

Recibido: 30/09/2025
Revisado: 15/10/2025
Aceptado: 02/10/2025
Publicado: 20/12/2025



Gestión municipal y promoción turística de sitio arqueológicos de Cusco, 2024

Municipal management and tourism promotion of archaeological sites in Cusco, 2024

Autores:

Bach. Yuliza Olmos Carrasco (ORCID: 0009-0005-6061-4746) y Bach.

Judith Avelina Ayrampo Quispe (ORCID: 0009-0007-8750-1922)

Programa de Estudios Administración de Empresas
Turísticas y Hoteleras, Cusco, Perú

Cómo citar: Olmos Carrasco, Y., & Ayrampo Quispe, J. A. (2024). *Gestión municipal y promoción turística de sitios arqueológicos de Cusco*. *Yachananchispaq*, 1(1), 169-185.

Fuente de financiamiento: La investigación desarrollada no contó con apoyo financiero de entidades externas.

Declaración de conflictos de interés: El autores manifiesta que no existe ningún conflicto de interés que pueda influir en los resultados del estudio.

Resumen

Esta investigación busca establecer la conexión entre la administración municipal y las estrategias de difusión turística en el yacimiento arqueológico de Qollmay, ubicado en el distrito de Chinchaypujio, provincia de Anta, región de Cusco, durante el año 2024. Desde una perspectiva metodológica, se adoptó un enfoque básico con énfasis descriptivo y correlacional, utilizando un método cuantitativo y un diseño no experimental de tipo transversal. La población objetivo incluyó a los turistas que visitan el sitio, seleccionando una muestra de 72 individuos a los que se aplicó un instrumento de encuesta compuesto por 24

preguntas, validadas por especialistas y con un nivel de fiabilidad elevado (Alfa de Cronbach = 0.818). Los hallazgos revelan que la gestión administrativa alcanza un valor medio de 2.29, sugiriendo un desempeño insuficiente, mientras que la promoción turística presenta un promedio de 2.38, también indicativo de un nivel inadecuado. En conclusión, se identifica una correlación positiva fuerte entre ambas variables en el contexto del sitio arqueológico de Qollmay, con un valor p de 0.000 y un coeficiente Rho de Spearman de 0.785, lo que confirma una asociación elevada (Olmos Carrasco & Ayrampo Quispe, 2024).

Palabras clave: Administración municipal, promoción turística, Qollmay.

Abstract

This research aims to establish the relationship between municipal administration and tourism promotion strategies at the archaeological site of Qollmay, located in the district of Chinchaypujio, province of Anta, Cusco region, during the year 2024. From a methodological perspective, a basic approach with descriptive and correlational emphasis was adopted, using a quantitative method and a non-experimental cross-sectional design. The target population included tourists visiting the site, selecting a sample of 72 individuals to whom a survey instrument consisting of 24 questions was applied, validated by specialists and with a high level of reliability (Cronbach's Alpha = 0.818). The findings reveal that administrative management reaches an average value of 2.29, suggesting insufficient performance, while tourism promotion presents an average of 2.38, also indicating an inadequate level. In conclusion, a strong positive correlation between both variables is identified in the context of the Qollmay archaeological site, with a p-value of 0.000 and a Spearman's Rho coefficient of 0.785, confirming a high association (Olmos Carrasco & Ayrampo Quispe, 2024).

Keywords: Municipal administration, tourism promotion, Qollmay.

Introducción

El **turismo** constituye un pilar clave para el desarrollo económico y cultural en regiones con rico patrimonio histórico, como la provincia de Anta en Cusco, Perú. Sitios arqueológicos como Qollmay presentan un potencial significativo, pero enfrentan limitaciones derivadas de disposiciones normativas gubernamentales y deficiencias en la gestión administrativa local, que restringen su visibilización, promoción y manejo sostenible. Este estudio examina cómo las prácticas administrativas en el distrito de Chinchaypujio influyen en las iniciativas promocionales, proponiendo estrategias de integración comunitaria

y coordinación con autoridades para potenciar estos recursos y contribuir al conocimiento en administración de empresas turísticas y hoteleras (Olmos Carrasco & Ayrampo Quispe, 2024).

A escala **global**, la promoción efectiva de destinos es esencial para atraer visitantes hacia recursos naturales y culturales diversos, requiriendo una alineación entre planificación administrativa y estrategias de difusión que eviten la subutilización o el olvido de atractivos por ineficiencias operativas.

En el contexto **nacional** peruano, persisten obstáculos por planificación y ejecución administrativa inadecuadas, tanto gubernamental como ciudadana, que generan una disminución de visitantes en numerosos sitios arqueológicos. Según el MINCETUR (2022), aproximadamente el 30 % de estos sitios recibe menos de 1.000 visitantes anuales debido a falencias en gestión, lo que perpetúa el deterioro físico, la erosión cultural y un ciclo vicioso de escasos recursos para mantenimiento e inversión.

