



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN  
TURISMO Y HOTELERÍA**

Gestión Turística Municipal y Promoción Turística en el Distrito de  
Chulucanas - Piura año 2023

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE :  
Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería**

**AUTORA:**

Balladares Arrunategui, Marye Jackeline ([orcid.org/0000-0002-3516-2021](https://orcid.org/0000-0002-3516-2021))

Gonzales More, Leonela Nataly ([orcid.org/0000-0001-6797-8343](https://orcid.org/0000-0001-6797-8343))

**ASESORA:**

Dra. Araujo García, Judith ([orcid.org/0000-0003-1104-1812](https://orcid.org/0000-0003-1104-1812))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión Turística

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA-PERÚ

2023

## **DEDICATORIA**

Esta investigación está dedicada a nuestras queridas familias, cuyo amor inquebrantable y apoyo han servido de faro guía a lo largo de nuestras carreras profesionales. En medio de cada obstáculo, habéis servido constantemente como nuestro pilar de fortaleza e inspiración. Este logro no es sólo nuestro, sino también vuestro, ya que habéis participado activamente en cada etapa de esta expedición académica. Agradecemos su fe en nosotros, su apoyo en los momentos difíciles y su alegre participación en nuestros éxitos. Este trabajo es la prueba de nuestra colaboración y del profundo aprecio que os profesamos. A nuestra querida familia, con eterno afecto.

## **AGRADECIMIENTO**

Queremos expresar nuestro sincero agradecimiento a nuestro docente asesor], nuestro guía y mentor durante el proceso de elaboración de esta tesis. Su dedicación, sabiduría y paciencia han sido fundamentales para el desarrollo de este trabajo. Su orientación y valiosas sugerencias han contribuido significativamente a dar forma a nuestras ideas y mejorar la calidad de este proyecto.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACION TURISMO Y HOTELERIA**

**DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR**

Yo ARAUJO GARCIA JUDITH, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACION EN TURISMO Y HOTELERIA de la UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "Gestión Turística Municipal y Promoción Turística en el Distrito de Chulucanas - Piura año 2023" , cuyos autores son BALLADARES ARRUNATEGUI MARYE JACKELINE, GONZALES MORE LEONELA NATALY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender, la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

PIURA, 29 de Noviembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del asesor</b>	<b>FIRMA</b>
ARAUJO GARCIA JUDITH <b>DNI:</b> 42887489 <b>ORCID:</b> 0000-0003-1104-1812	Firmado electrónicamente por: JARAUJOG el 29-11- 2023 18:31:42

Código documento Trilce: TRI - 0672988

# DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

## **Declaratoria de Originalidad de los Autores**

Nosotros, BALLADARES ARRUNATEGUI MARYE JACKELINE, GONZALES MORE LEONELA NATALY estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis Completa titulada: "Gestión Turística Municipal y Promoción Turística en el Distrito de Chulucanas - Piura año 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis Completa:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
LEONELA NATALY GONZALES MORE <b>DNI:</b> 73963685 <b>ORCID:</b> 0000-0001-6797-8343	Firmado electrónicamente por: GONZALESML el 29-11-2023 12:31:25
MARYE JACKELINE BALLADARES ARRUNATEGUI <b>DNI:</b> 71441177 <b>ORCID:</b> 0000-0002-3516-2021	Firmado electrónicamente por: BARRUNATEGUIMAR el 29-11-2023 12:29:50

Código documento Trilce: TRI - 0672986

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>iii</b>
<b>DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR</b>	<b>iv</b>
<b>DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES</b>	<b>v</b>
<b>INDICE DE CONTENIDOS</b>	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	<b>viii</b>
<b>INDICE DE FIGURAS</b>	<b>viii</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>1</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>2</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO</b>	<b>5</b>
<b>III. METODOLOGÍA</b>	<b>9</b>
<b>3.1 Tipo y diseño de investigación</b>	<b>9</b>
3.1.1 Tipo de investigación:	9
3.1.2 Diseño de investigación:	9
<b>3.2 Variables y operacionalización</b>	<b>10</b>
<b>3.3 Población, muestra y muestreo</b>	<b>10</b>
3.3.1 Población	10
3.3.2 Muestra	11
3.3.3 Muestreo	11
<b>3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b>	<b>11</b>
<b>3.5 Procedimiento</b>	<b>12</b>
<b>3.6 Método de análisis de datos</b>	<b>12</b>
<b>3.7 Aspectos éticos</b>	<b>13</b>

<b>IV. RESULTADOS</b>	<b>14</b>
<b>V. DISCUSIÓN</b>	<b>22</b>
<b>VI. CONCLUSIONES</b>	<b>26</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES</b>	<b>27</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>39</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>39</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Dimensiones de la Gestión Turística Municipal .....	11
Tabla 2 Dimensiones de Promoción Turística .....	12
Tabla 3 Prueba de normalidad .....	18
Tabla 4 Correlación entre gestión turística municipal y promoción turística.....	19
Tabla 5 Correlación entre Gestión Turística Municipal y Comunidad .....	20
Tabla 6 Correlación entre Gestión Turística Municipal y Sector Público.....	21

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Estadísticos descriptivos de la dimensión planeación .....	14
Figura 2 Estadísticos descriptivos de la dimensión organización .....	15
Figura 3 Estadísticos descriptivos de la dimensión dirección .....	15
Figura 4 Estadísticos descriptivos de la dimensión comunidad .....	16
Figura 5 Estadísticos descriptivos de la dimensión Sector Público.....	17
Figura 6 Estadísticos descriptivos de la dimensión dirección .....	17



## RESUMEN

La gestión turística municipal implica la coordinación, y dirección de actividades encaminadas a lograr un objetivo compartido. En este caso, la meta es superar las expectativas de los visitantes y, al mismo tiempo, garantizar la sostenibilidad del destino a largo plazo. Por ello, se planteó como objetivo de estudio determinar la relación entre gestión turística municipal y promoción turística en el distrito de Chulucanas - Piura año 2023. En cuanto a la metodología conviene señalar que por la naturaleza y características del estudio se empleó un enfoque netamente cuantitativo, de diseño no experimental, de tipo descriptivo y correlacional, en la que participaron un total de 20 artesanos que forman parte de esta realidad problemática. Finalmente los hallazgos de naturaleza estadística, llevadas a cabo a través del coeficiente de correlación de Spearman confirmaron que existe una relación de tipo significativa y positiva ( $r = 0,698$ ) entre la gestión turística municipal y la promoción turística en el distrito de Chulucanas. En la práctica estos resultados determinaron que una vez que las variables de gestión turística estén plenamente desarrolladas entonces jugarán un papel determinante en las actividades de promoción turísticas de dicha localidad.

**Palabras Clave:** Gestion turística, gestion turística municipal, promoción turística.

## ABSTRACT

Municipal tourism management involves coordinating, inspiring, and directing activities to achieve a shared goal. In this case, the goal is to exceed visitor expectations and, at the same time, to ensure the long-term sustainability of the destination. Therefore, the objective of the study was to determine the relationship between municipal tourism management and tourism promotion in the district of Chulucanas-Piura in 2023. In terms of methodology, it should be noted that due to the nature and characteristics of the study, a purely quantitative approach was used, with a non-experimental, descriptive, and correlational design, in which a total of 20 artisans who are part of this problematic reality participated. Finally, the findings of a statistical nature, carried out through Spearman's correlation coefficient, confirmed that there is a significant and positive relationship ( $\alpha = 0.698$ ), which shows that there is a significant relationship between municipal tourism management and tourism promotion in the district of Chulucanas. In practice, these results determined that once the tourism management variables are fully developed, they will play a determining role in the tourism promotion activities of that locality.

**Keywords:** Tourism management, municipal tourism management, tourism promotion.

## I. INTRODUCCIÓN

Como medio para aliviar la pobreza, la Organización Mundial del Turismo (2020) citado por Aucancela & Velasco (2021) aspira a un turismo ecológicamente responsable, integrador y económicamente viable (Gestión turística). Del mismo modo, el objetivo de la gestión turística es apoyar a las empresas y comunidades locales en su búsqueda del desarrollo económico, social y cultural a través de la creación, planificación, ejecución, coordinación y evaluación de programas e iniciativas relacionadas con el turismo, la gastronomía y la hostelería (Universidad Panamericana, 2023).

A lo largo del tiempo, el turismo ha experimentado un importante crecimiento mundial, lo que ha dado lugar a importantes transformaciones culturales, sociales y económicas en las regiones locales, facilitadas tanto por organizaciones gubernamentales como privadas. En 2017, las Américas se convirtieron en el tercer destino turístico más popular, atrayendo a un total de 210 millones de visitantes de todo el mundo. Esto representó el 16% de todas las llegadas de extranjeros (OMT-OMT, 2018).. La gestión del turismo abarca los esfuerzos colectivos de varias partes interesadas, incluidos los sectores público y comercial, para promover eficazmente el turismo. Sin embargo, el sector público es reconocido principalmente por su papel en la aplicación de políticas que contribuyen a la prosperidad general de la sociedad. Cuando se trata del avance del turismo, ya sea a nivel internacional, nacional, provincial o municipal.

La gestión turística municipal desempeña un papel fundamental en la configuración de la calidad de un destino. Los municipios desempeñan varias funciones, como representar a los habitantes, prestar servicios locales y ejecutar iniciativas sostenibles organizadas en beneficio de la población (Cotrina, 2021). Las siguientes preguntas se formulan a partir de los factores de la gestión turística y la promoción del turismo: Pin (2022) observó en su investigación sobre la gestión turística que el principal problema en Cartagena es el mantenimiento inadecuado de las instituciones como consecuencia de la insuficiencia de visitas turísticas. El mantenimiento inadecuado de los servicios y la infraestructura deficiente han llevado a una disminución de la afluencia de visitantes en la región. En su investigación sobre gestión turística, Saldarriaga (2018) observó que en Quebedo,

Ecuador, el surgimiento y crecimiento de empresas informales planteó un desafío significativo. Estas empresas se dedicaban a actividades que causaban daños a las atracciones vecinas y a los residentes, lo que provocaba interrupciones en los servicios esenciales.

