones de promoción deben ser ejecutados utilizando una diversidad de campañas publicitarias, para generar expectativa y promover una diversidad de actividades para promocionar un producto o brindar un servicio turístico dirigido a un mercado determinado.

El plan de promoción que se propone para este lugar requiere del soporte de acciones y políticas gubernamentales en el largo plazo, para así beneficiar a la comunidad sobre todo en el aspecto económico.

Se hace muy importante realizar una serie de trabajos y tareas para dar a conocer el producto turístico, en este caso sería el entorno de la Comunidad Campesina de Rancas, las que deben sustentarse en campañas publicitarias y relaciones públicas, con los cuales los turistas a nivel interno y externo puedan conocer lo que se tiene en el distrito.

#### **2.2.1.1. Importancia de la promoción turística**

Dado que nadie puede consumir lo que no sabe, es fundamental hacer que los productos y servicios turísticos sean conocidos por tantos turistas como sea posible que sean capaces de comprarlos, utilizando el medio más eficiente y eficaz de obtener información y despertando así el interés del turista, convirtiéndolo en un deseo y luego en una necesidad. La promoción del turismo permite la creación de nuevas necesidades humanas.

Los métodos de información que se pueden emplear son variados, y éstos nos permite promocionar lugares turísticos que son múltiples y variados constituyéndose así en sistema denominado promoción turística, que forma parte del área de ventas. La promoción turística requiere de una comunicación efectiva:

- Una señal de radio emisora que promueva el destino turístico.
- Un público determinado que se puede captar.
- Un mensaje, que precise la calidad y eficiencia del servicio.
- Un medio o canal que pueda ser efectivo para difundir el mensaje.

- Retroalimentar permanentemente los procesos para clarificar.

Al respecto, Gurria, M. (1991) manifiesta: “Los organismos oficiales (u oficinas) de turismo son los responsables de la promoción a nivel nacional de cada país, y será importante que cuenten con una política y plan promocional; aunque será conveniente que se tenga cooperación de asociaciones empresariales; por ejemplo, los hoteles, empresas de transporte, etc.”

“Es importante que por medio de la promoción turística se permite al turista conocer los lugares de interés de la localidad, región o país que visitan; pero también, a la gente que lo habita sobre las costumbres locales, los horarios de comida, qué tipo de platillos son los típicos, entre otros, para así evitar que el turista tenga una falsa concepción del lugar que visita a causa de la falta de información.” Adrian, J. (2019)

En ese sentido, Balsera (2015) indica: “...la comunicación o transmisión de información del vendedor hacia el comprador, es evidenciar positivamente las cualidades y contenidos del producto o servicio, con el propósito de convencer al cliente potencial de los beneficios que le aportara la compra y la utilización de dicho producto.”

#### **2.2.1.2. Objetivos elementales de la promoción turística**

La mayoría del marketing turístico implica el uso de acciones y estrategias promocionales para aumentar la conciencia de los clientes sobre los productos, servicios y destinos turísticos. Para ello, las acciones comunicativas deben organizarse en torno a los cuatro elementos fundamentales de la promoción, que son indiscutiblemente una mezcla de



publicidad, relaciones públicas, ventas personales y promociones de ventas. (Ruano, P.C, 2012, p,117).

En tal sentido, como sostiene, Julieth y Ríos (2013) los objetivos de la promoción buscan un fin específico que es: "... tratar de influenciar en el comportamiento de los públicos previstos por el marketing haciendo un estudio de mercado considerando los tres objetivos básicos".

- “Informar: con el propósito de dar a conocer a los clientes las bondades del producto o servicio. Así mismo, los beneficios que este brinda.
- Persuadir: influenciar con ideas razonables al conjunto de compradores estimulando en la decisión de adquirir la compra o la acción específica.
- Recordar: refiere en lograr mantener el producto y el nombre de la marca en la mente del público.” (Hoyos, V. 2020. p, 115)

“De esta manera podemos decir que todo operador turístico tiende a promocionar sus servicios con el objeto de ser adquiridos por un público objetivo; para ello, es necesario seleccionar las acciones de comunicación que mejor se adecuan para ser incluida dentro del proceso de la promoción y cumplir con el objetivo que persigue la empresa u organización, como es informar, persuadir y recordar de manera permanente sobre el producto o servicio turístico que se ofrece.” Hoyos, V. (2020)

### **2.2.1.3. Impacto del turismo**

#### **a) Impacto socio-cultural**

En este caso, las pruebas se ven en la estructura de la población receptora, la ocupación, los valores, la influencia en la vida tradicional, los patrones de consumo y, quizás lo más importante, la tendencia al cambio cultural.

#### **b) Impacto económico**

Su mayor impacto se ve reflejado en el incremento del empleo directa o indirecta al requerirse la mano de obra (técnica y profesional) a nivel local y regional.

- **Efectos directos:** Son los empleos generados por los operadores turísticos. Se debe indicar, que los empleos en muchos casos son estacionales y poco calificados, además la modernización de algunas infraestructuras turísticas en muchos casos no responde a un desarrollo endógeno y equilibrado con las otras actividades productivas.
- **Efectos indirectos "multiplicadores":** Los que se producen en la medida en que la actividad de las empresas específicamente turísticas impulsa el desarrollo de otras empresas del sistema económico.

#### **c) Impacto en el ambiente**

Está condicionado con la demanda o de las características de los recursos naturales, la actividad turística genera una serie de mejoras en la infraestructura y forma de vida de numerosos núcleos rurales que no se tomaban en cuenta; entre ellas podemos señalar:

##### **Impacto positivo:**

- La creación y mejora de las vías de comunicación.
- La valoración de algunas zonas naturales como recurso turístico.
- Generación de empleo.

##### **Impacto negativo:**

- Cambio irreversible en el paisaje, por la proliferación de construcciones e infraestructuras, desde vías de comunicación a instalaciones turísticas diversas.
- Invasión de áreas naturales, generando impacto en la flora y fauna.
- Acumulación y vertido de residuos a la intemperie y en aguas corrientes

#### **2.2.1.4. Enfoques básicos para el estudio del turismo**

Según McIntosh y Otros (2002), manifiestan “(,,) que se tienen diversas formas de contextualizar el estudio del turismo; y está enfocado por diversos métodos, los mismos que se han empleado en diversos ámbitos y en diferentes circunstancias de acuerdo a los medios y recursos de cada zona geográfica.”

##### **a) Enfoque institucional**

Requiere diversos intermediarios e instituciones inmersas en las actividades turísticas, entre las que se destacan “... las agencias de viajes. Este enfoque requiere una comprensión de la organización” (Arana, 2017), sus procedimientos operativos, los posibles problemas directos y colaterales, los costos asociados y el papel que desempeñan los agentes de viajes que actúan como representantes del cliente, procurando una variedad de servicios que van desde el transporte hasta el alojamiento y guías turísticos para maximizar el uso de los circuitos turísticos existentes.

##### **b) Enfoque administrativo**

Se orienta al ámbito microeconómico, concentra su atención en las actividades administrativas para dirigir una organización turística, “(...) pasando por la investigación, planeación, organización, ejecución,

control, fijación de precios, publicidad, canales de comercialización, entre otras. Dado que los productos, las instituciones, la sociedad, cambian; entonces existe la necesidad de que los objetivos y procedimientos administrativos cambien también para enfrentar los cambios y variaciones en el medio turístico.” (Arana, et al)

**c) Enfoque sociológico**

“El turismo es una actividad social por naturaleza, por lo que se relaciona con la conducta turística de la persona, de un grupo de personas en particular y las causas de la actividad turística en la sociedad en general. Este enfoque permite analizar las clases sociales, los hábitos y costumbres, el estatus de los anfitriones y de los visitantes (...)” (Arana, et al)

**d) Enfoques interdisciplinarios**

El turismo abarca muchos aspectos de la sociedad; ya que las personas viajan por diferentes motivos y tienen comportamientos distintos, es necesario emplear, por ejemplo, un enfoque psicológico para determinar una mejor manera de promover y comercializar los productos turísticos. Se requiere de enfoques interdisciplinarios.

**e) Enfoque del producto**

Requiere del estudio de los productos turísticos, la forma de cómo se producen, cómo se comercializan y cómo se consumen. La desventaja del enfoque es que requerimos de un tiempo más prolongado.

**f) Enfoque de sistemas**

“... Lo que realmente es necesario para la investigación turística es un enfoque sistemático. Un sistema es una colección de grupos interconectados que se han coordinado para formar un conjunto unificado

y organizado para alcanzar un conjunto de objetivos. Combina los otros enfoques en una metodología integral que aborda cuestiones tanto a escala micro como macro. Puede examinar el entorno competitivo de la empresa turística, el mercado, los resultados, las relaciones con otras instituciones, el consumidor y la interacción de la empresa con el consumidor. Además, un sistema puede tomar una perspectiva macro y examinar todo el sistema turístico de un país, estado o región, incluyendo cómo opera dentro e interactúa con otros sistemas, como los legales, políticos, económicos y sociales". (McIntosh, 2002).

### **2.2.2. Calidad de vida**

La OMS define la calidad de vida como la percepción de un individuo de su lugar en la vida en relación con la cultura y el sistema de valores en el que viven, así como con sus propios objetivos, expectativas, normas y preocupaciones.

Como resultado de esta definición, podemos deducir que es un campo multifacético que abarca factores que progresan a la salud emocional y física, la independencia, las relaciones que contribuyen al desarrollo y una conexión con el entorno en el que vivimos.

Ahora bien, cuando preguntamos por la calidad de vida a nivel individual, se pueden utilizar varios términos como el bienestar, los logros personales y familiares, la buena salud y la nutrición adecuada. Todo está interconectado con nuestro entorno social y cultural.

Aunque la calidad de vida personal se considera una relación global con los aspectos positivos, los acontecimientos adversos también pueden tener lugar

en las vidas individuales, presentando una interacción individual-colectivo en la práctica de los valores sociales.

Queda en evidencia que el concepto de calidad de vida está en constante cambio, ya que tiene que ver con aspectos socioeconómicos, culturales y psicológicos lo que genera en el individuo “valores positivos y negativos”.

Podemos concluir que el concepto de calidad de vida y bienestar social establecen campos de acción a comprender, estos son:

- Físico: comprende aspectos de salud y seguridad física.
- Material: comprende una vivienda digna y propia, con los servicios básicos, alimentos al alcance y medios de transporte.
- Educativos: comprende existencia y cercanía a una educación digna para ampliar los conocimientos de forma individual y colectiva.
- Emocional: campo muy importante para el ser humano, permite que el estado emocional se mejore e interrelacione eficazmente.
- Social: comprende las opciones interpersonales con los núcleos básicos, como la familia y círculos de amistades que conllevan desarrollo del mismo.

Es fundamental tener en cuenta que los campos pueden tener una variedad de efectos en los factores sociales, médicos y políticos, así como en los niveles individuales y comunitarios. Como se puede ver, determinar la calidad de vida es un proceso complicado que requiere un análisis meticuloso. Los factores individuales y sociales, como los factores económicos y sociales, las necesidades individuales, la libertad emocional, los entornos ecológicos y las condiciones de salud y enfermedad, influyen en la calidad de vida.

### 2.2.2.1. Concepto de calidad de vida

La definición de calidad de vida (CdV) no es algo nuevo. Ya Platón y Aristóteles reflexionaron referente al bienestar o la felicidad, pero durante las tres últimas décadas ha tomado auge y ha pasado a ser la pauta de la planificación centrada en la persona, la evaluación de resultados y la mejora de la calidad de vida, teniendo un gran avance en los años 60. (Schalock & Verdugo 2003). A partir de los 90' se desarrolló la evaluación responsable del constructo, con el objetivo de lograr los principios de la igualdad, la inclusión, la capacitación, las oportunidades de crecimiento, desde la idea de aplicación basada en la evidencia.

Schalock y Verdugo (2006) exponen “(...) en un estudio desarrollaron y publicaron los 12 principios básicos, divididos en tres bloques, cuatro referentes a la conceptualización, cuatro a la medida y

*Principios de la conceptualización, medida y aplicación de calidad de vida (Schalock y Verdugo, 2006).*

---

#### Conceptualización:

1. Es multidimensional y está influida por factores personales y ambientales y su interacción.
2. Tiene los mismos componentes para todas las personas.
3. Tiene componentes subjetivos y objetivos.
4. Se mejora con la autodeterminación, los recursos, el propósito de vida y un sentido de pertenencia.

---

#### Medida:

1. Implica el grado en el que las personas tienen experiencias de vida que valoran
2. Refleja las dimensiones que contribuyen a una vida completa e interconectada.
3. Considera los contextos de los ambientes físico, social y cultural que son importantes para las personas.
4. Incluye medidas de experiencias tanto comunes a todos los seres humanos como aquellas únicas de las personas.

---

#### Aplicación:

1. La aplicación del concepto de CdV mejora el bienestar dentro de cada contexto cultural.
  2. Los principios de CdV deben ser la base de las intervenciones y los apoyos.
  3. Las aplicaciones de CdV han de estar basadas en evidencias.
  4. Los principios de CdV deben tener un sitio destacado en la educación y formación profesional.
- 

cuatro más a aplicación del concepto.”

La definición de CdV ha ido cambiando, encontrándose en las políticas sociales de forma más evidente hasta la actualidad, momento en el que se ve un interés por el bienestar percibido por las personas. De esta

manera, se toma al concepto como un aspecto importante en las políticas sociales, dirigidas a facilitar la participación y accesibilidad a todas las personas (Schalock & Verdugo, 2006).

La Organización Mundial de la Salud (OMS) precisa a la CdV como: “la percepción de una persona sobre su posición en la vida en el contexto de la cultura y sistemas de valores en los cuales vive y en relación a sus metas, expectativas, estándares y preocupaciones”.

