



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN**

**Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales**

**TESIS**

**“LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE ICA; DESDE UNA PERSPECTIVA DEL ÁREA DE TURISMO Y MYPES DE LA MUNICIPALIDAD DE ICA, 2017”.**

**Para optar el Título Profesional de:**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Presentado por:**

Bach. Elton Rubén Neyra Aybar

**Asesora:**

Dra. Ericka Janet Villamares Hernández

**ICA - PERÚ**

**2019**

**LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y EL DESARROLLO TURÍSTICO  
DE LA CIUDAD DE ICA; DESDE UNA PERSPECTIVA DEL ÁREA  
DE TURISMO Y MYPES DE LA MUNICIPALIDAD DE ICA, 2017.**

## **DEDICATORIA**

A la memoria de mi padre,  
Aldo Gonzalo Neyra Moreyra.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad “Alas Peruanas”, por ser mi Alma Mater, por la oportunidad de formarme profesionalmente.

A mis maestros, por brindarnos sus experiencias y conocimientos.

## RESUMEN

Esta investigación que lleva por título: “**LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE ICA; DESDE UNA PERSPECTIVA DEL ÁREA DE TURISMO Y MYPES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE ICA, 2017**”. Se propone como objetivo: “Analizar en qué medida la dirección estratégica incide en el desarrollo del sector turismo, ciudad de Ica, 2017”. Se usó la investigación No experimental, que realiza sin manipular deliberadamente variables; el nivel utilizado fue Descriptivo transversal, porque se aboca a conocer algunas características resaltantes de las variables de investigación, y, además, intentará deducir algunos alcances importantes a saber con el propósito de alcanzar desarrollar nuevos conocimientos. El estudio comprendió al personal, del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de la Ciudad de Ica, y que según datos del Área de Personal son en total 12 empleados. Se utilizó el muestreo por conveniencia de tipo censal para realizar la encuesta y se encuestaran a todos los empleados del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de la Ciudad de Ica.

Se concluye, que la dirección estratégica incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017. Se aprecia que el 75% dijo que algunas veces la dirección estratégica se relaciona con el desarrollo turístico; también que el 25.0% manifestó que sí está de acuerdo con la importancia de la dirección estratégica; también manifiesta que esta solamente se relaciona algunas veces con el desarrollo turístico. Además, se encontró un pobre conocimiento acerca de la misión y visión de la institución, también el desarrollo de estrategias para alcanzar los objetivos no es el adecuado, además los empleados no participan mayoritariamente en el desarrollo del plan estratégico y en la comisiones de trabajo.

**Palabras claves:** Dirección estratégica, Desarrollo turístico, Planificación estratégica.

## ABSTRACT

This research is entitled: "THE STRATEGIC DIRECTION AND THE TOURIST DEVELOPMENT OF THE CITY OF ICA; FROM A PERSPECTIVE OF THE AREA OF TOURISM AND MYPES OF THE PROVINCIAL MUNICIPALITY OF ICA, 2017 ". The objective is to: "Analyze the extent to which strategic direction affects the development of the tourism sector, city of Ica, 2017". Non-experimental research was used, without deliberately manipulating variables, the level used was cross-sectional descriptive, because it is devoted to knowing some salient features of the research variables, and also try to deduce some important scopes to know in order to develop new knowledge. The study included personnel from the Tourism and Mypes Area of the Provincial Municipality of the City of Ica, and according to data from the Personnel Area, there are 12 employees. We used census-type convenience sampling to conduct the survey and survey all employees of the Tourism Area and Mypes of the Provincial Municipality of the City of Ica.

It is concluded that the strategic direction significantly affects the tourist development of the city of Ica; from a perspective of the Tourism and Mypes area of the Provincial Municipality of Ica, 2017. It is appreciated that 75% said that some of the strategic direction is related to tourism development, also that 25.0% said yes, agrees with the The importance of strategic management shows that this is only sometimes related to tourism development. In addition, a poor knowledge about the mission and vision of the institution was found, as well as the development of strategies to reach the objectives is not adequate, in addition the employees do not participate mostly in the development of the strategic plan and in the work commissions.

**Keywords:** Strategic direction, Tourism development, Strategic planning.

## ÍNDICE

	Pág.
<b>TÍTULO</b> .....	ii
<b>DEDICATORIA</b> .....	iii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iv
<b>RESUMEN</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>ÍNDICE</b> .....	vii
<b>ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS</b> .....	ix
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	xi
<b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	
1.1. Planteamiento del Problema .....	1
1.2. Formulación del Problema.....	6
1.2.1. Problema General .....	6
1.2.2. Problemas Específicos .....	6
1.3. Objetivos de la Investigación .....	6
1.3.1. Objetivo General.....	6
1.3.2. Objetivos Específicos .....	7
1.4. Justificación del Estudio .....	7
1.5. Limitaciones de la Investigación. ....	8
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>	
2.1. Antecedentes del Problema.....	9
2.2. Bases Teóricas.....	21
2.3. Definición de Términos .....	42
2.4. Hipótesis de la Investigación .....	46
2.4.1. Hipótesis General .....	46
2.4.2. Hipótesis Específicas .....	46
2.5. Variables.....	47
2.5.1. Definición Conceptual de las Variables .....	47
2.5.2. Definición Operacional de las Variables .....	49
2.5.3. Operacionalización de las Variables. ....	51
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA</b>	
3.1. Tipo y Nivel de la Investigación .....	52
3.2. Descripción del ámbito de la investigación.....	53
3.3. Población y Muestra de la Investigación .....	53
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información. ....	54
3.5. Validez y Confiabilidad de los Instrumentos. ....	55
3.6. Plan para la recolección y procesamiento de datos .....	56

<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS</b> .....	57
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN</b> .....	78
<b>CONCLUSIONES</b> .....	80
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	82
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	83
- Bibliografía.....	83
- Páginas Web.....	85
<b>ANEXOS</b> .....	89
Matriz de consistencia.....	90
Cuestionario .....	92
Análisis de confiabilidad.....	95



## ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Gestión estratégica.....	54
Tabla N° 2: Cultura organizacional .....	56
Tabla N° 3: Clima organizacional .....	58
Tabla N° 4: Relación de colaboración .....	60
Tabla N° 5: Ordenamiento de la ciudad.....	62
Tabla N° 6: Desarrollo institucional .....	64
Tabla N° 7: Gestión estratégica y Desarrollo turístico. ....	67
Tabla N° 8: Pruebas de chi-cuadrado-Hipótesis específica N°1 .....	67
Tabla N° 9: Cultura organizacional y Desarrollo turístico .....	69
Tabla N° 10: Pruebas de chi-cuadrado-Hipótesis específica N°2.....	70
Tabla N° 11: Clima organizacional y Desarrollo turístico.....	71
Tabla N° 12: Pruebas de chi-cuadrado-Hipótesis específica N°3.....	72
Tabla N° 13: Dirección estratégica y Desarrollo turístico.....	73
Tabla N° 14: Pruebas de chi-cuadrado-Hipótesis general.....	74

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Gestión estratégica .....	55
Gráfico N° 2: Cultura organizacional .....	57
Gráfico N° 3: Clima organizacional.....	59
Gráfico N° 4: Relación de colaboración .....	61
Gráfico N° 5: Ordenamiento de la ciudad .....	63
Gráfico N° 6: Desarrollo institucional .....	65
Gráfico N°7 Gráfico del Chi cuadrado-Hipótesis específica N°1.....	68
Gráfico N°8 Gráfico del Chi cuadrado-Hipótesis específica N°2.....	70
Gráfico N°9 Gráfico del Chi cuadrado-Hipótesis específica N°3.....	72
Gráfico N°10 Gráfico del Chi cuadrado-Hipótesis general.....	74

## INTRODUCCIÓN

La dirección estratégica es un proceso para la formulación de estrategias orientadas al desarrollo de la organización, buscando lograr una mejor participación en el mercado o rendimientos superiores al promedio. Es una de las principales actividades desarrolladas por los gerentes de una organización. Su importancia está y radica en que a través de ella se define el rumbo que la empresa seguirá y además, se establecen los criterios generales para la definición de los objetivos y el desarrollo del trabajo a realizar en la organización.

Sin embargo, el proceso de dirección estratégica no es algo que deba tomarse a la ligera y en un momento determinado. Requiere una planificación, un proceso continuo de toma de decisiones, teniendo en cuenta qué hacer, quién lo va a hacer, cómo lo hará y cuándo lo va a hacer.

La dirección estratégica tiene su origen en las experiencias desarrolladas en el ámbito empresarial, desde donde se han ido produciendo un proceso de adaptación al sector público, y no de adopción, en el que gradualmente se han ido realizando las modificaciones a los modelos, técnicas y herramientas originadas en el sector privado en un intento de introducir los principios de competitividad y de estrategia en la gestión y dirección de las organizaciones y entidades del sector público.

La presente tesis se estructuró de la siguiente manera:

- En desarrollo del capítulo I, se realizó el planteamiento del problema de investigación, y se describió la problemática en estudio, se desarrolló la formulación de problema general, y específicos, además de definir el objetivo general y específicos de la investigación, también la justificación y las limitaciones del estudio.
- En el capítulo II, se realizó la búsqueda de los antecedentes de la investigación, estableciendo los antecedentes internacionales, nacionales y regionales, se

definieron las bases teóricas, teniendo en cuenta los conceptos relacionados con las variables en estudio: Dirección estratégica y Desarrollo turístico, para dar solidez al estudio. También se establecieron los términos básicos, la formulación de las hipótesis general y específicas, las variables y con ello la definición conceptual y operativa, además de la operacionalización de las variables.

- En el capítulo III, se estableció la metodología a utilizar en la investigación y con ello: el tipo y nivel de la investigación, la descripción del ámbito de la investigación, también se estableció la población y muestra, la técnica y el instrumento para la recolección de información, y a su vez se estableció el método para darle la validez y confiabilidad a los instrumentos para recolectar información, así mismo se elaboró el plan de recolección y procesamiento de datos.
- En el capítulo IV, se plasman todos los resultados obtenidos en la investigación, además de las contrastaciones de las hipótesis.
- En el capítulo V: se procedió a la discusión de los resultados, corroborándolos con datos de otras investigaciones, similares a la nuestra.
- Y finalmente se elaboraron las conclusiones y recomendaciones del estudio, así como los anexos, donde se consideró: la matriz de consistencia, los cuestionarios, y el análisis de confiabilidad.

La presente investigación, tocó aspectos relacionados a la dirección estratégica y desarrollo del turismo, que nos permitieron conocer aspectos fundamentales que desarrolla el Área de Turismo y MYPES de la Municipalidad Provincial de Ica.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La dirección estratégica es el proceso de formulación de estrategias para el desarrollo de la organización, buscando obtener una mayor participación en el mercado (competitividad estratégica) y rendimientos superiores al promedio. Es una de las principales actividades desarrolladas por los administradores superiores de una organización. Su importancia radica en que a través de ella se define el rumbo que la organización seguirá y se establecen los criterios generales para la definición de los objetivos y el desarrollo del trabajo en la organización. Utel.edu (2015).

Los organismos gubernamentales enfrentan un serio dilema referente al papel que deben desempeñar ante las carencias de la población y el equilibrio de su actuación frente a otros sectores de gestión de la sociedad. Los esfuerzos por mejorar la gestión de las empresas incluyen una visión de la realidad y el análisis de los problemas críticos de la sociedad, lo cual produce inevitables críticas a la función de los gobiernos, en general veloces en la recaudación de impuestos, pero lentos en la prestación de servicios que constituyen su mandato institucional. Con el transcurso del tiempo, esa brecha entre la capacidad gerencial de las empresas y del

gobierno ha aumentado, debido a la burocracia paquidérmica y piramidal que presenta, en tanto las organizaciones del derecho privado y las privadas de derecho público, se articulan en red y tratan de derribar las paredes físicas y mentales que las separan del cliente.

Actualmente, se trasladan al sector privado varias atribuciones que anteriormente estaban en manos del gobierno. Inclusive, un tercer sector (privado, pero de interés público) viene creciendo y se presenta como agente capaz de imprimir más agilidad a los procesos de solución de las carencias de la sociedad, sea en conjunto con organismos gubernamentales o de forma directa. Por otra parte, los antecedentes de corrupción y la madurez de la sociedad generan una presión por el control que muchas veces intimida a los funcionarios públicos, quienes prefieren no enfrentar procesos administrativos. Basco, C. (2008).

### **Situación problemática del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica.**

Área de Turismo y Mypes, es un área que pertenece a la Subgerencia de Desarrollo Económico Local de la Municipalidad Provincial de Ica, la cual no tiene presupuesto propio y dispone de pocos recursos económicos para cumplir con el trabajo encomendado en el MOF. (Visto en transparencia). Esta área realiza trabajos de concientización de la comunidad en relación al desarrollo que trae consigo el turismo. Además incentiva el plan PURIY; que significa, andar, caminar; es un pequeño proyecto naciente de la autoría del Viceministerio de Turismo con todas las Municipalidades del Perú, la cual tenía como objetivo principal la de rescatar, promover, preservar y promocionar nuestra identidad cultural, darle sentido de pertenencia, al hacer esto se generaría conciencia turística en la población.

En el año 2004 entra en vigencia este plan, encaminado por el ex viceministro de Turismo Ramiro Salas Bravo, quien firma este convenio con el ex alcalde de la municipalidad provincial de Ica Luis Oliva Fernández Prada. Desde ese entonces la Municipalidad de Ica con su Área de Turismo y Pymes, viene promoviendo talleres entre grupos organizados como:

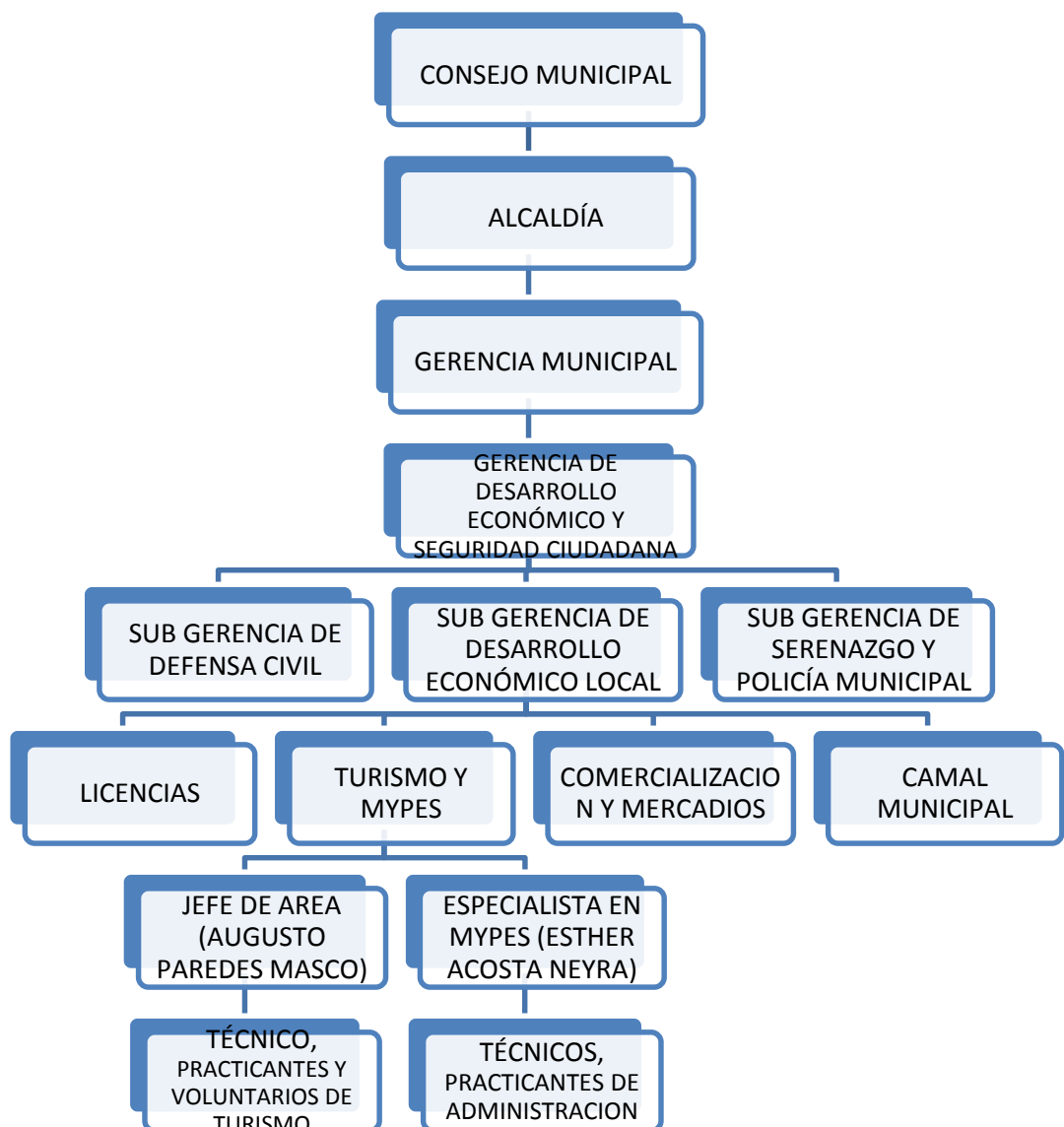
- Comunidad Educativa: Estudiantes de nivel primaria y secundaria, Estudiantes de Universidades e Institutos Superiores.
- Población sectorizada: Comunidades, colectivos, juntas vecinales, taxistas, mototaxistas, medios de comunicación, Policía Nacional, personal de seguridad, personal de limpieza, entre otros. En estos talleres, charlas, microcharlas se ha estado creando sensibilización y concientización al poblador iqueño para darle identidad cultural, y con esto al final formar promotores en turismo.

Estos talleres, tienen carácter de formación en valores a manos de los pedagogos, y con ayuda de guías de turismo y coordinadores se trabajan circuitos turísticos, y se hacen caminatas y hacer conocer los lugares culturales, sitios monumentales, museos, zoológico municipal, folklore; así es como se pretende generar identidad cultural a la población y luego generar conciencia turística. Al tener una población con conciencia, tendríamos una población con cultura turística; la que se resume en el conjunto de conocimientos, valores y actitudes que fortalecen la identidad, fomentan el buen trato al turista (nacional y extranjero) y promueven la protección del patrimonio en todas sus expresiones, reconociendo al turismo como mecanismo de desarrollo sostenible del país.

Las carencias de esta área son las siguientes: No cuenta con presupuesto propio y depende de la Subgerencia de Desarrollo Local. No dispone de una buena logística, equipos de cómputo, áreas más amplias de oficina. Falta de personal especializado y técnico en el Área de Turismo y Mypes,

donde labora personal técnico y estudiantes universitarios haciendo prácticas pre- profesionales.