Por otro lado, Tume (2022) comentó en su estudio sobre gestión del turismo urbano que el municipio de Huancabamba no se interesa por las necesidades de los residentes, lo que significa una falta de participación en las actividades propuestas o realizadas por los residentes. Municipios.

Zapata (2020) comentó en su estudio sobre la gestión turística municipal que en Negritos no contaban con personal calificado para desarrollar las actividades propuestas al inicio del ingreso, generando falta de interés de los turistas por visitar el sitio o quedarse como participantes individuales. en el caso. En el Perú, según la Ley 27972 - Ley de Organización Municipal, esta ley nos dice que el país es único, democrático y descentralizado cuando se trata de turistas como ciudadanos del plan de gobierno. Desde el nivel nacional, la gestión del turismo urbano avanza lentamente, ya que muchas ciudades no cumplen con las expectativas de los residentes debido al abandono y desinterés en diversos aspectos, como servicios básicos los cuales requieren atención y se vulneran sus derechos.

Por lo tanto, la promoción turística de un lugar o destino es fundamental para su desarrollo, considerando que puede traer un enorme crecimiento económico, así como beneficios para residentes y turistas (Flores, 2020). Luna (2022) en su estudio de promoción turística comentó que la estrategia de marketing de Quevedo, Ecuador carecía de promoción de las aguas termales y que no contaban con recursos suficientes, dando como resultado la pérdida de las aguas termales y de los recursos turísticos del Ecuador. El flujo de turistas beneficia a la población.

De igual forma, Mendoza (2018) en su estudio sobre promoción turística comentó que el río Vinces que atraviesa la ciudad recibe cada año más turistas, pero también tiene algunas desventajas como las actividades promocionales constantes ya que observaron que el sitio no estaba publicitado con folletos. y surgieron varios gastos. Tampoco cuentan con una base de información turística, lo que resulta en una falta de conocimiento sobre la propia ciudad.

Hoyos (2020) también comentó en su estudio de promoción turística que el distrito de Surco tiene tanto recursos como atractivos, pero no sabe utilizarlos y no recibe datos sobre puntos de vista y requerimientos de los turistas. y la infraestructura del lugar, lo que conlleva al deterioro del territorio con poca participación de la ciudadanía. Por otro lado, Becerra (2021) comentó en su estudio sobre promoción turística que Baranca no se promocionaba lo suficiente por falta de recursos y de un plan estratégico actualizado durante la temporada baja, lo que provocaba que ni turistas e incluso residentes vinieran. consciente de ellos. Dispuesto a ir siempre. Finalmente, ni la gestión ni la promoción turística se desarrollan plena y efectivamente en la región de Chulucanas. En la zona de responsabilidad, los caminos hacia Chulucanas son buenos, pero no están iluminados y la mayoría de la población los desconoce. programas gubernamentales, hasta el momento no han llevado a cabo medidas de promoción y revitalización turística debido a problemas de precipitaciones y han descuidado sus atractivos evidenciándose situaciones como falta de infraestructura y mantenimiento, lo que ha resultado en un menor número de hoteles, restaurantes y agencias turísticas. Todos los comercios, incluidos los comerciantes, también cayó.

El distrito de Chulucanas actualmente no cuenta con un registro de turismo, y mucho menos un registro de población o un mapa relacionado con las actividades de la industria turística o la capacitación que involucra a artesanos, residentes y comerciantes, lo que genera un desequilibrio. Organizaciones que no les generan ingresos ni beneficios. En términos de promoción turística, solo existe una página para la publicación correspondiente y no hay personal dedicado a promocionar el lugar y llevar contenidos turísticos a la región, por lo que la tecnología es de poca utilidad, lo que significa que los turistas no están interesados en visitar este lugar. En los períodos anteriores hemos tratado de mantener una buena organización y buen funcionamiento del sector turístico, donde los beneficios son la restauración de nuevas vías, limpieza, seguridad y diversas actividades realizadas con la participación de los artesanos, pero con el gobierno actual. , se ha reducido el uso de servicios básicos, se ha limpiado el territorio, se ha reducido la seguridad, poca interacción con vecinos y artesanos, no hay comprensión del flujo de turistas y falta de alumbrado público en el camino al distrito de Chulucanas. Hay muy poca

información en su plataforma y según los comentarios de los residentes, ha habido muy pocos visitantes recientemente y ninguna actividad durante este período.

Luego de la descripción anterior surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la relación entre la gestión turística municipal y la promoción turística en el distrito de Chulucanas - Piura en el año 2023? Su propósito: determinar la relación entre la gestión turística municipal y la promoción turística en la región de Chulucanas - Piura para el año 2023.

Frente a la revisión de bibliografía, el presente trabajo encontró una base teórica, que consistió en incidir en la relación existente entre la gestión turística y la gestión municipal para promover las ventajas de Chulucanas, una zona potencial turística con evidentes expresiones culturales, alfareros, artesanos, etc. También es metodológicamente sólido, ya que los resultados serán beneficiosos para cualquier persona o institución interesada en comprender la gestión y promoción turística en relación con el estudio. Los expertos también utilizarán y validarán los cuestionarios para que los utilicen futuros investigadores que busquen información relevante sobre los temas discutidos; Además, en la práctica, también servirá a los municipios y regiones relevantes para revisar y actualizar los planes de promoción y comunicación de las atracciones turísticas de la región con el fin de tomar medidas correctivas específicas para promover el turismo y atraer residentes. También cabe señalar que ayudará a las personas a reconocer, preservar y apreciar la riqueza del turismo.

## II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional, Hernández (2021) afirma que el principal objetivo es asegurar la promoción del turismo y aumentar la llegada de visitantes. Esto se logra a través de las recomendaciones de expertos en publicidad de diversas regiones. Formulamos una estrategia de promoción y difusión utilizando una técnica fundamental, no experimental, basada en la correlación e integrada con un enfoque causal cuantitativo. El estudio de investigación se caracterizó por su enfoque analítico y descriptivo, destinado a estimular la curiosidad de los turistas hacia los lugares turísticos. El estudio determinó que, para distribuir y comercializar eficazmente este recurso y atraer a más turistas, es esencial utilizar diversos materiales promocionales y guías que hagan hincapié en las preferencias actuales de los habitantes locales.

A nivel nacional los antecedentes son los siguientes. La investigación de Feria (2022) se centró en las relaciones con la comunidad y la satisfacción laboral del personal de las salinas públicas. Utilizando un enfoque cuantitativo de tipo correlacional, y diseño no experimental. Dos encuestas y una entrevista fueron los instrumentos elegidos. Los resultados demostraron una fuerte correlación entre la satisfacción en la vida laboral y las facetas de planificación de la administración municipal. En las entidades públicas de Salitral, los investigadores hallaron una fuerte relación entre ambos factores.

A nivel local, Espino (2023) considera que el turismo necesita intervenciones de carácter urgente a nivel de gestión municipal en inversión en compra de bienes, servicios y obras, en tal sentido este trabajo de investigación tiene como objetivo determinar los niveles de percepción de los participantes del estudio referente a la gestión turística municipal a través de la situación geográfica, ambiental, social, económica, cultural e institucional relacionadas al turismo a través de las municipalidades que forman parte de la provincia de Sullana. En cuanto a la metodología de trabajo debemos indicar que fue un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo y diseño no experimental. A nivel de resultados tenemos que los niveles de percepción en la gestión turística municipal en la provincia de Sullana están en 67.69% considerado un nivel medio, hecho que se interpreta como aceptable sobre la gestión municipal del turismo, sin embargo, un 20.00% considera como bajo,

hecho que debe permitir una reflexión en la toma de decisiones municipales, y apenas un 12.31% considera alto. Estos datos son importantes para hacer un análisis reflexivo sobre la toma de decisiones.

La gestión turística que facilita el desarrollo comunitario en la región Morropón de Piura fue el foco de la investigación de Estévez (2018). Se empleó una técnica cuantitativa correlacional utilizando un diseño no experimental. Como procedimiento se realizó una entrevista al supervisor. En consecuencia, se evidenció el descuido y la falta de preparación de los atractivos turísticos de la ciudad del distrito de Morropón. Los responsables turísticos de la ciudad de Morropón consideraron que esto no era suficiente. Otra cosa que hay que tener en cuenta es que los gobiernos locales no hacen gran cosa cuando se trata de planificar la conservación, el uso y el mantenimiento de los recursos turísticos locales.

Carrasco (2018) pretendió buscar la posible relación entre el gobierno local y las decisiones de permisos de construcción en el distrito de Catacaos en 2018. La metodología utilizada es de enfoque cuantitativo, no experimental y correlacional. El método utilizado en este estudio fue el cuestionario y como instrumentos se utilizaron dos cuestionarios. Se mostró como resultado que el 36% de los encuestados pensaba que el gobierno local era inadecuado y el 20% pensaba que las decisiones relativas a los permisos de construcción eran inadecuadas. Conclusión que no existe relación estadísticamente significativa entre las variables de estudio. Ante ello, rechaza la hipótesis general.

Siguiendo lo anterior, veamos las definiciones de las variables de estudio. La gestión del turismo urbano es un conjunto de actividades y procesos que guían políticas y directrices, priorizan la demanda e implementan programas de desarrollo turístico para lograr resultados positivos para las comunidades locales. (Flores, 2020). De igual forma, Díaz (2021) lo define como un conjunto de procesos que ocurren con el propósito de un objeto, y considera una buena ventaja la planificación y coordinación de diferentes actividades.

Por otro lado, Velasco (2021) define la gestión turística como la capacidad de implementar una buena planificación estratégica y con ello desarrollar y mejorar un lugar. Arranz (2018) define la planificación estratégica según los aspectos de la



gestión del turismo urbano como la capacidad de alcanzar objetivos a largo plazo.

- Resultados de mediano y corto plazo para la alta dirección a nivel individual, organizacional y comunitario. Siguiendo con Robbins (2020), sostiene que las organizaciones son sociedades coordinadas que se unen para lograr objetivos comunes, y que los gerentes son responsables de gestionar diferentes tareas para lograr buenos estados.