Hoy en día, existe consenso sobre ciertas directrices fundamentales para la evolución del concepto de CdV. Para empezar, reconocemos su naturaleza multidimensional, ya que es un constructo influenciado por factores personales y ambientales abarcentes y ciertas dimensiones, como el bienestar físico, mental y social, sin fotografía exclusivamente a la ausencia de la enfermedad. (Eiser & Morse, 2001).

(Shalock & Verdugo, 2003). Según la revisión efectuada “las 8 dimensiones básicas de la CdV son: las relaciones interpersonales, la inclusión social, el desarrollo personal, el bienestar físico, la autodeterminación, el bienestar material, el bienestar emocional y los derechos.” En segundo lugar, “... se ha concluido en un acuerdo de establecer unos indicadores propios para cada una de las dimensiones de las que se comprende la definición” (Schalock & Verdugo, 2003).

“En tercer lugar, es necesario evaluar tanto los aspectos subjetivos como los objetivos de la CdV. Respecto a los subjetivos, destaque que para evaluar si una persona está satisfecha con su vida hay que medir su nivel de satisfacción y compararla con el resto. En el caso de que no coincida con los medios de satisfacción, es necesario identificar



los factores personales o ambientales que lo explican.” (Schalock & Verdugo, 2003).

En cuanto a los aspectos objetivos de la medición, hay que tener en cuenta que, para determinar la eficacia de un programa, para mejorarlo o para cambiarlo, hay que utilizar indicadores objetivos en relación con

*Relación de dimensiones de CdV y sus indicadores correspondientes (Schalock & Verdugo, 2003).*

Dimensiones	Indicadores más comunes
Bienestar emocional	Alegría, autoconcepto, ausencia de estrés
Relaciones interpersonales	Interacciones, relaciones de amistad, apoyos
Bienestar material	Estado financiero, empleo, vivienda
Desarrollo personal	Educación, competencia personal, realización
Bienestar físico	Atención sanitaria, estado de salud, actividades de la vida diaria, ocio
Autodeterminación	Autonomía/control personal, metas y valores personales, elecciones
Inclusión social	Integración y participación en la comunidad, roles comunitarios, apoyos sociales
Derechos	Legales y humanos (dignidad y respeto)

las experiencias y circunstancias de la vida. Por último, estamos de acuerdo en la importancia de operar en los predictores de los resultados individuales de alta calidad, que incluyen las características personales, las variables contextuales y las características de los proveedores. (Verdugo & Schalock, 2006).

Actualmente no existe un consenso claro respecto a la evaluación del CdV, pero los autores coinciden en la importancia de realizar una valoración subjetiva de las experiencias, percepciones, relaciones y actividades personales, así como del bienestar físico y material, desarrollo personal, satisfacción y felicidad. (Shalock & Verdugo, 2003).

#### **2.2.2.2. Dimensión objetiva y subjetiva de la calidad de vida**

La dimensión subjetiva se basa en la satisfacción de las personas con sus condiciones de vida objetivas, mientras que la dimensión objetiva se basa en una evaluación externa de las condiciones de vida material de las personas.

Sergio Puente afirma que: “(...) la definición de la idea de calidad de vida, que tiene su referente básico en el individuo, tiene dos componentes fundamentales: la salud psicosocial de la persona y el sentido de satisfacción. Ambos incluyen componentes subjetivos a su evaluación; sin embargo, la salud está más directamente relacionada con la satisfacción de necesidades esenciales, lo que tiene un significado muy amplio, que, con la satisfacción de factores fundamentalmente asociados a la satisfacción de deseos y aspiraciones, que tienen un carácter muy subjetivo.” (Puente, 1988: 20)

Desde otro enfoque, que pudiera ser complementario, Amartya Sen, “o trabaja en base a las necesidades, sino a partir de los conceptos de “realizaciones” y “capacidades” en donde “realizaciones se refiere a las diversas condiciones de vida, las diversas dimensiones del ser y el hacer, que pueden o no ser alcanzadas, mientras que capacidades se refiere a nuestra habilidad para alcanzar dichas condiciones de vida” (Boltvinik, 1994:4).

La capacidad de una persona se refiere a las alternativas de funcionamiento de las que puede elegir una de sus habilidades determinadas.

### **2.2.2.3. Desarrollo local sostenible**

Para lograr el desarrollo local se tiene como alternativa al turismo como una actividad de emprendimiento productivo, y este desarrollo debe considerar una diversidad de factores integradores enmarcados en sostenibilidad medioambiental, económica, social y cultural.

El turismo comunitario debe ser gestionado de forma sistemática en base a lineamientos de cuidado y respeto por la naturaleza; sin embargo, no sólo debe entenderse desde el punto de vista ambiental, sino referido a lo económico, social y cultural. Un producto turístico es sostenible cuando no se excluye los recursos naturales correspondientes al medio natural, asimismo, si no se contamina a ritmos elevados lo que la naturaleza misma asimila, si no se congestiona el espacio disponible, si no se genera tensiones sociales y pérdida de identidad cultural.

Una iniciativa turística será sostenible, si se mantiene los valores naturales y culturales para preservar el equilibrio de la comunidad, manteniendo su equilibrio fluctuante durante largos periodos de tiempo. La evaluación de los aspectos ambientales de un destino, la autenticidad cultural y la calidad del producto en un sentido amplio como "excelencia turística".

Los destinos locales de nuestro país tienen un enorme potencial en este sentido, pero deben gestionarse correctamente para tener un impacto positivo.

El objetivo final, en un entorno optimista y competitivo, es lograr el desarrollo del turismo a nivel económico, social, cultural y medioambiental. La eficacia económica, la equidad social y la

sostenibilidad medioambiental forman el "triángulo mágico" de conceptos necesarios para alcanzar este objetivo.

La eficacia económica requiere que el turismo sea, en primer lugar, una fuente de ingresos económicos para la sociedad y una fuente de empleo digna. Para mantener la equidad social, el turismo debe generar una parte de los costes y los beneficios. No puede haber un proceso equilibrado de desarrollo turístico si las divisiones sociales y económicas internas de la sociedad se amplían o si ciertos grupos o territorios sociales se benefician excesivamente a costa de la marginalización o la potenciación de los demás.

“La sostenibilidad ambiental implica la conservación y el respeto de los recursos y valores naturales que son la base de la propia actividad turística, y cuya existencia ha de ser garantizada en el futuro para el propio sostenimiento de la actividad y para asegurar el disfrute del medio por parte de las generaciones venideras.” (educainteramericanopma.com (s.f))

Un turismo sostenible no sería posible si no tiene el apoyo y la fuerza desde el marco legal (sector público), siendo en el medio donde se generan políticas y acciones utilizadas para mejorar las actividades del sector turístico. Pero, estas fuerzas legales que se consiguen mediante la creación de leyes, decretos, ordenanzas, entre otras; no surge efecto cuando sólo se basa en papeles y documentos y no se ejecuta a través de las autoridades competentes.

Otro sector que es considerado de vital importancia es el sector privado, que forma parte de la cadena productiva del entorno, se integra por acciones destinadas a brindar servicios, el cual debe enfocar su

accionar de forma responsable con la naturaleza y su entorno para lograr resultados efectivos.

Además, es fundamental tener en cuenta el compromiso y la responsabilidad de la comunidad para trabajar en las actividades turísticas. Para ello, la comunidad comprometer debes a demostrar un producto distinto, preservar su autenticidad e identidad cultural y recibir una formación continua para prestar servicios turísticos que se ajusten a las normas de calidad mundial.

“El medio ambiente, la protección hacia el entorno natural, el medio en el que se pretende realizar la actividad turística debe realizarse de forma consciente. Los bosques, espacios naturales, ambientes acuáticos, entre otros ámbitos son ambientes naturales que actualmente están en boga y por lo tanto son las nuevas tendencias de búsqueda de destinos, donde el hombre desea interactuar para aprender, disfrutar, conocer, etc. Pero también son medios frágiles que deben ser bien cuidados y preservados a través de planes de mitigación de impactos ambientales, comunidad consciente, visitantes y turistas educados, etc. Una forma importante de mitigar los impactos negativos del turismo es mediante el uso de manuales de buenas prácticas dirigidas tanto a los turistas como a los proveedores de servicios turísticos. Estos manuales deben describir las prácticas que apoyan la conservación y la protección ambiental de estos espacios naturales, que, aunque generan ingresos económicos, si no se cuidan adecuadamente, pueden causar daños irreversibles a la naturaleza y, por tanto, a la comunidad.”  
(educainteramericanopma.com (s.f))

### 2.3. Definición de términos básicos

**Calidad de vida:** Evaluación multidimensional de circunstancias individuales de vida en el contexto cultural y valórico al que se pertenece. (Haas 1999).

**Cultura:** “La cultura... en su sentido etnográfico, es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad.” (Harris, 2011 cita la definición de Tylor).

**Calidad:** “Es el conjunto de características que satisfacen las necesidades de los clientes, además calidad consiste en no tener deficiencias. La calidad es la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente.” (M. Juran, 1993).

**Competitividad:** Es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales. (Porter, 1985).

**Comunicación:** Es un proceso cuyo propósito principal es intercambiar cualquier información de una persona o remitente a otra persona o receptor mediante un código o lenguaje que ambos entiendan todo establecido dentro de un contexto tal que el receptor llegue a entender la información recibida (Tarodo, 2014, p. 32).

**Estudio de mercado:** Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización. (Kotler, Bloom y Hayes).

**Gestión.** Gestión o administración se refiere a la coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas

y a través de ellas, lo cual se convierte en el objetivo principal de toda gestión. (Robbins y Coulter, 2005).

**Desarrollo turístico:** Específicamente, puede definirse como la provisión y mejora de instalaciones y servicios adecuados para satisfacer las necesidades de turistas, y definido de manera más general también puede incluir los efectos asociados, como la creación de empleo o la generación de ingresos”. (Pearce, 1991).

**Plan de promoción:** “Una promoción de ventas consiste en la realización de incentivos a corto plazo para fomentar la compra o venta de un producto. Dichos incentivos pueden llevarse a cabo de distintas formas: descuentos, ofertas, cupones, regalos, etc.” (Philip Kotler).

**Planeamiento estratégico:** Al hablar del plan estratégico de la organización, nos estamos refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adaptado “hoy” en referencia a lo que hará en los tres próximos años (horizonte más habitual del plan estratégico), para lograr una organización más competitiva que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de intereses (stakeholders). (Sainz De Vicuña, 2012).

**Posicionamiento de destino:** Es la percepción de imagen por parte de los consumidores acerca un producto en relación con los de la competencia y con los que pueda ofertar la misma empresa”. (Mármol y Ojeda, 2012, p. 36).

**Promoción:** Es la acción y efecto de promover o dar a conocer las actividades que los potenciales viajeros conocen sobre los atractivos de un destino. (Acerenza, 1996).

**Promoción turística:** Es una actividad conformada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el

surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoramiento del funcionamiento de la industria que lo aprovecha para la explotación económica. (Gurría Di – Bella, 1991).

**Servicio:** Se define como “una actividad económica que implica desempeños basados en tiempo que buscan obtener o dar valor a cambio de dinero, tiempo y esfuerzo sin implicar la transferencia de propiedad”. En este sentido, también involucra tres elementos alrededor del servicio: Acciones, procesos y ejecuciones. (Lovelock, 2009).

**Turismo:** Incluye las actividades que las personas realizan durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, durante un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, ya sea con fines de negocio o de ocio, pero nunca relacionados con el ejercicio de una actividad en el lugar visitado. (Lesur, 2009).

## **2.4. Formulación de hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis general**

El diseño del Plan de Promoción Turística se relaciona positivamente con la calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas en el periodo 2021.

### **2.4.2. Hipótesis específica**

- El contexto social y territorial se relaciona positivamente con la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.
- El contexto social y territorial se relaciona positivamente con la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.



- El contexto de la planificación estratégica se relaciona positivamente con la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón de Bolívar Rancas.
- El contexto de la planificación estratégica se relaciona positivamente con la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar Rancas.

#### **2.4.3. Hipótesis nula**

El diseño del Plan de Promoción Turística no se relaciona con la calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas en el periodo 2021

#### **2.4.4. Hipótesis estadística**

- **H<sub>i</sub>:  $r_{o_x o_y} \neq 0$**
- **H<sub>o</sub>:  $r_{o_x o_y} = 0$**

### **2.5. Identificación de variables**

#### **2.5.1. Variable 1**

- Plan de Promoción Turística

##### **Dimensiones**

- Contexto social y territorial
- Contexto de la planificación estratégica

#### **2.5.2. Variable 2**

- Calidad de Vida

##### **Dimensiones**

- Perspectiva del bienestar
- Perspectiva de la calidad ambiental

## 2.6. Definición Operacional de variables e indicadores

### 2.6.1. Definición operacional

<u>Variable</u>	<u>Definición Operativa</u>	<u>Dimensiones</u>	<u>Indicadores</u>	<u>Escala</u>
<p><b><u>Plan de Promoción Turística</u></b> <b><u>(1)</u></b></p>	<p>Define las acciones para lograr la comunicación persuasiva de la población objetivo a la que va dirigido, de modo que facilite su interacción entre la estructura de investigación.</p> <p><i>Acerenza, M. (2008)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contexto Social y Territorial</li> <li>• Contexto de la Planificación Estratégica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condiciones del entorno turístico.</li> <li>• Características y necesidades de la población.</li> </ul>	<p>No muy importante</p> <p>Significativamente importante</p> <p>Moderadamente importante</p>
<p><b><u>Calidad de Vida</u></b> <b><u>(2)</u></b></p>	<p>Es la apreciación que la persona hace de su vida y la satisfacción con su nivel actual de funcionamiento comparado con el que percibe como posible o ideal.</p> <p><i>Celia y Tulsy (1990)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perspectiva del Bienestar</li> <li>• Perspectiva de la Calidad Ambiental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empleo</li> <li>• Salud</li> <li>• Educación</li> <li>• Habitacional</li> <li>• Urbana</li> <li>• Territorial</li> </ul>	<p>Muy importante</p> <p>Extremadamente importante</p>

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Tipo de investigación**

El estudio es de tipo Básica.