### ORGANIGRAMA: ÁREA DE TURISMO Y MYPES Y SU DEPENDENCIA



Fuente: Elaboración propia



Es oportuno decir que la apertura y creación de nuevos destinos turísticos en nuestro país, y los tratados de libre comercio y la globalización del mercado, hacen que el Perú, en muchas de sus regiones y en especial nuestra ciudad de Ica, sea un destino turístico único. Conocida la actividad turística en la provincia de Ica, podemos afirmar que esta actividad es una fuente generadora de recursos innegable. El municipio y los empresarios y del sector turismo deben desarrollar sus capacidades en un proceso continuo de adaptación y transformación de sus empresas. Los problemas encontrados en el turismo regional se deben a diversos factores, principalmente a los de corte económico – social, por la falta de desarrollo en la infraestructura turísticas, vías de comunicación inadecuadas en mal estado, por una inadecuada gestión de los recursos públicos para el desarrollo de este sector productivo, desconociendo de la importancia del turismo en el desarrollo de la ciudad, la falta de seguridad ciudadana, el escaso civismo y conciencia ciudadana, el incremento de robos, asaltos, accidentes, el escaso apoyo del estado central, autoridades, gobiernos locales y regionales. Todos estos factores contribuyen a que la región Ica desacelere su crecimiento y nos lleva a una reflexión acerca de la gestión que realizan las organizaciones que tiene relación directa con esta importante actividad económica. Es importante que el Municipio Provincial de Ica, cuente con información estadística de las empresas del sector turismo.

Es claro recalcar que para promocionar, vender un atractivo turístico, tenemos primero que desarrollar ciertas estrategias para la promoción y el desarrollo del turismo, como por ejemplo: desarrollar la infraestructura hotelera, las vías de acceso a los atractivos turísticos, la seguridad policial, el mejoramiento del transporte en general, la formalización de las agencias de viaje. Es por ello que el presente estudio, pretende dar una visión general acerca de la perspectiva de las personas involucradas en propiciar el desarrollo de este sector económico en la provincia de Ica.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. PROBLEMA GENERAL**

¿En qué medida la dirección estratégica incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017?

### **1.2.2. PROBLEMA ESPECÍFICOS**

- **Problema específico 1**

¿De qué manera la gestión estratégica incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017?

- **Problema específico 2**

¿En qué medida la cultura organizacional incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017?

- **Problema específico 3**

¿De qué manera el clima organizacional incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017?

## **1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Analizar en qué medida la dirección estratégica incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.

### 1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Objetivo Específico 1**

Analizar en qué medida la gestión estratégica incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.

- **Objetivo Específico 2**

Determinar en qué medida la cultura organizacional incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.

- **Objetivo Específico 3**

Determinar en qué medida el clima organizacional incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.

### 1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

**1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.** Esta investigación nos permitió conocer diversos enfoques de la dirección estratégica y del desarrollo del turismo desde una perspectiva sectorial, en este caso desde la gestión que realiza el área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de la ciudad de Ica, la cual debe responder a la política del sector.

**1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.** El presente trabajo nos permitió realizar un análisis de la situación del Turismo en la Región Ica, desde la óptica del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de la ciudad de Ica, el cual pretende servir de ayuda para

todas las empresas, entidades del estado y asociaciones que deseen elaborar y poner en marcha su Plan Estratégico de Turismo en la Región, el cual podrá servir como material e insumo, para el Plan Estratégico Regional que será elaborado por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) quien es la institución responsable de elaborar el Plan Regional con la asistencia técnica del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

**1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.** Nos permitió utilizar el método científico para estructurar la investigación, también la aplicación de conceptos utilizados en las estudiadas, como la población y la muestra, además del uso de la técnica de la encuesta a través de su instrumento el cuestionario.

## **1.5. LIMITACIONES DEL ESTUDIO**

Se encontraron algunas limitaciones que se detallan a continuación.

- Motivar la participación de los actores principales para este estudio, jefe la oficina del área de turismo y MYPES y los empleados que laboran en ella.
- La búsqueda de información de la gestión del área de Turismo de la Municipalidad Provincial de Ica
- Búsqueda de información teórica la que se encontró desactualizada, y más aún la búsqueda de los antecedentes regionales, demoró un poco el desarrollo del presente plan.
- Otra limitante fue el aspecto económico, costear los gastos del proyecto y el desarrollo de la tesis, con un préstamo a una entidad financiera.
- La elaboración del instrumento de investigación, al ser un tema complejo, con varias dimensiones.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

##### 2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Mendoza, A. (2017). En la tesis titulada: “***Aplicación del Modelo de Dirección Estratégica Basado en la Administración de Riesgos para la Integración del Sistema de Dirección en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Profesores, Empleados y Trabajadores de la Universidad Técnica de Manabí***”. (Tesis de Licenciatura). Universidad Técnica de Manabí. Ecuador.

A pesar del desarrollo del movimiento cooperativista en el Ecuador y en especial de las cooperativas de ahorro y crédito existen problemas de dirección y gestión así como oportunidades para la mejora en el desempeño de las organizaciones cooperativas. Estos problemas debilitan la integración del sistema de dirección de la cooperativa tanto en el orden interno como en lo externo, constituyendo un problema a resolver. El presente trabajo se desarrolló en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Profesores, Empleados y Trabajadores de la Universidad Técnica de Manabí con el objetivo de implementar el modelo de dirección estratégica basado en la administración de riesgos para la integración del

sistema de dirección de la cooperativa. Los resultados del diagnóstico demuestran bajos niveles de integración externa e interna del sistema de dirección y que es casi falso el desarrollo de la Capacidad de Prevención Estratégica en la Cooperativa para la cual se elaboró un plan de acción de mejoras. La implementación del plan de mejoras permitió un aumento de la Capacidad de Prevención Estratégica a través de la capacitación del equipo gestor, la actualización del rumbo estratégico, la realización del diagnóstico de riesgos por procesos, el análisis integrado de riesgos, la proyección de estrategias de administración de riesgos desagregadas en un programa estratégico de acciones que se logra implementar en un 50%.

Zurita, D. (2016). En la tesis titulada: **“Modelo de Dirección Estratégica y Gestión administrativa en la Boutique “Autenti K” en la ciudad de Santo Domingo”**. (Tesis de licenciatura). Universidad Regional Autónoma de los Andes. Ecuador.

Las empresas comerciales contribuyen al desarrollo socio económico de una ciudad, región y país, el mercado de la moda es muy desarrollado en el Ecuador y Santo Domingo no es ajena a esta realidad, siendo una ciudad donde sus habitantes, de manera especial las mujeres muestran su simpatía por vestir bien y mejorar su presentación personal; en tal virtud los negocios de comercialización de prendas de vestir requieren diseñar estrategias, planes y programas que los permitan desarrollarse en este mercado tan competitivo. La aplicación de un modelo de Dirección Estratégica contribuye con la finalidad descrita anteriormente, iniciando con los antecedentes de la empresa, justificación del trabajo investigativo, detallando una breve explicación de la metodología a emplear, un resumen de la estructura de la tesis, concluyendo con los elementos de novedad, aporte teórico, significación práctica como base para el desarrollo del trabajo. Por

medio de la investigación bibliográfica actualizada, proporciona información como el origen y evolución del objeto de estudio, que nos da una valorización crítica de las distintas posiciones teóricas objeto de estudio.

Dunoyer. J. y Rincón, R. (2014). En la tesis titulada: **“Propuesta de un Modelo de Dirección Estratégica en la Empresa O.I.F.C. S.A.S. de Cartagena”**. (Tesis de licenciatura). Universidad De Cartagena. Colombia.

Debido a la importancia que representa el poder contar con procesos estratégicos para desarrollar de manera adecuada, las diferentes actividades dentro de la empresa O.I.F.C. S.A.S. de Cartagena, se diseñó un modelo que permitiera una toma de decisiones acertada, para hacerle frente a las exigencias del mercado y afrontar los diferentes retos que se presenten, por medio de la aplicación de conocimiento, teorías y estrategias, llevando a cabo la propuesta de un programa de mejoramiento de la productividad y competitividad de la empresa. Luego de realizar todas las investigaciones pertinentes, se cumplieron los siguientes objetivos: el diagnóstico de la situación actual de la empresa OIFC S.A.S. con respecto a los procesos misionales de la misma; la realización de un análisis interno y externo de la empresa donde se conoció la efectividad de la estructura planteada por la empresa; se establecieron estrategias que conllevaron a la elaboración y desarrollo de un plan estratégico.

Martí. S. (2011).En la tesis titulada: **“Aproximación a la Dirección Estratégica Corporativa De Los grupos de comunicación Prisa y Vocento a través de la aplicación del Modelo Kase de Decisiones Estratégicas de los Hombres de Vértice”**. (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid. España.

La presente Memoria de Investigación ha tenido como objetivo general estudiar la dirección estratégica corporativa de los dos principales grupos de comunicación españoles en términos de ingresos de explotación, beneficios y número de empleados, Prisa y Vocento, a través del modelo Kase de toma de decisiones estratégicas y su énfasis en la figura de los hombres de vértice de la organización (presidente y consejero delegado), quienes dada su posición en la línea jerárquica y los planteamientos del modelo Kase, se encuentran más cercanos a la formulación y diseño de la estrategia de la organización.

Este objetivo general nos ha llevado además a un conjunto de objetivos específicos que han ayudado a profundizar y delimitar el fenómeno de estudio. En este sentido, han sido también objetivo de esta tesis: Identificar las principales decisiones estratégicas que han definido a los dos principales grupos de comunicación españoles; y contrastar las decisiones estratégicas que se han tomado en cada grupo de comunicación con las manifestaciones explícitas sobre la estrategia de los mismos hechas por los hombres vértice durante el período de estudio (2000-2004) reflejados en las Memorias Anuales de las respectivas compañías.

Tarazana, F. (2007. En la tesis titulada: ***“Dirección Estratégica de Recursos Humanos en la Administración Local Española: propuesta y contraste de un Modelo Integrado”***. (Tesis de Doctorado). Universidad de Valencia. España.

Muy pocas investigaciones proporcionan evidencias de cómo un modelo de DERH adecuadamente diseñado, desarrollado y actualizado, puede convertirse en una fuente de creación de valor para todo tipo de organizaciones. Este problema no es consecuencia de la falta de teoría, sino por la falta de articulación suficiente entre las diferentes perspectivas teóricas (universalista, contingente,



configurativa y contextual), puesto que se consideran visiones alternativas en lugar de complementarias. Pero hemos tomado la aportación básica de cada perspectiva y teniendo en cuenta su desarrollo posterior, normalmente, producto de aportaciones de todas las demás perspectivas; entonces se han podido definir las dimensiones de un modelo teórico integrado que ha constituido un marco de referencia para ser aplicado al estudio de los recursos humanos municipales. Los resultados de este análisis factorial, realizado por los procedimientos que se correspondían con las características de las variables utilizadas y del proceso estudiado, se desvían parcialmente del supuesto teórico inicial (cuatro grupos o dimensiones). La solución final obtenida del análisis estadístico mencionado define, en cambio, tres factores o dimensiones cuya relación con la propuesta inicial es la siguiente: Factor 1  $\cong$  grupo V4  $\equiv$  Evaluación del proceso estratégico funcional Factor 2  $\cong$  grupo V1  $\equiv$  Importancia estratégica de la función Factor 3  $\cong$  grupo V2  $\equiv$  Formación de la estrategia funcional

### 2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

Hidalgo. A. (2016). En la tesis titulada: ***“La Gestión Estratégica y su influencia Institucional en los Planes Estratégicos de las Universidades Públicas del Ecuador. Caso: Universidad Técnica de Machala”***. (Tesis de Doctorado). Universidad Nacional Mayor De San Marcos. Lima.

La presente investigación tuvo como objetivo: Proponer un modelo de Gestión Estratégica Institucional que influya en los Planes Estratégicos de las Universidades Públicas del Ecuador. Caso: Universidad Técnica de Machala, mediante el proceso de la gestión estratégica institucional y su relación con la gestión organizacional; gestión académica; gestión de infraestructura; gestión de bienestar universitario; a través de las fases de planificación, ejecución o

implementación institucional; evaluación, seguimiento y retroalimentación de los componentes de gestión estratégica. Cuyo contenido y desarrollo se considera como una investigación de tipo empírica, debido a que en el entorno de su análisis es un hecho que ocurre en las instituciones de educación superior y también se considera una investigación de tipo explicativa, porque se va a enfrentar el problema de la gestión proponiendo alternativas de componentes y subcomponentes como parte del proceso estratégico. El nivel de la investigación es explicativo porque busca conocer los factores causales que explican el problema de investigación, estableciendo un diseño transeccional – correlacional. Para el análisis estadístico se utilizó como herramienta de investigación la encuesta tipo escala de LIKERT, la misma que fue aplicada a los 530 funcionarios elegidos entre directivos, administrativos y docentes de la Universidad Técnica de Machala (UTMACH).

Jaimes. V. (2016). En la tesis titulada: ***“Dirección y Planificación Estratégica en el Congreso de la República del Perú”***. (Tesis de licenciatura). (Tesis de Licenciatura). Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Lima.

En la actualidad las instituciones públicas utilizan mecanismos administrativos para mejorar sus políticas y metas, definiendo claramente su dirección en la misión y visión, asignando mejor los recursos para que obtengan los resultados esperados con la planificación estratégica. El presente trabajo de investigación reporta los resultados de la dirección y la planificación estratégica en el Congreso de la República del Perú. Investigación de tipo es correlacional y diseño transversal. La población estuvo constituida por el personal del Congreso de la República del Perú, en el 2016, a los cuales se les administró dos encuestas de dirección estratégica y de planificación estratégica. Se utilizó el programa estadístico SPSS para procesar y presentar los datos, los cuales fueron organizados y presentados en tablas y figuras, en el análisis inferencial se utilizó la

prueba no paramétrica de contrastación de coeficiente de Correlación de Spearman. Los resultados indican que la dirección de los recursos institucionales no se ajusta a las oportunidades y riesgos del entorno en el proceso de planificación estratégica del Congreso de la República del Perú. A nivel específico, se precisó que los procesos de interacción del entorno no se ajustan al proceso de planificación estratégica pública institucional; la dirección de horizonte temporal es de corto plazo no ajustándose al proceso de planeación estratégica; y la producción de conocimiento es dispersa no ajustándose al proceso de planificación estratégica institucional del Congreso de la República del Perú

**Borbor, P. (2014).** En la tesis titulada: ***“Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Comunitario en la Comuna Ayangue, Parroquia Colonche del Cantón Santa Elena, Provincia De Santa Elena, Año 2014”***. (Tesis de Maestría). Universidad Estatal Península de Santa Elena. Ecuador.

El objetivo del estudio es elaborar un Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Comunitario en la Comuna de Ayangue que permita el impulso económico, social, ambiental y cultural de manera sustentable de la comunidad. La perspectiva a corto, mediano o largo plazo, es la respuesta a la pregunta de ¿En dónde necesita estar la organización en un momento específico del futuro para desempeñar su Visión, Misión y Estrategias? El Planeamiento Estratégico es un proceso dinámico lo suficientemente flexible para permitir y hasta forzar modificaciones en los planes, a fin de responder a las cambiantes circunstancias. Desde el punto de vista del turismo comunitario el planeamiento estratégico es importante porque se sustenta en la visión que tiene el país en consolidar un turismo sostenible como una herramienta eficaz para el desarrollo integral y con rentabilidad social que genera oportunidades de empleo y de mejoramiento de la calidad de vida de la población. Las estrategias

que se emplearon fueron de un nivel descriptivo que buscó especificar las propiedades importantes del grupo objeto de estudio.

Álvarez, M., Aparicio, M., Becerra, S. y Ruiz, J. (2006). En la tesis titulada: **“Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo de Aventura en Lunahuaná 2006-2011”**. (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.

En la actualidad la actividad turística de aventura en Lunahuaná gira alrededor del canotaje, que puede realizarse bajo óptimas condiciones climáticas y adecuado caudal del río entre diciembre y abril, por lo que se hace necesario que otros deportes de aventura como son las caminatas, la bicicleta de montaña, la escalada en roca y el parapente, sean potenciados y explotados en la zona, para complementar la oferta turística y lograr su reconocimiento. El análisis, diagnóstico y propuesta de estrategias se apoya en herramientas de administración estratégica ampliamente conocidas y de probado resultado como son el análisis FODA, el diamante competitivo, las cinco fuerzas competitivas, las matrices PEYEA, PC y GE entre otras. Para el logro de los objetivos a largo plazo planteados se han identificado siete estrategias que harán posible el crecimiento del sub-sector turismo de aventura en Lunahuaná, que son: (a) implementar nuevas zonas y opciones de deporte de aventura, (b) promocionar el turismo de aventura, (c) alinear la oferta turística de aventura y otros atractivos de la zona según las preferencias del turista interno, (d) fomentar la capacitación de los miembros de la actividad turística, (e) fomentar la integración de los gremios de la actividad turística, (f) alinear la calidad de los servicios ofrecidos al Plan Nacional de Calidad Turística del Perú – CALTUR.

Carbajal. D. (2005). En la tesis titulada: **“Planeamiento Estratégico como instrumento para el Desarrollo del Turismo en el Perú”**. (Tesis de Maestría). Universidad Mayor de San Marcos. Lima.

La presente investigación estudia la importancia del planeamiento estratégico como instrumento para el desarrollo del sector turismo en el Perú. En el trabajo se ha tomado en cuenta una proyección de cinco años (2005- 2010). Se ha aplicado la teoría de los Ciclos de vida del producto de (Raymond Vernon, 1962). Según Vernon los productos (y las empresas) muestran un ciclo de desarrollo que comprende: la aparición, crecimiento, expansión, madurez y declinación de la vida del producto u empresa. En la última fase del ciclo (declinación) aparecen sustitutos del producto con nuevos gustos y nuevas tecnologías. El turismo arqueológico ha durado todo el siglo XX en el Perú. En los últimos diez años está emergiendo un nuevo turista: el turista ecologista, que prefiere las caminatas (treks), escalamiento de glaciares, canotaje observación de flora, fauna y panoramas selváticos. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), hacia el año 2010, el turismo de aventura será de mayor expansión (25%) que el turismo arqueológico (4%). Se recomienda por ello preparar el turismo de aventura en Iquitos, San Martín, Ucayali y Madre de Dios hacia el año 2010. Así mismo, el estudio de los turistas en Perú ha encontrado que 52% provienen de la Unión Europea, 17% de los Estados Unidos de Norte América y el 17% de Asia. Se ha encontrado que el 82% de los turistas visitan Cusco y 86% de éstos la región amazónica. Se recomienda contactar a personal de museos, facultades de biología y Ciencias Naturales y en especial a estudiantes de pre-grado de ciencias naturales para promover el turismo de aventura en el país.

### **2.1.3. ANTECEDENTES REGIONALES**

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2017). En la investigación titulada: ***“Evaluación del diagnóstico del plan de desarrollo turístico local del Distrito de Pueblo Nuevo, Provincia de Ica, región Ica”***. (INFORME N° 105-2017). Dirección de Innovación de la oferta turística. Pueblo Nuevo. Chincha.

De la revisión del diagnóstico del plan de desarrollo turístico local de Pueblo Nuevo, se concluye que tiene en algunos ítem poco desarrollados o no desarrollados de acuerdo a la Guía para el cumplimiento de la meta 38 del MINCETUR; lo cual conlleva a que esta etapa no pueda aportar a la realización de una fase de análisis estratégico. Pueblo Nuevo viene incursionando en nuevas formas de aprovechar sus recursos turísticos y actividades complementarias como la ruta del pisco, que se menciona en el diagnóstico, la cual une otro distrito con Pueblo Nuevo y ofrece valor agregado a la oferta turística local y así, impulsar el flujo de la demanda a la localidad.