Por tanto, el responsable debe: Debe gestionar, planificar, dirigir y dirigir una variedad de tareas. El liderazgo implica dirigir, influir y motivar a cada superior para llevar a cabo planes que ya han sido desarrollados y establecidos. El momento de la formación es la realización de una tarea de gestión (Vicente, 2022). Según Terry (2019), la dimensión final de las variables anteriores es el control, el proceso de definir lo hecho, evaluarlo e implementar las acciones necesarias. La implementación se llevará a cabo según lo planeado.

Según Chuquizala y Jaramillo (2018), la promoción turística es más importante porque se relaciona con la promoción de un destino e incentiva a visitantes que buscan generar beneficios económicos elevar la calidad de coexistencia y vida del ser humano. Finalmente, para Dávila (2021), la promoción turística se basa en informar a los visitantes sobre las ofertas existentes de atractivos específicos. Según Aspectos de Promoción Turística de Montero (2019), una comunidad es un grupo que cambia y se desarrolla constantemente, y es en sus interacciones donde se crea un sentido de unidad e identidad social, en el que los miembros se sienten parte de un grupo. Reconoced esto y fortaleced la unidad. y posibilidades sociales. Seguimos creyendo que el sector público se define como un grupo de agencias administrativas gubernamentales. Al pertenecer estas organizaciones al estado, esto quiere decir que son públicas y pertenecen a todos los ciudadanos (Valencio, 2022).

La gestión pública en el turismo es un aspecto fundamental para el desarrollo y la regulación de esta industria. Los gobiernos desempeñan un papel crucial en la planificación, promoción y regulación de los destinos turísticos, así como en la creación de políticas que fomenten un turismo sostenible y responsable.

En primer lugar, la gestión pública en el turismo implica la planificación estratégica de los destinos. Esto incluye la identificación de áreas con potencial turístico, la

creación de infraestructuras adecuadas, la conservación de bienes naturales y culturales, y promocionar implica el desarrollo equilibrado que beneficie a las comunidades locales.

Además, los gobiernos tienen la responsabilidad de promover sus destinos a nivel nacional e internacional. Esto puede implicar campañas de marketing, participación en ferias turísticas, colaboración con agencias de viajes y difusión de cultura local. Una gestión pública efectiva puede aumentar la visibilidad de un destino y atraer a un mayor número de turistas.

La regulación es otro aspecto clave de la gestión pública en el turismo. Los gobiernos deben establecer normativas que garanticen la calidad de los servicios turísticos, la seguridad de los visitantes, respeto por la naturales y población. Esto puede incluir la creación de estándares para hoteles, restaurantes y agencias de viajes, así como la implementación de medidas para preservar los recursos naturales y culturales.

Asimismo, la gestión pública en el turismo abarca la creación de políticas que fomenten un turismo sostenible y responsable. Esto implica promover prácticas turísticas que favorezca al medio ambiente, respeten la cultura local y contribuyan al desarrollo económico de las comunidades anfitrionas. Los gobiernos pueden incentivar la adopción de certificaciones de sostenibilidad, la implementación de impuestos turísticos para la conservación y el apoyo a proyectos comunitarios.

Se podría afirmar que, la gestión pública en el turismo es esencial para el desarrollo sostenible y responsable de esta industria. Los gobiernos tienen la responsabilidad de planificar, promover y regular los destinos turísticos, asegurando que el turismo beneficie tanto a los visitantes como a las comunidades locales, y que se preserve el patrimonio de generaciones presentes y futuras.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

##### **3.1.1 Tipo de investigación:**

Básica: Comprende investigaciones teóricas novedosas realizadas con el objetivo principal de adquirir conocimientos adicionales sobre los fundamentos de los fenómenos y hechos observables (Paitán, 2014). En base a estas consideraciones se pudo concluir que este estudio empleó un tipo de investigación básica.

##### **3.1.2 Diseño de investigación:**

No experimental: Método de investigación en el que no se controlan las variables, sino que se observan y estudian los fenómenos en su contexto natural y no como resultado de factores controlados (Sampieri, 2018).

Descriptivo - Correlacional: (1). Descriptivo: Estos estudios se centran en describir una población o un fenómeno, sin profundizar en las interrelaciones entre sus miembros. Por lo tanto, la investigación descriptiva busca definir, categorizar, dividir o resumir (Sampieri & Torres, 2018). Entonces según las características del estudio se recomendó realizar caracterizaciones de la variable gestión turística municipal y promoción turística.(2). Correlacional: Mientras que con respecto al estudio correlacional, conviene precisar que se aplicaran pruebas de asociación mediante un coeficiente de correlación (Sampieri, 2018).

Además, fue transversal o transaccional, mediante el cual se implementaron dispositivos de recolección de datos, en un momento predeterminado (Sampieri, 2018).

En cuanto al enfoque, se empleará el enfoque cuantitativo, ya que se utilizarán métodos de naturaleza matemática y mediciones estadísticas que permitirán una mejor comprensión de las variables de estudio.

## **3.2 Variables y operacionalización**

### **Variable 1 - Gestión Turística Municipal**

**Definición conceptual:** La Gestión Turística Municipal es un conjunto de acciones y procesos orientados a los lineamientos y políticas priorizando la demanda e implementando programas de desarrollo turístico para conseguir resultados que favorezcan a la comunidad. (Flores, 2020).

**Definición operacional:**

- Planeación.
- Organización.
- Dirección.
- Control.

### **Variable 2 – Promoción turística**

**Definición conceptual:** La Promoción Turística es una actividad que integra, articula acciones y procesos productivos favoreciendo el desarrollo del desplazamiento turístico, crecimiento y operaciones de la industria aprovechadas con fines económicos como también mejorar la vida del poblador del lugar turístico. (Rengifo, 2018)

**Definición operacional:**

- Comunidad.
- Sector Público.
- Sector Privado.

## **3.3 Población, muestra y muestreo**

### **3.3.1 Población**

Como parte de la población se empleó a 30 personas que forman parte del grupo de artesanos en el espacio de estudio. Se establecieron como criterios de selección:

○ **Criterios de inclusión:**

- Criterios de inclusión: Se incluirán tanto hombres como mujeres dedicadas a actividades artesanales y disponibles.

- **Criterios de exclusión:**

- Criterio de exclusión: No relevante para el estudio que se realiza, ya que se considerará el 100% de la población.

### 3.3.2 Muestra

Por efectos de representatividad y por la escasa población, se consideró que la población será equivalente a la muestra (N=n=30).

### 3.3.3 Muestreo

Respecto al tipo de muestreo se consideró el no probabilístico. Este tipo de muestreo es una estrategia en la que el investigador elige las muestras basándose en criterios subjetivos y no en una selección aleatoria (Pereyra, 2020).

## 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Con el fin de acopiar información se empleó a la encuesta como técnica. Para ello se construyó un instrumento de 20 preguntas trabajadas mediante la medición de Likert.

**Tabla 1**

*Dimensiones de la Gestión Turística Municipal*

Dimensiones	items	Puntuación
1) Planear	1,2,3	1-5
2) Organizar	4,5,6	1-5
3) Dirigir	7,8	1-5
4) Controlar	9,10	1-5
Gestión Turística Municipal	01-10	1-5

**Tabla 2***Dimensiones de Promoción Turística*

Dimensiones	items	Puntuación
1) Comunidad	1,2,3	1-5
2) Sector público	4,5,6,7	1-5
3) Sector privado	8,9,10	1-5
Promoción Turística	01-10	1-5

**3.5 Procedimiento**

Este estudio tuvo en cuenta la recolección de datos y se aseguró de obtener el consentimiento de todos y cada uno de los individuos que participaron en esta investigación.

El instrumento fue entregado de manera física y virtual, según los protocolos de bioseguridad establecidos por COVID. Según el protocolo, el instrumento se realizó con una duración de cuatro minutos por escala.

Los hallazgos sirvieron medio para ayudar en el establecimiento de conclusiones y recomendaciones, los resultados fueron discutidos en relación con la teoría y los trabajos previos.

**3.6 Método de análisis de datos**

Se aplicó el método descriptivo estadístico, el cual se fundamentó en una serie de procedimientos destinados al manejo de las variables, con la finalidad de interpretar y analizar los resultados obtenidos.

La información recolectada a través de los instrumentos previamente mencionados fue sometida a un análisis de datos, siendo representada mediante tablas. Para describir las variables de investigación de manera independiente, se llevó a cabo un análisis descriptivo que abarcó frecuencias y análisis de medias. Estos resultados fueron presentados en cuadros generados por el Programa Estadístico para las Ciencias Sociales, SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). No obstante, luego del análisis descriptivo se aplicaron las pruebas de correlación estadística.