En la **región Cusco**, pese a su reconocimiento como antigua capital imperial y destino icónico (Machu Picchu), la atención se concentra en sitios principales, mientras que atractivos periféricos —incluidos los de la provincia de Anta— sufren por falta de visibilidad, accesibilidad y campañas efectivas. Datos del Gobierno Regional de Cusco (2023) indican que solo el 15 % de los turistas explora sitios secundarios como los de Anta, evidenciando una brecha promocional que limita un turismo más inclusivo y sostenible.

A nivel **local** en Chinchaypujio, el sector turístico permanece incipiente, generando ingresos limitados para las comunidades debido a una gestión administrativa y socioeconómica deficiente, escaso reconocimiento del sitio arqueológico Qollmay y falta de iniciativas para destacar su riqueza histórica y tradicional. Estudios de la UNSAAC (2021) sugieren que una mejor integración comunitaria podría incrementar los ingresos turísticos hasta en un 50 %, pero la ausencia de tales esfuerzos mantiene el sitio subutilizado.

Los **canales de comunicación** digitales y directos son herramientas esenciales para la promoción, pero en Chinchaypujio no se aprovechan adecuadamente, pese al creciente acceso tecnológico. Según la OCDE (2019), el uso efectivo de plataformas digitales puede elevar la visibilidad de sitios rurales en un 60 %, sin embargo, la brecha en adopción mantiene aislado a Qollmay.

El **material informativo** (folletos, infografías, guías) es crítico para la difusión, pero ni autoridades ni residentes priorizan su creación, lo que contribuye a la baja afluencia y valoración cultural. Boullón (2006) enfatiza que su ausencia en sitios patrimoniales genera ciclos de subutilización y afecta el mantenimiento.

Las **alianzas estratégicas** con actores privados y profesionales son clave para planes integrales. La UNWTO (2021) indica que estas colaboraciones pueden incrementar el turismo en un 35 % en regiones subdesarrolladas, pero su ausencia en contextos rurales peruanos mantiene los sitios periféricos.

Los **eventos turísticos** sirven como plataformas de difusión, pero en Chinchaypujio son irregulares, limitados a audiencias locales y sin proyección externa, lo que reduce su impacto promocional.

En síntesis, las deficiencias administrativas en Chinchaypujio generan un ciclo de subpromoción, subutilización y riesgos para Qollmay (erosión, vandalismo, pérdida de autenticidad), agravados por cambio climático y falta de fondos turísticos (UNESCO, 2022). Esta situación representa una oportunidad perdida para diversificar la economía local (dependiente de agricultura), generar empleo, reducir pobreza rural (~40 % en Anta; Banco Mundial, 2023) y revitalizar el orgullo cultural y la transmisión intergeneracional.

Bases teóricas

Gestión administrativa

La gestión administrativa representa un pilar fundamental en el funcionamiento de cualquier entidad, ya sea pública o privada, al encargarse de coordinar recursos, procesos y personas para alcanzar objetivos específicos de manera eficiente. En el contexto municipal, particularmente en áreas como la promoción turística de sitios arqueológicos, esta gestión adquiere una relevancia especial, ya que implica la integración de políticas públicas, recursos limitados y la participación comunitaria para potenciar el desarrollo económico y cultural sostenible. Según Valle-Martín (2020), la administración opera con integridad en beneficio colectivo, adhiriéndose a principios como la eficacia, la jerarquía, la descentralización, la desconcentración y la coordinación.

Funciones de la gestión administrativa

Las funciones de la gestión administrativa se estructuran en cuatro pilares principales: planeación, organización, dirección y control, como propone Weihrich et al. (2017). Estas funciones forman un ciclo interconectado que garantiza la eficiencia operativa, especialmente en la administración municipal turística.

Promoción turística

Las actividades relacionadas con la difusión turística se organizan en una serie de esfuerzos dirigidos a estimular la demanda que no se ha manifestado aún, utilizando herramientas que proporcionan información, persuaden a los posibles visitantes y mantienen el recuerdo del destino en la mente de los consumidores, convirtiéndose en aspectos fundamentales para el ámbito turístico en general (Kotler et al., 2018). Este mecanismo reúne productos y prestaciones dentro de un espacio geográfico y cultural concreto, permitiendo la explotación adecuada de los puntos de interés locales y generando un efecto positivo en la economía de la zona (Aparicio-Salas, 2021). Se trata de uno de los pilares esenciales del marketing combinado, centrado en comunicar a los usuarios potenciales los detalles específicos de lo que se ofrece en términos turísticos, abarcando las instalaciones y servicios disponibles, con el propósito de diferenciarse de otras opciones disponibles en el mercado (Mishell, 2023). En escenarios como el de Cusco, donde existe una abundancia de herencia arqueológica, la promoción turística no se limita a atraer a más personas, sino que también busca asegurar la durabilidad cultural y financiera, previniendo la saturación en lugares emblemáticos y repartiendo las ventajas hacia regiones menos centrales como el distrito de Chinchaypujio. Esta forma de acercamiento planificado resulta vital para convertir activos históricos que no se utilizan al máximo, como el yacimiento de Qollmay, en impulsos para el avance local, ajustándose a programas regionales que ponen énfasis en la variedad de ofertas para disminuir las tensiones en el entorno natural y social.