Se concluye que Pueblo Nuevo cumpliría el rol de ciudad proveedora de insumos, debido a lo resaltante de su actividad agrícola y las ventajas comparativas con las que cuenta y que les permite atender al mercado local y provincial según mencionan en el diagnóstico.

Camasca A. (2014). En la Tesis Titulada: ***“La ruta del Vino y del Pisco de las Bodegas Artesanales e Industriales en el Desarrollo Turístico del Distrito de Sunampe, Provincia de Chincha, Región Ica - 2014”***. (Tesis de Licenciatura). Universidad Alas Peruanas. Ica.

La presente investigación demuestra la factibilidad de la integración de una ruta del vino y del pisco, ayudando a que la población eleve y mejore la calidad de vida. Mediante el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, que generan valor a la región. Considerando que las nuevas tendencias de diversificación de los mercados hacen posibles la formación de nuevos “nichos”, se vuelve imprescindible desarrollar productos y servicios turísticos donde elementos intangibles de una región, como la cultura, tradiciones y el paisaje, haciendo una

combinación perfecta, para su comercialización y por ende, generen valor turístico. El presente trabajo titulado busca establecer la relación entre la ruta del vino y del pisco de las bodegas artesanales e industriales y el desarrollo turístico del distrito chinchano. Para la obtención de los datos se aplicó la encuesta con su instrumento el cuestionario constituido por 20 ítems. Para el análisis de datos se utilizó el programa estadístico SPSS versión 21. La variable ruta del vino y del pisco y sus dimensiones se correlacionaron con el desarrollo turístico. Finalmente, se concluye, que se logró establecer la relación entre la ruta del vino y del pisco de las bodegas artesanales e industriales y el desarrollo turístico del distrito de Sunampe, provincia de Chincha, región Ica – 2014; con un nivel de correlación de, 879 de r de Pearson, que indica una relación positiva directa de grado alto y significativo al 99% y el valor  $p=0.01 < 0.05$ , por lo tanto se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis de investigación  $H_3$ .

Huamán, J. (2104). En la tesis titulada: **“El Desarrollo de la Creatividad de los Empresarios de Pymes en los Contenidos de la Gestión Estratégica de la Provincia de Chincha en el Año 2014”**. (Tesis para optar el Grado Académico de Doctor en Administración). Universidad Autónoma de Ica.

Se establece que la práctica empresarial es la acción permanente de la persona empresaria de Pymes, mediante contenidos de gestión empresarial que ayudan a la toma de decisiones de forma oportuna y original, lo que repercute directamente en el crecimiento de las PYMES. En este contexto se da una nueva dinámica al trabajo empresarial, sin embargo se observa que un gran número de ellos presentan dificultades en la práctica. Esto se debe fundamentalmente a la poca fluidez de ideas nuevas y transformadoras que apliquen en la gestión empresarial, por lo que se observa una práctica empresarial tradicional con formas y

modos que permanecen constantes e inalterables, mostrando una rutina común frente al público o clientes potenciales de las PYMES.

No obstante, se ha observado que los empresarios de pymes presentan interés por superar y hacer crecer la pyme, así se propone un sistema de actividades para aplicar en las personas empresarias de pymes quienes deben participar de manera continua con motivación y como lo muestran los resultados, se lograrían los cambios esperados: un empresario creativo, generando cambios en su forma de actuar y pensar, auto valorándose, que maneje ideas pertinentes y sobre todo que sea capaz de aplicar a problemas actuales, soluciones modernas.

Taller Creativo Consultores. (2014). En la investigación titulada: “**Plan para el desarrollo turístico de Marcona**”. (Informe final). Marcobre. Marcona.

Se propone hacer de San Juan de Marcona el mejor destino turístico ecológico de la costa peruana, desarrollando la actividad turística de forma dedicada (generando altos niveles de satisfacción en los visitantes), sostenible (cuidando y poniendo en valor los recursos turísticos disponibles) e inclusiva (promoviendo el involucramiento de la comunidad en la gestión y beneficios de la actividad). Ofreciendo el destino turístico Marcona, en primer lugar, a los residentes de las provincias cercanas y, en segundo lugar, a los turistas extranjeros que planean recorrer el Circuito Turístico del Sur, bajo el posicionamiento de naturaleza y vida, sustentado en los atributos de biodiversidad, descubrimiento y autenticidad.

Sablich, C. (2010). En la tesis titulada: “**Aplicación de un Modelo de Dirección Estratégica en épocas de crisis, Estudio de Caso: Agroexportadora de Perú**”. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional San Luis Gonzaga. Ica.



Esta tesis es un caso de estudio que se centra en una organización en la región de Ica, Perú. Se ha seleccionado este caso, debido al impacto de la crisis internacional sobre este objeto de estudio. Luego, el investigador busca la aplicación de la gestión estratégica dentro de la organización, para superar los impactos negativos de la crisis. Aunque la situación de la Sociedad Agrícola DROKASA S.A., fue difícil en términos económicos, a través de la revisión teórica, el investigador pudo construir un nuevo esquema para respaldar esa contingencia.

Por otro lado, entender el término 'riesgo' ha sido un recurso vital para integrar en el modo de gestión estratégica, todos los riesgos que una organización tiene que enfrentar. Por lo tanto, el autor logró una nueva pila de conocimiento concentrada en un modelo de gestión estratégica, teniendo en cuenta la importancia de tener una respuesta proactiva para la crisis económica en cualquier momento histórico.

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1 DIRECCIÓN ESTRATÉGICA**

#### **2.2.1.1. CONCEPTO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.**

Castro, C. (2018). La dirección estratégica es el proceso de formulación de estrategias para el desarrollo de la organización, buscando obtener una mayor participación en el mercado (competitividad estratégica) y rendimientos superiores al promedio. Es una de las principales actividades desarrolladas por los administradores superiores de una organización.

Su importancia radica en que a través de ella se define el rumbo que la empresa seguirá y se establecen los criterios generales para la definición de los objetivos y el desarrollo del trabajo en la organización.

### **2.2.1.2. DIRECCIÓN EN INSTITUCIONES TURÍSTICAS**

Casanueva, C. y Gallego, M. (2015). Nos dice que la estrategia se ocupa de las grandes decisiones de las organizaciones, de aquellas acciones directivas que buscan que las empresas tengan éxito en su entorno. Por ello, en la estrategia está la base de la actividad de gobierno y pilotaje de las organizaciones. La dirección estratégica es un campo de conocimiento relativamente novedoso y, debido a ello, las aplicaciones al ámbito turístico son bastante escasas y limitadas. Este libro busca precisamente la aplicación de los conceptos estratégicos a la gestión estratégica de las organizaciones turísticas. De esta forma se completa el trabajo emprendido con otras dos obras publicadas en esta editorial: “Empresas y organizaciones turísticas” y “Dirección y organización de empresas turísticas”. Los tres libros proponen al lector la aplicación específica de los desarrollos del campo de la organización de empresas a la actividad turística. En esta obra el lector encontrará los conceptos básicos de la dirección estratégica, una reflexión sobre cómo aplicarlos al ámbito específico de las empresas y organizaciones turísticas, un amplio recorrido por el análisis estratégico interno y externo y, por último, una presentación de las opciones estratégicas más importantes entre las que las organizaciones turísticas pueden elegir. Dentro de la temática tratada se encuentran aspectos tan destacados como el análisis sectorial, la segmentación, los grupos estratégicos, el análisis de stakeholders, el análisis

de recursos y capacidades, el benchmarking, la cadena de valor, los factores de coste y diferenciación, las matrices de cartera, las estrategias en sectores emergentes, etc.

### **2.2.1.3. ELEMENTOS DE UNA ESTRATEGIA CORPORATIVA**

Cristancho, F. (2014). La estrategia corporativa es el plan que debe diseñar la dirección de la organización al comienzo de cada nuevo proyecto para conducir a la plantilla, ejecutar las tareas, cumplir los compromisos y alcanzar los objetivos establecidos. El objetivo fundamental es que todas las personas que integran la organización estén informados, sintonizados y preparados para asumir el reto de los proyectos de su compañía y para que entiendan lo que se espera de ellos. A continuación vamos a revisar cada uno de esos elementos:

- A. Misión:** Es la declaración del propósito y la razón de ser de la organización. Debe ser claro, conciso y quedarse en la memoria de toda la plantilla de colaboradores.
  
- B. Visión:** Es la explicación de hacia dónde se dirige la organización y qué es exactamente lo que aspira a lograr y en lo que quiere convertirse.
  
- C. Valores:** Son los principios indiscutibles que rigen la organización. Los valores responden a las creencias de la compañía, a la ética profesional y a lo que los colaboradores se han comprometido al ingresar a la compañía.

**D. Objetivos:** Exponen las metas de la organización. Los objetivos proporcionan la visión integral de lo que quiere lograr la organización.

**E. Proceso de implementación.** Es el proceso posterior a la definición de metas y la planificación de la estrategia.

**F. Mecanismos de comunicación:** La comunicación interna es una importante herramienta estratégica para transmitir correctamente a todos los colaboradores, sin importar su nivel estratégico, los objetivos, valores y estrategia de ejecución que promueve la organización, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la empresa por parte de su talento humano.

**G. Dirección estratégica:** A la dirección de la organización no sólo le corresponde diseñar la estrategia para alcanzar los objetivos, también debe encargarse de asignar a los directores de los departamentos la supervisión de las tareas puntuales del equipo de colaboradores que tiene a su cargo.

**H. Seguimiento y evaluación de los resultados:** Los objetivos que se planteen la compañía deben tener una fecha límite para alcanzarlos, la compañía debe asignar un tiempo adecuado para ejecutar las tareas y completar los proyectos, y debe hacer un seguimiento.

#### **2.2.1.4. FASES DEL PROCESO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA**

Como ya hemos visto, las tres grandes partes en las que se divide el proceso global de dirección estratégica son el

análisis estratégico, la formulación de estrategias y la implantación de estrategias. A pesar de que estas tres fases tiene un orden lógico, una después de otra, en la realidad el proceso se concibe de una manera más realista, de modo que los diferentes elementos incluidos en cada fase deben aportar información constante a los demás a lo largo del proceso.

El análisis estratégico es el proceso que nos permite determinar el conjunto de amenazas y oportunidades que el entorno trae a la empresa, así como los puntos fuertes y débiles de la misma empresa. Esto permite a la dirección hacer una evaluación de la situación para que, una vez definidos los objetivos, finalidades y metas de la empresa, se pueda formular la estrategia más adecuada. Estos elementos son la definición de las finalidades y misiones de la empresa, el análisis externo y el análisis interno.

- La definición de las finalidades y misiones generales de la empresa (misión y objetivos) pretende dar coherencia a toda la actuación empresarial y al propio proceso de dirección estratégica.
- El análisis externo pretende identificar el conjunto de amenazas y oportunidades que caracterizan el entorno en el que está inmersa empresa.
- El análisis interno trata de determinar y evaluar los factores que conforman los puntos fuertes y débiles de la empresa.

A partir del análisis estratégico, la empresa intenta diseñar diferentes alternativas posibles para conseguir su misión y objetivos definidos en función del

contexto marcado por el análisis interno y el análisis externo.

Esto llevaría a la definición de los siguientes elementos:

- Elección de las estrategias competitivas en cuanto a liderazgo en costes, diferenciación, etc.
- Indefinición de la dirección de desarrollo futuro de la empresa en cuanto a especialización, diversificación, etc.
- Definición de las formas de crecimiento, que puede ser interno, externo, o de cooperación, por ejemplo
- Determinación del grado y las vías de internacionalización más convenientes.

Con varias estrategias alternativas a la vista, el siguiente paso es evaluarlas para elegir cuál de ellas es la que se va a implantar en la siguiente fase. Lo importante es que los criterios empleados sean capaces de identificar y diferenciar la mejor estrategia de todas las posibles. Una vez elegida la estrategia más adecuada llega el momento de ponerla en marcha. Para la implantación de la estrategia resulta útil elaborar un plan estratégico que incluya los objetivos y las decisiones adoptadas en las etapas anteriores, así como los medios que deben emplearse y el camino que debe seguirse para que la estrategia tenga éxito.

#### **2.2.1.5. IMPORTANCIA DE LA DIRECCIÓN EN LAS EMPRESAS**

Marciaga, C. (2015). La Dirección es fundamental dentro de una organización porque:

- Pone en marcha lineamientos establecidos en la planeación y organización. Si no hay acción, esos lineamientos se quedarán solamente en sueños e ilusiones.
- A través de ella se puede lograr que los colaboradores tengan una mejor conducta dentro de la organización.
- La productividad de la organización depende directamente de una dirección eficiente.
- Su calidad está reflejada en el logro de los objetivos, una correcta implementación de los sistemas de control y un liderazgo sólido basado en el trabajo en equipo.
- El recurso humano está capacitado eficazmente para desarrollar las diferentes asignaciones dentro de la organización y, por consiguiente, un equipo de trabajo competente para alcanzar la efectividad organizacional.

#### **2.2.1.6. BENEFICIOS DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA**

Liste, J. (2018). La dirección estratégica de una empresa se crea mediante el desarrollo de un plan estratégico. La dirección que una empresa deside tomar para alcanzar sus metas es una parte importante del proceso de planificación estratégica. Los beneficios de una dirección estratégica clara se dejan sentir en toda la empresa -desde los empleados a nivel del suelo, que trabajan de manera más eficiente, con objetivos claros, todo el camino hasta los accionistas, que siguen confiando en el potencial de la compañía para el éxito y la prosperidad financiera.

- Los beneficios de un plan. Una empresa con una dirección enfocada y estratégica es mucho más atractiva para los accionistas e inversores potenciales

que una empresa aparentemente a la deriva y sin timón. Un alto nivel de organización dentro de la empresa, así como su dedicación para lograr metas a corto plazo y a largo plazo, puede hacer que sea más fácil para tu negocio de reunir capital y seguir creciendo tanto en tamaño y rentabilidad.

- Enfoque de empleados sobre los objetivos. Una dirección estratégica dentro de un departamento o empresa en tu conjunto te permite como propietario de un negocio o gerente enfocar a tus empleados en objetivos específicos. Los empleados pueden trabajar con mayor eficiencia y una mejor asignación de los recursos, ya que cada trabajador se apunta hacia una tarea específica destinada a lograr la meta más grande. Los empleados deben entender cómo cada tarea se inscribe en el objetivo de negocio más grande para obtener un mayor sentido de importancia en el proyecto más grande.
- Analizar las fortalezas y debilidades. Una dirección estratégica para un proyecto o meta de negocio permite a su empresa para determinar sus fortalezas y debilidades, y crear un plan que mejor se adapte a estas características.
- Solución de problemas operacionales. Cuando tu compañía toma una decisión firme en su camino hacia el éxito es más fácil determinar qué elementos empresa bloquean ese camino. Una dirección estratégica clara puede permitir a tu empresa a eliminar los gastos innecesarios y racionalizar tu fuerza de trabajo para una óptima eficiencia en el trabajo con las metas de la compañía para reuniones de ancho.



### **2.2.1.7. LA IMPORTANCIA DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA**

Según Foro Marketing (2016). Establece las siguientes importancias:

- La dirección estratégica debe tomar decisiones que permitan la adaptabilidad al mercado actual.
- Este proceso requiere una planificación.
- En tiempos actuales las empresas de todo tipo, independientemente de su tamaño o sector, no pueden mantenerse ajenas a los cambios que se están produciendo. Estos cambios están afectando a todos los ámbitos, desde el entorno, la competencia, las herramientas tecnológicas y el ámbito social.

### **2.2.1.8. EL PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL DE TURISMO**

Como ya se mencionó, uno de los pilares de la actividad turística es la conservación del patrimonio cultural y natural de la nación, del entorno natural, de las formas de vida, costumbres e identidad, entre otros aspectos, de las comunidades en las que se encuentren atractivos turísticos. Así, el plan estratégico nacional de turismo (PENTUR) tiene como principal misión la organización, promoción y dirección del desarrollo sostenible y competitivo de la actividad turística en el Perú, mediante procesos integradores, concertados y descentralizados, impulsando el desarrollo económico y social, generando un empleo digno que mejore la calidad de vida de la población, y garantizando la valoración y conservación del patrimonio nacional histórico, natural y cultural. Ministerio del Ambiente (2014).

### **2.2.1.9. BRANDING TURÍSTICO: ESTRATEGIA Y CONCEPTO.**

Razak, A. (2012). El branding turístico es el proceso mediante el cual se construye una marca turística. Desde la conceptualización de la marca, la plataforma estratégica de marca hasta los elementos gráficos y visuales. El branding en el sector turismo tiene el objetivo de diseñar y asociar un destino turístico a una marca que pueda ser comercializada y adaptada a distintos formatos. Sirviendo como símbolo para la difusión y contextualización de los valores del destino.

El branding en el sector turismo permite agrupar y comunicar las virtudes fundamentales de un destino, potenciando y aumentando el alcance de los activos turísticos. El branding de destinos turísticos es esencial para las empresas del sector turismo, ya que influye en los beneficios que puedan conseguir. Además también permite que un destino turístico pueda ser comercializado y visualizado a través de más canales, llegando por tanto a más consumidores.

## **2.2.2. DESARROLLO TURÍSTICO**

### **2.2.2.1. CONCEPTOS DE DESARROLLO TURÍSTICO.**

Según la Organización Mundial del Turismo (2014). Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medio ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

**A.** Por lo tanto se determina que el turismo sostenible debe:

Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

**B.** Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.

**C.** Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de

los problemas de la sostenibilidad y fomenta en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

Naturalmente, todas las definiciones de turismo, incluso las más antiguas, nos pueden proporcionar pistas sobre aspectos relevantes de su relación con la cultura. En realidad, parece indisociable el turismo de la cultura y, en todo caso, no se entendería la misma génesis del turismo sin implicaciones culturales significativas.

"La suma total de operadores principalmente de carácter económico directamente relacionados con la llegada, la estancia y el movimiento de forasteros en un determinado país, ciudad o región" (H. Von Schullard.1910).

La Liga de las Naciones (1937) define al turista como "cualquier persona que viaja por placer y abandona su lugar de residencia habitual por menos de un año y por más de 24 h. Los viajes de menos de 24 horas se definen como excursiones".

"El turismo es la totalidad de las relaciones y fenómenos generados por el viaje y la estancia de forasteros, siempre y cuando la estancia no implique el establecimiento de una residencia permanente y no esté relacionada con actividades remuneradas" (Hunziker y Krapf. 1942).

"Turismo es el desplazamiento corto y temporal de personas hacia destinos distintos a sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las actividades que realizan durante su estancia en el destino. Se incluyen los

desplazamientos por cualquier motivación." (Tourism Society of England. 1976).

La Organización Mundial del Turismo, en 1994, lo definió como, "el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual, por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos."