### **3.7 Aspectos éticos**

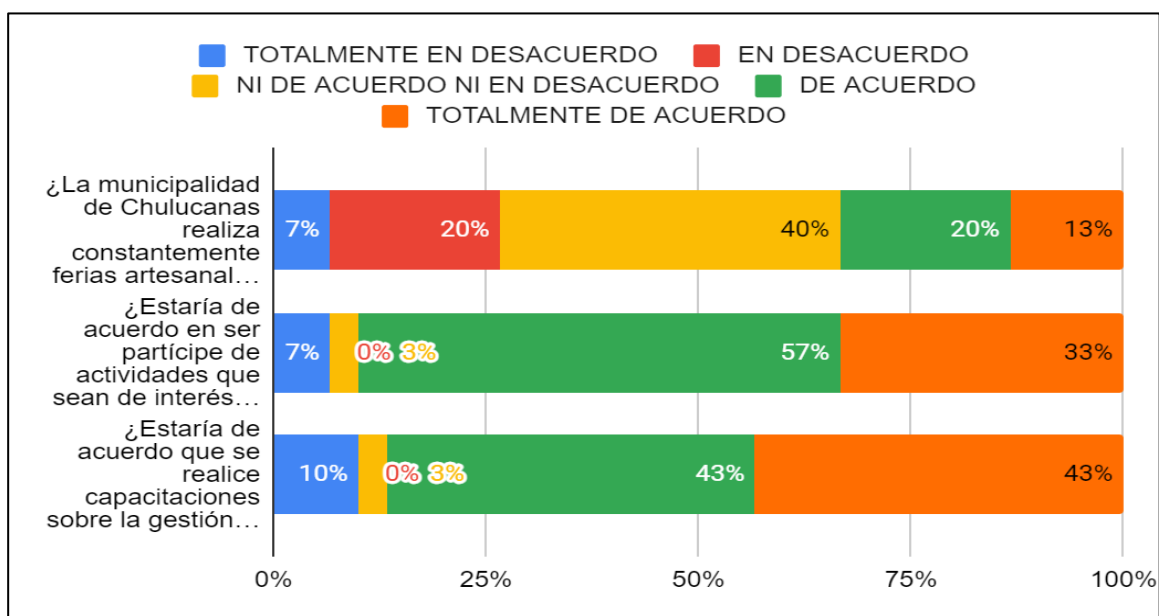
El diseño del estudio tuvo muy en cuenta la fiabilidad y validez de los datos obtenidos. La identidad y la confidencialidad de los participantes se salvaguardaron cuidadosamente para respetar y honrar sus creencias y valores personales. El estudio tuvo muy en cuenta la aplicación práctica de las ideas utilizadas. Cabe señalar que todas las medidas y procesos seguidos se ajustaron a los requerimientos y reglamento de la Universidad Cesar Vallejo.

#### IV. RESULTADOS

En esta sección se presenta un análisis descriptivo de la variable 1 – denominada Gestión Turística y sus dimensiones respectivas:

**Figura 1**

*Estadísticos descriptivos de la dimensión planeación*



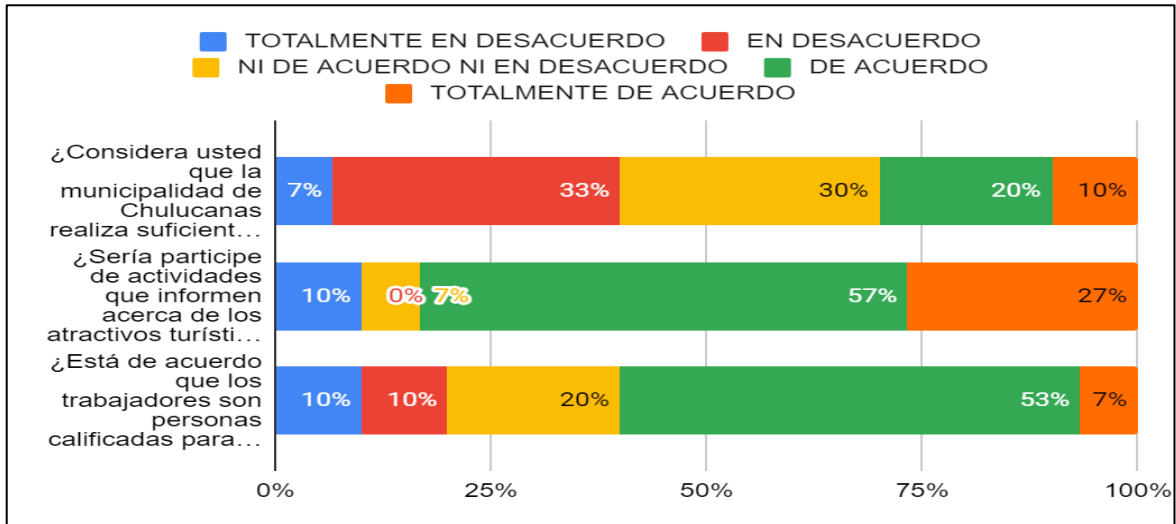
**Nota:** Relato descriptivo de los ítems que componen la dimensión.

La Figura 2 muestra que, en la segunda pregunta, el 57% de los encuestados dijo que “estaba de acuerdo” en participar. Para la primera pregunta, la escala se sitúa como “en desacuerdo o en desacuerdo”, correspondiente al 40%. La calificación de la tercera pregunta fue del 43% en ambas escalas, indicando “de acuerdo” y “muy de acuerdo”. En las tres primeras preguntas hubo una tendencia a responder las escalas “de acuerdo” y “muy de acuerdo”, lo que indica la voluntad del encuestado de participar. En general, la respuesta de los encuestados fue positiva, no más del 20% respondió con “muy en desacuerdo” o “en desacuerdo”. Sin embargo, los residentes muestran interés en participar en actividades que involucren a turistas.



**Figura 2**

*Estadísticos descriptivos de la dimensión organización*

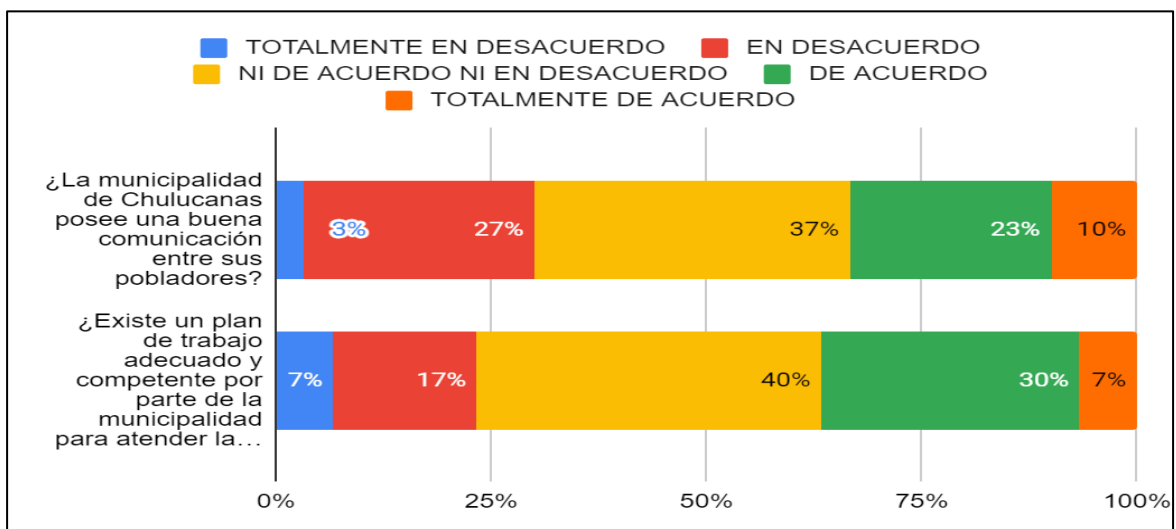


**Nota:** Relato descriptivo de los ítems que componen la dimensión.

La figura 3 muestra que el 33% de los encuestados dijo "en desacuerdo" en la cuarta pregunta y el 57% dijo "de acuerdo" en la siguiente pregunta. En la sexta pregunta, el 53% de las personas eligió "de acuerdo". Las preguntas se dividieron casi por igual entre "de acuerdo"; los encuestados reconocieron que el aspecto organizacional es positivo; a excepción de los temas relacionados con las actividades que realiza el municipio, donde el porcentaje de "en desacuerdo" fue del 33%. En esta dimensión, desde el punto de vista analítico, queda claro que los entrevistados quieren participar en las actividades implementadas por el propio municipio.

**Figura 3**

*Estadísticos descriptivos de la dimensión dirección*



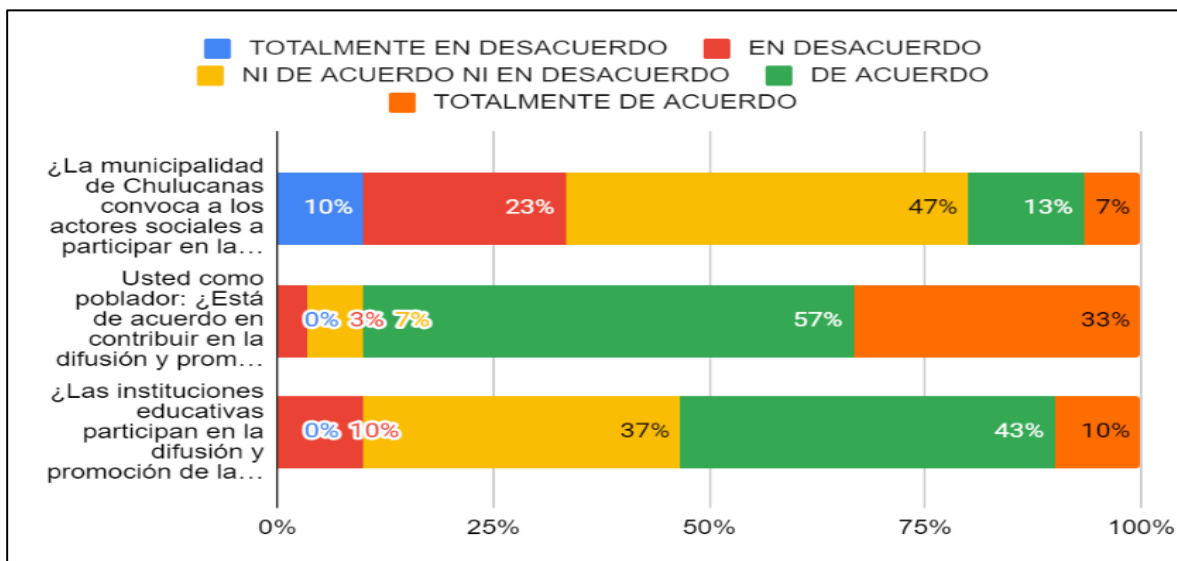
**Nota:** Relato descriptivo de los ítems que componen la dimensión.

En la figura 4, la proporción de "ni de acuerdo ni en desacuerdo" para ambas preguntas es del 40% y el 37%, respectivamente. Cabe mencionar que los resultados fueron más o menos positivos, pues calificaron la comunicación entre el Municipio de Chulucanas y los vecinos como "ni de acuerdo ni en desacuerdo". Esta dimensión evalúa cuestiones de gestión como el nivel de comunicación y la formación adecuada.

A continuación, se presenta un análisis descriptivo de la variable 2 – denominada Promoción Turística.