En ese sentido, cabe mencionar a Gomero y Moreno (1997), quien sostiene: “(...) el proceso de la investigación científica, busca resolver problemas prácticos, hechos o fenómenos de posible utilidad práctica para una sociedad. En este tipo de estudio emplean conocimientos obtenidos en las investigaciones básicas, sin limitarse a utilizar estos conocimientos, por lo contrario, busca nuevos conocimientos de posibles aplicaciones prácticas de interés social.”

#### **3.2. Nivel de investigación**

El nivel es descriptivo correlacional.

Sampieri R. (2004), sostiene que: “los estudios descriptivos buscan caracterizar propiedades y perfiles resaltantes de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. En el estudio descriptivo se identifica una serie de aspectos, para lo cual se recolecta y mide la información, para así describir lo que se investiga.”

Sampieri R. (2004), refiere sobre la metodología de la investigación; “(...) los estudios correlacionales tienen como finalidad evaluar la relación que se encuentra entre dos o más conceptos, categorías o variables de estudio en un contexto en particular.”

### 3.3. Métodos de investigación

#### **Método general:**

- **Método científico:** “Procedimiento mediante el cual se busca explicar hechos, fenómenos, establecer relaciones entre los hechos, enunciar leyes que expliquen los fenómenos físicos del mundo y permitan obtener, con estos conocimientos, su aplicación de manera útiles al ser humano.” (Esteban, Y. y Jurado, C. 2017)

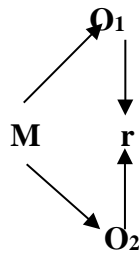
#### **Métodos específicos:**

- **Método deductivo:** “Mediante este método se describió los hechos concretos de la causa a los efectos (se funda en la relación causa efecto). Es un proceso que va de lo general a lo particular para derivar el proceso” (Rosa, 2003).
- **Método analítico – sintético:** “Se concreto este análisis en la medida que obtuvo la información de tipo empírica y teórica”. “Con la información empírica se procedió a cuantificar y a organizar la información para dar una interpretación fiable” (Rosa, 2003).
- **Método correlacional:** Permite estudiar la relación entre dos o más variables de la investigación.

### 3.4. Diseño de la investigación

En la investigación se empleó el diseño No Experimental: transeccional–descriptivo–correlacional.

El esquema es el siguiente:



Dónde:

M: muestra

O<sub>1</sub>: observación de la variable 1

O<sub>2</sub>: observación de la variable 2

r: relación de variables

Sampieri R. (2011), como refiere el autor sobre la metodología de la investigación; “(...) establece que los diseños transeccionales correlacionales–causales, son diseños que describen la relación entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. Se trata de descripciones, pero no de categorías, conceptos, objetos, ni variables individuales, sino de sus relaciones, sean éstas puramente correlacionales o relaciones causales.”

### 3.5. Población y muestra

#### 3.5.1. Población

Comprende el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla la investigación. (Carrasco, 2005).

La población de la investigación está conformada por los representantes de las organizaciones de base del distrito involucradas con el desarrollo de la actividad turística, siendo los representantes en un total de 30 personas.

### **3.5.2. Muestra**

El autor refiere que: “ante el escaso número de sujetos, no será necesario extraer una muestra, se trabajará con el 100% de la población, representando una muestra tipo censal”, (Montero, 2011).

Por lo tanto, la población y muestra está conformada por el total de representantes de las organizaciones de base del distrito, siendo para tal caso las 30 personas.

### **3.5.3. Muestreo**

El muestreo utilizado es el no probabilístico de tipo censal, ya que no se tomó ningún criterio de selección probabilística, siendo todos los elementos de la población en estudio.

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

### **3.6.1. Técnicas**

- **Investigación documental:** Para tal efecto se elaboraron fichas de resumen con información relevante de libros especializados.
- **Encuesta:** a fin de determinar cuantitativamente la relación existente entre las variables en estudio.

### **3.6.2. Instrumentos**

- Guía de Análisis Documental, en el caso de la bibliografía especializada.
- Guía de Observación, en el caso del cuestionario.
- Cuestionario, en el caso de la encuesta.

## **3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación**

El instrumento para la recolección de datos cumple los requisitos esenciales de la validez y confiabilidad.

**Validez del Instrumento:**

“Con la validez se determina la revisión de la presentación del contenido, el contraste de los indicadores con los ítems que miden las variables correspondientes. Se estima la validez como un hecho de que una prueba sea de tal manera concebida, elaborada y aplicada y que mida lo que se propone medir.” Mendoza, Morales (2013).

Frente a lo anterior se realizó un juicio de expertos, los mismos que tuvieron la oportunidad de hacer las debidas correcciones “en cuanto al contenido, pertinencia, ambigüedad, redacción y otros aspectos que consideraron necesarios realizar mejoras.

Al cumplirse este procedimiento, las observaciones y sugerencias de los expertos, permitieron el rediseño del instrumento de medición, para luego someterlo a la confiabilidad”.

#### **Confiabilidad del Instrumento:**

“La confiabilidad es la cualidad o propiedad de un instrumento de medición, que al aplicarse una o más veces a la misma persona o grupo de personas en diferentes periodos de tiempo, nos permite obtener los mismos resultados.” Mendoza y Morales (2013).

En la investigación se ha utilizado el coeficiente Alpha de Cronbach, para describir las estimaciones de confiabilidad basadas en la correlación de promedios entre reactivos dentro de una prueba. Hernández, Fernández y Baptista (2010), señalan:

- Que un coeficiente de confiabilidad será más significativo mientras más se acerque el coeficiente a uno (1), lo cual significará un menor error de medición. La medición va de 0 a 1, tal como se muestra a continuación: De 0, 00 a 0,19 representa un nivel de confiabilidad muy débil; de 0,20 a 0,39

débil; de 0,40 a 0,59 tiene un nivel moderado; por su parte, de 0,60 a 0,79 es fuerte; y, finalmente, de 0,80 a 1,00 significa un grado de confiabilidad muy fuerte.

*Resumen de procesamiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,968	40

### 3.8. Técnicas de procesamiento y de datos

- Obtención de frecuencias y porcentajes en variables cualitativas
- Construcción de tablas para cada percepción según los encuestados
- Elaboración de gráficos por cada percepción estudiada para la presentación de resultados.
- Análisis inferencial mediante la estadística.

### 3.9. Tratamiento estadístico

Concluido el trabajo de campo, se procedió a construir una base de datos para luego realizar el análisis estadístico de las variables mediante el coeficiente de correlación “r” de Pearson, a fin conocer la relación de variables. Así mismo, se empleó el paquete SPSS versión 26.



### **3.10. Orientación ética filosófica y epistémica**

El principio de respeto a las autoridades, en el sentido, que se tomó en cuenta la disponibilidad, voluntad y autonomía de participación para el llenado de las encuestas, cuyas identidades han sido respetadas bajo el anonimato.

Así mismo, se tomó en cuenta el debido respeto, al mencionar a aquellos autores que con sus investigaciones han ayudado teóricamente a la elaboración de la tesis.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **4.1. Descripción del trabajo de campo**

Para la obtención de los resultados de la investigación, se ha procedido a realizar la medición de las dos variables con los respectivos instrumentos de medición en la unidad de muestreo constituido por los representantes de las organizaciones de base de la Comunidad Campesina del Distrito Simón Bolívar de Rancas Periodo 2021; a continuación se recodifico las mediciones de las variables Plan de Promoción Turística y la Calidad de vida; para lo cual se ha creado el respectivo modelo de datos (matriz distribuida en 30 filas y 20 columnas para la primera variable de igual forma para la segunda variable).

Posteriormente con la información obtenida, a partir del cual se ha realizado el análisis de la información a través de las técnicas de la estadística descriptiva (tablas de frecuencia simple, tablas de frecuencia agrupada, diagrama de barras, diagrama de dispersión, medidas de dispersión, así como la prueba de normalidad de Shapiro Wilk para ver si los datos tiene una distribución normal, además para la relación de variables se efectuó mediante la prueba paramétrica

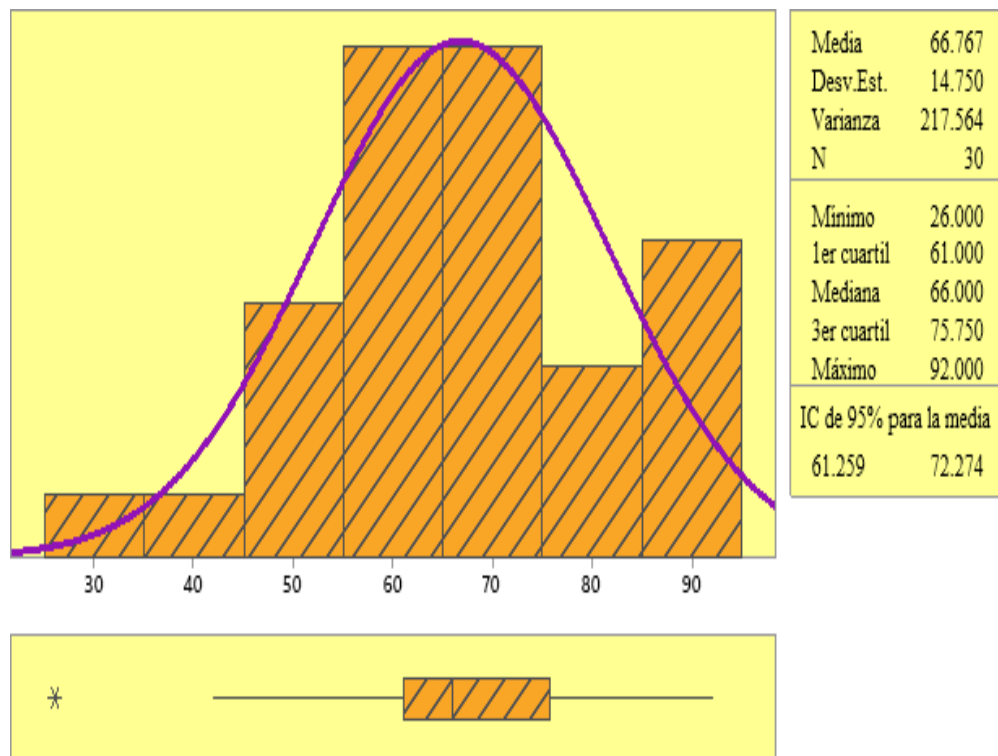
“r” de Pearson por presentar distribución normal de los datos, con un nivel de significancia del 5% y la prueba t de Student para la contrastación de la hipótesis. Finalmente es importante precisar que, para tener fiabilidad en los cálculos de los resultados, se procesó con la herramienta de apoyo el programa IBM SPSS Versión 26. Con lo cual se contrastó la veracidad de los resultados, además la redacción estuvo orientada por las normas del estilo APA séptima edición.

## 4.2. Presentación, análisis e interpretación de los resultados

### 4.2.1. Resultados del plan de promoción turística y la calidad de vida

**Figura 1**

*Estadísticas de la variable Plan de Promoción Turística*



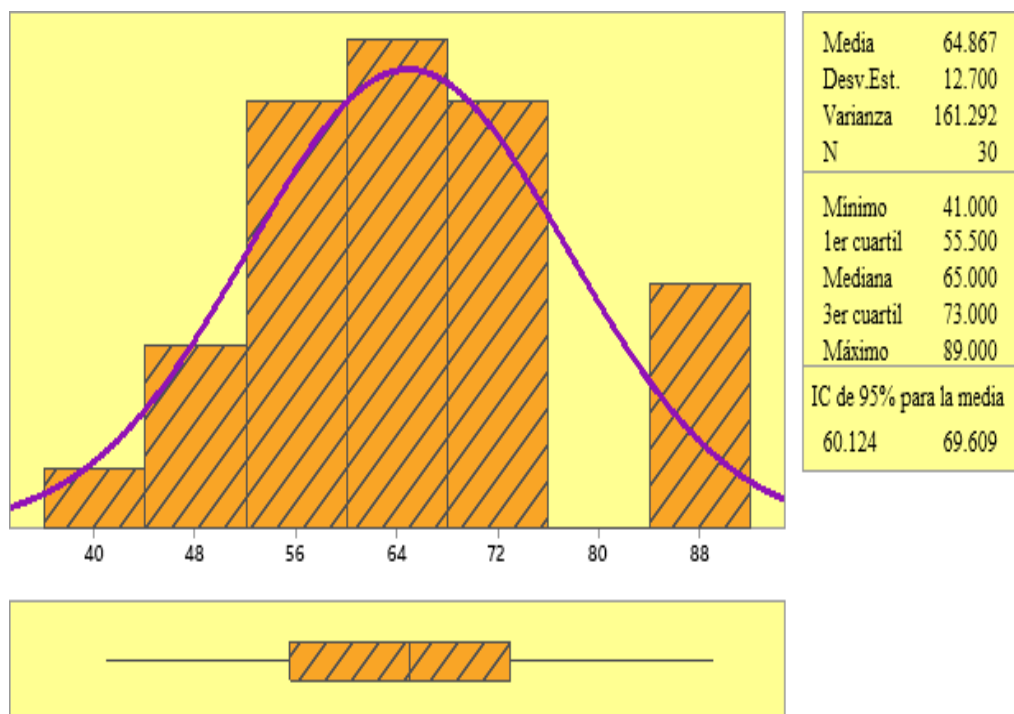
*Nota.* Base de datos.