Teniendo en cuenta una definición tan amplia y el hecho, constatado, de las dificultades de ubicación de la actividad turística en el contexto administrativo, se nos sugiere que estamos tratando, en resumen, de situar, en términos de poder, las decisiones sobre el devenir turístico de cada territorio en un marco operativo, cuyos objetivos han de responder al modelo de desarrollo y al modelo de sociedad que los gestores del territorio decidan, en una primera y trascendental decisión.

Aun cuando el turismo tiene la gran opción de acomodarse para ser compatible con una innumerable cantidad de otras actividades, subyace aquí un paradigma básico en el desarrollo turístico y que se resume en la subordinación de otras políticas a las políticas turísticas o viceversa. En resumen, no se trata tanto de la definición de instituciones que rijan la política turística, sino del orden jerárquico por el que los distintos estamentos de un Gobierno (a la escala que sea) determinan la importancia del turismo en esa zona. Ello tiene que ver, ineludiblemente, no tan solo con el turismo, sino, como se afirmaba anteriormente, con la visión general, el modelo de desarrollo, que se prevé para ese territorio.

#### **2.2.2.2. TIPOS DE TURISMO**

A continuación te daremos una breve descripción de los tipos de turismo que existen y que se fueron desarrollando con el paso del tiempo gracias a las motivaciones propias del viajero. Es pertinente mencionar que a partir de cada uno de estos se pueden desglosar otros, pero los aquí presentados, son los más importantes:

**A. Turismo de sol y playa (tradicional).** Es la máxima expresión del turismo de masas, ya que las playas en los diferentes destinos turísticos, son las más visitadas por los turistas. Consiste primordialmente en pasar unos días de esparcimiento en un destino de costa, naturalmente con playa y mar, mismo que debe contar con espacios públicos destinados a esta actividad. Lo más común es que el turista se hospede en hoteles de lujo y adquiera paquetes “todo incluido” que les permite tener las menos preocupaciones posibles.

**B. Turismo de Reuniones.** Consiste en el desplazamiento de viajeros fuera de su entorno habitual con fines lucrativos. Normalmente son empresas las que envían a sus trabajadores a juntas, conferencias, reuniones o exposiciones; estos van con los gastos pagados y en cierta manera están recibiendo un sueldo por este viaje. Las condiciones del destino visitado son más enfocadas a satisfacer las necesidades de un viajero que demanda los mejores servicios posibles, las que van desde conjuntos de exposiciones, salones de eventos, buenas vías de comunicación, entre otros.

**C. Turismo de Naturaleza.** Busca delimitar a un tipo de viajero más exigente, cuya principal motivación es estar en contacto con la naturaleza. Principalmente desarrollado por turistas jóvenes con inquietudes por el deterioro del medio ambiente y preocupados por temas como el calentamiento global, el desarrollo social y el enriquecimiento cultural. Este tipo de turismo tiene 3 grandes derivaciones: i) El ecoturismo que se desarrolla en áreas naturales y que tiene como fin la apreciación y conocimiento de la naturaleza. ii) El turismo de aventura, tiene como principal motivo, realizar actividades recreativas que representen un esfuerzo emocional y físico. iii) El turismo rural donde se busca la convivencia e interacción con la gente propia del lugar, conociendo su cultura y formas de vida.

**D. Turismo de salud.** Incluye al turismo médico y al turismo de bienestar. Es un fenómeno que se lleva a cabo cuando la gente viaja para buscar tratamientos que le permitan mejorar sus condiciones de vida, estos pueden ser, médicos que realicen algún tipo de cirugía, clínicas de rehabilitación o espacios para ayudar a su salud.

**E. Turismo cultural.** Dentro del turismo cultural, los más conocidos son el turismo religioso y el gastronómico. Este es más exigente y tiene la posibilidad de desarrollarse en cualquier época del año; se viaja con la intención “aprender algo”, ya que normalmente se realiza por gente con un nivel educativo más alto que el promedio.

### **2.2.2.3. GESTIÓN NACIONAL DEL TURISMO**

Acerenza, M. (2010). En esa metodología definimos a la

planificación estratégica del turismo como: “el proceso destinado a determinar los objetivos generales del desarrollo turístico, y las políticas y estratégicas que guiarán los aspectos relativos a las inversiones, el uso y el ordenamiento de los recursos utilizables con ese fin”.

De acuerdo con la citada definición, la planificación estratégica del turismo establece entonces los grandes ejes de desarrollo del sector, por lo que está referida a un horizonte de planificación de “largo plazo”, y consiste en la toma de decisiones en el momento que se afronta la labor de planificación, cuyos resultados se harán sentir en el futuro. El horizonte de la planificación por consiguiente no está referido a una fecha, sino a un período dentro del cual deben obtenerse los resultados deseados, en otras palabras, los objetivos planteados para el desarrollo del sector. Aspecto este a tener muy en cuenta para evitar confusiones con los objetivos de los planes operativos, los cuales deben alcanzarse ya en el corto plazo.

#### **2.2.2.4. PROMOCIÓN TURÍSTICA.**

Julián, P. y Merino, M. (2011). La idea de promoción turística, por lo tanto, hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística.

En concreto, hay que establecer que todo proyecto de promoción turística puede abarcar una gran variedad de objetivos. No obstante, entre los más habituales están los siguientes:



- A.** Fomentar lo que sería la promoción y atractivo turístico de un lugar.
- B.** Aumentar y dar a conocer la oferta que existe para el turista.
- C.** Captar eventos de cierta relevancia para la zona.
- D.** Incentivar la implicación de todos los profesionales relacionados con el turismo para impulsar el mismo y atraer a mayor número de visitantes.

Para poder conseguir todos esos fines y otros muchos más se puede recurrir a un sinfín de herramientas de promoción turística. No obstante, entre todas ellas destacan las siguientes: jornadas, ferias, congresos, visitas de interés turístico, fiestas, eventos, congresos, ruta.

Además de todo lo expuesto, tendríamos que subrayar que cuando se habla de promoción turística hay que tener en cuenta que existen diversos aspectos y elementos que le dan forma y que son necesarios para que pueda cumplir sus objetivos. En concreto, nos estamos refiriendo al turismo como elemento intangible, a los consumidores o turistas, a las agencias de viajes, la estrategia o la comunicación, que puede ser interna, externa o de boca en boca.

Se habla de campaña de promoción turística para señalar a las actividades y emprendimientos que se llevan a cabo con la intención de que los potenciales viajeros conozcan los atractivos de un destino y se decidan a planificar una visita. Estas campañas intentan divulgar los atractivos naturales, históricos, culturales, etc. del destino.

#### **2.2.2.5. EL TURISMO: UN MODELO DE DESARROLLO**

Entorno Turístico (2014). El turismo es una actividad altamente mudable, un sector que acapara diversas actividades dentro de un país y que engloba a un sinnúmero de personas dedicadas a satisfacer necesidades de diversa índole. Cada país ha desarrollado al turismo en sus mejores facetas, es decir, potencializando el tipo de turismo que represente un arraigo en su patrimonio, no obstante, un principio fundamental de este sector, requiere de adaptar modelos turísticos a las necesidades de la población en la que coexiste dicha actividad, sin olvidar que aun en un país, los Estados y las Ciudades presentan diversas necesidades, pues la cultura, su capital humano, costumbres y tradiciones no son las mismas debido a cada estilo de vida que se ha desarrollado.

Los modelos turísticos, comprenden el desarrollo y aprovechamiento de los subsectores que componen al fenómeno turístico, hablándose del cultural, religioso, gastronómico, el turismo de sol y playa, por mencionar los más desarrollados, entre otros. Estos se presentan como una alternativa de crecimiento en cada destino, pues potencializar un tipo de turismo es otorgarle identidad a cada uno de éstos, sin embargo, es necesario desarrollar no sólo el más adecuado, sino también, el que más favorezca a la gente que radica en cada destino.

Hoy en día, los modelos turísticos se encuentran en un dilema de limitaciones, por ejemplo, todos los sitios presentes en los litorales son desarrollados en un turismo convencional de sol y playa, pues es una fortaleza de los

destinos, no obstante, el ramo cultural, religioso, gastronómico, etc. queda rezagado aun cuando éste se presenta como una actividad de 360°.

#### **2.2.2.6. DESTINO TURÍSTICO**

Balagué, J y Brualla, P. (2001). Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.

Por otro lado Balagué y Brualla (2001) consideran el destino turístico como la formalización de aquellos nuevos espacios geofísicos de interés o de aquellos otros que quieren plantearse una reconsideración de su valoración hacia parámetros turísticos posibles para la potenciación de sus estructuras actuales.

#### **2.2.2.7. EL RETO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN EL PERÚ**

El desorden global se inicia cuando el hombre rompe el equilibrio natural, pretendiendo ser el “*amo y señor*” de todo el planeta y alrededores. Sorprende el ver que sus ansias por dominar se ven reducidas cuando los recursos se van agotando. En estos tiempos de turbulencia ambiental, de climas desenfrenados, de furia natural y obcecación humana, crece una nueva visión que rompe con

los paradigmas de la revolución industrial y nos lleva al acercamiento con la naturaleza.

Un acercamiento matizado por el enfoque del desarrollo sostenible, aquel que busca *“la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”*. Es así como llegaremos a sostener a nuestras siguientes generaciones, condicionado a un equilibrio entre lo económico, socio-cultural y ecológico-ambiental.

Hoy en día esta visión enfrenta nuestro estilo de vida (consumismo, degradación, pérdida de valores, etc...) con un cambio hacia lo natural (consumo sostenible, equilibrio energético, unidad, ética, etc...). Por ello se debe buscar herramientas de cambio que nos permitan involucrarnos por la energía, por la tradición ancestral, por la sabiduría milenaria de los pueblos primordiales, por la esencia misma de la gente y por un sistema holístico que nos lleve a entrar en conexión con el planeta.

#### **2.2.2.8. CRECIMIENTO Y DESARROLLO TURÍSTICO**

Sancho, A. (1997). El crecimiento económico de muchos países depende, en gran medida del crecimiento de su actividad turística. Sin embargo, los países no gestionan la mayoría de los productos y experiencias turísticas que venden. Los gestores turísticos transportan a los individuos para que conozcan los rasgos naturales, culturales, económicos y los estilo de vida de los pueblos. Esto hace del turismo una industria particularmente frágil,

particularmente vulnerable a los cambios del entorno natural, cultural económico de los propios países, los cuales actúan de una forma irresponsable con su principal fuente de riqueza. Ante este escenario planteado queda una pregunta en el aire: ¿Es posible llegar a un crecimiento de la actividad turística, donde se potencien los efectos positivos del propio negocio turístico, sin que los efectos negativos produzcan un deterioro reversible?

#### **2.2.2.9. TURISMO, CULTURA Y DESARROLLO**

Moragues, D. (2015). Desde hace muchos años la relación entre el turismo, la cultura y el desarrollo -claramente evidente- ha sido tratada en artículos, libros y publicaciones desde muchas perspectivas, la mayoría, sin embargo, en el contexto de la simple reflexión académica. La acepción Turismo Cultural, que parece haberse convertido, improvisada y precipitadamente, en la concreción práctica de todas las disquisiciones teóricas, tiene una amplia literatura e infinidad de asociaciones y entidades que, con mayor o menor fortuna, discurren por un amplio campo de actuación, impreciso en ocasiones y extremadamente específico en otras. Esta aceptación del Turismo Cultural como la suma absoluta del compendio de relaciones entre turismo, cultura y desarrollo puede considerarse, en todo caso, como restrictiva de las potencialidades que implica la interacción entre estos tres ámbitos y como arriesgada, también, por un cierto estilo elitista. La aplicación práctica del llamado Turismo Cultural no ha ido más allá, en la mayoría de los casos, de una pequeña parcela selectiva de un gran mercado turístico, que dispone ya globalmente de determinados contenidos

culturales o para culturales, pero no en el contexto de lo que algunos definen como Cultura, con mayúsculas.

### 2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

- **AGENCIA DE VIAJES:** Es una empresa turística dedicada a la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios y elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes.
- **ANÁLISIS ESTRATÉGICO.** Es el proceso que se lleva a cabo para investigar sobre el entorno de negocios dentro del cual opera una organización y el estudio de la propia organización, con el fin de formular una estrategia para la toma de decisiones y el cumplimiento de los objetivos.
- **ANÁLISIS FODA:** Es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso.
- **CENTRO HISTÓRICO:** Núcleo central de un área urbana, normalmente el de mayor atracción social, económica, política y cultural; encierra la mayor parte de la historia de una ciudad.
- **CENTRO TURÍSTICO:** Espacio territorial dotado de bienes y servicios turísticos, con capacidad para motivar y atender una demanda significativa.
- **CENTRO VACACIONAL:** Unidad equipada con bienes y servicios turísticos, concentrados en un área delimitada y equipada para la atención de grupos de turistas.

- **DIRECCIÓN ESTRATÉGICA:** La dirección estratégica es el proceso de formulación de estrategias para el desarrollo de la organización, buscando obtener una mayor participación en el mercado (competitividad estratégica) y rendimientos superiores al promedio
- **ENTORNO DE LA EMPRESA:** El entorno empresarial hace referencia a los factores externos a la empresa que influye en esta y condicionan su actividad.
- **ESTRATEGIAS:** La estrategia es un programa general para definir y alcanzar los objetivos de una organización y poner en práctica su misión. O también llamados curso de acción que apoyan el logro de objetivos empresariales.
- **DESARROLLO TURÍSTICO:** Se refiere a impulsar programas que contribuyan a promover mayores niveles de calidad y competitividad, la generación de capacidades locales y el desarrollo turístico sostenible en las diferentes unidades del planeamiento del país.
- **GESTIÓN:** Hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar, ejecutar, dirigir o resolver algo.
- **GESTIÓN CULTURAL:** Es una gran herramienta a la hora de gestionar y administrar un espacio, proyecto o servicio cultural, pues permite diseñar, planificar e implementar las acciones necesarias para darle vida como tal y potenciar su desarrollo en el tiempo.
- **GESTIÓN DEL CAMBIO:** Es aquella estrategia normativa que hace referencia a la necesidad de un cambio y se basa en la visión de la organización para que haya un mejor desempeño administrativo, social, técnico y de evaluación de mejoras.

- **GESTIÓN EMPRESARIAL:** Es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz.
- **GESTIÓN ESTRATÉGICA:** Es el proceso permanentemente orientado hacia la construcción, implementación y monitorización de una estrategia para garantizar la supervivencia y el desarrollo de la empresa a largo plazo”.
- **GUÍA DE TURISMO:** Persona que guía, orienta y dirige a los visitantes en el idioma de su elección e interpreta el patrimonio cultural y natural de una zona.
- **HOSPEDAJE:** Es el servicio que se presta en situaciones turísticas y que consiste en permitir que una persona o grupo de personas acceda a un albergue a cambio de una tarifa.
- **HOTEL:** Es un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas temporalmente y que permite a los visitantes sus desplazamientos.
- **METAS:** Las metas son los fines a los cuales se dirige una acción. Las metas dan el sentido básico de dirección a la organización, las mismas incluyen propósito o finalidad, misión y objetivos.
- **MISIÓN:** Es el propósito general o razón de ser de la empresa u organización que enuncia a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece y en general.
- **MYPE:** La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de



extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

- **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:** Son los resultados globales que esperamos lograr para hacer real la visión, la misión y la estrategia.
  
- **OBJETIVOS OPERATIVOS:** Son los que definen las acciones inmediatas que se han de realizar para alcanzar los objetivos estratégicos.
  
- **OBJETIVOS:** Son enunciados escritos sobre resultados deseados en un periodo determinado siendo el punto final de la planeación.
  
- **PLAN ESTRATÉGICO:** Es un documento en el que los responsables de una organización reflejan cual será la estrategia a seguir por su compañía en el medio plazo.
  
- **PROMOCIÓN TURÍSTICA:** Es la acción y efecto de promover (impulsar un proceso o una cosa, tomar la iniciativa para realizar algo, elevar a alguien a un cargo superior al que tenía).
  
- **RESTAURANTE O RESTORÁN:** Es un establecimiento comercial en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el mismo local o para llevar.
  
- **TURISMO SOSTENIBLE:** “Una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”.
  
- **TURISMO.** Se refiere a las acciones y todas las actividades económicas que se dedican a satisfacer la demanda del turista. es un conjunto de actividades de negocios que directa o indirectamente generan bienes y

servicios que soportan actividades de negocios, ocios, placer, motivos profesionales y otras relacionadas con personas fuera de su residencia habitual.

- **VISIÓN:** Es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo.

## **2.4. HIPÓTESIS**

### **2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL**

La dirección estratégica incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.

### **2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:**

- **Hipótesis Específicas 1.**

La gestión estratégica incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.

- **Hipótesis Específica 2**

La cultura organizacional incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.

- **Hipótesis Específica 3**

El clima organizacional del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de la ciudad de Ica, incide en el desarrollo turístico, Ica, 2017.

## **2.5. VARIABLES.**

### **2.5.1. DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES**

#### **1. VARIABLE INDEPENDIENTE:**

##### **a) DIRECCIÓN ESTRATÉGICA:**

La dirección estratégica, como parte de la dirección empresarial, se ocupa de formular e implantar la estrategia, movilizand o los recursos de la empresa y abordando la creciente complejidad de las empresas y del entorno. Aula Marketing. (2015).

##### **b) DIMENSIONES DIRECCIÓN ESTRATÉGICA:**

###### **- GESTIÓN ESTRATÉGICA:**

La gestión estratégica es la encargada de conducir a la empresa a un futuro deseado, lo que implica que la misma debe influir directamente en el cumplimiento de los objetivos establecidos. ISOTools (2017).

###### **- CULTURA ORGANIZACIONAL:**

La cultura organizacional es el conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes en todas las organizaciones. También se puede definir como el conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas

de interacción dentro y entre los grupos existentes en todas las organizaciones. Significados.com (2014).

- **CLIMA ORGANIZACIONAL:**

El clima en las organizaciones comprende las relaciones que se llevan a cabo entre los distintos actores de la empresa constituyendo el ambiente en donde los empleados desarrollan sus actividades. Gestion.Org (2015).

**2. VARIABLE DEPENDIENTE:**

**a) DESARROLLO TURÍSTICO:**

Se puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista. (Pearce, 1991).

**b) DIMENSIONES DESARROLLO TURÍSTICO:**

- **DESARROLLO INSTITUCIONAL:**

Puede definirse como el cambio planificado, sistemático, coordinado y asumido por la institución, en la búsqueda del incremento en los niveles de calidad, equidad y pertinencia de los servicios ofrecidos. Es el resultado de la ejecución de planes de acción o mejoramiento que internos o externos proponen para abordar las problemáticas existentes dentro de las instituciones Copladi.udg (2015).

- **ORDENAMIENTO TERRITORIAL:**

El ordenamiento territorial se encarga de planear los usos adecuados de un determinado espacio, usualmente ciudades, departamentos y municipios. Para ello se realizan estudios sobre los recursos naturales y las actividades económicas de la región en particular y se recomiendan los usos más adecuados para aprovechar el espacio sin deteriorar los recursos naturales. Banrepcultural (2017).