#### Figura 4

*Estadísticos descriptivos de la dimensión comunidad*

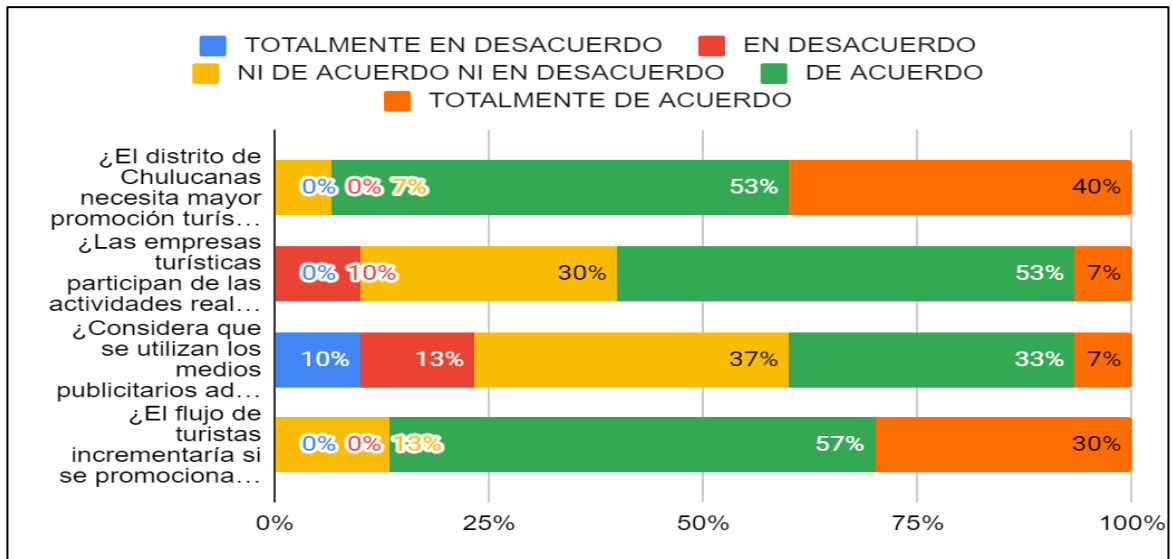


**Nota:** Relato descriptivo de los ítems que componen la dimensión.

Como se muestra en la Figura 5, las proporciones de "de acuerdo" para las preguntas 12 y 13 son 57% y 43%, respectivamente. Sin embargo, el 47% respondió a la pregunta 11 con "Ni de acuerdo ni en desacuerdo". Existe preocupación por la promoción del distrito de Chulucanas, ante la respuesta de los vecinos, con la que la mayoría está de acuerdo.

**Figura 5**

*Estadísticos descriptivos de la dimensión Sector Público*

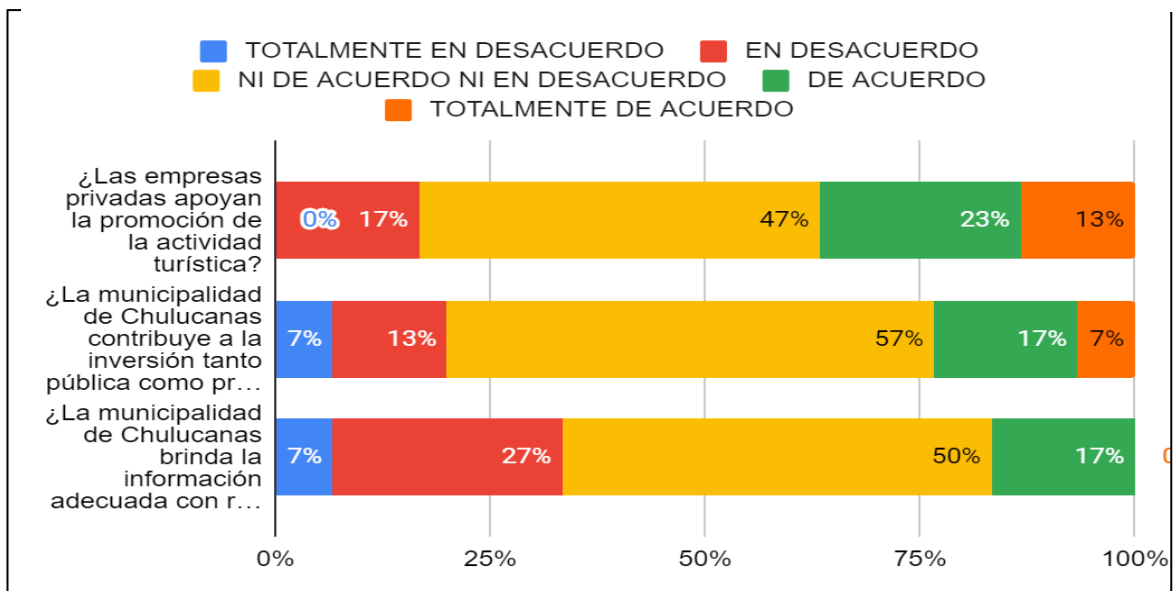


**Nota:** Relato descriptivo de los items que componen la dimensión.

Como se puede observar en la figura 6, para las preguntas 14, 15 y 17, la mayoría tendió a preferir la escala “de acuerdo”, excepto para la pregunta 16, que tuvo una escala de “ni de acuerdo ni en desacuerdo” del 37%. Podemos decir que los resultados fueron positivos en cuanto a la participación y compromiso de las instituciones.

**Figura 6**

*Estadísticos descriptivos de la dimensión dirección*



**Nota:** Relato descriptivo de los ítems que componen la dimensión.

Como se muestra en la figura 7, las preguntas 18, 19 y 20 se encuentran en el rango ni de acuerdo ni en desacuerdo con 47%, 57% y 50%, respectivamente. Esto significa que los ciudadanos se preguntan si reciben apoyo del sector privado y si se fortalece su identidad cultural. Sí, se están tomando medidas, pero se están implementando paso a paso.

El tercer paso consiste en la aplicación de la estadística inferencial mediante la prueba de normalidad

**Tabla 3**

*Prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Planeación	.214	30	.001	.881	30	.003
Organización	.150	30	.083	.952	30	.191
Dirección	.117	30	.200*	.964	30	.395
Control	.222	30	<.001	.840	30	<.001
Gestión Turística Municipal	.178	30	.017	.918	30	.023
Comunidad	.218	30	<.001	.912	30	.017
Sector Público	.206	30	.002	.903	30	.010
Sector Privado	.239	30	<.001	.929	30	.047
Promoción Turística	.120	30	.200*	.968	30	.479

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

En la tabla 3, según el análisis de significancia de Shapiro-Wilk, la variable importancia de la gestión del turismo urbano es 0,023 y la variable importancia de la promoción turística es 0,479. Siendo resultados datos dispersos que reflejan

variación, por lo que no se puede pretender normalidad; se usó el estadístico no paramétrico de Rho Spearman.

### Prueba de hipótesis general

- $H_0$ : NO existe una relación significativa entre la gestión turística municipal y la promoción turística en el Distrito de Chulucanas – Piura
- $H_a$ : SI existe una relación significativa entre la gestión turística municipal y la promoción turística en el Distrito de Chulucanas – Piura

Criterios de aceptación:

Si esta relación es inferior a 0,05, se acepta  $H_a$ , lo que indica que el liderazgo se relaciona positivamente con la promoción. Los coeficientes se analizan utilizando software estadístico para determinar si son positivos o negativos y qué tan grande es la correlación

**Tabla 4**

*Correlación entre gestión turística municipal y promoción turística*

			Gestión turística municipal	Promoción turística
Rho de Spearman	Gestión turística municipal	Coeficiente de correlación	1.000	.698**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	30	30
	Promoción turística	Coeficiente de correlación	.698**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	30	30

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En el cuadro N°4, con base en los resultados significativos, se acepta la hipótesis alternativa, es decir, si existe una relación significativa entre la gestión turística municipal y la promoción turística en el distrito de Chulucanas -Piura en el año 2023. Además, el coeficiente de 0,698 muestra que existe una relación significativa. Relación positiva.

### Prueba de hipótesis específica 1

- Ho: No existe una relación significativa entre la gestión turística municipal y la comunidad local en el Distrito de Chulucanas-Piura en 2023.
- Ha: Existe un vínculo esencial entre la gestión turística municipal y la comunidad local en el distrito de Chulucanas-Piura en el 2023.

Criterios de aceptación:

Se acepta Ha si  $< 0,05$ , lo que significa que el liderazgo se relaciona positivamente con la comunidad. Para determinar si es positiva o negativa y la magnitud de la correlación, los coeficientes se analizan desde un software estadístico.

**Tabla 5**

*Correlación entre Gestión Turística Municipal y Comunidad*

			Gestión turística municipal	Comunidad
Rho de Spearman	Gestión turística municipal	Coefficiente de correlación	1.000	.638**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	30	30
	Comunidad	Coefficiente de correlación	.638**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	30	30

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla N°5, a partir de los resultados significativos, se acepta la hipótesis alternativa, es decir, si existe una conexión entre la gestión turística municipal y la sociedad. Además, el coeficiente de 0,638 indica una correlación positiva significativa.

#### 4.2.4. Prueba de hipótesis específica 2

- Ho: No existe una relación significativa entre la gestión turística municipal y el sector público en el distrito de Chulucanas - Piura en 2023.
- Ha: Existe un vínculo importante entre la gestión turística municipal y el sector público en el distrito de Chulucanas-Piura en el año 2023.

Criterios de aceptación:

Se acepta Ha si  $< 0,05$ , lo que indica que la gestión se relaciona positivamente con el sector público. Para determinar si es positiva o negativa y la magnitud de la correlación, los coeficientes se analizan desde un software estadístico.

**Tabla 6**

Correlación entre Gestión Turística Municipal y Sector Público

			Gestión turística municipal	Sector público
Rho de Spearman	Gestión turística municipal	Coefficiente de correlación	1.000	.572**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
	N		30	30
	Sector público	Coefficiente de correlación	.572**	1.000
Sig. (bilateral)		<.001	.	
N		30	30	

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En el cuadro N° 6, con base en los resultados significativos, se acepta la hipótesis alternativa, es decir, si existe una relación entre la clase gerencial y el sector público. Además, el coeficiente de 0,572 indica una correlación positiva significativa.