En la Figura 1, se observa las estadísticas de resumen para la variable referida al Plan de Promoción Turística, donde el valor de la media es 66,767 que dentro del rango de la variable está tipificada como favorable [60-70], la

puntuación mínima es de 26 puntos y la máxima es 92 puntos, la mediana es de 66 puntos; asimismo en cuanto a las estadísticas de dispersión notamos que el valor de la desviación estándar es 14,750 y la varianza es 217,564 que representa la variabilidad de los datos; los límites del intervalo de confianza muestran la posición de la verdadera media poblacional al 95% de confianza; el histograma nos muestran los datos están siguiendo una distribución normal por lo que utilizaremos la estadística paramétrica.

**Figura 2**

*Estadísticas de la variable Calidad de Vida*



*Nota.* Base de datos.

En la Figura 2, observamos que para la variable referida a la Calidad de Vida la media es 64,867 que dentro del rango de la variable está tipificada como regular [56-72] asimismo la puntuación mínima es de 41 puntos y la máxima es 89 puntos, el valor de la mediana es de 65 puntos; asimismo en cuanto a las estadísticas de dispersión notamos que el valor de la desviación estándar es

12,700 y la varianza es 161,292 que representa la variabilidad de los datos; los límites del intervalo de confianza muestran la posición de la verdadera media poblacional al 95% de confianza; el histograma nos muestran que efectivamente los datos están siguiendo una distribución normal por lo cual usaremos los elementos de la estadística paramétrica.

#### 4.2.1.1. Resultados del plan de promoción turística

**Tabla 1**

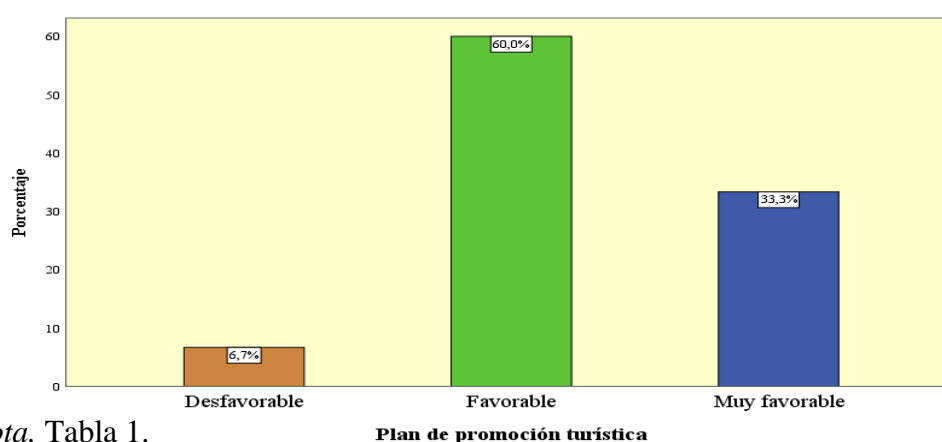
Resultados del nivel de Plan de Promoción Turística

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Desfavorable	2	6,7
Favorable	18	60,0
Muy favorable	10	33,3
Total	30	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado.

**Figura 3**

*Diagrama del nivel de Plan de Promoción Turística.*



*Nota.* Tabla 1.

La Tabla 1 muestra los resultados de la percepción del nivel sobre el Plan de Promoción Turística de la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas, observamos que el 6,7% de los casos consideran que el nivel del Plan es desfavorable, el 60,0% de los casos consideran que el nivel del Plan es favorable y el 33,3% de los casos consideran que el nivel del Plan es muy favorable. Evidentemente el nivel favorable está prevaleciendo en el Plan de Promoción Turística de la Comunidad Campesina del distrito de Simón Bolívar de Rancas.

**Tabla 2**

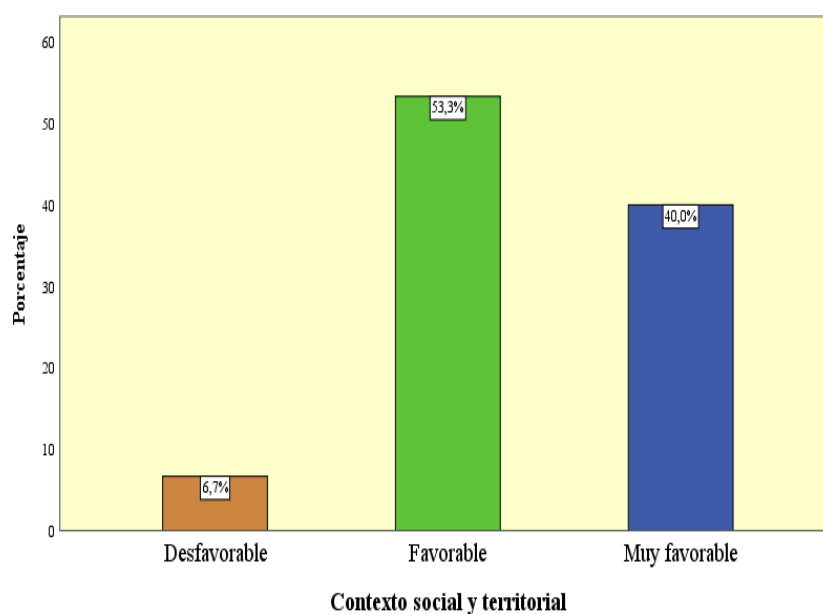
*Resultados del nivel de Plan de Promoción Turística en la dimensión Contexto Social y Territorial*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Desfavorable	2	6,7
Favorable	16	53,3
Muy favorable	12	40,0
Total	30	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado.

**Figura 4**

*Diagrama del nivel de Plan de Promoción Turística en la dimensión Contexto Social y Territorial.*



Nota. Tabla 2.

La Tabla 2 muestra los resultados de la percepción del nivel de Plan de Promoción Turística en la dimensión Contexto Social y Territorial de la comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas, observamos que el 6,7% de los casos consideran que el nivel del Plan es desfavorable, el 53,3% de los casos consideran que el nivel del Plan es favorable y el 40,0% de los casos consideran que el nivel del Plan es muy favorable.

Evidentemente el nivel favorable prevalece en la Plan de Promoción Turística en la dimensión Contexto Social y Territorial de la Comunidad Campesina del distrito de Simón Bolívar de Rancas.

### Tabla 3

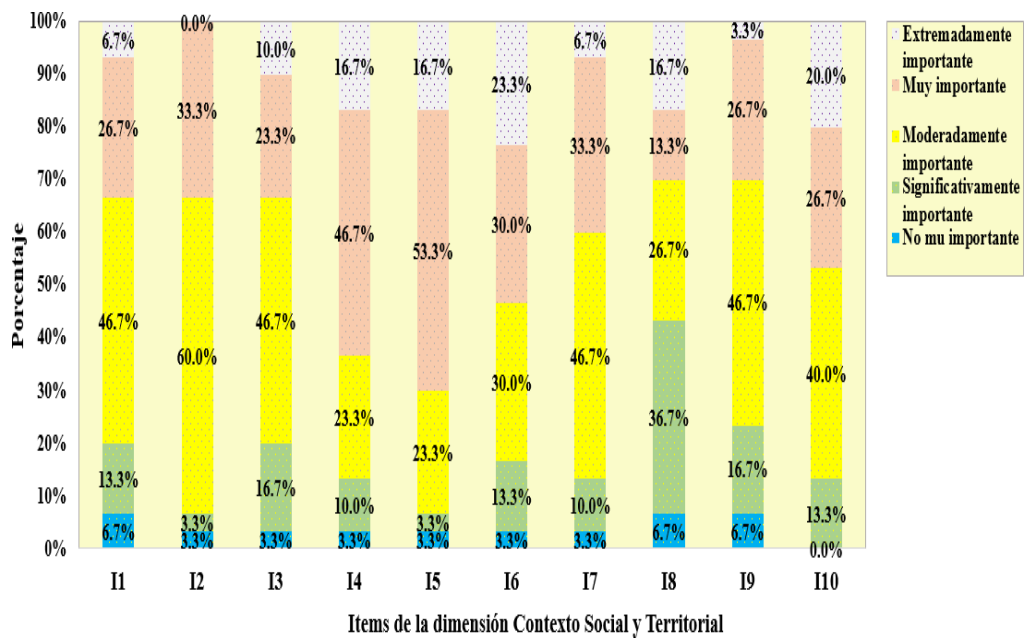
*Resultados de los ítems del Plan de Promoción Turística en la dimensión Contexto Social y Territorial*

Ítem	NMI		SI		MI		MYI		EI		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
I1	2	6,7	4	13,3	14	46,7	8	26,7	2	6,7	30	100,0
I2	1	3,3	1	3,3	18	60,0	10	33,3	0	0,0	30	100,0
I3	1	3,3	5	16,7	14	46,7	7	23,3	3	10,0	30	100,0
I4	1	3,3	3	10,0	7	23,3	14	46,7	5	16,7	30	100,0
I5	1	3,3	1	3,3	7	23,3	16	53,3	5	16,7	30	100,0
I6	1	3,3	4	13,3	9	30,0	9	30,0	7	23,3	30	100,0
I7	1	3,3	3	10,0	14	46,7	10	33,3	2	6,7	30	100,0
I8	2	6,7	11	36,7	8	26,7	4	13,3	5	16,7	30	100,0
I9	2	6,7	5	16,7	14	46,7	8	26,7	1	3,3	30	100,0
I10	0	0,0	4	13,3	12	40,0	8	26,7	6	20,0	30	100,0

Nota. Cuestionario aplicado.

### Figura 5

*Diagrama de los ítems del Plan de Promoción Turística en la dimensión Contexto Social y Territorial.*



Nota. Tabla 3.

- Para el primer indicador prevalece el distractor moderadamente importante con un 46,7%.
- Para el segundo indicador prevalece el distractor moderadamente importante con un 60,0%.
- Para el tercer prevalece el distractor moderadamente importante con un 46,7%.
- Para el cuarto indicador prevalece el distractor muy importante con un 46,7%.
- Para el quinto prevalece el distractor muy importante con un 53,3%.
- Para el sexto indicador prevalece el distractor moderadamente importante y el distractor muy importante con un 30,0%.
- Para el séptimo indicador prevalece el distractor moderadamente importante con un 46,7%.



- Para el octavo indicador prevalece el distractor significativamente importante con un 36,7%.
- Para el noveno indicador prevalece el distractor moderadamente importante con un 46,7%.
- Para el décimo indicador prevalece el distractor moderadamente importante con un 40,0%.

**Tabla 4**

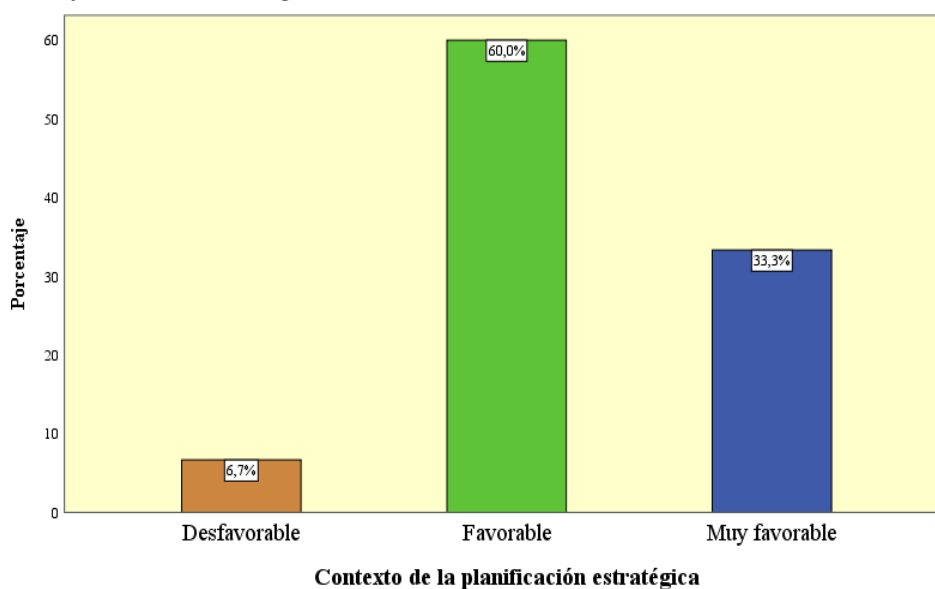
*Resultados del nivel de Plan de Promoción Turística en la dimensión Contexto de la Planificación Estratégica*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Desfavorable	2	6,7
Favorable	18	60,0
Muy favorable	10	33,3
Total	30	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado.

**Figura 6**

*Diagrama del nivel de Plan de Promoción Turística en la dimensión Contexto de la Planificación Estratégica.*



Nota. Tabla 4.

La Tabla 4 muestra los resultados de la percepción del nivel de Plan de Promoción Turística en la dimensión Contexto de la Planificación Estratégica de la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas, observamos que el 6,7% de los casos consideran que el nivel del Plan es desfavorable, el 60,0% de los casos consideran que el nivel del Plan es favorable y el 33,3% de los casos consideran que el nivel del Plan es muy favorable.

Evidentemente el nivel favorable prevalece en la Plan de Promoción Turística en la dimensión Contexto de la Planificación Estratégica de la Comunidad Campesina del distrito de Simón Bolívar de Rancas.