- **RELACIONES DE COLABORACIÓN:**

Está referido al hecho que para el mejor y más eficaz desarrollo de sus funciones, la organización mantiene relaciones de colaboración y asesoramiento con todas las instituciones del Estado central, autonómico y local, y con asociaciones y organizaciones profesionales, sindicales y no gubernamentales, relacionadas con sus áreas de actividad. Torres, M. (2015).

## **2.5.2. DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LA VARIABLE**

### **a) VARIABLE INDEPENDIENTE:**

- **DIRECCIÓN ESTRATÉGICA:**

La dirección estratégica es el proceso de formulación de estrategias para el desarrollo de la organización, buscando obtener una mayor participación en el mercado (competitividad estratégica) y rendimientos superiores al promedio. Castro, C. (2018).

**b) VARIABLE DEPENDIENTE:**

**- DESARROLLO TURÍSTICO:**

Está orientado a impulsar programas que contribuyan a promover mayores niveles de calidad y competitividad, la generación de capacidades locales y el desarrollo turístico sostenible en las diferentes unidades del planeamiento del país. Instituto Costarricense de Turismo (2012).

### 2.5.3. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones e indicadores
VARIABLE INDEPENDIENTE: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	La dirección estratégica, como parte de la dirección empresarial, se ocupa de formular e implantar la estrategia, movilizand los recursos de la empresa y abordando la creciente complejidad de las empresas y del entorno. Aula Marketing. (2015).	La dirección estratégica es el proceso de formulación de estrategias para el desarrollo de la organización, buscando obtener una mayor participación en el mercado (competitividad estratégica) y rendimientos superiores al promedio. Castro, C. (2018).	<p><b>Gestión estratégica</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento de la misión y la visión</li> <li>- Análisis del entorno</li> <li>- Cumplimento de objetivos y metas</li> <li>- Establecimiento de estrategias y políticas adecuadas</li> <li>- Desarrollo de la estrategia</li> </ul> <p><b>Cultura organizacional</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación en la elaboración del plan estratégico</li> <li>- Tomar en cuenta las ideas</li> <li>- Se propicia el desarrollo de la innovación</li> <li>- Participación en las comisiones de trabajo</li> <li>- Salarios y beneficios adecuados</li> <li>- Capacitación del personal</li> </ul> <p><b>Clima organizacional</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación rápida y fluida</li> <li>- Existencia de liderazgo participativo</li> <li>- Ambiente de trabajo adecuado</li> <li>- Costumbre de trabajar en equipo</li> <li>- Existencia de sistema de incentivo</li> </ul>
VARIABLE DEPENDIENTE DESARROLLO TURÍSTICO	El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades dl turista. (Pearce, 1991).	Está orientado a impulsar programas que contribuyan a promover mayores niveles de calidad y competitividad, la generación de capacidades locales y el desarrollo turístico sostenible en las diferentes unidades del planeamiento del país. Instituto Costarricense de Turismo (2012).	<p><b>Desarrollo del sector turístico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promoción adecuada del turismo</li> <li>- Desarrollado estrategias para promocionar el turismo</li> <li>- Gestión municipal optima</li> <li>- Contar con un plan de trabajo</li> </ul> <p><b>Ordenamiento de la ciudad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ordenamiento urbano adecuado</li> <li>- Ordenamiento del servicio de limpieza publico optimo</li> <li>- Ordenamiento transporte adecuado</li> <li>- Seguridad ciudadana adecuada</li> </ul> <p><b>Relación de colaboración</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Convenios firmados con instituciones</li> <li>- Relación entre el municipio y empresarios turísticos</li> <li>- Coordinación entre el municipio y empresarios turísticos</li> <li>- Desempeño adecuado</li> </ul>

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. TIPO Y NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **3.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.**

El tipo de Investigación propuesto fue la Investigación Aplicada, por que es el tipo de investigación en la cual el problema está establecido y es conocido por el investigador, por lo que la utiliza para dar respuesta a preguntas específicas. El énfasis del estudio está en la resolución práctica de problemas. Se centra específicamente en cómo se pueden llevar a la práctica las teorías generales. Lozada, J. (2014).

##### **3.1.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.**

Se plantea el tipo de investigación Descriptiva-transversal, porque se aboca a conocer algunas características resaltantes de las variables de investigación, y además intentará deducir algunos alcances importantes a saber con el propósito de alcanzar desarrollar nuevos conocimientos. Además, que nos permite aplicar las encuestas en un solo momento. Galán, M. (2008).



### **3.2. DESCRIPCIÓN DEL ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente estudio que lleva por título: “La Dirección Estratégica y el Desarrollo Turístico de la Ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017”. Abarcó los siguientes ámbitos.

- **Ámbito social:** Tomó en cuenta al personal del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de la Ciudad de Ica.
- **Ámbito espacial:** El estudio se realizó en la provincia de Ica.
- **Ámbito temporal:** El estudio se realizó entre los meses agosto a noviembre del año 2017.

### **3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.3.1. POBLACIÓN.**

Es un conjunto de sujetos o elementos que presentan características comunes. Sobre esta población se realiza el estudio estadístico con el fin de sacar conclusiones. Universoformulas. (2016).

El estudio comprenderá al personal, del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de la Ciudad de Ica, y que según datos del Área de Personal son en total 12 empleados.

#### **3.3.2. MUESTRA.**

Una muestra es un subconjunto cualquiera de la población. Para que la muestra nos sirva para extraer conclusiones sobre la

población deber ser representativa, lo que se consigue seleccionando sus elementos al azar, lo que da lugar a una muestra aleatoria. Universoformulas. (2016).

Se utilizó el muestreo por conveniencia de tipo censal para realizar la encuesta y se aplicó a todos los empleados del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de la Ciudad de Ica, que según datos del Área de Personal son en total 12 empleados.

### **3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.**

#### **3.4.1. TÉCNICAS.**

La técnica a utilizar fue la encuesta estructurada y sistematizada, que es un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas. Aparicio, A. (2010).

#### **3.4.2. INSTRUMENTOS.**

El instrumento básico utilizado en la investigación fue el cuestionario, tal vez, la mejor herramienta de búsqueda de información en estratos determinados cuando de estadísticas se habla. Aparicio, A. (2010).

Se utilizó el cuestionario elaborado, teniendo en cuenta las variables: Dirección estratégica, a través de sus dimensiones: Gestión estratégica, con seis ítems, Cultura organizacional, con seis ítems y Clima organizacional, con cinco ítems. Y la variable Desarrollo del turismo, a través de sus dimensiones: Desarrollo institucional, con seis ítems, Ordenamiento de la ciudad, con cuatro ítems y la Relación con otras instituciones con cuatro ítems.

Utilizándose para contestar las preguntas una escala de tres elementos que son los siguientes: Sí, Algunas veces, No.

### **3.5. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS.**

#### **3.4.1. VALIDEZ**

Para validar el instrumento se usó el coeficiente Alfa de Cronbach, porque se establece que esta prueba requiere sólo una aplicación, produciendo valores que tienen un rango entre cero y uno. Y los resultados obtenidos van de una escala de cero a uno, de donde se deduce el porcentaje a ser considera apto y confiable. Aparicio, A. (2010).

**a) VALIDEZ DE CONTENIDO:** Grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide. (Validez de juicio de experto).

**b) VALIDEZ DE CRITERIO:** Se establece al validar un instrumento de medición al compararlo con algún criterio externo que pretende medir lo mismo. (Alfa de Cronbach).

**c) VALIDEZ DE CONSTRUCTO:** Debe explicar el modelo teórico empírico que subyace a la variable de interés. En este caso el modelo teórico responde a una necesidad de desagregar, variables, dimensiones e indicadores.

#### **3.4.1. CONFIABILIDAD**

Esta se da, cuando un instrumento se aplica repetidas veces, al mismo sujeto u objeto de investigación, por lo cual, se deben obtener resultados iguales o parecidos dentro de un rango razonable, es decir, que no se perciban distorsiones, que puedan

imputarse a defectos que sean del instrumento mismo. Soler, S. (2012).

### **3.6. PLAN PARA LA RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS.**

Los datos que se obtuvieron en la investigación siguieron el siguiente proceso:

- Se procedió al diseño de la matriz de consistencia definiendo para ello las variables dimensiones y con ello sus respectivos indicadores y luego la operacionalizarlas.
- Se diseñó el cuestionario y procedió a realizar el trabajo de campo.
- Se ingresó los datos al sistema
- Se elaboró una base de datos.
- Se procesó la información con el programa SPSS.
- Se realizó el análisis estadístico, en este caso la prueba del Chi cuadrado.
- Se realizó las interpretaciones de la información obtenida
- Los resultados se elaboraron y presentaron en cuadros estadísticos y gráficos.
- Análisis e interpretación de los resultados.
- Discusión, conclusión, recomendaciones.
- Presentación de la tesis para su evaluación y aprobación.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1. Confiabilidad de los resultados

##### Resumen de procesamiento de casos

		Nº	%
Casos	Válido	12	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	12	100.0

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

##### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
.766	28

Se establece que el nivel de confiabilidad del cuestionario es de 97.6%.

## 4.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS.

**Tabla N° 01**

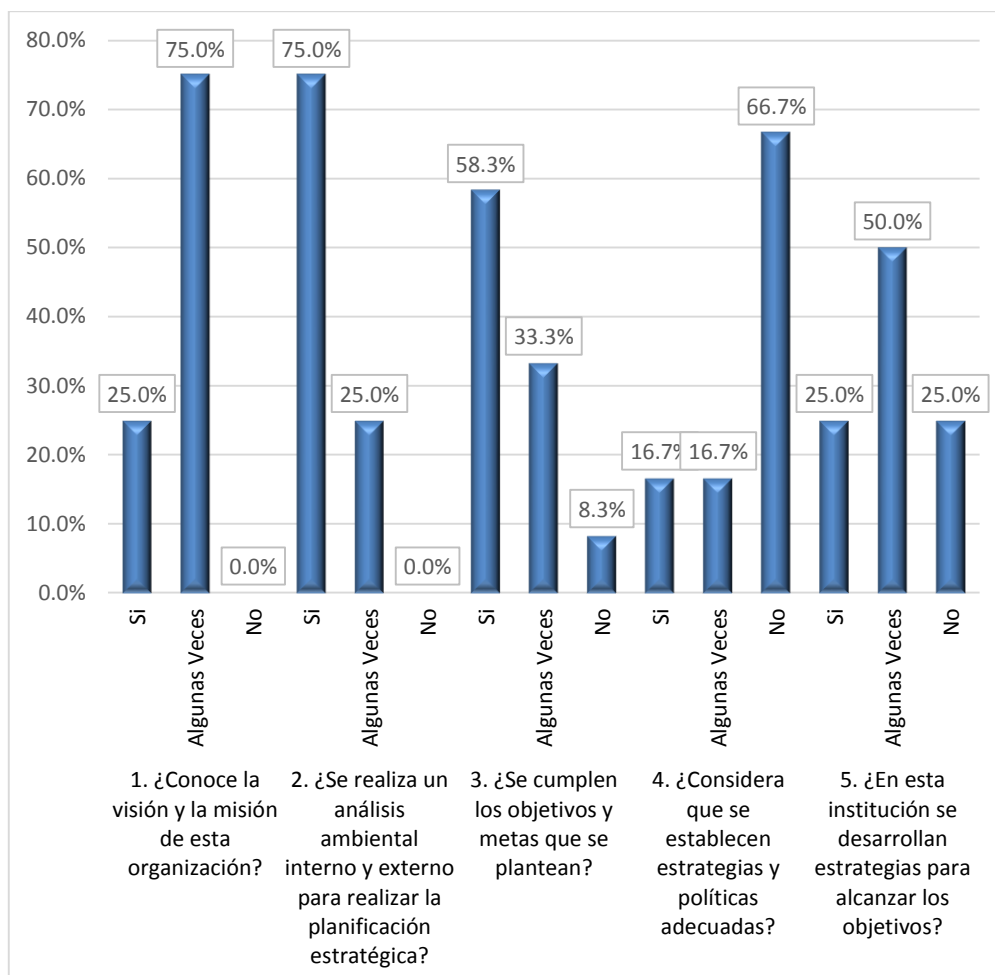
### **Gestión estratégica**

Preguntas	Alternativas	N°	%
1. ¿Conoce la visión y la misión de esta organización?	Sí	3	25.0%
	Algunas Veces	9	75.0%
	No	0	0.0%
2. ¿Se realiza un análisis ambiental interno y externo para realizar la planificación estratégica?	Sí	9	75.0%
	Algunas Veces	3	25.0%
	No	0	0.0%
3. ¿Se cumplen los objetivos y metas que se plantean?	Sí	7	58.3%
	Algunas Veces	4	33.3%
	No	1	8.3%
4. ¿Considera que se establecen estrategias y políticas adecuadas?	Sí	2	16.7%
	Algunas Veces	2	16.7%
	No	8	66.7%
5. ¿En esta institución se desarrollan estrategias para alcanzar los objetivos?	Sí	3	25.0%
	Algunas Veces	6	50.0%
	No	3	25.0%

Fuente: Encuesta realizada

Autor: Elaboración propia

**Gráfico N° 01**  
**Gestión estratégica**



Fuente: Tabla N°1  
 Autor; Elaboración propia

**Interpretación:**

En relación a la dimensión gestión estratégica: el 75% contestó que algunas veces, en relación al conocimiento de la visión y la misión de esta organización; un 75% estableció que , y manifiestan que se realiza el análisis ambiental interno y externo para realizar la planificación estratégica; un 66.7% dijo que no, y precisa que se establecen estrategias y políticas adecuadas; un 58.3% dijo que sí, y manifiesta que se cumplen los objetivos y metas que se plantean; además, un 50.0% dice que algunas veces en esta institución se desarrollan estrategias para alcanzar los objetivos.

**Tabla N° 02****Cultura organizacional**

Preguntas	Alternativas	N°	%
6. ¿Participó en la elaboración del plan estratégico?	Sí	0	0.0%
	Algunas Veces	4	33.3%
	No	8	66.7%
7. ¿Se toman en cuenta sus ideas para mejorar los procesos internos?	Sí	3	25.0%
	Algunas Veces	7	58.3%
	No	2	16.7%
8. ¿Se propicia el desarrollo de la innovación y creatividad?	Sí	2	16.7%
	Algunas Veces	6	50.0%
	No	4	33.3%
9. ¿Participa activamente en las comisiones de trabajo?	Sí	3	25.0%
	Algunas Veces	8	66.7%
	No	1	8.3%
10. ¿Se otorgan salarios y beneficios adecuados?	Sí	3	25.0%
	Algunas Veces	6	50.0%
	No	3	25.0%
11. ¿Se capacita al personal?	Sí	1	8.3%
	Algunas Veces	8	66.7%
	No	3	25.0%

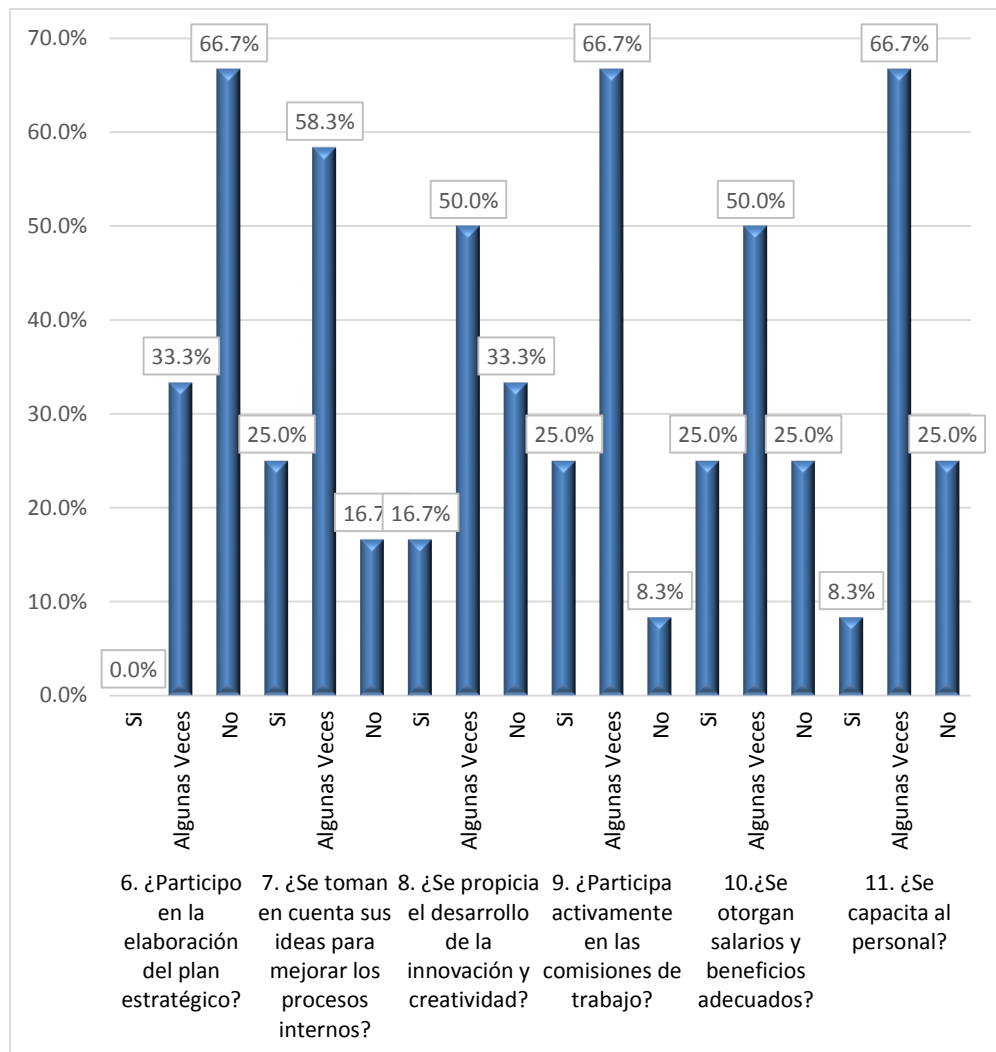
Fuente: Encuesta realizada

Autor: Elaboración propia



## Gráfico N° 02

### Cultura organizacional



Fuente: Tabla N°2

Autor: Elaboración propia

### Interpretación:

En relación a la dimensión cultura organizacional: un 66.7%, nos dice ,que no participa en la elaboración del plan estratégico; 66.7% dijo ,que algunas veces participa activamente en las comisiones de trabajo; un 66.7% manifestó, que algunas veces se capacita al personal; un 58.3% dijo, que algunas veces se toman en cuenta sus ideas para mejorar los procesos internos; un 50.0% dijo, que algunas veces se propicia el desarrollo de la innovación y creatividad; además ,un 50.0% establece que se otorgan salarios y beneficios adecuados.