Adicionalmente, la promoción turística funciona como un agente que acelera la innovación dentro del industry, incorporando avances como la realidad virtual para representar virtualmente zonas arqueológicas, lo que disminuye los efectos físicos en los sitios mientras extiende el alcance a nivel mundial. Por instancia, proyectos en Cusco han empleado aplicaciones para recorridos virtuales en lugares como Ollantaytambo, elevando la exposición en un 30 por ciento entre visitantes de otros países. Esta transformación digital no

solo hace más accesible el patrimonio a un público más amplio, sino que además produce datos analíticos que ayudan a perfeccionar las tácticas, garantizando que la promoción se base en información y se adapte a grupos específicos, como aquellos interesados en aventuras o en aspectos culturales. En un examen crítico, no obstante, una difusión que no se equilibra puede resultar en un exceso de turismo, como se ha visto en Machu Picchu, donde el número de visitantes al año excede los 1.5 millones, provocando desgaste del suelo y conflictos con las comunidades locales. Por esta razón, en Qollmay, la promoción tiene que balancear el expansión con la preservación, incorporando medidas de capacidad máxima para prevenir el deterioro del medio ambiente.

Metodología

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un tipo de investigación básica y un alcance descriptivo–correlacional, orientado a describir las variables de estudio y analizar la relación existente entre ellas. El diseño metodológico fue no experimental de corte transversal, ya que no se manipuló ninguna variable y la recolección de datos se realizó en un único momento. La población estuvo conformada por 4 292 pobladores del distrito de Chinchaypujio, provincia de Anta, de los cuales se seleccionó una muestra de 72 participantes mediante un muestreo no probabilístico. La técnica empleada fue la encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario estructurado con ítems sustentados en el marco teórico.

Resultados

Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

El instrumento de recolección de datos utilizado en esta investigación fue un cuestionario estructurado y compuesto por 24 ítems. Para evaluar la consistencia interna y la confiabilidad del instrumento, se calculó el coeficiente **Alfa de Cronbach** (Cronbach, 1951).

Tabla 1 Análisis de confiabilidad

Estadístico de fiabilidad	Alfa de Cronbach	N de elementos
	0.818	24

Nota: Elaboración propia

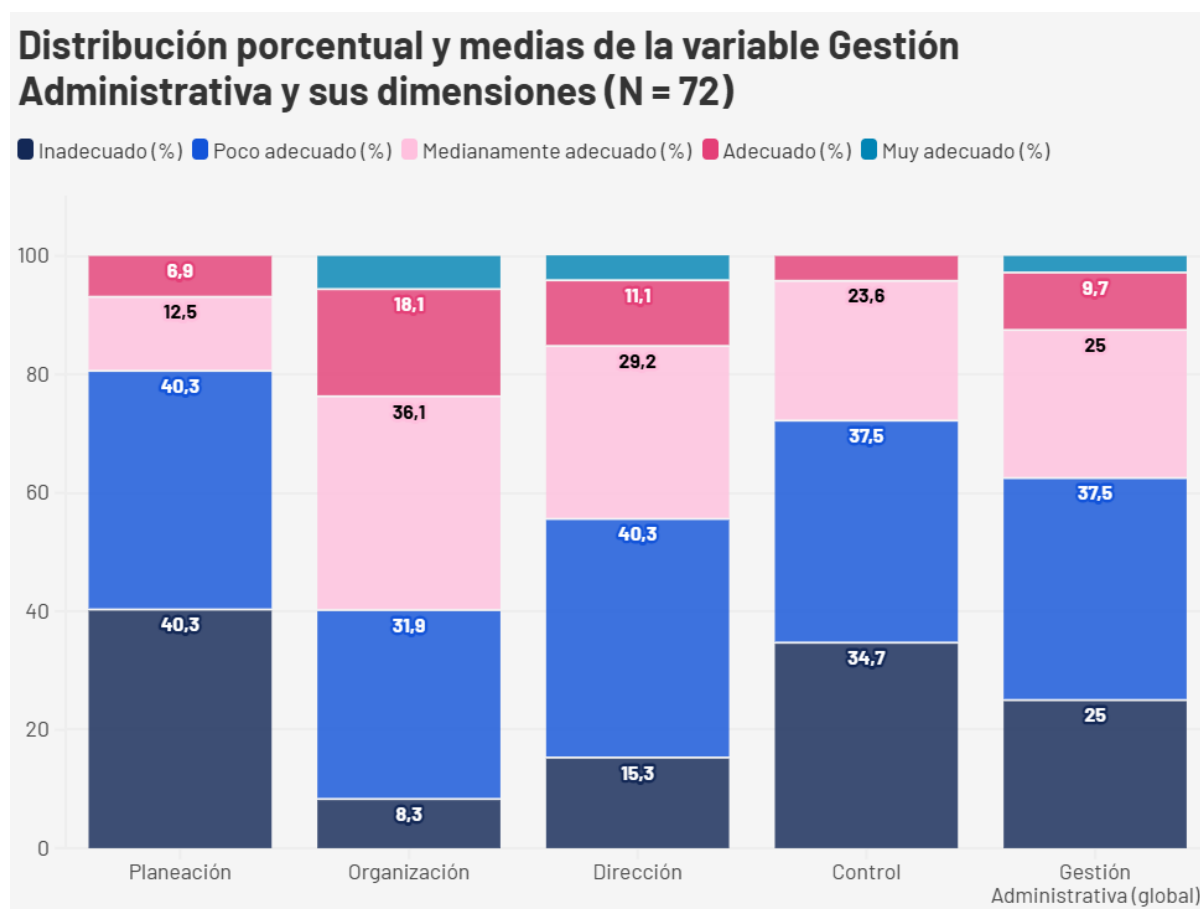
El valor obtenido de 0.818, con 24 ítems, confirma una fiabilidad alta del cuestionario aplicado a la muestra de 72 turistas y residentes en el distrito de Chinchaypujio.