### Tabla 5

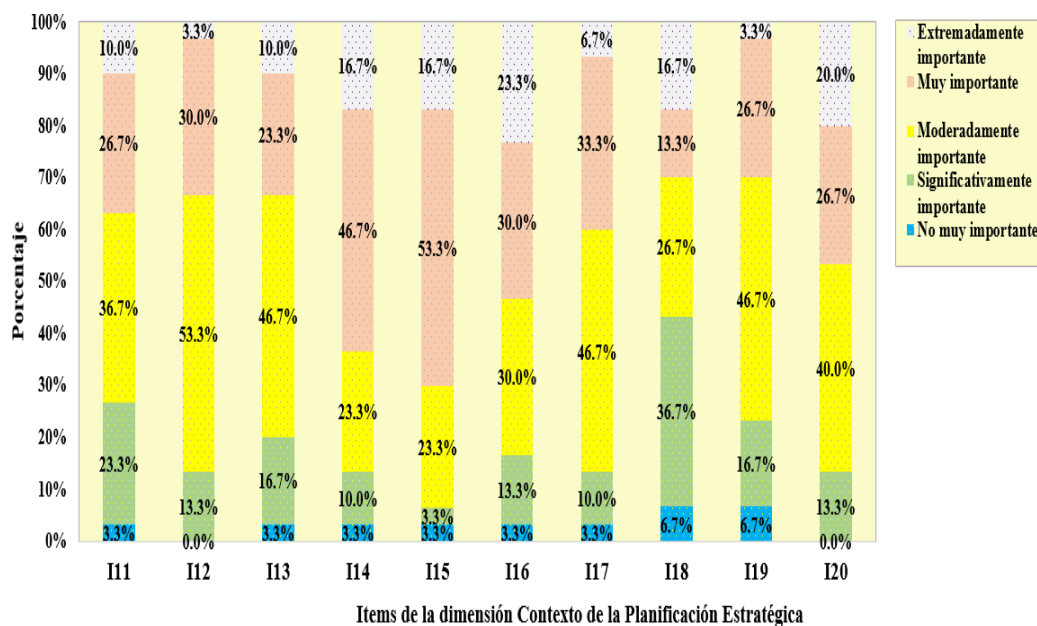
*Resultados de los ítems del Plan de Promoción Turística en la dimensión Contexto de la Planificación Estratégica*

Ítem	NMI		SI		MI		MYI		EI		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
I11	1	3,3	7	23,3	11	36,7	8	26,7	3	10,0	30	100,0
I12	0	0,0	4	13,3	16	53,3	9	30,0	1	3,3	30	100,0
I13	1	3,3	5	16,7	14	46,7	7	23,3	3	10,0	30	100,0
I14	1	3,3	3	10,0	7	23,3	14	46,7	5	16,7	30	100,0
I15	1	3,3	1	3,3	7	23,3	16	53,3	5	16,7	30	100,0
I16	1	3,3	4	13,3	9	30,0	9	30,0	7	23,3	30	100,0
I17	1	3,3	3	10,0	14	46,7	10	33,3	2	6,7	30	100,0
I18	2	6,7	11	36,7	8	26,7	4	13,3	5	16,7	30	100,0
I19	2	6,7	5	16,7	14	46,7	8	26,7	1	3,3	30	100,0
I20	0	0,0	4	13,3	12	40,0	8	26,7	6	20,0	30	100,0

Nota. Cuestionario aplicado.

**Figura 7**

*Diagrama de los ítems de Plan de Promoción Turística en la dimensión Contexto de la Planificación Estratégica.*



*Nota.* Tabla 5.

- Para el onceavo indicador prevalece el distractor moderadamente importante con un 36,7%.
- Para el doceavo indicador prevalece el distractor moderadamente importante con un 53,3%.
- Para el treceavo prevalece el distractor moderadamente importante con un 46,7%.
- Para el catorceavo indicador prevalece el distractor muy importante con un 46,7%.
- Para el quinceavo indicador prevalece el distractor muy importante con un 53,3%.

- Para el diesiseisavo indicador prevalece el distractor moderadamente importante y el distractor muy importante con un 30,0%.
- Para el diecisieteavo indicador prevalece el distractor moderadamente importante con un 46,7%.
- Para el dieciochoavo indicador prevalece el distractor significativamente importante con un 36,7%.
- Para el diecinueveavo indicador prevalece el distractor moderadamente importante con un 46,7%.
- Para el veinteavo indicador prevalece el distractor moderadamente importante con un 40,0%.

#### 4.2.1.2. *Resultados de la calidad de vida*

**Tabla 6**

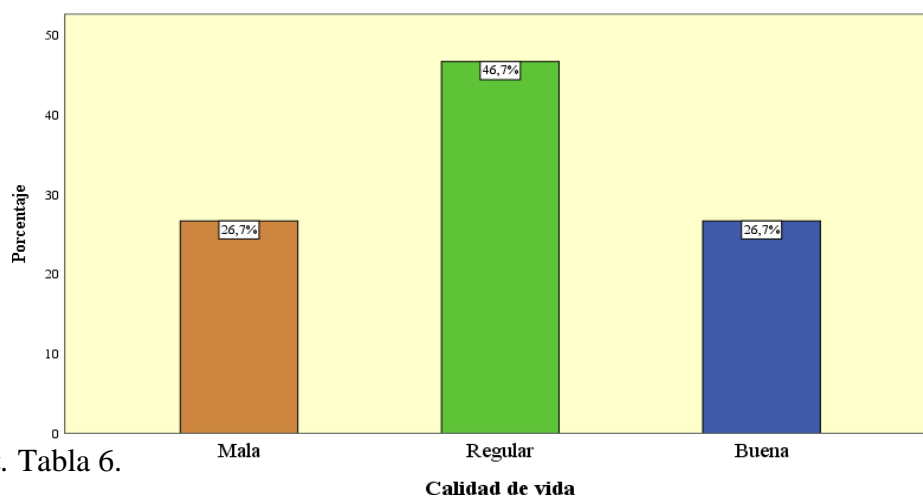
*Resultados del nivel de la Calidad de Vida*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Mala	8	26,7
Regular	14	46,7
Buena	8	26,7
Total	30	100,0

*Nota.* Cuestionario aplicado.

### Figura 8

Diagrama del nivel de la Calidad de Vida.



Nota. Tabla 6.

La Tabla 6 muestra los resultados del nivel de Calidad de Vida en la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar Rancas, observamos que el 26,7% (8) de los casos consideran que la calidad es mala, el 46,7% (14) de los casos consideran que el nivel de calidad es regular y el 26,7% (8) de los casos consideran que la calidad es buena. Evidentemente el nivel regular de Calidad de Vida está prevaleciendo.

### Tabla 7

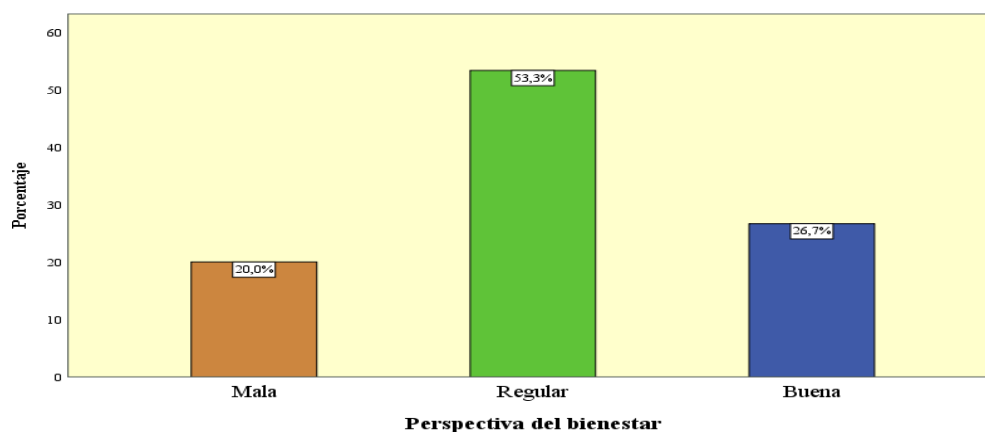
Resultados del nivel de Calidad de Vida en la dimensión Perspectiva del Bienestar

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Mala	6	20,0
Regular	16	53,3
Buena	8	26,7
Total	30	100,0

Nota. Cuestionario aplicado.

**Figura 9**

*Diagrama del nivel de Calidad de Vida en la dimensión Perspectiva del Bienestar.*



Nota. Tabla 7.

La Tabla 7 muestra los resultados del nivel de Calidad de Vida en la dimensión Perspectiva del Bienestar en la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar Rancas, observamos que el 20,0% (6) de los casos consideran que la calidad es mala, el 53,3% (16) de los casos consideran que el nivel de calidad es regular y el 26,7% (8) de los casos consideran que la calidad es buena. Evidentemente los niveles regular y buena (por presentar pequeñas diferencias significativas) de calidad de vida en la dimensión Perspectiva del Bienestar están prevaleciendo.

**Tabla 8**

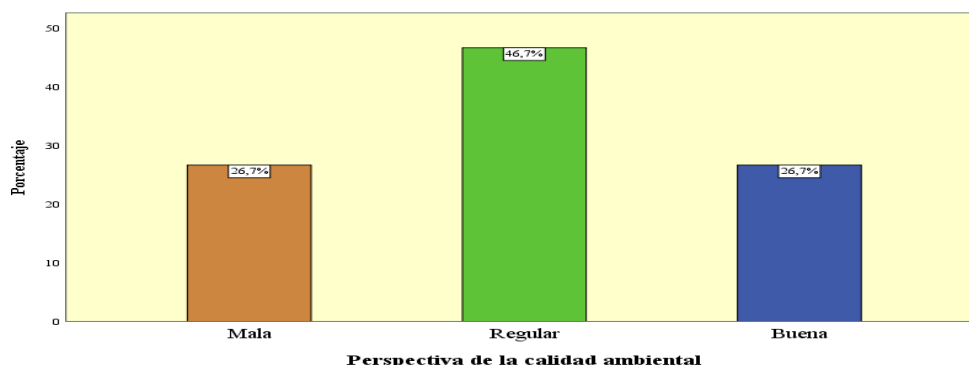
*Resultados del nivel de Calidad de Vida en la dimensión Perspectiva de la Calidad Ambiental*

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Mala	8	26,7
Regular	14	46,7
Buena	8	26,7
Total	30	100,0

Nota. Cuestionario aplicado.

**Figura 10**

*Diagrama del nivel de Calidad de Vida en la dimensión Perspectiva de la Calidad Ambiental.*



*Nota.* Tabla 8.

La Tabla 8 muestra los resultados del nivel de Calidad de Vida en la dimensión Perspectiva de la Calidad Ambiental en la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas, observamos que el 26,7% (8) de los casos consideran que la calidad es mala, el 46,7% (14) de los casos consideran que el nivel de calidad es regular y el 26,7% (8) de los casos consideran que la calidad es buena. Evidentemente el nivel regular prevalece en la calidad de vida en su dimensión perspectiva de la calidad ambiental.

#### **4.2.1.3. Prueba de normalidad de puntuaciones de las variables y dimensiones**

**Tabla 9**

*Prueba de normalidad de Shapiro Wilk para las variables y dimensiones*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Plan de promoción turística	,951	30	,179
Contexto social y territorial	,937	30	,077
Contexto de la planificación estratégica	,955	30	,227
Calidad de vida	,961	30	,326
Perspectiva del bienestar	,949	30	,162
Perspectiva de la calidad ambiental	,959	30	,292

*Nota.* Base de datos.

La tabla 9 se observa para una muestra  $n=30$  y nivel de significancia  $\alpha=0,05$  determinamos la probabilidad cuyos valores de  $p$  son:

$$P > 0,005$$

Por lo tanto, concluimos que la distribución muestral para las variables y dimensiones tienen una distribución normal.

**4.2.1.4. Resultados de la relación del plan de promoción turística y la calidad de vida**

**Tabla 10**

*Resultados de la relación del Plan de Promoción Turística y la Calidad de Vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del Distrito Simón Bolívar de Rancas*

Calidad de Vida	Plan de Promoción Turística						Total	
	Desfavorable		Favorable		Muy favorable			
	f	%	f	%	f	%	f	%
Mala	1	3,3	5	16,7	2	6,7	8	26,7
Regular	1	3,3	10	33,3	3	10,0	14	46,7
Buena	-	-	3	10,0	5	16,7	8	26,7
Total	2	6,7	18	60,0	10	33,3	30	100,0
$\chi^2 = 4,738$		Gl=4				P=0,0		

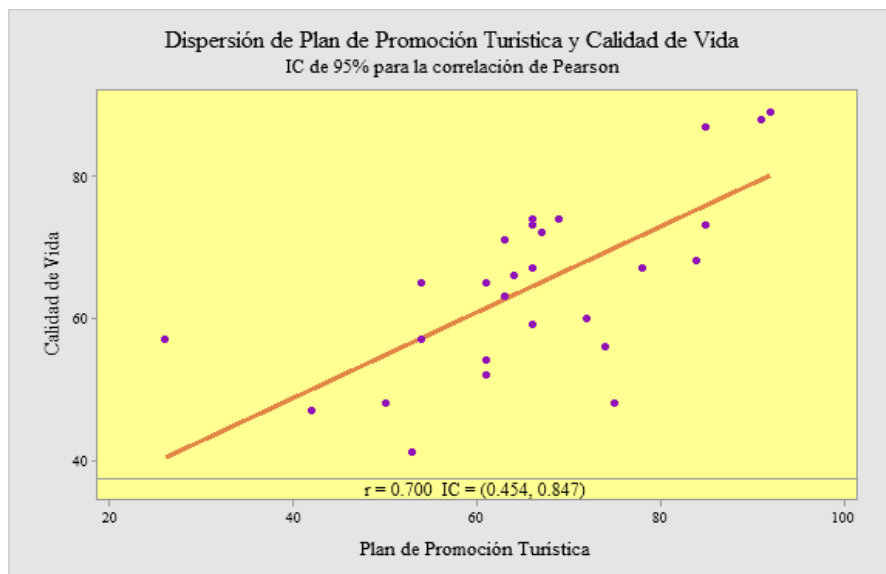
*Nota.* Cuestionario aplicado.