**Tabla N° 03****Clima organizacional**

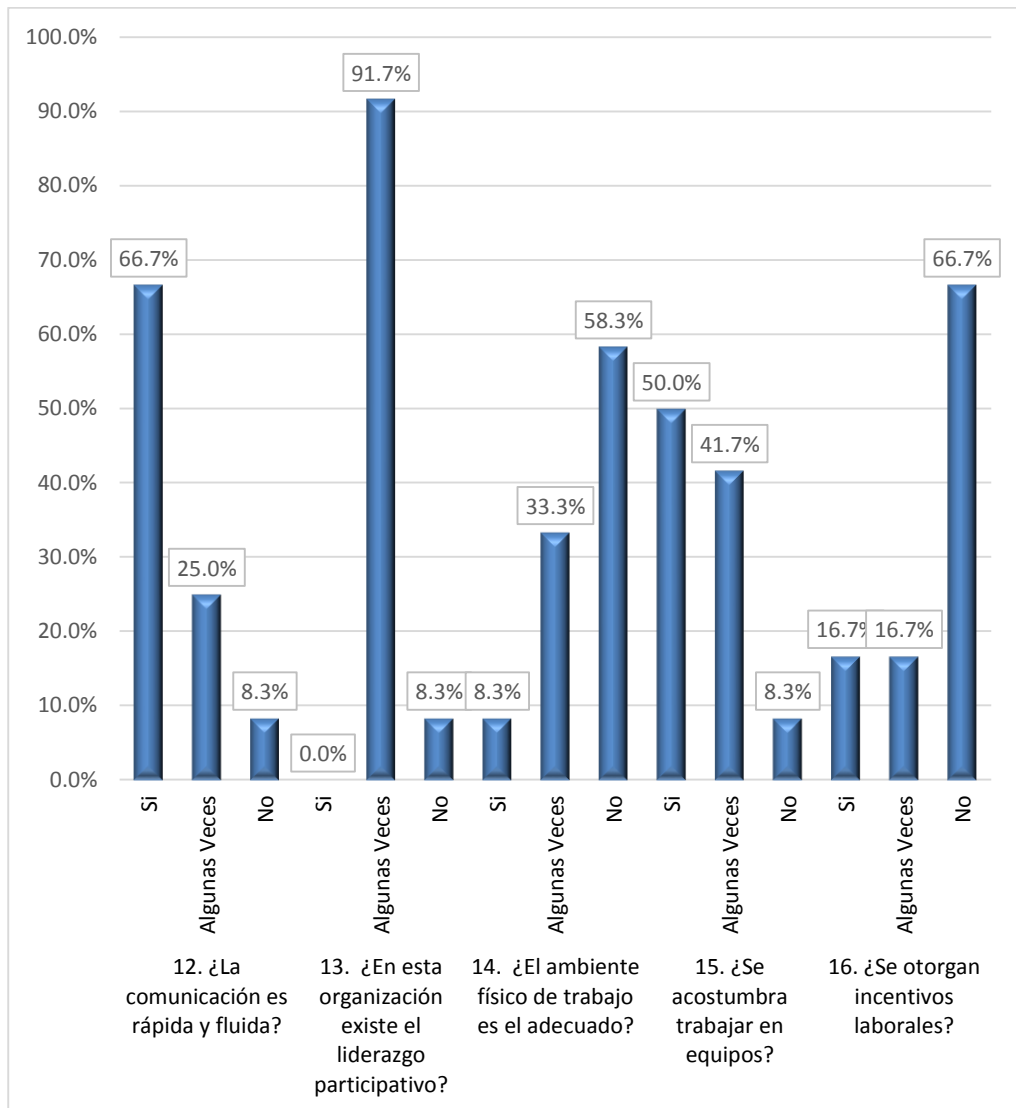
Preguntas	Alternativas	N°	%
12. ¿La comunicación es rápida y fluida?	Sí	8	66.7%
	Algunas Veces	3	25.0%
	No	1	8.3%
13. ¿En esta organización existe el liderazgo participativo?	Sí	0	0.0%
	Algunas Veces	11	91.7%
	No	1	8.3%
14. ¿El ambiente físico de trabajo es el adecuado?	Sí	1	8.3%
	Algunas Veces	4	33.3%
	No	7	58.3%
15. ¿Se acostumbra trabajar en equipos?	Sí	6	50.0%
	Algunas Veces	5	41.7%
	No	1	8.3%
16. ¿Se otorgan incentivos laborales?	Sí	2	16.7%
	Algunas Veces	2	16.7%
	No	8	66.7%

Fuente: Encuesta realizada

Autor: Elaboración propia

### Gráfico N° 03

#### Clima organizacional



Fuente: Tabla N°3

Autor: Elaboración propia

#### Interpretación:

En relación a la dimensión clima organizacional: un 91.7% dijo, que algunas veces, en la organización, se da el liderazgo participativo; un 66.7% dice, que algunas veces la comunicación es rápida y fluida; un 66.7% dice, que no se otorgan incentivos laborales; un 58.3% estableció, que no existe un ambiente físico de trabajo es el adecuado; además, un 50% dijo, que se acostumbra a trabajar en equipo.

**Tabla N° 04****Desarrollo del sector turismo**

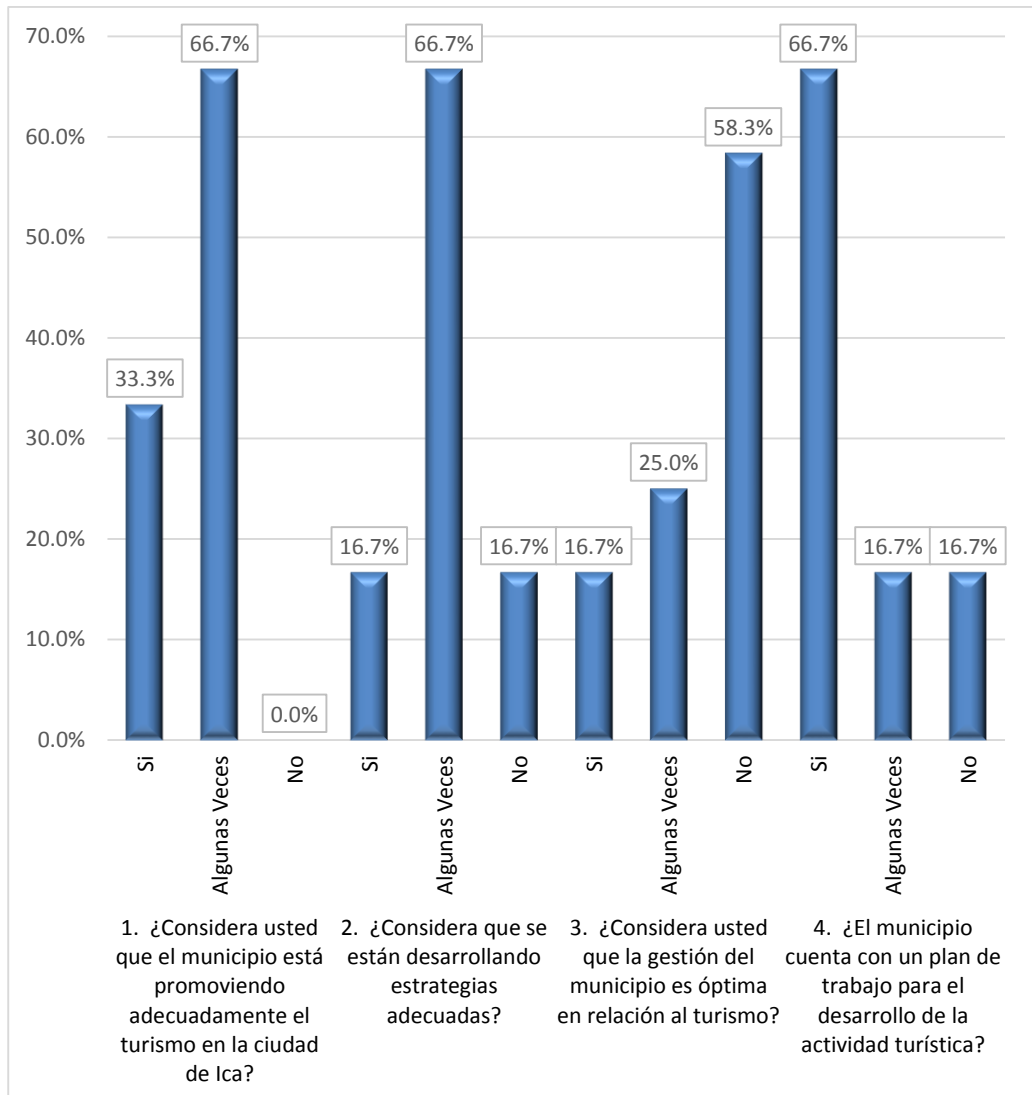
Preguntas	Alternativas	N°	%
1. ¿Considera usted que el municipio está promoviendo adecuadamente el turismo en la ciudad de Ica?	Sí	4	33.3%
	Algunas Veces	8	66.7%
	No	0	0.0%
2. ¿Considera que se están desarrollando estrategias adecuadas?	Sí	2	16.7%
	Algunas Veces	8	66.7%
	No	2	16.7%
3. ¿Considera usted que la gestión del municipio es óptima en relación al turismo?	Sí	2	16.7%
	Algunas Veces	3	25.0%
	No	7	58.3%
4. ¿El municipio cuenta con un plan de trabajo para el desarrollo de la actividad turística?	Si	8	66.7%
	Algunas Veces	2	16.7%
	No	2	16.7%

Fuente: Encuesta realizada

Autor: Elaboración propia

## Gráfico N° 04

### Desarrollo del sector turismo



Fuente: Tabla N°1

Autor: Elaboración propia

### Interpretación:

En relación a la dimensión Desarrollo del sector turismo; un 66.7%, manifiesta que algunas veces el municipio está promoviendo adecuadamente el turismo en la ciudad de Ica; un 66.7% dijo, que algunas veces considera que se están desarrollando estrategias adecuadas; un 66.7% dijo que sí, el municipio cuenta con un plan de trabajo para el desarrollo de la actividad turística; y además, un 58.3% dijo que no, y considera que la gestión del municipio no es óptima en relación al turismo.

**Tabla N° 05**

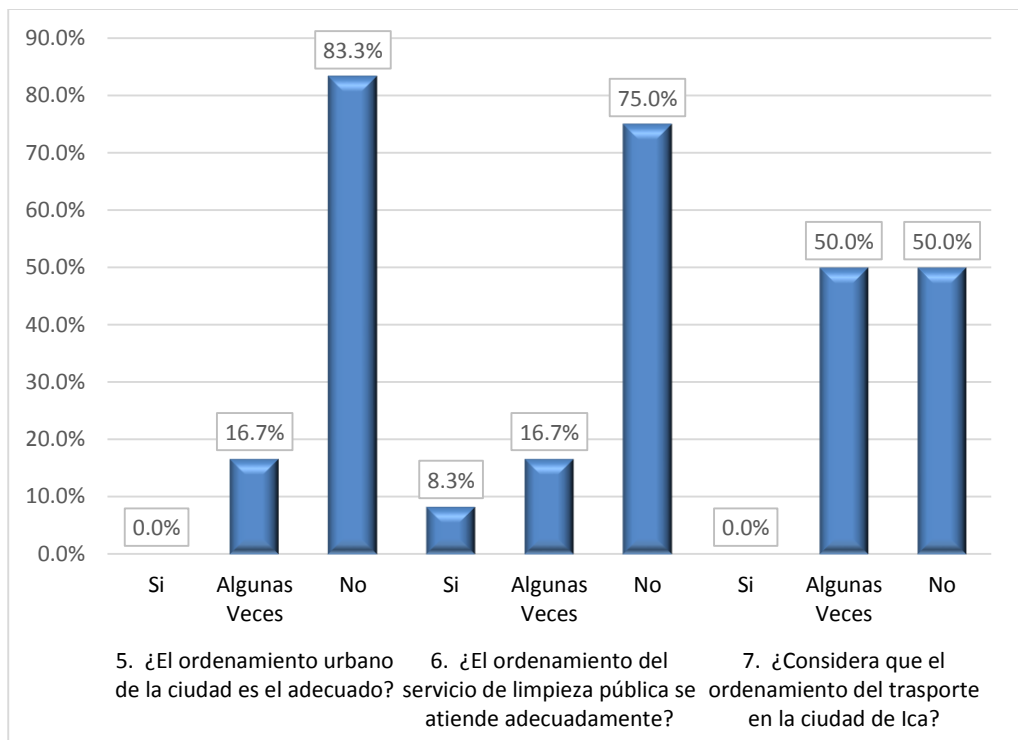
**Ordenamiento de la ciudad**

Preguntas	Alternativas	N°	%
5. ¿El ordenamiento urbano de la ciudad es el adecuado?	Sí	0	0.0%
	Algunas Veces	2	16.7%
	No	10	83.3%
6. ¿El ordenamiento del servicio de limpieza pública se atiende adecuadamente?	Sí	1	8.3%
	Algunas Veces	2	16.7%
	No	9	75.0%
7. ¿Considera que el ordenamiento del transporte en la ciudad de Ica?	Sí	0	0.0%
	Algunas Veces	6	50.0%
	No	6	50.0%

Fuente: Encuesta realizada  
 Autor: Elaboración propia

**Gráfico N° 05**

**Ordenamiento de la ciudad**



Fuente: Tabla N°1  
 Autor: Elaboración propia

### Interpretación:

En relación a la dimensión ordenamiento de la ciudad: un 83.3% dijo que no, y establece que el ordenamiento urbano de la ciudad no es el adecuado; un 75% dijo que no, y manifiesta que el ordenamiento del servicio de limpieza pública no se atiende adecuadamente; y un 50.0% dijo, que algunas veces considera que el ordenamiento del transporte en la ciudad de Ica.

**Tabla N° 06**

### **Relación de colaboración**

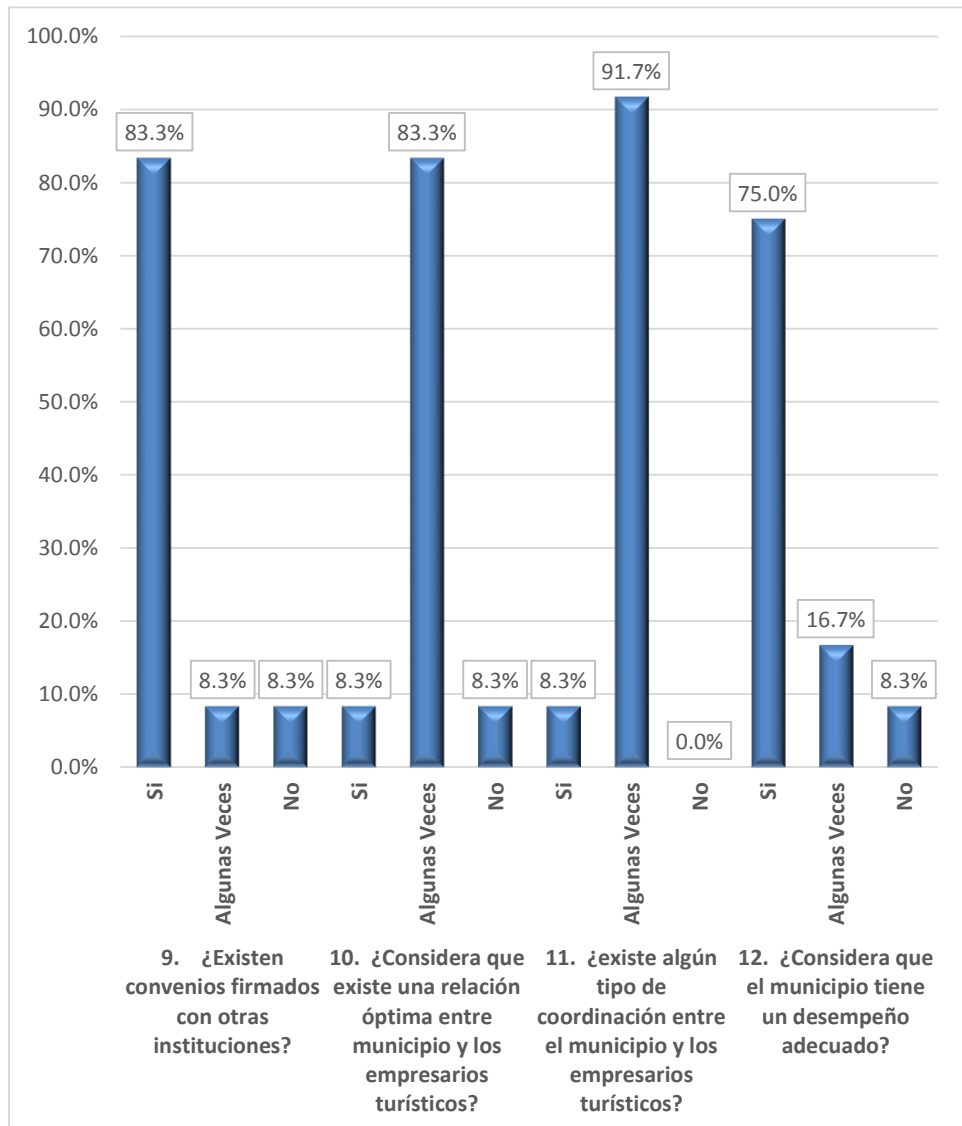
Preguntas	Alternativas	N°	%
9. ¿Existen convenios firmados con otras instituciones?	Sí	10	83.3%
	Algunas Veces	1	8.3%
	No	1	8.3%
10. ¿Considera que existe una relación óptima entre municipio y los empresarios turísticos?	Sí	1	8.3%
	Algunas Veces	10	83.3%
	No	1	8.3%
11. ¿existe algún tipo de coordinación entre el municipio y los empresarios turísticos?	Sí	1	8.3%
	Algunas Veces	11	91.7%
	No	0	0.0%
12. ¿Considera que el municipio tiene un desempeño adecuado?	Sí	9	75.0%
	Algunas Veces	2	16.7%
	No	1	8.3%

Fuente: Encuesta realizada

Autor: Elaboración propia

## Gráfico N° 06

### Relación de colaboración



Fuente: Tabla N°6  
Autor: Elaboración propia

### Interpretación:

En relación a la relación de colaboración; un 91.7% estableció, que algunas veces existe algún tipo de coordinación entre el municipio y los empresarios turísticos; un 83.0% dijo que si, existen convenios firmados con otras instituciones, un 83.0% establece considera que existe una relación óptima entre el municipio y los empresarios turísticos, un 75.0% dijo que si, y considera que el municipio tiene un desempeño adecuado.



### 4.3. CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

#### 4.3.1. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO E INTERPRETACIÓN DE DATOS Y TABLAS

En la presente investigación la contrastación de la hipótesis general está en función de la contrastación de las hipótesis específicas. Para tal efecto, se ha utilizado la prueba  $X^2$  (chi-cuadrada) a un nivel de significación del 0.05. A continuación se muestra el proceso de la prueba de hipótesis.

#### 4.3.2. COMPROBACIÓN DE LAS HIPOTESIS ESPECÍFICAS

##### HIPOTESIS ESPECIFICA 1

**Hipótesis nula ( $H_0$ ):** La gestión estratégica no incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.

**Hipótesis alternativa ( $H_1$ ):** La gestión estratégica incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.

Se escoge la distribución chi-cuadrada ( $X^2$ ). Nivel de confianza al 95% y un valor de significancia:  $\alpha = 0.05$ . Grado de libertad:  $(n \text{ filas}-1) (n \text{ columnas}-1) = (3-1) (3-1) = 4$  grados de libertad.