## V. DISCUSIÓN

Respecto a la hipótesis general, se logró determinar que la gestión turística municipal se relaciona positivamente con la promoción turística (significancia =  $0,01 < 0,05$ ; Spearman =  $0,698$ ), es decir, que una gestión turística impacta sustancialmente en la satisfacción ciudadana. Aunque la relación es positiva y significativa, se puede observar una mejora en ambos factores cuando se presentan los resultados descriptivos. En cuanto a la gestión del turismo urbano vinculados a la organización y gestión, en términos de promoción turística en la ciudad y en la división privada, se necesitan mejoras y la mayoría de ellas conducen al descontento de la gente.

Estos resultados concuerdan con los de Carrasco (2019) en el entendido de que ambos estudios son investigaciones básicas con un enfoque de diseño cuantitativo no experimental. Asimismo, este autor confirmó la hipótesis al afirmar que la gestión turística contribuye a la satisfacción ciudadana en Catacaos ( $p$ -valor =  $0,000$ ). En su conclusión, confirmó que la falta de estrategias turísticas hace que las personas muestren su grave insatisfacción, tema consistente con nuestros resultados. Un aspecto que no coincide con este estudio es que la comuna no es completamente indiferente a la promoción; sin embargo, los resultados en términos de atracción de turistas no han sido los esperados.

Un estudio realizado por Cotrina (2021) encontró una fuerte correlación entre la administración de la ciudad y la promoción turística en Tarapoto. El análisis estadístico reveló un vínculo significativo con un valor  $p$  de  $0,000$ . Esta investigación demuestra una correlación entre el factor promoción y varios aspectos de la gestión, como la organización y el control. Una similitud clave entre los dos proyectos de investigación reside en el diseño de la herramienta de recogida de datos, que adopta la forma de un cuestionario que evalúa la correlación entre la gestión turística y la promoción.

Cabe destacar que el estudio de Feria (2022) revela una correlación significativa entre la gestión y la satisfacción de los residentes en Salitral ( $p$ -valor =  $0,000$ ), coincidiendo con los hallazgos actuales. ¿Cómo utiliza la gerencia elementos como planear, organizar, dirigir y controlar para determinar su pertinencia al trabajar con



la misma población? Es importante reconocer que las investigaciones mencionadas pertenecen a circunstancias distintas.

Como lo mencionó Rengifo (2018) respecto a la promoción, el cual busca integrar actividades y procesos productivos, que benefician el desarrollo turístico, el crecimiento y las actividades públicas. En la hipótesis específica 1, se pudo identificar una relación significativa entre la gestión turística y comunitaria en la zona de Chulucanas Piura en el año 2023 (significancia =  $0.001 < 0.05$ ; Spearman = 0.638), es decir, si el municipio tiene un buen desempeño entonces los aspectos serán beneficiosos para las personas ya que los resultados muestran una correlación positiva significativa. Los resultados alcanzados son positivos, no obstante, también se obtuvieron algunos porcentajes basados en la insatisfacción de las personas, expresada en la escala "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", en los siguientes aspectos:

En consonancia con los hallazgos de Esteves (2019), coincidimos con la validación de la hipótesis específica 1, por lo tanto, el estudio reveló que la gestión turística afecta significativamente a la comunidad en Morropón (significación =  $0,000 < 0,05$ ; Spearman 0,653). Esta investigación examinó la correlación entre la gobernanza y el desarrollo comunitario, centrándose específicamente en la interacción entre el gobierno y la comunidad. Aunque la gobernanza y la comunidad tienen métodos y objetivos distintos, es crucial reconocer que el gobierno desempeña un papel importante en la comunidad. Además, los datos descriptivos arrojan luz sobre las preocupaciones relativas a la ausencia de planificación estratégica. En lo que respecta a nuestra situación, nos enfrentamos a desafíos relacionados con la participación y la experiencia de los individuos. Zapata (2020) realizó una investigación sobre la gestión turística en Negritos y destacó que la planificación es crucial para un diseño eficaz de la gestión en la práctica. El análisis estadístico mostró una relación significativa (significación =  $0,000 < 0,05$ , Spearman = 0,652).

En cuanto a la hipótesis 2, se determinó que si existe una correlación estadísticamente significativa (con un nivel de significación de 0,001 y un coeficiente de correlación de Spearman de 0,572) entre la gestión turística de la ciudad y el sector público, indicando una asociación positiva sustancial. Durante el análisis descriptivo, la valoración en la escala "Estoy de acuerdo" fue favorable.

Según Kayatope (2021), el sector público en la gestión turística tiene una influencia sustancial en el municipio de Pomalca, como se verifica en su estudio (coeficiente de correlación de Spearman = 0,542). El resultado obtenido se alinea en cierta medida con nuestros hallazgos, ya que nos centramos en el aspecto del sector público. Concretamente, observamos un coeficiente de 0,572, lo que indica una asociación positiva estadísticamente significativa. Basándonos en nuestros resultados, se puede deducir que el sector público tiene un impacto significativo en la gestión del turismo. Es crucial prestar atención al trabajo de Huaman (2022) en su hipótesis global, donde el autor destaca una conexión (Spearman = 0,534) entre la gestión y el sector público.

Sobre la base de los resultados encontrados, se puede concluir que la gestión del turismo desempeña un papel crucial en el crecimiento y la viabilidad a largo plazo del sector turístico. En un mundo cada vez más interconectado, el turismo se ha convertido en un importante motor económico para varias naciones y localidades. Por lo tanto, la administración competente de una empresa es vital para garantizar su éxito duradero. Dicho de otra manera la gestión del turismo es crucial para la conservación de los recursos naturales y culturales. Los lugares turísticos suelen seleccionarse por su atractivo estético, su legado cultural o su carácter distintivo. Una administración eficaz puede salvaguardar estos recursos, evitando su uso excesivo y su deterioro. Esto no sólo proporciona ventajas a los propios lugares, sino que también garantiza el disfrute a largo plazo de los viajeros.

Además, la gestión turística tiene la función de garantizar la viabilidad a largo plazo y la responsabilidad medioambiental de la industria turística. Esto implica mitigar los efectos adversos que las actividades turísticas puedan tener sobre el medio ambiente, las poblaciones locales y la economía. La gestión responsable pretende lograr una integración armoniosa del desarrollo turístico, la preservación del medio ambiente, la conservación de la cultura local y una distribución justa de las ventajas económicas.

Otro factor crucial a tener en cuenta es la calidad de los servicios turísticos. Una gestión eficaz se centra en garantizar que los turistas disfruten de servicios de primera categoría, incluidos el alojamiento, la comida y las actividades recreativas

y culturales. Esto no sólo mejora la experiencia turística, sino que también aumenta la excelente reputación del destino, atrayendo así a un mayor número de turistas.

Las últimas reflexiones concluyen que la gestión del turismo desempeña un papel vital a la hora de garantizar la seguridad de los visitantes. Esto abarca una amplia variedad de actividades, incluidas las medidas para evitar accidentes y gestionar eficazmente las emergencias, así como garantizar la seguridad frente a actividades delictivas y defender los derechos de los visitantes. Una administración eficiente en este contexto no sólo salvaguarda a los visitantes, sino que también fomenta la confianza y la fiabilidad en el lugar.

## VI. CONCLUSIONES

1. Se encontró que existe una relación positiva significativa entre la gestión turística municipal y la promoción turística en el distrito de Chulucanas-Piura. La prueba de Spearman en 2023 evidenció que el nivel de significancia fue 0,001 y el coeficiente de correlación es 0,698. Esto significa que una vez que las variables de gestión turística estén plenamente desarrolladas, jugarán un papel muy importante en las variables de promoción turística.
2. La gestión turística ha demostrado tener buenas relaciones con las comunidades de Chulucanas, Piura 2023. Con base en los datos obtenidos se utilizó el coeficiente de Spearman cuyos hallazgos demostraron un nivel de significancia de 0,001 y un coeficiente de correlación de 0,638 lo que significa que una mejor gobernanza conlleva a un mejor bienestar social.
3. Se encontró que la gestión turística en el distrito de Chulucanas-Piura presentó una correlación positiva con el sector público, con un nivel de significancia menor a 0,05 y un coeficiente de correlación de 0,572, lo que demuestra que el liderazgo es esencial para una buena gobernanza en el sector público.
4. El sector turístico depende en gran medida de una gestión competente por varias razones. Para empezar, las zonas bien gestionadas pueden conservar sus tesoros culturales y ecológicos para que los disfruten las generaciones futuras. Una buena gestión también ayuda a que el turismo sea sostenible al reducir sus efectos negativos sobre las poblaciones locales y el medio ambiente. La seguridad de los turistas y la excelencia de los servicios turísticos son igualmente importantes. En resumen, la clave del éxito y la sostenibilidad a largo plazo de la industria turística es una buena gestión.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Con base en los resultados del estudio, se hacen las siguientes recomendaciones:

1. Se concluye que la gestión turística es vital para el desarrollo de un destino y que sus acciones son las que determinan su buen o mal funcionamiento en el campo turístico. Y que todo esto se relaciona con el bienestar de la población local.
2. Crear nuevas investigaciones que tengan en cuenta las variables estudiadas, como la gestión y el marketing turístico en el entorno virtual o en las comunidades locales y el sector público.
3. Desarrollar un mecanismo de lineamientos estratégicos cuyo objetivo sea informar a la ciudadanía sobre acciones vinculadas al turismo.
4. Desarrollar proyectos que involucren a residentes y residentes para mejorar el nivel de comunicación entre las dos partes para lograr buenos resultados para el desarrollo del condado de Chulucanas.