En la Tabla 10 se puede observar que los correspondientes niveles desfavorables del Plan de Promoción Turística se corresponden de forma positiva con los correspondientes niveles malos de la Calidad de vida, lo cual indica la presencia de una correlación entre las dos variables.



### Figura 11

Diagrama de dispersión del nivel de Plan de Promoción Turística y la Calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del Distrito Simón Bolívar de Rancas.



Nota. Base de datos.

Para determinar la intensidad de la relación entre las variables, utilizaremos las puntuaciones originales obtenidos por el instrumento de medición para lo cual utilizaremos la estadística "r" de Pearson que según Zamora (2006) se define como:

$$r = \frac{Cov(x, y)}{S_x \times S_y} \quad \text{además } -1 \leq r \leq 1$$

Siendo:

Cov(x, y) : La covarianza de las puntuaciones de ambas variables.

$S_i$  : Las desviaciones estándar de las variables respectivas.

Así pues, luego de aplicar el modelo sobre los datos tenemos el resultado que se muestran:

$$r = \frac{131,140}{\sqrt{217,564} * \sqrt{161,292}} = 0,700 = 70,0\%$$

Además del correspondiente diagrama de dispersión de la Figura 11 podemos conformar el hecho de que la relación entre las variables es positiva pues la pendiente de la línea de regresión es mayor que cero; al determinar el índice de la relación entre las dos variables se ha determinado que es de 70,0% y positiva, las líneas punteadas muestran los límites del correspondiente intervalo de confianza al 95% y su significatividad se evalúa en el proceso de verificación de hipótesis.

### **4.3. Prueba de hipótesis**

#### **4.3.1 Prueba de la significancia de la hipótesis general**

##### **a) Sistema de hipótesis**

- **Nula (H<sub>0</sub>)**

El diseño del Plan de Promoción Turística no se relaciona positivamente con la Calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas en el periodo 2021.

$$\rho = 0$$

**Siendo:**

$\rho$  : Correlación poblacional.

- **Alternativa (H<sub>1</sub>)**

El diseño del Plan de Promoción Turística se relaciona positivamente con la Calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas en el periodo 2021.

$$\rho > 0$$

##### **b) Nivel de significancia ( $\alpha$ )**

$$\alpha = 0,05 = 5\%$$

c) **Estadística de prueba**

Utilizaremos la distribución “t” Student con 28 grados de libertad:

$$t = r \times \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}} \square t(28)$$

d) **Cálculo de la estadística**

Reemplazando en la ecuación se tiene el valor calculado (Vc) de la “t”:

$$t = Vc = 0,700 \sqrt{\frac{30-2}{1-0,700^2}} = 5,190$$

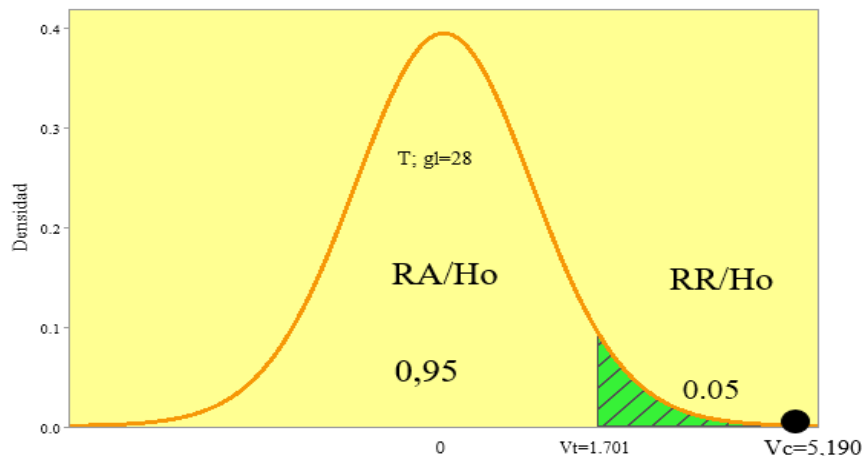
e) **Toma de decisión**

El correspondiente valor calculado y el valor crítico de la misma lo tabulamos en la figura de la función “t”, de la cual podemos deducir que (5,190>1,701) por lo que diremos que se ha encontrado evidencia empírica para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna que dice:

El diseño del Plan de Promoción Turística se relaciona positivamente con la Calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas en el periodo 2021.

**Figura 12**

*Distribución de la prueba T para la docimasia de la hipótesis general.*



*Nota.* Generado con el Software estadístico.

De la Figura 12 notamos que el valor calculado se ubica en la región de rechazo, además se deduce que la probabilidad asociada al modelo es:

$$P(t > 5,190) = 0,000 < 5\%$$

### 4.3.2 Prueba de la significancia de las hipótesis específicas

**Tabla 11**

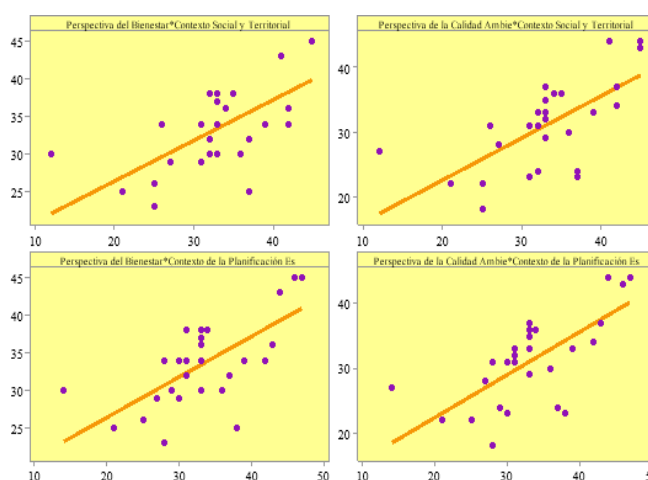
*Estadísticas para la docimasia de las hipótesis específicas*

Dimensiones del Plan de Promoción	Estadísticas de relación Calidad de Vida			
	r	n	P	Decisión
Turística				
D1V1 vs D1V2	67,5%	30	-	Rechazo Ho
D1V1 vs D2V2	67,7%	30	-	Rechazo Ho
D2V1 vs D1V2	69,2%	30	-	Rechazo Ho
D2V1 vs D2V2	70,0%	30	-	Rechazo Ho

*Nota.* Software estadístico.

**Figura 13**

*Diagrama de dispersión de las relaciones según dimensiones.*



*Nota.* Software estadístico.

#### a) Verificación de la primera hipótesis específica

- **Hipótesis nula (Ho):**

El contexto social y territorial no se relaciona positivamente con la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.

- **Hipótesis alterna (H1):**

El contexto social y territorial se relaciona positivamente con la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.

### **Discusión**

De la Tabla 11 podemos observar que el valor calculado de la relación “r” de Pearson que es  $r=67,5\%$  la misma que tienen asociado un contraste de significancia de  $p.=0,000<0,05$  por lo cual procedemos a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, es decir:

El contexto social y territorial se relaciona positivamente con la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.

#### **b) Verificación de la segunda hipótesis específica**

- **Hipótesis nula (H<sub>0</sub>):**

El contexto social y territorial no se relaciona positivamente con la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.

- **Hipótesis alterna (H1):**

El contexto social y territorial se relaciona positivamente con la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.

### **Discusión**

De la Tabla 11 podemos observar que el valor calculado de la relación “r” de Pearson que es  $r=67,7\%$  la misma que tienen asociado un contraste de significancia de  $p.=0,000<0,05$  por lo cual procedemos a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, es decir:

El contexto social y territorial se relaciona positivamente con la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.

#### **c) Verificación de la tercera hipótesis específica**

- **Hipótesis nula (H<sub>0</sub>):**

El contexto de la planificación estratégica no se relaciona positivamente con la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.

- **Hipótesis alterna (H<sub>1</sub>):**

El contexto de la planificación estratégica se relaciona positivamente con la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.

### **Discusión**

De la Tabla 11 podemos observar que el valor calculado de la relación “r” de Pearson que es  $r=69,2\%$  la misma que tienen asociado un contraste de

significancia de  $p.=0,000<0,05$  por lo cual procedemos a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, es decir:

El contexto de la planificación estratégica se relaciona positivamente con la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.

**d) Verificación de la cuarta hipótesis específica**

• **Hipótesis nula (H<sub>0</sub>):**

El contexto de la planificación estratégica no se relaciona positivamente con la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.

• **Hipótesis alterna (H<sub>1</sub>):**

El contexto de la planificación estratégica se relaciona positivamente con la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.

**Discusión**

De la Tabla 11 podemos observar que el valor calculado de la relación “r” de Pearson que es  $r=70,8\%$  la misma que tienen asociado un contraste de significancia de  $p.=0,000<0,05$  por lo cual procedemos a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, es decir:

El contexto de la planificación estratégica se relaciona positivamente con la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.

#### 4.4. Discusión de resultados

Como podemos deducir resultados de la investigación ponen en evidencia la presencia de una relación positiva y significativa entre los niveles del Plan de Promoción Turística y la Calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas en el periodo 2021.

##### **Tabla 12**

*Intensidad de la correlación “r” de Pearson*

- 1.00 = *Correlación negativa perfecta.*
- 0.90 = *Correlación negativa muy fuerte.*
- 0.75 = *Correlación negativa considerable.*
- 0.50 = *Correlación negativa media.*
- 0.25 = *Correlación negativa débil.*
- 0.10 = *Correlación negativa muy débil.*
- 0.00 = *No existe correlación alguna entre las variables.*
- + 0.10 = *Correlación positiva muy débil.*
- + 0.25 = *Correlación positiva débil.*
- + 0.50 = *Correlación positiva media.*
- + 0.75 = *Correlación positiva considerable.*
- + 0.90 = *Correlación positiva muy fuerte.*
- + 1.00 = *Correlación positiva perfecta.*

*Nota.* Sampieri et. al. (2014, p. 305).

Además, su estadística de bondad de ajuste  $R^2=49,0\%$  implica que cualquier predicción tienen un nivel de certeza del 49,0% o que el modelo de regresión lineal explica hasta el 49,0% de la variación de una variable.

Así pues, se ha identificado la presencia de una relación directa entre los niveles del Plan de Promoción Turística y la Calidad de vida, la intensidad de la relación hallada es  $r=70,0\%$  la prueba de hipótesis resulta muy significativa con lo cual se cumple el objetivo general planteado en la investigación.

La relaciones obtenidas para el cumplimiento de los objetivos específicos, nos muestran que la tendencia es similar a la relación general, pues la relación para la dimensión contexto social y territorial y la perspectiva del bienestar es del 67,5%, para la dimensión contexto social y territorial y la perspectiva de la



calidad ambiental es de 67,7%, para la dimensión contexto de la planificación estratégica y la perspectiva del bienestar es de 69,2% y para la dimensión contexto de la planificación estratégica y la perspectiva de la calidad ambiental es del 70,8%; todas ellas son positivas y su contraste de significancia es  $p=0,00$  por lo que decimos que es significativa.

En general se ha corroborado que el 60,0% de los casos analizados tienen la percepción que el nivel de Plan de Promoción Turística es favorable y en el 6,7% manifiestan que es desfavorable. Para la variable Calidad de vida se ha verificado que el 46,7% es regular y el 26,7% es buena y asimismo en el mismo porcentaje mencionado el nivel malo.

Los resultados de esta investigación al confrontarlos con los obtenidos por Alcántara (2017). Los resultados fueron que el papel que juega el turismo en Sergipe debe enfocarse especialmente en la política de proyectos turísticos y de planificación que puedan actuar como herramientas para promover cambios e intervenciones especiales y urbanas a partir de acciones de la administración pública y privada.

Asimismo, al confrontarlos con Santiago (2018), menciona que el desarrollo sustentable ha alcanzado un nivel muy importante a nivel mundial, en el caso del turismo, su dependencia del medio ambiente es evidente porque es un activo de mayor relevancia, y la presencia de cualquier problema social, ambiental, sociocultural o económico compromete la propia viabilidad de esta actividad, despertando un profundo interés en la necesidad de lograr un desarrollo turístico principalmente sostenible en las regiones donde se desarrolla el turismo.

En tanto, con Ollague (2015), menciona en sus conclusiones que este sitio por tener una extensa playa de 10 kilómetros, rodeada de arena gris, cuenta con

un bosque tropical seco, manglares y una variedad de flora y fauna, lo que lo convierte en un atractivo turístico apto para familias guayaquileñas y para aquellos visitantes que disfrutan de áreas naturales, caminatas y observación de aves. Para llevar a cabo la promoción turística de un área rural, es fundamental establecer propuestas, ya que estas permitirán describir los pasos que se deben realizar para crear la marca turística, que le dará al sector y sus atractivos naturales una identificación propia. Asimismo, se ha encontrado autores nacionales que contrastan nuestro estudio, como el autor Hoyos (2020), Las conclusiones a las que se arribó permitieron evidenciar que las ventajas obtenidas al formular un Plan de Promoción Turística si contribuye con la sostenibilidad económica, social y ambiental del distrito. En referencia a Monteza (2019). Los resultados fueron que el municipio del distrito de Jesús, no le da importancia a la conservación de los Centros Turísticos y su difusión, estos resultados se evidenciaron a través de las encuestas donde 84.2% encontró que no existe información sobre los centros turísticos en cuanto a módulos, folletos, carteles, entre otros así como guías turísticas; encontró que el 89,5% considera que no existen instituciones, medios de promoción y asociaciones que incentiven y promuevan el turismo que se realiza en el distrito de Jesús.