**Tabla N° 07****Gestión estratégica y desarrollo turístico**

		DESARROLLO TURÍSTICO			Total	
		Si	Algunas Veces	No		
Gestión estratégica	Si	N°	3	1	0	4
		%	100.0%	12.5%	0.0%	33.3%
	Algunas Veces	N°	0	7	0	7
		%	0.0%	87.5%	0.0%	58.3%
	No	N°	0	0	1	1
		%	0.0%	0.0%	100.0%	8.3%
Total	N°	3	8	1	12	
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

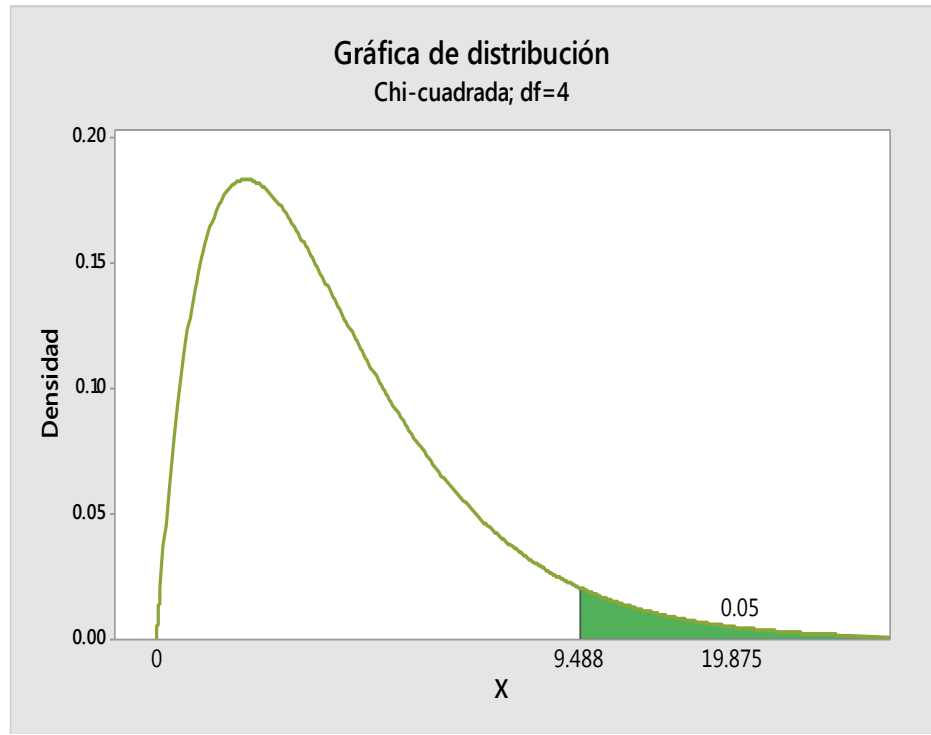
**Tabla N° 8****Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	19,875	4	.001
N de casos válidos	12		

Dada la distribución muestral  $X^2$  con  $\alpha = 0.05$  y 4 grados de libertad, se obtienen los valores chi-crítico  $X^2 = 9.488$ . La región de rechazo lo constituyen todos los valores  $X > 9.488$  para los que la probabilidad de cometer el error tipo 1, es menor o igual  $\alpha = 0.05$ .

## GRÁFICO N° 07

### CHI CUADRADO



Fuente: Tabla N°8  
Autor; Elaboración propia

Aplicando la fórmula, según los datos de la tabla por SPSS, se ha obtenido el valor chi-calculado = 19.875.

Si el valor obtenido 19.875 se comprende entre los valores  $X > 9.488$  y la probabilidad asociada  $p=0.001$ ; ( $p < 0.05$ ), el valor se ubica en la región de rechazo; por lo tanto, no se acepta la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ . Esto quiere decir que La gestión estratégica incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica.

### HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2

**Hipótesis nula ( $H_0$ ):** La cultura organizacional no incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.

**Hipótesis alternativa (H1):** La cultura organizacional, incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.

Se escoge la distribución chi-cuadrada ( $X^2$ ), con un nivel de confianza del 95%, además de un valor de significancia:  $\alpha = 0.05$ . Grado de libertad:  $(n \text{ filas}-1) (n \text{ columnas}-1) = (3-1) (3-1) = 4$  grados de libertad.

**Tabla N° 09**

**Cultura organizacional y desarrollo turístico**

		DESARROLLO TURÍSTICO			Total	
		Si	Algunas Veces	No		
Cultura Organizacional	Si	N°	3	0	0	3
		%	100.0%	0.0%	0.0%	25.0%
	Algunas Veces	N°	0	5	0	5
		%	0.0%	62.5%	0.0%	41.7%
	No	N°	0	3	1	4
		%	0.0%	37.5%	100.0%	33.3%
Total	N°	3	8	1	12	
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**Tabla N° 10**

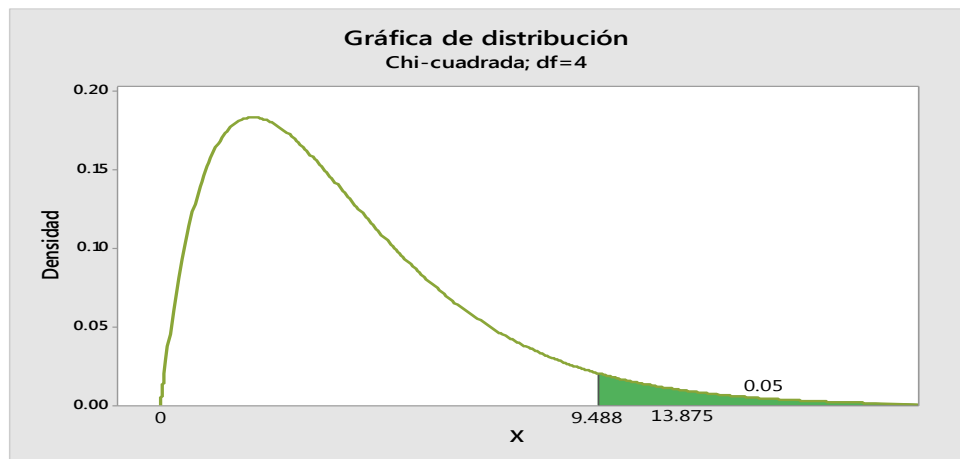
**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	13,875	4	0.008
N de casos válidos	12		

Dada la distribución muestral  $X^2$  con  $\alpha = 0.05$  y 4 grados de libertad, se obtienen los valores chi-crítico  $X^2 = 9.488$ , y la región de rechazo lo constituyen todos los valores  $X > 9.488$  para los que la probabilidad de cometer el error tipo 1, es menor o igual  $\alpha = 0.05$ .

### GRÁFICO N° 08

#### CHI CUADRADO



Fuente: Tabla N°10  
Autor: Elaboración propia

Aplicando la fórmula, según los datos de la tabla por SPSS, se ha obtenido el valor chi-calculado = 13.875. Si el valor obtenido 13.875 se comprende en los valores  $X > 9.488$  y la probabilidad  $p=0.008$  asociada ( $p < 0.05$ ), el valor se ubica en la región de rechazo; por lo tanto, no se acepta la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ . Esto quiere decir que la cultura organizacional, incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica.

### HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3

**Hipótesis nula ( $H_0$ ):** El clima organizacional, no incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.

**Hipótesis alternativa (H1):** El clima organizacional, incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.

Se escoge la distribución chi-cuadrada ( $X^2$ ), un nivel de confianza del 95%, y un valor de significancia:  $\alpha = 0.05$ . Además de un Grado de libertad:  $(n \text{ filas}-1) (n \text{ columnas}-1) = (3-1) (3-1) = 4$  grados de libertad.

**Tabla N° 11**

**Clima laboral y desarrollo turístico**

		DESARROLLO TURÍSTICO			Total	
		Si	Algunas Veces	No		
Clima Organizacional	Si	n	3	3	0	6
		%	100.0%	37.5%	0.0%	50.0%
	Algunas Veces	n	0	5	0	5
		%	0.0%	62.5%	0.0%	41.7%
	No	n	0	0	1	1
		%	0.0%	0.0%	100.0%	8.3%
Total	n	3	8	1	12	
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

**Tabla N° 12**

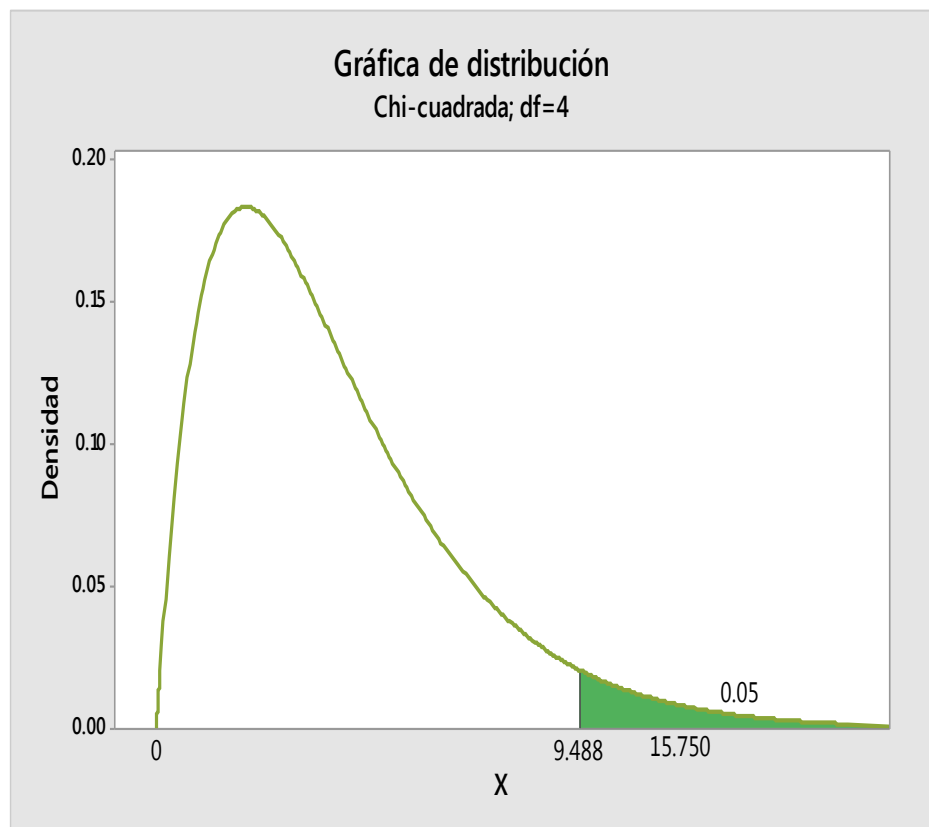
**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	15,750	4	.003
N de casos válidos	12		

Dada la distribución muestral  $X^2$  con  $\alpha = 0.05$  y 4 grados de libertad, se obtienen los valores chi-crítico  $X^2 = 9.488$ . La región de rechazo la constituyen todos los valores  $X > 9.488$  para los que la probabilidad de cometer el error tipo 1, es menor o igual  $\alpha = 0.05$ .

### GRÁFICO N° 09

#### CHI CUADRADO



Fuente: Tabla N°12  
Autor: Elaboración propia

Aplicando la fórmula, según los datos de la tabla por SPSS, se ha obtenido el valor chi-calculado = 15.750. Si el valor obtenido 15.750 se comprende en los valores  $X > 9.488$  y la probabilidad  $p = 0.003$  asociada ( $p < 0.05$ ), el valor se ubica en la región de rechazo; por lo tanto, no se acepta la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ . El clima organizacional, incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica.

#### 4.3.2. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL

##### HIPÓTESIS GENERAL

**Hipótesis nula (H<sub>0</sub>):** La dirección estratégica no incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.

**Hipótesis alternativa (H<sub>1</sub>):** La dirección estratégica incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.

Se escoge la distribución chi-cuadrada ( $X^2$ ), un nivel de confianza al 95% y valor de significancia:  $\alpha = 0.05$ . Además de un Grado de libertad:  $(n \text{ filas}-1) (n \text{ columnas}-1) = (3-1) (3-1) = 4$  grados de libertad.

**Tabla N° 13**

##### ***Dirección estratégica y desarrollo turístico***

		DESARROLLO TURÍSTICO			Total
		Si	Algunas Veces	No	
Si	N°	3	2	0	5
	%	100.0%	25.0%	0.0%	41.7%
Algunas Veces	N°	0	6	0	6
	%	0.0%	75.0%	0.0%	50.0%
No	N°	0	0	1	1
	%	0.0%	0.0%	100.0%	8.3%
Total	N°	3	8	1	12
	%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



Dada la distribución muestral  $X^2$  con  $\alpha = 0.05$  y 4 grados de libertad, se obtienen los valores chi-crítico  $X^2 = 9.488$ . La región de rechazo lo constituyen todos los valores  $X > 9.488$  para los que la probabilidad de cometer el error tipo 1, es menor o igual  $\alpha = 0.05$ .

**Tabla N° 14**

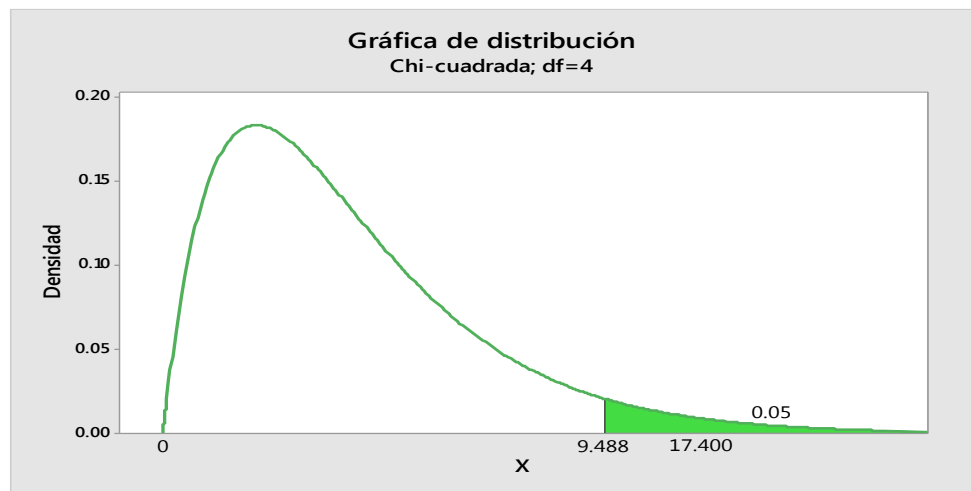
**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (caras)
Chi-cuadrado de Pearson	17,400	4	.002
N de casos válidos	12		

Aplicando la fórmula, según los datos de la tabla por SPSS, se ha obtenido el valor chi-calculado = 17.400

**GRÁFICO N° 10**

**CHI CUADRADO**



Fuente: Tabla N°14  
 Autor: Elaboración propia

Si el valor obtenido 17.400 se comprende en los valores  $X > 9.488$  y la probabilidad  $p=0.002$  asociada ( $p < 0.05$ ), el valor se ubica en la región de rechazo; por lo tanto, no se acepta la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$ . Esto quiere decir que la dirección estratégica incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica.

## **CAPÍTULO V**

### **DISCUSIÓN**

Según Mendoza, A. (2017). En esta investigación se presenta el modelo de Dirección Estratégica basado en la Administración de Riesgos para la Integración del Sistema de Dirección de la Empresa y sus procedimientos para su implementación. Se desarrolla la aplicación del modelo en dos empresas (de servicio y de producción) teniendo en cuenta la cadena de valor de las empresas. También se realiza un análisis integrado de riesgos para la conformación de un programa estratégico de acciones basado en estrategias de administración de riesgos que le permiten al sistema de dirección avanzar en su rumbo estratégico con una mayor integración externa e interna de sus procesos.

Para Dunoyer, J. y Rincón, R. (2014). Es importante resaltar que la dirección estratégica es generalmente interpretada como un proceso efectuado por todo tipo de organización, este proceso tiene la propiedad de ser único para cada entidad. En tal sentido, si se observan distintas empresas, organismos públicos, etc. nos encontraremos con que el proceso de dirección estratégica difiere considerablemente en cuanto a sus grados de complejidad y formalización. Los modelos para la formulación, implantación y control de la estrategia requieren de cierta flexibilidad y de un mínimo de estructuración, permitiendo el uso de diferentes herramientas que contribuyen a la intensificación del pensamiento creativo para así ofrecer las soluciones adecuadas.

Martí. S. (2011). Nos dice que las estrategias empresariales desarrolladas por los principales grupos de comunicación españoles en los últimos años se han caracterizado por un crecimiento a través de la diversificación y la integración horizontal y vertical que les ha permitido competir en un entorno cada vez más competitivo, en el que la internacionalización, la tecnología, el aumento de los usos de principios liberales de mercado en la regulación, y la emergencia de grandes multinacionales de medios han sido las características principales.

Para Tarazana, F. (2007). Nos dice que en definitiva, el estudio de la compensación total en las organizaciones es complejo ya que forma parte de la estrategia de recursos humanos y por consiguiente de la estrategia de la organización que está sujeta a constantes cambios y forma parte del proceso de intercambio de incentivos y contribuciones con el personal de la propia organización que a su vez está sujeto a las influencias de numerosas variables del comportamiento organizacional. Entender los factores de comportamiento de las personas y cómo, a la luz de estos factores, qué procesos y prácticas de compensación puede ser desarrollado para aumentar la satisfacción, el compromiso de trabajo, la productividad, la conducta positiva, etc.

## CONCLUSIONES

- Se concluye que la Dirección Estratégica incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017. Se aprecia que el 75% dijo que algunas veces la dirección estratégica se relaciona con el desarrollo turístico; también que el 25.0% que manifestó que sí, está de acuerdo con la importancia de la dirección estratégica; también manifiesta que esta solamente se relaciona algunas veces con el desarrollo turístico. Además, se encontró un pobre conocimiento acerca de la misión y visión de la institución, también el desarrollo de estrategias para alcanzar los objetivos no es el adecuado, además, los empleados no participan mayoritariamente en el desarrollo del plan estratégico y en las comisiones de trabajo.
- La Gestión Estratégica incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017. Se aprecia que el 87.5% dijo que algunas veces la gestión estratégica se relaciona con el desarrollo turístico; también que 12.5.0% manifestó que sí, está de acuerdo con la importancia de la gestión estratégica y manifiesta que esta solamente se relaciona algunas veces con el desarrollo turístico.
- La Cultura Organizacional, incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017. Se aprecia que el 62.5% dijo, que algunas veces la cultura organizacional se relaciona con el desarrollo turístico; también, que 37.5.0% manifestó que no, está de acuerdo con la importancia de la cultura organizacional y manifiesta que ésta solamente se relaciona algunas veces con el desarrollo turístico.
- El Clima Organizacional, incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del Área de Turismo y Mypes

de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017. Se aprecia el 62.5% dijo que algunas veces la cultura organizacional se relaciona con el desarrollo turístico; también, que 37.5.0% manifestó que sí, y está de acuerdo con la importancia del clima organizacional y manifiesta que esta solamente se relaciona algunas veces con el desarrollo turístico.