## REFERENCIAS

- Aucancela Ilbay, B. P., & Velasco Samaniego, V. M. (2021). Gestión turística como herramienta de desarrollo sostenible de la microcuenca del río Chimborazo, Cantón Riobamba. *Chakiñan: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 13, 102-116.
- Becerra, I. (2021). Promoción turística para la reactivación de la actividad turística en el complejo arqueológico de San José. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9395/Castro%20Becerra%20Irma%20Lastenia%20Liseth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carrasco, R. (2018). Gestión municipal y las resoluciones de licencias de edificación en el municipio distrital de Catacaos, año 2018. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40152/Carrasco\\_JRR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40152/Carrasco_JRR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chuquizala, T., & Jaramillo, B. (2018). Plan de promoción turística para el cantón San Lorenzo del Pailón, provincia de Esmeraldas. <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/506/4093#:~:text=La%20promoci%C3%B3n%20tur%C3%ADstica%20hace%20referencia,de%20vida%20de%20la%20poblaci%C3%B3n>.
- Cotrina-Coral, G., & Flores-Ramírez, R. (2022). Gestión municipal y promoción turística de Tarapoto. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.51252/race.v1i2.348>
- Cotrina, G. (2021). Gestión municipal y promoción turística de Tarapoto, 2020. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56282/Cotrina\\_CGS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56282/Cotrina_CGS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Dávila, J. (2021). Propuesta de promoción turística para el desarrollo del turismo comunitario en la Isla Costa Rica, Ecuador. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7896328.pdf>
- Díaz, D. (2021). Gestión de Destinos Turísticos. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-)



<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/10151/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000260.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández, M. (2021). La promoción turística y la afluencia de visitantes en el cantón Quevedo, año 2020.

<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/10151/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000260.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Herrera, M. (2018). Estrategias de Promoción Turística y Turismo Interno en el Departamento de Ayacucho en el 2018.

[https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2769/Melissa%20Herrera\\_Judith%20Quispe\\_Trabajo%20de%20Investigacion\\_Bachiller\\_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2769/Melissa%20Herrera_Judith%20Quispe_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Herrera, M. (2018). La promoción turística y la afluencia de visitantes en el cantón Vinces- provincia de los Ríos.

<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/4166/P-UTB-FCJSE-HTURIS-000032.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Herrera, M. (2018). La promoción turística y la afluencia de visitantes en el cantón Vinces- provincia de los Ríos.

<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/4166/P-UTB-FCJSE-HTURIS-000032.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hoyos, V. (2020). Propuesta de un plan de promoción turística para lograr el fortalecimiento del turismo sostenible en el distrito de Santiago de Surco.

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7106/HOYOS\\_MV.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7106/HOYOS_MV.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Kotler, J. (2018). Promoción. [https://dircomfidencial.com/diccionario/promocion-20161009-](https://dircomfidencial.com/diccionario/promocion-20161009-1655/#:~:text=La%20promoci%C3%B3n%20se%20suele%20relacionar,venta%20personal%20como%20estrategia%20comercial.)

[1655/#:~:text=La%20promoci%C3%B3n%20se%20suele%20relacionar,venta%20personal%20como%20estrategia%20comercial.](https://dircomfidencial.com/diccionario/promocion-20161009-1655/#:~:text=La%20promoci%C3%B3n%20se%20suele%20relacionar,venta%20personal%20como%20estrategia%20comercial.)

León, L. (2022). Estrategias de promoción y su impacto en la afluencia turística del balneario “Los cerritos” en el recinto calabi, cantón Quinsaloma, año 2022.

<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/13559/E-UTB-EXTQUEV-HTURIS-000023.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



- Luna, L. (2022). Estrategias de promoción y su impacto en la afluencia turística del balneario "Los cerritos".  
<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/13559/E-UTB-EXTQUEV-HTURIS-000023.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martinez, E., & Mora, J. (2018). Diseño de un plan de promoción turística para Zipaquirá. <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0074604.pdf>
- Mendoza, M. (2018). La promoción turística y la afluencia de visitantes en el cantón. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/4166/P-UTB-FCJSE-HTURIS-000032.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Montano, J. (2020). Investigación No Experimental: Diseños, Características, Tipos y Ejemplos. <https://s9329b2fc3e54355a.jimcontent.com/download/version/1545253266/module/9548088069/name/Investigaci%C3%B3n%20No%20Experimental.pdf>
- Muntané, J. (2018). Introducción a la investigación básica. <https://www.sapd.es/revista/2010/33/3/03/pdf>
- OMT. (2022). ¿Qué son los recursos turísticos y cómo se clasifican? <https://www.ostealea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/que-son-los-recursos-turisticos-y-como-se-clasifican#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20del,as%C3%AD%20posible%20la%20actividad%20tur%C3%ADstica.>
- Paitán, H. Ñ. (2014). *Metodología de la investigación: Cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Ediciones De La U Ltda.
- Pereyra, L. E. (2020). *Metodología de la investigación*. Klik.
- Pin, F. (2022). La Gestión y la satisfacción laboral de los colaboradores de una entidad pública. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/96004>
- Ponciano, N. (2018). Gestión turística rural de la municipalidad distrital San Pm ablo de pillao, 2018. <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1363/PONCIA>

NO%20ANCHANTE%2c%20Nancy%20Liz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ramirez, R. (2022). Infraestructura Turística. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/infraestructura-turistica.htm>

Rodriguez, K. (2018). Población local. <https://www.uv.mx/personal/tcarmona/files/2010/08/Morlans-2004.pdf>

Saldarriaga, L. (2018). Gestión Turística y las resoluciones de licencias de edificación. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/40152>

Sampieri, R. H. (2018). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA*. McGraw-Hill Interamericana.

Sampieri, R. H., & Torres, C. P. M. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.

Sampieri, R. H., Romo, A. C., Valencia, S. M., & Torres, C. P. M. (2017). *Fundamentos de investigación*. McGraw-Hill/Interamericana.

Tume, L. (2020). Gestión municipal y presupuesto por resultados en la municipalidad de Lalaquiz, Huancabamba, 2020. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78794/Tume\\_SLB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78794/Tume_SLB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Tume, L. (2022). Gestión municipal y presupuesto por resultados en la municipalidad de Lalaquiz, Huancabamba, 2020. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/78794>

Universidad Panamericana. (2023). *¿Para qué sirve la gestión turística?* <https://blog.up.edu.mx/administracion-y-hospitalidad/para-que-sirve-la-gestion-turistica>

Velasco, R. (2021). Gestión. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362021000300109#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20tur%C3%ADstica%20se%20define,los%20distintos%20organismos%20%5B21%5D](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362021000300109#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20tur%C3%ADstica%20se%20define,los%20distintos%20organismos%20%5B21%5D).

Zapata Vargas, Y. (2022). Estrategias de promoción turística para fortalecer el turismo cultural del distrito de la Huaca, Paita - 2022.

<https://repositorio.unf.edu.pe/bitstream/handle/UNF/224/TESIS%20-%20Zapata%20Vargas%2C%20Yessenia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zapata, M. (2020). Gestión municipal turística del distrito de La Brea.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/52756>

Zapata, R. (2019). Gestión municipal turística del distrito de La Brea – Negritos en el periodo 2018 - 2019.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52756/Zapata\\_HRM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52756/Zapata_HRM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala De Medición
Gestión Turística Municipal	La Gestión Turística Municipal es un conjunto de acciones y procesos orientados a los lineamientos y políticas priorizando la demanda e implementando programas de desarrollo turístico para conseguir resultados que favorezcan a la comunidad. (Flores, 2020).	Los compromisos de la gestión ayudan a orientar el accionar de la institución pública dando a la comunidad información relevante y toma de decisiones. Este accionar se centra en compromisos que aseguran el progreso de la población e incrementan la motivación para generar una mayor inversión	Planeación	Nivel de participación en la implementación de estrategias. Manejo de tiempos.	Ordinal Likert Totalmente en desacuerdo En desacuerdo
			Organización	Cantidad de tareas asignadas. Nivel de coordinación entre áreas.	Ni de acuerdo ni en desacuerdo De acuerdo
			Dirección	Nivel de comunicación. Presencia de procesos de capacitación	Totalmente de acuerdo
			Control	Acciones de mejora continua.	

Promoción Turística	La Promoción Turística es una actividad que integra, articula acciones y procesos productivos favoreciendo el desarrollo del desplazamiento turístico, crecimiento y operaciones de la industria aprovechadas con fines económicos como también mejorar la vida del poblador del lugar turístico. (Rengifo, 2018)	La Promoción Turística busca generar difusión desde la gestión que desempeñan los gobiernos por medio de la planificación en diferentes áreas, difundir atractivos y motivar la visita de más personas.	Comunidad	Presencia de identidad cultural.	Ordinal	
				Nivel de conocimiento turística.	Likert	
						Totalmente en desacuerdo
			Sector público	Nivel de compromiso de las autoridades locales y regionales.	En desacuerdo	
				Nivel de participación de las empresas públicas.	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
					De acuerdo	
		Sector privado	Nivel de participación de empresas privadas.	Totalmente de acuerdo		
			Acciones de la cámara de comercio.			