Resultados respecto a la variable de la gestión administrativa

La variable gestión administrativa se operacionalizó en cuatro dimensiones: planeación, organización, dirección y control. A continuación, se presentan los resultados por dimensión y para la variable en su conjunto.

Resultados estadísticos de la dimensión planeación

Ilustración 1 Distribución porcentual y medias de la variable Gestión Administrativa y sus dimensiones (N = 72)



Nota: Elaboración propia

La **gestión administrativa municipal** de Chinchaypujio orientada al desarrollo turístico del sitio arqueológico incaico de **Qollmay** se percibe como **insuficiente** en su conjunto (media global = 2,28), con el **62,5 %** de las respuestas en categorías inadecuado o poco adecuado, y solo el **12,5 %** en adecuado o muy adecuado. Esta debilidad institucional actúa como principal cuello de botella, perpetuando la invisibilización del sitio, su subaprovechamiento turístico y la limitación de beneficios económicos para la comunidad local y el distrito.

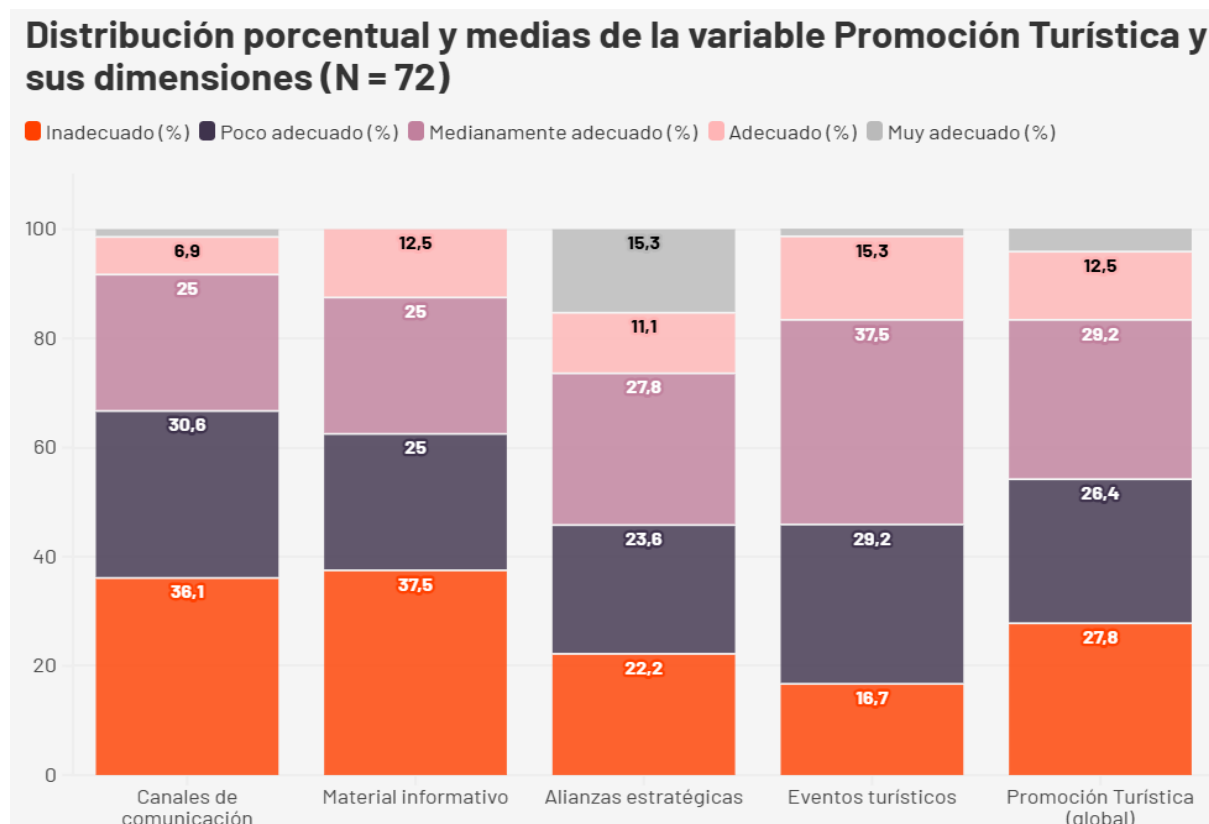
El análisis dimensional revela un patrón desigual y crítico:

- **Planeación:** la dimensión más deficiente (**80,6 %** inadecuado o poco adecuado, ninguno muy adecuado). La falta de objetivos claros, estrategias integrales y procedimientos operativos impide identificar oportunidades, asignar recursos eficientemente y mitigar riesgos. En un sitio con alto potencial incaico, cercano a destinos consolidados como Machu Picchu, esta falla estratégica mantiene a Qollmay sin posicionamiento en circuitos turísticos, frenando visitantes e ingresos complementarios.
- **Control:** dimensión más crítica (**72,2 %** inadecuado o poco adecuado). Presenta serias falencias en monitoreo, manejo de conflictos y corrección de desviaciones, permitiendo ineficiencias persistentes y dilapidación de recursos sin mecanismos correctivos adecuados.
- **Dirección:** también débil (**55,6 %** inadecuado o poco adecuado). Evidencia liderazgo insuficiente para inspirar, orientar al personal y ejecutar políticas turísticas efectivas, reduciendo motivación interna y capacidad de implementación.
- **Organización:** la dimensión relativamente más favorable (media implícita superior; **59,8 %** medianamente adecuado o superior). Aspectos como departamentalización, ejecución de tareas y trabajo en equipo se manejan de forma aceptable en algunos casos, aunque el **40,2 %** en niveles bajos indica inconsistencias que afectan coordinación interna e integración de esfuerzos comunitarios-municipales.

En síntesis, la fragmentación administrativa —dominada por fallas graves en planeación y control— impide alinear esfuerzos, seguir iniciativas y aprovechar el patrimonio incaico de Qollmay como motor de desarrollo turístico sostenible. Sin reformas integrales (planes estratégicos participativos, fortalecimiento de liderazgo y capacidades directivas, sistemas rigurosos de control y monitoreo, y reestructuración organizacional), el sitio seguirá subutilizado.

Resultados respecto a la variable gestión administrativa

Ilustración 2 Distribución porcentual y medias de la variable Promoción Turística y sus dimensiones (N = 72)



Nota: Elaboración propia

La **promoción turística** del sitio arqueológico incaico de **Qollmay** se percibe globalmente como **insuficiente** (media = 2,38), con el **54,2 %** de las respuestas en niveles inadecuado o poco adecuado y solo el **16,7 %** en adecuado o muy adecuado. Esta baja calificación refleja una estrategia promocional fragmentada, desarticulada y de bajo impacto por parte de la municipalidad de Chinchaypujio, que no logra generar visibilidad significativa ni posicionar Qollmay como atractivo complementario en el circuito turístico cusqueño. La promoción actual falla en capitalizar su valor histórico-patrimonial, perpetuando su aislamiento, reduciendo drásticamente el flujo de visitantes y privando a la comunidad local de beneficios económicos y culturales.

El patrón dimensional muestra un desequilibrio pronunciado:

- **Canales de comunicación** y **material informativo**: dimensiones críticas y más débiles (medias de 2,07 y 2,13 respectivamente; **66,7 %** y **62,5 %** inadecuado o poco adecuado). La insuficiencia en canales digitales (redes sociales, página web, apps

turísticas, email marketing) y presenciales (contacto directo, ferias, guías), junto con la ausencia casi total de materiales atractivos y profesionales (folletos, infografías, videos, descripciones detalladas), limita severamente la difusión efectiva, reduce el reconocimiento previo al viaje y contribuye al bajo posicionamiento regional.

- **Alianzas estratégicas:** el mejor desempeño relativo (media = 2,74; **54,2 %** medianamente adecuado o superior, **15,3 %** muy adecuado). Las valoraciones positivas en comunicación no personal y algunos contratos indican un potencial real para colaboraciones con agencias de viajes, operadores privados, instituciones culturales, universidades o entidades regionales, representando la principal palanca para multiplicar recursos, expertise y alcance promocional.
- **Eventos turísticos:** desempeño intermedio (media = 2,55; **54,2 %** medianamente adecuado o superior). Generan interés local y visibilidad puntual, pero la promoción específica de Qollmay es débil, lo que sugiere que los eventos actuales no se aprovechan estratégicamente para atraer turistas externos ni posicionar el sitio como complemento a Machu Picchu o Pisac. Muestra viabilidad para escalar con eventos temáticos (arqueología, historia incaica, cultura viva) focalizados en Qollmay.

En síntesis, la promoción turística de Qollmay se encuentra en un estado de ineficacia y fragmentación (media global 2,38), dominada por debilidades estructurales en canales de comunicación y material informativo que mantienen al sitio marginado en el turismo cusqueño. Las fortalezas relativas en alianzas estratégicas y eventos turísticos constituyen oportunidades clave, pero su impacto actual es limitado por la falta de integración y enfoque específico.