De igual forma, Llanos (2017), concluyó que hubo una mejora del 30,23% luego de aplicar el método para formular planes de desarrollo turístico en competitividad turística en la provincia de Tambopata - Región Madre de Dios. Finalmente, los autores García y Silva (2016), Los resultados fueron que la correlación entre la promoción del turismo y el desarrollo del turismo en un 95% de confianza. La promoción turística basada en su tamaño la publicidad en los medios impresos alcanzó 2,3 en la escala Likert, lo que indica que casi nunca se

promueve la comunidad de Padre Cocha en los medios impresos. La promoción turística con base en su dimensión publicitaria en los medios de televisión y radio alcanzó 2.6 en la escala Likert, lo que indica que la comunidad de Padre Cocha casi nunca se promueve en medios de radio y televisión. La promoción turística con base en su dimensión de promoción de ventas alcanzó 3.5 en la escala Likert, lo que indica que la comunidad de Padre Cocha en ocasiones se promociona en carteles. La promoción turística con base en su dimensión Relaciones Públicas alcanzó 3.4 en la escala Likert, lo que indica que en ocasiones la comunidad de Padre Cocha es promovida a ferias artesanales. El desarrollo turístico por su tamaño, equipamiento y factores alcanzó 3.6 en la escala Likert, lo que indica que en ocasiones satisfacen las expectativas del visitante de la Comunidad de Padre Cocha. El desarrollo turístico con base en su dimensión de infraestructura turística, alcanzó 3.3 en la escala Likert, lo que indica que en ocasiones satisfacen las expectativas del visitante de la Comunidad de Padre Cocha.

## CONCLUSIONES

1. La evidencia empírica ha corroborado el hecho que el Plan de Promoción Turística se relaciona de forma positiva y significativamente con la Calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas en el periodo 2021. La intensidad de relación hallada es de  $r=70,0\%$  que tiene asociado una probabilidad  $p.=0,0<0,005$  por lo que dicha relación es positiva y significativa. En el 60,0% de los casos consideran que el Plan de Promoción Turística es Favorable y el 46,7% de los casos consideran que el nivel de calidad de vida es regular.
2. Se ha conocido que el Plan de Promoción Turística en su dimensión contexto social y territorial se relaciona de forma positiva y significativamente con la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas. La intensidad de la relación hallada es de  $r=67,5\%$  que tienen asociado una probabilidad  $p.=0,0<0,05$  por lo que dicha relación es positiva y significativa.
3. Se ha conocido que el Plan de Promoción Turística en su dimensión contexto social y territorial se relaciona de forma positiva y significativamente con la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas. La intensidad de la relación hallada es de  $r=67,7\%$  que tienen asociado una probabilidad  $p.=0,0<0,05$  por lo que dicha relación es positiva y significativa.
4. Se ha conocido que el Plan de Promoción Turística en su dimensión contexto de la planificación estratégica se relaciona de forma positiva y significativamente con la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas. La intensidad de la relación hallada es de  $r=69,2\%$  que tienen

asociado una probabilidad  $p.=0,0<0,05$  por lo que dicha relación es positiva y significativa.

5. Se ha conocido que el Plan de Promoción Turística en su dimensión contexto de la planificación estratégica se relaciona de forma positiva y significativamente con la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la comunidad campesina Simón Bolívar Rancas. La intensidad de la relación hallada es de  $r=70,0\%$  que tienen asociado una probabilidad  $p.=0,0<0,05$  por lo que dicha relación es positiva y significativa.

## RECOMENDACIONES

Finalizando la presente investigación, cumplo con presentar las siguientes recomendaciones:

1. Qué, los pobladores de la comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar de Rancas busquen una alianza con municipalidad provincial conjuntamente con sus distritos, asimismo entablar convenios con alguna empresa privada, para que desarrollen un Plan de Promoción Turístico, enfocado hacia la actividad del ecoturismo.
2. Que, es indispensable que el gobierno local distrital promueva la elaboración y jerarquización de un inventario turístico que permita conocer los atractivos de la comunidad de Rancas y las otras seis, con la finalidad de desarrollar planes de promoción abarcando nuevos espacios.
3. Que, es necesario fortalecer acciones con las entidades gubernamentales interesados en el tema, como: La Dirección Regional de Turismo, Dirección Desconcentrada de Cultura de Pasco para difundir y promover los atractivos turísticos de San Antonio de Rancas y circundantes.
4. Qué, la comunidad académica, pueda tomar como documento referente, para el desarrollo de Programas y Proyectos, vinculados con los estudios de la oferta y demanda ecoturística; en la comunidad Campesina del distrito Simón Bolívar Rancas, así como desarrollar el plan ecoturístico en el distrito, cuyo propósito sea la planificación y proyección del Ecoturismo, ofertando sus recursos, productos y servicios, para lograr el incremento en el flujo de visitantes nacionales y extranjeros.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. (2005). *“Promoción Turística Enfoque Turístico”*. México: Trillas.
- Alcántara, C. de J (2017) *“El turismo como factor de desarrollo: El caso de Sergipe–Brasil. En la Universidad de Barcelona. España”*. Recuperado.[https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/462801/CAdJS\\_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/462801/CAdJS_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Alcicley, F. (2013). *Turismo e desenvolvimento local: un abordaje sobre los impactos de organización institucional productiva local turístico del municipio de Parintins–Amazonas, Brasil*. Revista turydes. Vol. 6. No. 14. México.
- Ardila, R. (2003). *“Calidad de vida: una definición integradora”*. Revista Latinoamericana de Psicología, Vol. 35, N° 2, 2003, pp. 163 Fundación Universitaria Konrad Lorenz Bogotá, Colombia.
- Aspiros S. (2016). *“Desarrollo de la Promoción Turística del Cerro San Cristóbal desde la perspectiva de los Turistas Nacionales en el Distrito del Rímac, 2016”*. Lima, Perú
- Baldi, C., y García, E. (2005). *“Calidad de vida y medio ambiente”*. La Psicología Ambiental, 30, pp.9–16.
- Boltvinik, J. (1994). *“Pobreza y estratificación social en México”*. México DF: INEGI.
- Boullón, R. C. (2006). *“Planificación del Espacio Turístico”*. (4a ed.). México: Trillas
- Capiville, H. (2010). *“Manual de Administración Hotelera”*. Málaga España: Publishing director.
- Carrasco, S. (2009). *“Metodología de la investigación científica”*. Lima, Perú: San Marcos.

- Chalan, J. (2014). *“Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de Chetilla-provincia de Cajamarca 2014”*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Cajamarca). Perú.
- Domínguez, D. (2007). *“Inventario Técnico del Patrimonio Arquitectónico En Fincas Cafetaleras de la Bocacosta del Departamento de Sacatepéquez”*. Guatemala.
- Fasabi, K (2014) *“Formulación de un Pla Estratégico Turístico para el Distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su Desarrollo turístico Sostenible”*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos). Perú.
- González L. (2003). *“Calidad de Vida Laboral y Formación de Valores: Una Estrategia Imprescindible”*. La Habana, Cuba. Ed. Política.
- Granados, I. (2011). *“Calidad de vida laboral: historia, dimensiones y beneficios”*. Revista de Investigación en Psicología, 14 (2). Recuperado de <http://revistas.investigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/2109>
- Julieth, A., & Rios A. (2013). *“Estrategias Publicitarias para impulsar el turismo en la localidad de Tucacas”*. Ed. Falcón. Venezuela.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *“Metodología de la Investigación”*. (Vol. Sexta Edición). México: Mc Graw Hill.
- Llanos, J. (2017), *“Método para formular planes de desarrollo turístico – caso Provincia de Tambopata–Madre de Dios”* Perú. Recuperado. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/6539>
- MEF, M. d. (2011). *“Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos – Turismo”*. Lima, Perú.
- MINCETUR (2010). *Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a Nivel Nacional*, Lima. Perú.



- Molina E. (1991). *“Planificación Integral del Turismo: Un Enfoque para Latinoamérica”*. 2ª Edición México, Trillas, 104p.
- Organización Mundial de Turismo. (1993). *“Guía para Administradores Locales: Desarrollo Turístico Sostenible”*. Madrid.
- Oswaldo, S. (1981). *“La Dimensión Ambiental en los Estilos de Desarrollo de América Latina”*. E/CEPAL/G. 1143
- Philip, K., Jesús, G. d., Javier, F. Z., John T., B., & James C., M. (2011). *“Marketing Turístico”*. (Vol. 5ta Edición). Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- Puente, S. & Legorreta, J. (1988). *“Medio ambiente y calidad de vida”*. México DF: Plaza y Valdez.
- Ríos, T. (2018). *“Calidad de vida laboral y compromiso organizacional de los trabajadores de la Empresa Inversiones Mineras Los Ángeles; Carhuaz, Ancash, 2016”*. Tesis de la Universidad de San Martín de Porras. Recuperado de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/>.
- Sandín E. (2003) *“Investigación Cualitativa en Educación. Fundamentos y Tradiciones”*. Madrid. Mc Graw and Hill Interamericana.
- Schalock, R. L. y Verdugo, M. A. (2003). *Calidad de vida. Manual para profesionales de la educación, salud y servicios sociales*. Madrid: Alianza.
- Sierra, S. (2011). *“La implementación del marketing social en Colombia”*. (Trabajo de grado Administración de Negocios). Universidad de San Buenaventura Colombia, Facultad de Ciencias Empresariales, Medellín
- Valverde, R. (2017). *“Plan de Promoción Turística Para El Incremento De La Afluencia de Turistas en el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa- Incahuasi. Enero-Setiembre 2016”*. (Tesis de Licenciatura, Universidad Privada Juan Mejía Baca, Chiclayo). Perú.

- Villanueva, H. (2015). "*Dinámica del sector turismo en la provincia de Cajamarca 2000-2013: estrategias de mejora*". Tesis para Economista, de la Universidad Nacional de Cajamarca). Perú.
- Vogeler C. (2000). "*El Mercado Turístico: estructura, operaciones y procesos de producción*". Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- Zavala, R. J., y Córdova, L. (2015). "*Calidad de vida laboral y compromiso organizacional del personal nombrado en la Municipalidad Provincial de San Román*". Revista Valor Agregado, 81-94.

## **ANEXOS**

## ANEXO 1: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### Plan de Promoción Turística

1. NO MUY IMPORTANTE
2. SIGNIFICATIVAMENTE IMPORTANTE
3. MODERADAMENTE IMPORTANTE
4. MUY IMPORTANTE
5. EXTREMADAMENTE IMPORTANTE

Ítem	CONTEXTO SOCIAL Y TERRITORIAL	Categorías				
		1	2	3	4	5
1	Que importancia tiene el nivel de pobreza de la zona para generar proyectos de desarrollo turístico en la zona					
2	Que importancia tiene contar con un plan de promoción turística para la zona					
3	Que importancia tiene identificar los recursos turísticos de la zona					
4	Que importancia tiene propiciar espacios para las relaciones e integración					
5	Que importancia tiene definir y revitalizar la identidad turística de la zona					
6	Que importancia tiene mejorar el medio urbano como escenario turístico					
7	Que importancia tiene realizar programas de gestión multisectoriales					
8	Que importancia tiene elaborar y editar planos y guías para la realización de circuitos turísticos					
9	Que importancia tiene adecuar las normativas del municipio para las actividades turísticas					
10	Que importancia tiene dotar a los espacios turísticos de los elementos complementarios					
	<b>CONTEXTO DE LA PLANIFICACION ESTRATEGICA</b>					
11	Cual es la importancia de la gestión en el distrito para alcanzar los objetivos estratégicos institucionales					
12	Cuál es la importancia del PEI para plasmar las iniciativas de desarrollo turístico					
13	Cuál es la importancia de garantizar la accesibilidad desde el exterior y facilitar la movilidad de los turistas al destino					
14	Cuál es la importancia de tener el personal calificado para generar proyectos turísticos en la zona					
15	Cuál es la importancia de diversificar en tiempo y espacio la oferta turística					
16	Cuál es la importancia de estructura productos turísticos de calidad y singularidad					
17	Cuál es la importancia de fomentar una cultura de la cooperación como estrategia competitiva					
18	Cuál es la importancia de generar una cultura receptiva para los turistas					
19	Cuál es la importancia de dar a conocer la información turística de la zona					
20	Cuál es la importancia de poner en valor el distrito de Simón Bolívar Rancas					

# Calidad de Vida

1. NO MUY IMPORTANTE
2. SIGNIFICATIVAMENTE IMPORTANTE
3. MODERADAMENTE IMPORTANTE
4. MUY IMPORTANTE
5. EXTREMADAMENTE IMPORTANTE

Ítem	PERSPECTIVA DEL BIENESTAR	Categorías				
		1	2	3	4	5
1	Que importancia tiene la forma en que está organizado su trabajo para sentirse responsable					
2	Que importancia tiene la capacidad de acción para modificar o cambiar la forma de hacer su trabajo					
3	Que importancia tiene las capacidades personales y profesionales utilizadas en el trabajo					
4	Que importancia tiene el factor trabajo para determinar tu calidad de vida					
5	Que importancia tiene los reconocimientos y desarrollo profesional					
6	Que importancia tiene el factor educación en tu calidad de vida					
7	Que importancia tiene tu familia en tu calidad de vida					
8	Que importancia tiene tu estado físico					
9	Que importancia tiene tu salud mental					
10	Que importancia tiene la comunicación					
	<b>PERSPECTIVA DE LA CALIDAD AMBIENTAL</b>					
11	Cuál es la importancia de asumir responsabilidades con el medio ambiente					
12	Cuál es la importancia de impulsar condiciones de calidad ambiental					
13	Cuál es la importancia del entorno físico, instalaciones y equipamiento					
14	Cuál es la importancia de contar con recursos materiales y técnicos					
15	Cuál es la importancia de los servicios auxiliares (limpieza, seguridad, etc.)					
16	Cuál es la importancia de mantener espacios públicos verdes y urbanos					
17	Cuál es la importancia de integrar la gestión ambiental a la gestión turística					
18	Cuál es la importancia de extender la cultura sobre la problemática ambiental					
19	Cuál es la importancia de promover un buen uso público ordenado basados en criterios de sustentabilidad ambiental					
20	Cuál es la importancia de las buenas relaciones laborales					