## RECOMENDACIONES

- Mejorar la Gestión Estratégica, para ello es importante desarrollar algunas acciones específicas de la gestión estratégica, monitorear el entorno interno y externo en el que se desarrolla la planeación estratégica, desarrollar políticas y estrategias adecuadas para el logro de los objetivos, también es necesario desarrollar la cultura organizacional, tomando en cuenta las ideas de los empleados, propiciar la creatividad e innovación y paralelo a ello crear un entorno de trabajo óptimo, donde la base sea la comunicación fluida, el trabajo en equipo y sobre un entorno laboral donde e realmente se pueda trabajar.
- Fortalecer el desarrollo de la Gestión Estratégica, para ello es necesario recordar la misión, visión y objetivos de la Área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, también hacer partícipe del análisis ambiental interno y externo, para el desarrollo del plan estratégico; además, se deben desarrollar estrategias y políticas adecuadas para el logro de meta y objetivos.
- Fortalecer el desarrollo de la Cultura Organizacional, fomentando la participación en la elaboración del plan estratégico, tomar en cuenta las ideas de los empleados para mejorar la gestión de los procesos internos, propiciar el desarrollo de la innovación y creatividad, además de mejorar el proceso de capacitación.
- Propiciar un Clima Organizacional adecuado, para ello se debe desarrollar el liderazgo participativo, crear un ambiente físico de trabajo óptimo, propiciar el desarrollo de equipos de trabajo, además de fortalecer los canales de comunicación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, M., Aparicio, M., Becerra, S. y Ruiz, J. (2006). *“Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo de Aventura en Lunahuaná 2006-2011”*. (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Borbor, P. (2014). *“Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Comunitario en la Comuna Ayangue, Parroquia Colonche del Cantón Santa Elena, Provincia De Santa Elena, Año 2014”*. (Tesis de Maestría). Universidad Estatal Península De Santa Elena.
- Carbajal. D. (2005). *“Planeamiento Estratégico como instrumento para el Desarrollo del Turismo en el Perú”*. (Tesis de Maestría). Universidad Mayor de San Marcos.
- Dunoyer. J. y Rincón, R. (2014). *“Propuesta de un Modelo de Dirección Estratégica en la Empresa O.I.F.C. S.A.S. de Cartagena”*. (Tesis de licenciatura). Universidad de Cartagena.
- Guerras, L. y Navas J. (2007). *La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones* (4.ª ed., cap. 1, 2, 3). Madrid: Thomson-Civitas.
- Hidalgo. A. (2016). *“La Gestión Estratégica y su influencia institucional en los Planes Estratégicos de las Universidades Públicas del Ecuador. Caso: Universidad Técnica de Machala.”* (Tesis de Doctorado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Huamán, J. (2104). *“El Desarrollo de la Creatividad de los Empresarios de Pymes en los Contenidos de la Gestión Estratégica de la Provincia*

- de Chincha en el Año 2014*". (Tesis para optar el Grado Académico de Doctor en Administración). Universidad Autónoma de Ica.
- Jaimes, V. (2016). *"Dirección y Planificación Estratégica en el Congreso de la República del Perú"*. (Tesis de licenciatura). (Tesis de Licenciatura). Universidad inca Garcilaso de la Vega.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). *"Evaluación del diagnóstico del plan de desarrollo turístico local del Distrito de Pueblo Nuevo, Provincia de Ica, región Ica"*. (INFORME N° 105-2017). Dirección de Innovación de la oferta turística. Pueblo Nuevo. Chincha.
- Mendoza, A. (2017). *"Aplicación del Modelo de Dirección Estratégica Basado en la Administración de Riesgos para la Integración del Sistema de Dirección en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Profesores, Empleados y Trabajadores de la Universidad Técnica De Manabí"*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Técnica de Manabí.
- Navas, J. y Guerras L. (2008). Casos de dirección estratégica de la empresa (4.ª ed.) (Caso 3: "Iberdrola, un compromiso ético y social"). Madrid: Thomson-Civitas.
- Sablich, C. (2010). *"Aplicación de un Modelo de Dirección Estratégica en épocas de crisis, Estudio de Caso: Agroexportadora de Perú"*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional San Luis Gonzaga. Ica.
- Tarazana, F. (2007). *"Dirección Estratégica de Recursos Humanos en la Administración Local Española: propuesta y contraste de un Modelo Integrado"*. (Tesis de Doctorado). Universitat de Valencia.
- Zurita, D. (2016). *"Modelo de Dirección Estratégica y Gestión administrativa en la Boutique "Autentí' K" en la ciudad de Santo Domingo"*. (Tesis de licenciatura). Universidad Regional Autónoma de los Andes.



## PAGINAS WEB

Acerenza, M. (2010). Gestión nacional del turismo VI. El plan estratégico de desarrollo. Disponible en: [www.portaldeamerica.com/.../760-gestión-nacional-del-turismo-vi-el-plan-estratégico](http://www.portaldeamerica.com/.../760-gestión-nacional-del-turismo-vi-el-plan-estratégico)

Aula Marketing. (2015). La dirección estratégica: Definición y funciones. Disponible en: [www.aulamarketing.net/la-direccion-estrategica-definicion-y-funciones/](http://www.aulamarketing.net/la-direccion-estrategica-definicion-y-funciones/)

Aparicio, A. (2010). Actitudes positivas hacia la estadística. Disponible en: [www.estadis.net/.../01.%20Actitudes%20positivas%20hacia%20la%20estadística-%20...](http://www.estadis.net/.../01.%20Actitudes%20positivas%20hacia%20la%20estadística-%20...)

Castro, C. (2018). ¿Qué es la dirección estratégica? Disponible en: Disponible en: [www.utel.edu.mx/blog/dia-a-dia/retos-profesionales/que-es-la-direccion-estrategica/](http://www.utel.edu.mx/blog/dia-a-dia/retos-profesionales/que-es-la-direccion-estrategica/)

Castro, C. (2018). Dirección estratégica – UOC. Disponible en: [cv.uoc.edu/annotation/286358c6568795c01a76cac86d69262e/.../PID.../modul\\_1.htm](http://cv.uoc.edu/annotation/286358c6568795c01a76cac86d69262e/.../PID.../modul_1.htm).

Copladi.udg (2015). Desarrollo Institucional | Coordinación General de Planeación y ...Disponible en: [www.copladi.udg.mx/desarrollo-institucional](http://www.copladi.udg.mx/desarrollo-institucional)

Cristancho, F. (2014). Elementos básicos de la dirección estratégica - Instituto  
Disponible en:

[cursos.clavijero.edu.mx/cursos/117\\_deh/modulo1/contenido/tema1.2.html?opc=1](http://cursos.clavijero.edu.mx/cursos/117_deh/modulo1/contenido/tema1.2.html?opc=1)

Desarrollo Turístico - Instituto Costarricense de Turismo | ICT Disponible en:  
[www.ict.go.cr/es/informacion-institucional/desarrollo-turistico.html](http://www.ict.go.cr/es/informacion-institucional/desarrollo-turistico.html)

Entorno Turístico (2014). ¿Cuáles son los tipos de turismo que existen? - Entorno Turístico. Disponible en: [www.entornoturistico.com](http://www.entornoturistico.com) › Turismo académico

Entorno Turístico (2014). El turismo: Un modelo de desarrollo - Entorno Turístico. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com> › Hablemos de turismo

Entornoturistico (2015). El turismo: Un modelo de desarrollo - Entorno Turístico. Disponible en. [www.entornoturistico.com](http://www.entornoturistico.com) › Hablemos de turismo.

Foromarketing (2016). La importancia de la dirección estratégica | FMK - Foromarketing. Disponible en: <https://www.foromarketing.com> › Noticias de Marketing › Comunicación.

González, C. (2016).

Galán, M. (2008). Conocimientos, prácticas en investigación Disponible en; [www..org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid...5917200800010000](http://www..org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid...5917200800010000)

García, E. (2014). Dirección Empresarial. Definición de Dirección Empresarial . Disponible en: [www.tiemposmodernos.eu/direccion-empresarial-ret/](http://www.tiemposmodernos.eu/direccion-empresarial-ret/)

Gestion.Org (2015). Qué es el clima organizacional. Disponible en: <https://www.gestion.org/que-es-el-clima-organizacional/>

Impacto del turismo sostenible en Perú: El aporte de placeOK Studio. Disponible en: <https://www.placeok.com/impacto-del-turismo-sostenible-en-peru-placeok/>

ISOTools (2017). Gestión estratégica: las principales funciones de su gerencia. Disponible en: <https://www.isotools.org/2017/04/03/gerencia-de-gestion-estrategica-funciones/>

Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2011. Actualizado: 2014. Definicion.de: Definición de promoción turística (<https://definicion.de/promocion-turistica/>).

Liste, J. (2018) ¿Cuáles son los beneficios de la dirección estratégica?: Cuida tu dinero. Disponible en [\\_ https://www.cuidatudinero.com](https://www.cuidatudinero.com) › Negocios

Marciaga, C. (2015). Importancia de la Dirección. Disponible en: <https://www.importancia.org/direccion.php>

Ministerio del Ambiente (2014). EL Plan Estratégico Nacional de Turismo. Disponible en: [www.legislacionambientalspda.org.pe](http://www.legislacionambientalspda.org.pe) › El sector turismo › Marco general

*Moragues, D-* (2015). Turismo, Cultura Y Desarrollo. Disponible en: [www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm](http://www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm).

Organización Mundial del Turismo. (2014). Definición | Organización Mundial del Turismo OMT. Disponible en: [www2.unwto.org/es/content/definición](http://www2.unwto.org/es/content/definición)

Riquelme, M. (2014). El Proceso de Dirección Estratégica - Web y Empresas. Disponible en: <https://www.webyempresas.com> › Planificación Estratégica

Sancho, A. ().Crecimiento y Desarrollo Turístico Sostenible. Disponible en:  
<https://old.aecr.org/web/congresos/1997/cts/comun/a3/03-082fjj.PDF>

Significados.com (2014). Significado de Cultura Organizacional - Qué es la, Concepto y Disponible en:...<https://www.significados.com/cultura-organizacional/>

Taller Creativo Consultores. (2014). En la investigación titulada: “*Plan para el desarrollo turístico de Marcona*”. (Informe final). Marcobre. Marcona. Disponible en: [www.marcobre.com/wp-content/uploads/.../Turismo-Marcona-Informe-Final-vf.pdf](http://www.marcobre.com/wp-content/uploads/.../Turismo-Marcona-Informe-Final-vf.pdf).

Universoformulas. (2106). Población Estadística. Disponible en:[www.universoformulas.com/estadistica/descriptiva/poblacion-estadistica/](http://www.universoformulas.com/estadistica/descriptiva/poblacion-estadistica/).

Utel.edu (2015). ¿Qué es la dirección estratégica? - BLOG | UTEL. Disponible en: [www.utel.edu.mx/blog/dia-a-dia/retos-profesionales/que-es-la-direccion-estrategica/](http://www.utel.edu.mx/blog/dia-a-dia/retos-profesionales/que-es-la-direccion-estrategica/).

## **ANEXOS**

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

### “LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE ICA; DESDE UNA PERSPECTIVA DEL ÁREA DE TURISMO Y MYPES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE ICA, 2017”.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema General</b> ¿En qué medida la dirección estratégica incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017?</p> <p><b>Problemas específico</b> <b>Problema específico 1</b> ¿De qué manera la gestión estratégica incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017?</p> <p><b>Problema específico 2</b> ¿En qué medida la cultura organizacional incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017?</p> <p><b>Problema específico 3</b> ¿De qué manera el clima organizacional incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017?</p>	<p><b>Objetivo General</b> Analizar en qué medida la dirección estratégica, incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017</p> <p><b>Objetivos Específicos</b> <b>Objetivo Específico 1</b> Analizar en qué medida la gestión estratégica incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.</p> <p><b>Objetivo Específico 2</b> Determinar en qué medida la cultura organizacional incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.</p> <p><b>Objetivo Específico 3</b> Determinar como el clima organizacional incide en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.</p>	<p><b>Hipótesis General</b> La dirección estratégica incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017</p> <p><b>Hipótesis Específicas</b> <b>Hipótesis Específicas1.</b> La gestión estratégica incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.</p> <p><b>Hipótesis Específica 2</b> La cultura organizacional, incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.</p> <p><b>Hipótesis Específica 3</b> El clima organizacional, incide significativamente en el desarrollo turístico de la ciudad de Ica; desde una perspectiva del área de Turismo y Mypes de la Municipalidad Provincial de Ica, 2017.</p>	<p><b>Variable Independiente</b> Dirección estratégica</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión estratégica</li> <li>- Cultura organizacional</li> <li>- Clima organizacional</li> </ul> <p><b>Variable Dependiente</b> Desarrollo del sector turismo</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relación de colaboración</li> <li>- Ordenamiento de la ciudad</li> <li>- Desarrollo institucional</li> </ul>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Aplicada</p> <p><b>Nivel de investigación:</b> Descriptiva/transversal</p> <p><b>Población:</b> 12empleados</p> <p><b>Muestra:</b> 12empleados</p> <p><b>Técnica</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario.</p>

## CUESTIONARIO SOBRE: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

Estimado Sr. (a). Se le solicita su participación, contestando las siguientes preguntas. Marcando con una X o subrayando su respuesta, teniendo en cuenta las siguientes alternativas.

1. Sí (1)
2. Algunas veces (2)
3. No (3)

<b>Gestión estratégica</b>	<b>Sí</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>No</b>
1. ¿Conoce la visión y la misión de esta organización?			
2. ¿Conoce la misión de esta organización?			
3. ¿Se realiza un análisis ambiental interno y externo para realizar la planificación estratégica?			
4. ¿Se cumplen los objetivos y metas que se plantean?			
5. ¿Considera que se establecen estrategias adecuadas?			
6. ¿En esta institución se desarrollan estrategias para alcanzar los objetivos?			
<b>Cultura organizacional</b>			
7. ¿Participó en la elaboración del plan estratégico?			
8. ¿Se toman en cuenta sus ideas para mejorar los procesos internos?			
9. ¿Se propicia el desarrollo de la innovación y creatividad?			
10. ¿Participa activamente en las comisiones de trabajo?			
11. ¿Se acostumbra a trabajar en equipo?			
12. ¿Se capacita al personal?			
<b>Clima organizacional</b>			
13. ¿La comunicación es rápida y fluida?			
14. ¿En esta organización existe el liderazgo participativo?			
15. ¿El ambiente físico de trabajo es el adecuado?			
16. ¿Se acostumbra trabajar en equipos?			
17. ¿Se otorgan incentivos laborales?			

Fuente: Elaboración propia

### CUESTIONARIO SOBRE: DESARROLLO TURÍSTICO

Estimado Sr. (a). Se le solicita su participación, contestando las siguientes preguntas. Marcando con una X o subrayando su respuesta teniendo en cuenta las siguientes alternativas.

1. Sí (1)
2. Algunas veces (2)
3. No (3)

<b>Desarrollo institucional</b>	<b>Sí</b>	<b>Algunas veces</b>	<b>No</b>
1. ¿Considera usted que el municipio está promoviendo adecuadamente el turismo en la ciudad de Ica?			
2. ¿Considera que se están desarrollando estrategias adecuadas para el desarrollo del turismo?			
3. ¿Considera usted que la gestión del municipio es óptima en relación al turismo?			
4. ¿El municipio cuenta con un plan de trabajo para el desarrollo de la actividad turística?			
<b>Ordenamiento de la ciudad</b>			
5. ¿El ordenamiento urbano de la ciudad es el adecuado?			
6. ¿El ordenamiento del servicio de limpieza pública se atiende adecuadamente?			
7. ¿Considera que el ordenamiento del transporte público es el adecuado?			
8. ¿La seguridad ciudadana es la adecuada?			
<b>Relación con otras instituciones</b>			
9. ¿Existen convenios firmados con otras instituciones?			
10. ¿Considera que existe una relación óptima entre municipio y los empresarios turísticos?			
11. ¿Existe algún tipo de coordinación entre el municipio y los empresarios turísticos?			
12. ¿Considera que el municipio tiene un desempeño adecuado?			

**Fuente:** Elaboración propia



## ANALISIS DE CONFIABILIDAD

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. ¿Conoce la visión y la misión de esta organización?	59.25	8.205	-.285	.796
2. ¿Se realiza un análisis ambiental interno y externo para realizar la planificación estratégica?	59.83	6.515	.433	.760
3. ¿Se cumplen los objetivos y metas que se plantean?	59.33	8.061	-.212	.786
4. ¿Considera que se establecen estrategias y políticas adecuadas?	58.25	7.295	.130	.678
5. ¿En esta institución se desarrollan estrategias para alcanzar los objetivos?	59.08	7.902	-.161	.788
6. ¿Participo en la elaboración del plan estratégico?	58.42	9.174	-.569	.906
7. ¿Se toman en cuenta sus ideas para mejorar los procesos internos?	58.92	7.538	-.048	.738
8. ¿Se propicia el desarrollo de la innovación y creatividad?	58.33	8.242	-.280	.807
9. ¿Participa activamente en las	58.75	5.659	.776	.669

comisiones de trabajo?				
10. ¿Se otorgan salarios y beneficios adecuados?	58.33	7.152	.150	.665
11. ¿Se capacita al personal?	58.67	7.333	.043	.700
12. ¿La comunicación es rápida y fluida?	59.67	5.152	.699	.660
13. ¿En esta organización existe el liderazgo participativo?	59.00	6.909	.479	.609
14. ¿El ambiente físico de trabajo es el adecuado?	58.58	9.538	-.546	.961
15. ¿Se acostumbra trabajar en equipos?	59.33	5.879	.348	.597
16. ¿Se otorgan incentivos laborales?	58.33	9.333	-.527	.936
1. ¿Considera usted que el municipio está promoviendo adecuadamente el turismo en la ciudad de Ica?	59.25	7.841	-.125	.752
2. ¿Considera que se están desarrollando estrategias adecuadas?	58.75	6.750	.284	.607
3. ¿Considera usted que la gestión del municipio es óptima en relación al turismo?	58.42	8.629	-.348	.875
4. ¿El municipio cuenta con un plan de trabajo para el desarrollo de la actividad turística?	59.58	6.083	.254	.750

5. ¿El ordenamiento urbano de la ciudad es el adecuado?	58.25	7.114	.219	.651
6. ¿El ordenamiento del servicio de limpieza pública se atiende adecuadamente?	58.25	7.841	-.125	.752
7. ¿Considera que el ordenamiento del transporte en la ciudad de Ica?	58.58	8.447	-.329	.838
8. ¿La seguridad ciudadana es la adecuada?	58.33	8.424	-.346	.827
9. ¿Existen convenios firmados con otras instituciones?	59.83	6.515	.258	.689
10. ¿Considera que existe una relación óptima entre municipio y los empresarios turísticos?	59.00	6.909	.479	.609
11. ¿existe algún tipo de coordinación entre el municipio y los empresarios turísticos?	59.08	7.720	0.000	.716
12. ¿Considera que el municipio tiene un desempeño adecuado?	59.83	6.152	.383	.621
a. El valor es negativo debido a una covarianza promedio negativa entre elementos. Esto viola los supuestos del modelo de fiabilidad. Podría desea comprobar las codificaciones de elemento.				