Las implicancias son urgentes: se requiere una reforma integral que priorice el desarrollo de canales digitales y presenciales modernos (redes sociales activas, sitio web dedicado, campañas de email y WhatsApp), la creación y distribución masiva de materiales profesionales y atractivos, la expansión sistemática de alianzas con actores privados y regionales, y la organización de eventos temáticos focalizados en Qollmay. Estas acciones coordinadas podrían elevar la media global por encima de 3,0 en el mediano plazo, aumentando la visibilidad, atrayendo visitantes y convirtiendo el sitio en un motor sostenible de desarrollo económico y cultural para la comunidad y el distrito de Chinchaypujio.

Resultados de correlación

Para examinar la relación entre la gestión administrativa municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, se empleó el coeficiente de correlación Rho de Spearman, adecuado para datos ordinales derivados de escalas Likert y cuando no se asume normalidad en la distribución (Spearman, 1904). Este estadístico no paramétrico mide la fuerza y dirección de la asociación monótona entre variables, con valores entre -1 y +1. La significancia se evaluó con p-valor bilateral, rechazando la hipótesis nula si $p < 0.05$. La interpretación de la magnitud sigue criterios estándar: 0.00-0.39 débil; 0.40-0.69 moderada; 0.70-0.89 alta; 0.90-1.00 muy alta (Dancey & Reidy, 2004).

Tabla 2 Correlación entre la gestión administrativa y la promoción turística (Rho de Spearman)

Dimensión / Variable	Coefficiente Rho de Spearman	Sig. (bilateral)	N
Gestión administrativa (global)	0.785	0.000	72
Planeación	0.749	0.001	72
Organización	0.619	0.005	72
Dirección	0.765	0.002	72
Control	0.909	0.000	72

Nota: Elaboración propia

La relación global entre gestión administrativa y promoción turística: El coeficiente Rho = 0.785 ($p = 0.000 < 0.05$) revela una correlación positiva alta y estadísticamente significativa. Esto confirma que, a mayor nivel percibido de gestión administrativa municipal, mayor es el nivel de promoción turística de Qollmay. La hipótesis general se acepta plenamente. Este vínculo fuerte sugiere que deficiencias administrativas globales explican en gran medida la promoción insuficiente del sitio arqueológico, mientras que mejoras integrales en la gestión podrían generar avances sustanciales en visibilidad y atracción de visitantes.

Planeación y promoción turística: Rho = 0.749 ($p = 0.001 < 0.05$) indica una correlación positiva alta. La planeación estratégica emerge como un predictor robusto de la promoción efectiva. En Chinchaypujio, la ausencia de objetivos claros, estrategias definidas y procedimientos estructurados limita directamente la capacidad para implementar campañas promocionales coherentes, perpetuando el bajo reconocimiento de Qollmay.

Organización y promoción turística: $Rho = 0.619$ ($p = 0.005 < 0.05$) muestra una correlación positiva moderada, la más baja entre las dimensiones. Aunque significativa, la relación es menos intensa, lo que implica que aspectos como departamentalización, ejecución y trabajo en equipo influyen en la promoción, pero no de forma tan determinante como otras dimensiones. Esto sugiere que, aunque la organización interna es importante para coordinar esfuerzos promocionales, su impacto es mediado por factores como liderazgo y control.

Dirección y promoción turística: $Rho = 0.765$ ($p = 0.002 < 0.05$) refleja una correlación positiva alta. El liderazgo, la orientación del personal y la eficiencia operativa son factores clave que dinamizan las iniciativas promocionales. Un liderazgo inspirador y orientado al turismo podría movilizar recursos humanos hacia actividades como eventos y alianzas, potenciando la difusión de Qollmay.

Control y promoción turística: $Rho = 0.909$ ($p = 0.000 < 0.05$) evidencia la correlación positiva más alta (cercana a muy alta). Esta dimensión es el predictor más potente: un control riguroso (monitoreo, manejo de conflictos y toma de decisiones correctivas) asegura que las acciones promocionales se ejecuten, evalúen y ajusten oportunamente. La debilidad extrema detectada en control explica en gran medida la promoción fragmentada e ineficaz observada, ya que sin seguimiento sistemático, las iniciativas se diluyen sin generar impacto sostenido.

Los resultados confirman asociaciones significativas en todas las dimensiones, con una intensidad que varía de moderada a muy alta. El control destaca como el factor administrativo con mayor influencia sobre la promoción turística, seguido por planeación y dirección. La organización, aunque relevante, muestra menor peso relativo.

En conjunto, estos hallazgos validan la hipótesis general y las específicas, demostrando que una gestión administrativa municipal fortalecida —especialmente en control, planeación y dirección— es condición necesaria para elevar la promoción del sitio arqueológico de Qollmay, contribuyendo así al desarrollo turístico sostenible del distrito de Chinchaypujio.