## Anexo 2: Procedimiento de validez y confiabilidad

### *Resumen de procesamiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### *Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,968	40

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN**  
**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**TITULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

**DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA Y SU IMPLICANCIA EN LA CALIDAD DE VIDA DE LOS POBLADORES DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DEL DISTRITO DE SIMÓN BOLÍVAR DE RANCAS PERIODO 2021.**

**MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**

**MENCIÓN: GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO LOCAL.**

**INVESTIGADOR:**

**JHONATAN BRAYAM CRUZ ATENCIO**

ESCALA DE VALORACIÓN	0=Deficiente    1=Regular    2=Buena											
	ASPECTOS	INDICADORES	PREGUNTAS/ITEMS									
1			2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado	2										
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables		2									
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología			2								
4.ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				2							
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					2						
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias						2					
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico científicos							1				
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones								1			
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico									2		
10. OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado										2	
<b>TOTALES PARCIALES</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>Muy Bueno</b>							<b>19</b>			

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL VALIDADOR:**

Dr. Sanyorei PORRAS COSME

**GRADO ACADEMICO Y/O SEGUNDA ESPECIALIZACIÓN:**

Estudios de posgrado:

Doctora en Ciencias de la Educación por la Universitaria Nacional Federico Villareal

Segunda Especialidad en Docencia Universitaria

Diplomado en didáctica de las CC.SS

**CARGO U OCUPACIÓN:**

**Docente de la Universidad Nacional Daniel A Carrión**



Pasco, 08 de julio de 2021

**Dr. Sanyorei PORRAS COSME**  
**DNI 40144077**

**Puntaje total = 18/20**

<b>LEYENDA:</b>	00	-	05	DEFICIENTE ( )
	06	-	10	REGULAR ( )
	11	-	15	BUENO ( )
	16	-	20	MUY BUENO (x)



UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACIÓN:

DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA Y SU IMPLICANCIA EN LA CALIDAD DE VIDA DE LOS POBLADORES DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DEL DISTRITO DE SIMÓN BOLÍVAR DE RANCAS PERIODO 2021.

MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

MENCIÓN: GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO LOCAL.

INVESTIGADOR:

JHONATAN BRAYAM CRUZ ATENCIO

ESCALA DE VALORACIÓN	INDICADORES	0=Deficiente 1=Regular 2=Buena										
		PREGUNTAS/ITEMS										
ASPECTOS		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado	2										
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables		2									
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología			2								
4.ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				2							
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					2						
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias						2					
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico científicos							1				
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones								1			
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico									2		
10. OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado										2	
TOTALES PARCIALES		2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	
TOTAL		Muy Bueno							19			

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL VALIDADOR:**

Mg. Jonathan Giovany, COSME TORRECILLA

**GRADO ACADÉMICO**

Estudios de posgrado:

Universidad Cesar Vallejo Maestría en Gestión Pública

**CARGO U OCUPACIÓN: P.A Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión**



Mg. Jonathan Giovany, COSME TORRECILLA

15 de julio del 2021

**Puntaje total = 18/20**

<b>LEYENDA:</b>	00	-	05	DEFICIENTE ( )
	06	-	10	REGULAR ( )
	11	-	15	BUENO ( )
	16	-	20	MUY BUENO (x)

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN**

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**TITULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA Y SU IMPLICANCIA EN LA CALIDAD DE VIDA DE LOS POBLADORES DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DEL DISTRITO DE SIMÓN BOLÍVAR DE RANCAS PERIODO 2021.

**MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**  
**MENCIÓN: GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO LOCAL**

**INVESTIGADOR:**

JHONATAN BRAYAM CRUZ ATENCIO

ESCALA DE VALORACIÓN	INDICADORES	0=Deficiente 1=Regular 2=Buena									
		PREGUNTAS/ITEMS									
ASPECTOS		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado	2									
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables		2								
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología			2							
4.ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				2						
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					2					
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias						2				
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico científicos							2			
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones								1		
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico									2	
10. OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado										2
<b>TOTALES PARCIALES</b>		2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
<b>TOTAL</b>		<b>Muy Bueno</b>								<b>19</b>	

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL VALIDADOR:**

*Dr. Adm. GUERRERO FEBRES Jose Luis.*


**TITULO PROFESIONAL/ GRADO ACADEMICO Y/O  
SEGUNDA ESPECIALIZACIÓN:**

Estudios de posgrado:

Doctor en Ciencias Empresariales por la Universidad Alas Peruanas.

**CARGO U OCUPACIÓN:**

**Docente Principal de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión.**  
Facultad de Ciencias Empresariales.

  
.....  
Dr. JOSÉ L. GUERRERO FEBRES  
CLAP. - 03785 - Docente

*Dr. Adm. José Luis GUERRERO FEBRES.*

Puntaje total = 19/20

LEYENDA:	00- 05 DEFICIENTE	( )
	06-10 REGULAR	( )
	11-15 BUENO	( )
	16-20 MUY BUENO	( X )

**Anexo 3: Base de datos Plan de Promoción Turística**

Nº	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	D1V1	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	D2V1	V1
1	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	33	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	33	66
2	3	4	4	4	3	2	3	2	3	4	32	3	3	4	4	3	2	3	2	3	4	31	63
3	2	3	5	4	3	2	4	5	4	5	37	3	2	5	4	3	2	4	5	4	5	37	74
4	3	3	4	4	4	5	4	3	3	3	36	2	4	4	4	4	5	4	3	3	3	36	72
5	3	3	2	2	3	4	3	2	2	3	27	3	3	2	2	3	4	3	2	2	3	27	54
6	4	3	4	4	5	5	3	5	4	5	42	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5	43	85
7	3	3	2	4	4	3	4	3	3	4	33	3	3	2	4	4	3	4	3	3	4	33	66
8	5	3	4	5	5	5	4	5	4	5	45	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	46	91
9	3	4	4	4	4	3	2	2	3	4	33	2	3	4	4	4	3	2	2	3	4	31	64
10	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	25	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	25	50
11	3	4	3	3	4	3	4	2	3	4	33	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4	33	66
12	3	3	5	4	4	5	4	4	4	5	41	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	44	85
13	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	34	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	33	67
14	4	3	3	5	4	3	5	4	3	3	37	4	4	3	5	4	3	5	4	3	3	38	75
15	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	26	3	4	3	2	3	3	3	2	2	3	28	54
16	4	3	3	4	4	4	3	3	2	3	33	4	3	3	4	4	4	3	3	2	3	33	66
17	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	45	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	47	92
18	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	42	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	42	84
19	4	3	4	5	4	5	3	4	3	4	39	4	3	4	5	4	5	3	4	3	4	39	78
20	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	35	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	34	69
21	5	3	4	5	5	5	4	5	4	5	45	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	46	91
22	2	3	2	2	3	3	2	1	1	2	21	2	3	2	2	3	3	2	1	1	2	21	42
23	2	4	3	3	4	3	4	2	3	3	31	2	3	3	3	4	3	4	2	3	3	30	61

24	1	3	2	3	3	3	2	3	2	3	25	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	28	53
25	3	4	3	4	4	2	3	3	4	2	32	2	2	3	4	4	2	3	3	4	2	29	61
26	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	32	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	31	63
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	12	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	14	26
28	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	31	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	30	61
29	3	4	3	4	4	2	3	3	4	2	32	2	2	3	4	4	2	3	3	4	2	29	61
30	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	32	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	31	63

### Base de datos Calidad de Vida

N°	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	D1V2	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	D2V2	V2
1	2	3	3	3	4	4	3	2	3	3	30	2	3	3	4	4	3	2	3	3	2	29	59
2	4	5	3	3	5	5	3	4	3	3	38	2	3	3	5	5	3	4	3	3	2	33	71
3	4	4	3	4	3	2	3	4	2	3	32	1	1	4	3	2	3	4	2	3	1	24	56
4	2	3	3	3	4	5	3	2	2	3	30	2	4	3	4	5	3	2	2	3	2	30	60
5	2	4	3	3	4	4	3	2	2	2	29	2	4	3	4	4	3	2	2	2	2	28	57
6	4	4	3	4	3	3	5	4	3	3	36	4	4	4	3	3	5	4	3	3	4	37	73
7	4	5	3	3	4	5	3	4	3	3	37	4	4	3	4	5	3	4	3	3	4	37	74
8	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	45	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	43	88
9	3	4	2	4	4	5	3	4	2	3	34	2	3	4	4	5	3	4	2	3	2	32	66
10	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	26	1	2	2	3	3	3	2	2	3	1	22	48
11	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3	34	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	33	67
12	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	43	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	44	87
13	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	36	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	36	72
14	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	25	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	23	48
15	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	34	2	3	3	4	4	4	3	3	3	2	31	65
16	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	38	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	35	73
17	5	4	4	5	5	3	5	4	5	5	45	4	4	5	5	3	5	4	5	5	4	44	89
18	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	34	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	34	68
19	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3	34	3	4	4	4	3	4	2	3	3	3	33	67
20	4	5	3	4	4	5	4	3	3	3	38	3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	36	74
21	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	45	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	43	88
22	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	25	1	2	3	3	3	3	2	2	2	1	22	47
23	4	2	3	2	3	4	5	2	1	3	29	1	1	2	3	4	5	2	1	3	1	23	52

24	4	3	2	3	3	3	2	1	1	1	23	1	2	3	3	3	2	1	1	1	1	18	41
25	4	3	4	2	4	3	4	3	1	2	30	2	1	2	4	3	4	3	1	2	2	24	54
26	2	4	2	4	4	4	3	3	3	3	32	2	3	4	4	4	3	3	3	3	2	31	63
27	1	5	1	5	3	5	5	2	1	2	30	1	2	5	3	5	5	2	1	2	1	27	57
28	3	4	4	2	4	5	4	3	2	3	34	2	4	2	4	5	4	3	2	3	2	31	65
29	4	3	4	2	4	3	4	3	1	2	30	2	1	2	4	3	4	3	1	2	2	24	54
30	2	4	2	4	4	4	3	3	3	3	32	2	3	4	4	4	3	3	3	3	2	31	63



**DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCION TURISTICA Y SU IMPLICANCIA EN LA CALIDAD DE VIDA DE LOS POBLADORES DE LA COMUNIDAD CAMPESINA DEL DISTRITO SIMON BOLIVAR DE RANCAS PERIODO 2021**

F

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>¿Cómo se relaciona el diseño de un Plan de Promoción Turística y la Calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del distrito de Simón Bolívar de Rancas en el periodo 2021?</p> <p><b>Problemas Específicos:</b>                      ¿Cuál es la relación del contexto social y territorial y la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas?                      ¿Cuál es la relación del contexto social y territorial y la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas?                      ¿Cuál es la relación del contexto de la planificación estratégica y la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas?                      ¿Cuál es la relación del contexto de la planificación estratégica y la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas?</p>	<p>Establecer la relación del diseño de un Plan de Promoción Turística y la Calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del distrito de Simón Bolívar de Rancas en el periodo 2021.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b>                      Conocer la relación del contexto social y territorial y la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.                      Conocer la relación del contexto social y territorial y la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.                      Conocer la relación del contexto de la planificación estratégica y la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.                      Conocer la relación del contexto de la planificación estratégica y la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.</p>	<p>El diseño del Plan de Promoción Turística se relaciona positivamente con la Calidad de vida de los pobladores de la Comunidad Campesina del distrito de Simón Bolívar de Rancas en el periodo 2021.</p> <p><b>Hipótesis Específicas:</b>                      El contexto social y territorial se relaciona positivamente con la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.                      El contexto social y territorial se relaciona positivamente con la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.                      El contexto de la planificación estratégica se relaciona positivamente con la perspectiva del bienestar de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.                      El contexto de la planificación estratégica se relaciona positivamente con la perspectiva de la calidad ambiental de los pobladores de la Comunidad Campesina Simón Bolívar de Rancas.</p>	<p><u>Variable 1</u></p> <p>PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA</p> <p><u>Variable 2</u></p> <p>CALIDAD DE VIDA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONTEXTO SOCIAL Y TERRITORIAL</li> <li>• CONTEXTO DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA</li> <li>• PERSPECTIVA DEL BIENESTAR</li> <li>• PERSPECTIVA DE LA CALIDAD AMBIENTAL</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condiciones del entorno turístico</li> <li>• Características y condiciones de la población</li> <li>• Estudio de mercado</li> <li>• Estrategias de promoción y difusión</li> <li>• Empleo</li> <li>• Salud</li> <li>• Educación</li> <li>• Habitacional</li> <li>• Urbana</li> <li>• Territorial</li> </ul>	<p><b>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</b> Según su finalidad: Aplicada.</p> <p><b>NIVEL DE INVESTIGACIÓN:</b> Correlacional</p> <p><b>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:</b> No experimental, transversal, descriptivo correlacional.</p> <p>                     *M = muestra                      *O<sub>1</sub> = observación de la variable Plan de Promoción Turística                      *O<sub>2</sub> = observación de la variable Calidad de Vida                      r = relación de variables                 </p> <p><b>POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Población y Muestra Representantes de las organizaciones de base del distrito (30)</li> <li>• Muestreo: No por tipo de tipo</li> </ul> <p><b>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• TÉCNICA: Encuesta.</li> <li>• INSTRUMENTO: Cuestionario de preguntas.</li> </ul> <p><b>PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estadística descriptiva.</li> <li>- Estadística inferencial.</li> </ul>