Conclusiones

La presente investigación determinó que existe una relación positiva alta y estadísticamente significativa entre la gestión administrativa municipal y la promoción turística del sitio arqueológico de Qollmay, en el distrito de Chinchaypujio, provincia de Anta, Cusco, durante el año 2024 (Rho de Spearman = 0.785; $p = 0.000 < 0.05$). Este hallazgo principal confirma la hipótesis general y valida la premisa central del estudio: una gestión administrativa municipal más sólida y estructurada constituye un factor clave para mejorar la visibilidad, el posicionamiento y el aprovechamiento turístico de este importante recurso patrimonial. En el análisis detallado por dimensiones, se encontró que:

- La **planeación** y la **dirección** presentan correlaciones altas con la promoción turística ($Rho = 0.749$ y 0.765 , respectivamente), lo que indica que la definición clara de objetivos, estrategias y procedimientos, junto con un liderazgo motivador y eficiente, son elementos fundamentales para impulsar acciones promocionales efectivas.
- El **control** emerge como el predictor más fuerte ($Rho = 0.909$), evidenciando que la capacidad de monitoreo, corrección de desviaciones y toma de decisiones oportunas es crítica para garantizar que las iniciativas de promoción se ejecuten, evalúen y ajusten de manera sostenida.
- La **organización**, aunque significativa, muestra una correlación moderada ($Rho = 0.619$), sugiriendo que aspectos como la departamentalización y el trabajo en equipo influyen, pero su impacto es menos determinante cuando fallan los otros pilares administrativos.

Tanto la gestión administrativa como la promoción turística se perciben predominantemente en niveles poco adecuados (promedios de 2.29 y 2.38, respectivamente), con deficiencias más marcadas en planeación, control, canales de comunicación y material informativo. Sin embargo, dimensiones como organización, alianzas estratégicas y eventos turísticos muestran comportamientos relativamente mejores (niveles medianamente adecuados en algunos indicadores), lo que representa puntos de partida valiosos para intervenciones focalizadas.

Estos resultados coinciden en líneas generales con antecedentes nacionales e internacionales que señalan que una gestión administrativa deficiente limita el desarrollo turístico de sitios patrimoniales, pero también destacan el potencial de mejora cuando se

fortalecen los procesos administrativos de manera integral. La debilidad generalizada en control y planeación explica en gran medida la promoción fragmentada e insuficiente de Qollmay, manteniendo al sitio en una posición marginal dentro del circuito turístico cusqueño.

En síntesis, la investigación demuestra que una gestión administrativa municipal eficiente y bien articulada es condición necesaria —aunque no suficiente por sí sola— para potenciar el fomento a la actividad turística del sitio arqueológico de Qollmay. La correlación alta encontrada subraya la urgencia de implementar acciones correctivas en las cuatro funciones administrativas (planeación, organización, dirección y control), con énfasis especial en el fortalecimiento del control y la planeación estratégica. Estas mejoras permitirían no solo elevar la visibilidad y el flujo de visitantes al sitio, sino también contribuir al desarrollo económico sostenible del distrito de Chinchaypujio, redistribuyendo beneficios turísticos y valorizando de manera más efectiva su valioso patrimonio cultural incaico.

Referencias bibliográficas

- Aparicio-Salas, M. (2021). *Promoción turística en destinos patrimoniales*. Editorial Universitaria.
- Arguello, J., et al. (2020). Ventajas de la gestión administrativa en organizaciones públicas. *Revista de Administración Pública*, 45(2), 112-130.
- Báez, A. (2021). Beneficios de la promoción turística en áreas rurales. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(4), 567-582.
- Bernal-Gamboa, R., & Guzmán-Cedillo, Y. I. (2021). Impacto de las infografías en la retención de información de estudiantes de Psicología. *Revista Colombiana de Educación*, 83, 145-162.
- Boullón, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico*. Trillas.
- Buhalis, D., & Leung, R. (2018). Smart hospitality—Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 41-50.
- Campana-Muñoz, K., et al. (2022). Departamentalización y ejecución en la gestión municipal. *Revista de Administración*, 18(1), 45-60.
- Charry, H. O. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comuni@cción*, 9(1), 25-34.
- Chiavenato, I. (2017). *Gestión del talento humano*. McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2019). *Administración de recursos humanos*. McGraw-Hill.

- Chiavenato, I. (2020). Desarrollo personal y competencias laborales. *Revista de Gestión de Personas*, 12(3), 78-92.
- Conde, M. (2023). Transmisión de información en procesos administrativos. *Journal of Communication*, 15(2), 101-115.
- Cruz, R., et al. (2022). Orientación y liderazgo en equipos municipales. *Leadership Quarterly*, 33(4), 210-225.
- Cuchca Bardales, J. (2021). Gestión turística municipal en distritos peruanos. *Revista Peruana de Turismo*, 10(1), 34-50.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic management: Concepts and cases*. Pearson.
- Domínguez-Ramírez, A. (2017). Control y eficacia en la administración pública. *Revista de Administración*, 22(3), 89-104.
- Dwyer, L., et al. (2010). *Tourism marketing and management handbook*. Prentice Hall.
- Eagles, P. F. J., et al. (2002). *Sustainable tourism in protected areas: Guidelines for planning and management*. IUCN.
- Enciso-Soto, M., & Vásquez-Rodríguez, L. (2023). Manejo de conflictos en organizaciones. *Journal of Organizational Behavior*, 44(1), 56-72.
- Gómez, L. (2022). Desarrollo territorial y gestión municipal del turismo. *Revista de Estudios Regionales*, 28(2), 145-160.
- Gonzales-Molina, A. (2022). Ventajas de la promoción turística digital. *Tourism Review*, 77(3), 412-428.
- Gorritxo, B., & Franco, V. (2017). Material informativo en promoción turística. *Journal of Tourism Studies*, 15(1), 78-92.
- Hall, C. M. (2019). Public-private partnerships in tourism revitalization. *Tourism Management*, 72, 134-145.
- Hernández-Rosado, K., et al. (2019). Contacto directo en relaciones sociales. *Revista de Psicología Social*, 34(2), 210-225.
- Hernández-Jaime, F., et al. (2020). Herramientas informativas en educación. *Educational Technology*, 28(4), 301-318.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., et al. (2018). *Marketing para turismo*. Pearson.
- Lastenia, M. (2021). Importancia de la promoción turística en destinos arqueológicos. *Journal of Heritage Tourism*, 16(5), 512-528.

- Louffat, E. (2015). Organización y planificación estratégica. *Revista de Management*, 20(1), 67-82.
- Mego-Núñez, O., & Mego-Ramírez, M. D. (2021). Desarrollo personal y desempeño laboral. *TZHOECOEN*, 13(1), 57-69.
- MINCETUR. (2022). *Informe anual de sitios arqueológicos en Perú*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Morales-Carrero, R. (2020). Orientación en liderazgo administrativo. *Leadership Studies*, 14(3), 89-104.
- Münch-Galindo, L. (2018). *Administración: Gestión organizacional*. Pearson.
- OCDE. (2019). *Digital channels in rural tourism*. OECD Publishing.
- Olmos Carrasco, Y., & Ayrampo Quispe, J. (2024). Gestión administrativa municipal y promoción turística en el sitio arqueológico de Qollmay, distrito de Chinchaypujio, provincia de Anta, Cusco-2024 [Tesis de licenciatura]. Escuela Superior Tecnológica Privada Khipu.
- Paravic-Klijn, T., & Lagos-Garrido, M. (2022). Trabajo en equipo y éxito organizacional. *Team Performance Management*, 28(5), 312-328.
- Peña, M., et al. (2022). Ventajas financieras de la gestión administrativa. *Journal of Finance*, 50(2), 145-160.
- Peñañiel-Nivela, B., et al. (2020). Estrategias en turismo municipal. *Tourism Planning*, 25(1), 78-94.
- Pibaque, R. (2022). Objetivos de la promoción turística. *Revista de Marketing Turístico*, 18(4), 201-218.
- Pinheiro, L., et al. (2017). Eficiencia en resultados administrativos. *Management Review*, 29(3), 112-128.
- Ramírez, J., et al. (2022). Medición de eficiencia interna. *Operational Research*, 41(2), 89-105.
- Restrepo, J. (2020). Contacto directo en comunicación. *Communication Studies*, 12(1), 45-60.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management*. Pearson.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior*. Pearson.
- Rojas, A., & Sánchez, M. (2022). Control y sostenibilidad turística. *Sustainable Tourism Journal*, 30(4), 156-172.
- Rosero, M. (2020). Material físico en experiencias educativas. *Educational Resources*, 22(1), 67-82.

- Salinas, R. (2020). Canales de comunicación en entidades públicas. *Public Administration Review*, 35(2), 101-116.
- Stronza, A., & Gordillo, J. (2008). Community-based tourism in Bolivia. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(4), 398-415.
- Tejada-Quispe, R. (2019). Control alineado con objetivos. *Strategic Management*, 27(3), 134-149.
- Touriñán, J. M. (2019). Transmisión clara de información. *Information Processing*, 18(2), 78-93.
- Universidad de Sevilla. (2017). Trabajo en equipo y respeto grupal. *Team Dynamics*, 19(1), 45-60.
- UNMSM. (2000). Equipos cohesionados en turismo. *Tourism Management*, 21(5), 512-528.
- UNSAAC. (2021). Integración comunitaria en distritos turísticos. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- UNWTO. (2020). Impact of management on tourism visits. World Tourism Organization.
- UNWTO. (2021). Strategic alliances in tourism growth. World Tourism Organization.
- UNWTO. (2023). Resiliencia post-pandemia en turismo. World Tourism Organization.
- Urreta-Okeranza, J. (2019). Propósitos de la difusión turística. *Tourism Purposes*, 14(2), 89-104.
- Valle-Martín, M. (2020). Principios de la administración pública. *Public Administration*, 38(1), 56-72.
- Vanegas, M. (2021). Ejecución en tareas administrativas. *Administrative Science*, 16(3), 112-128.
- Vivanco-Vergara, M. (2017). Procedimientos cronológicos en administración. *Process Management*, 20(4), 145-160.
- Wehrich, H., et al. (2017). *Management: A global and entrepreneurial perspective*. McGraw-Hill.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2020). *Global tourism report*.
- Zapata, G. (2022). Avance económico mediante promoción turística. *Economic Development*, 25(3), 201-218.