## Anexo 2. Matriz de Consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
General: ¿Cuál es la relación entre Gestión Turística Municipal y Promoción Turística en el distrito de Chulucanas - Piura año 2023?	General: Determinar la correlación entre Gestión Turística Municipal y la Promoción Turística en el distrito de Chulucanas - Piura año 2023.	General: Existe una relación significativa entre gestión turística municipal y promoción turística en el distrito de Chulucanas-Piura año 2023.	Gestión Turística Municipal	Planeación	Nivel de participación en la implementación de estrategias. Manejo de tiempos.	<b>Ordinal Likert</b> Totalmente en desacuerdo  En desacuerdo  Ni de acuerdo ni en desacuerdo  De acuerdo  Totalmente de acuerdo
Específico: ¿Cuál es la relación entre Gestión Turística Municipal y Desarrollo turístico?	Específico: Determinar la correlación entre Gestión Turística Municipal y Desarrollo turístico.	Específicas: Existe una relación significativa entre gestión turística municipal y comunidad en el distrito de Chulucanas-Piura año 2023.		Organización	Cantidad de tareas asignadas. Nivel de coordinación entre áreas.	
¿Cuál es la relación entre Gestión Turística Municipal y Atractivos turísticos?	Determinar la correlación entre Gestión Turística	Existe una relación significativa entre gestión turística municipal y sector público en el distrito de Chulucanas-Piura año 2023.		Dirección	Nivel de comunicación. Presencia de procesos de capacitación	
				Control	Acciones de mejora continua. Fortalecimiento de identidad cultural	

	Municipal y Comunidad		Promoción Turística	Comunidad	Presencia de identidad cultural. Nivel de conocimiento turística. Frecuencia de visitas Oferta de atractivos.	<b>Ordinal Likert</b> Totalmente en desacuerdo  En desacuerdo  Ni de acuerdo ni en desacuerdo
				Sector público	Nivel de compromiso de las autoridades locales y regionales. Nivel de participación de las empresas públicas.	De acuerdo  Totalmente de acuerdo
				Sector privado	Nivel de participación de empresas privadas. Acciones de la cámara de comercio. Valor cultural	

### Anexo 3. Instrumento de recolección de datos: Cuestionario

#### Cuestionario para la variable Gestión Turística Municipal

El siguiente cuestionario es uno de los instrumentos de recolección de información de la investigación el cual tiene como objetivo: Determinar la correlación entre gestión turística municipal y promoción turística en el distrito de Chulucanas – Piura. año 2023.

Se solicita su participación para dar respuesta a las siguientes preguntas, agradecemos su participación a esta investigación cuyo fin es académico. Para dar respuesta a las interrogantes se empleará la siguiente escala de Likert.

N.º	Escala
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

#### DATOS GENERALES:

Marque con una “X” la casilla que corresponda.

Sexo: Femenino ( )

Masculino ( )

Variable	Dimensión	Indicador	Preguntas	Respuesta				
				1	2	3	4	5
GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL	Planeación	Nivel de participación en la implementación de estrategias.	1. La municipalidad de Chulucanas realiza constantemente ferias artesanales					
		Manejo de tiempos.	2. Las actividades de la municipalidad de Chulucanas son de interés para el turista					
		Beneficios empresariales.	3. La municipalidad de Chulucanas realiza capacitaciones sobre la gestión de la actividad turística					



	Organización	Cantidad de tareas asignadas. Nivel de coordinación entre áreas.	<p>4. La municipalidad de Chulucanas realiza suficientes actividades para promover el turismo</p> <p>5. La municipalidad de Chulucanas brinda información acerca de los atractivos turísticos que posee el dicho distrito</p> <p>6. Los trabajadores son personas calificadas para el fomento del turismo</p>					
	Dirección	Nivel de comunicación. Presencia de procesos de capacitación	<p>7. La municipalidad de Chulucanas posee una buena comunicación entre sus pobladores</p> <p>8. Existe un plan de trabajo adecuado y competente por parte de la municipalidad para atender las consultas sobre servicios turísticos para la población Chulucanenses</p>					
	Control	Acciones de mejora continua. Fortalecimiento de identidad cultural	<p>9. Se verifica las condiciones de limpieza adecuada en los atractivos turísticos del distrito de Chulucanas</p> <p>10. Usted como poblador: Está de acuerdo que la municipalidad de Chulucanas realice supervisiones constantes a empresas del rubro turístico</p>					



		Oferta de atractivos	3. Las instituciones educativas participan en la difusión y promoción de las actividades para revalorar los atractivos turísticos					
	Sector Público	Nivel de compromiso de las autoridades locales y regionales. Nivel de participación de las empresas públicas.	4. El distrito de Chulucanas necesita mayor promoción turística para tener mayor llegada de turistas 5. Las empresas turísticas participan de las actividades realizadas por la municipalidad de Chulucanas 6. Considera que se utilizan los medios publicitarios adecuados para la afluencia de turistas 7. El flujo de turistas incrementaría si se promociona sus características culturales					
	Sector Privado	Nivel de participación de empresas privadas. Acciones de la cámara de comercio. Valor cultural	8. Las empresas privadas apoyan la promoción de la actividad turística 9. La municipalidad de Chulucanas contribuye a la inversión tanto pública como privada en el sector turismo 10. La municipalidad de Chulucanas brinda la información adecuada con respecto al turismo					

## Anexo 5. Validacion de expertos

### Especialista/Experto 01: Dr. Cesar Balladares Atoche

De Leonela Nataly Gonzales More

Para Cesar Balladares Atoche

Cc

Cco

Enviado Lunes 23 de octubre de 2023 9:58 p. m.

Asunto REVISIÓN DE INFORMACIÓN DE VALIDACIÓN

Documento adjunto [Instrumento de investigación – Cuestionario. Balladares\\_ Gonzales More](#)

Buenas noches,

Estimado profesor, mediante la presente estoy remitiendo la información respecto a la MATRIZ DE CONSISTENCIA, OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES Y FORMATO DE VALIDEZ para cada variable para su revisión respectiva; asimismo por favor pudiera remitir los contactos posibles de los profesores para que puedan validar mi instrumento.

Saludos, gracias

Atte,

LEONELA GONZALES MORE

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Gestión Turística Municipal y Promoción Turística en el Distrito de Chulucanas - Piura año 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	<b>CESAR BALLADARES ATOCHE</b>	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( )	Doctor ( <b>X</b> )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa ( <b>X</b> )	Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	<b>EDUCACIÓN E INVESTIGACIÓN</b>	
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )	
	Más de 5 años ( <b>X</b> )	
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	



### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario para recogida de información
<b>Autora:</b>	Balladares Arrunategui Marye Jackeline Gonzales More Leonela Nataly
<b>Procedencia:</b>	Piura
<b>Administración:</b>	Colectiva
<b>Tiempo de aplicación:</b>	45 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Chulucanas

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Significación:	Nuestra escala está compuesta por dos variables las cuales son Gestión turística municipal y Promoción turística. Dentro de la Gestión están como dimensiones: Planeación, Organización, Dirección y Control. Mientras que la promoción tiene como dimensiones: Comunidad, Sector público y sector privado. Nuestros 5 ítems están compuestos por: Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni en desacuerdo/ni de acuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo. En cuanto a nuestro objetivo es determinar la correlación entre Gestión Turística Municipal y Promoción Turística en el distrito de Chulucanas-Piura año 2023.
----------------	--

**4. Soporte teórico**

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión Turística Municipal	-Planeación -Organización -Dirección -Control	La Gestión Turística Municipal es un conjunto de acciones y procesos orientados a los lineamientos y políticas priorizando la demanda e implementando programas de desarrollo turístico para conseguir resultados que favorezcan a la comunidad (Flores,2020)
Promoción Turística	-Comunidad -Sector Público -Sector privado	La promoción Turística es una actividad que integra, articula acciones y procesos productivos favoreciendo el desarrollo del desplazamiento turístico, crecimiento y operaciones de la industria aprovechadas con fines económicos como también la calidad de vida de las personas del lugar turístico. (Rengifo Angelas, 2018)


**5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación a usted le presento el cuestionario Gestión Turística Municipal y Promoción Turística elaborado por Balladares Arrunategui Marye Jackeline y Gonzales More Leonela Nataly en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.

	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente*

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**
**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Dimensiones del instrumento: .....

- Primera dimensión: Gestión Turística Municipal
- Objetivos de la Dimensión:

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Nivel de participación en la implementación de estrategias	-Totalmente en desacuerdo	4	4	4	
-Manejo de tiempos	-En desacuerdo				
-Cantidad de tareas asignadas	-Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	4	4	
-Nivel de coordinación entre áreas	-De acuerdo				
-Nivel de comunicación	-Totalmente de acuerdo	4	4	4	
-Presencia de procesos de capacitación					

Segunda Dimensión: Promoción Turística

- Objetivos de la Dimensión:

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Presencia de identidad cultural	Totalmente en desacuerdo	4	4	4	
-Nivel de conocimiento turística	-En desacuerdo				
-Nivel de compromiso de las autoridades locales y regionales	-Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	4	4	
-Nivel de participación de las empresas públicas	-De acuerdo				
-Nivel de participación de empresas privadas	-Totalmente de acuerdo	4	4	4	
-Acciones de la camara de comercio					




Firma del evaluador  
DNI 00231696

**Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:**

Williams y Webb (1994) así como Powell (2005), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografica.



## Especialista/Experto 02: Dr. Santos Gonzalo Silupu del Rosario

De Marye Jackeline Balladares Arrunategui

Para Santos Gonzalo Silupu del Rosario

Cc

Cco

**Enviado** Miércoles 01 de noviembre de 2023 11:00 a. m.

**Asunto** REVISIÓN DE INFORMACIÓN DE VALIDACIÓN

**Documento adjunto** [Instrumento de investigación – Cuestionario. Balladares\\_ Gonzales More](#)

---

Buenos días,

Estimado profesor, mediante la presente estoy remitiendo la información respecto a la MATRIZ DE CONSISTENCIA, OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES Y FORMATO DE VALIDEZ para cada variable para su revisión respectiva.

Saludos, gracias

Atte,

MARYE BALLADARES ARRUNATEGUI

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Gestión Turística Municipal y Promoción Turística en el Distrito de Chulucanas - Piura año 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	<b>SANTOS GONZALO SILUPÚ DEL ROSARIO</b>	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( )	Doctor ( <b>X</b> )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa ( <b>X</b> )	Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	<b>EDUCACIÓN E INVESTIGACIÓN</b>	
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )	
	Más de 5 años ( <b>X</b> )	
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	



### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario para recogida de información
<b>Autoras:</b>	Balladares Arrunategui Marye Jackeline Gonzales More Leonela Nataly
<b>Procedencia:</b>	Piura
<b>Administración:</b>	Colectiva
<b>Tiempo de aplicación:</b>	45 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Chulucanas

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Significación:	Nuestra escala está compuesta por dos variables las cuales son Gestión turística municipal y Promoción turística. Dentro de la Gestión están como dimensiones: Planeación, Organización, Dirección y Control. Mientras que la promoción tiene como dimensiones: Comunidad, Sector público y sector privado. Nuestros 5 ítems están compuestos por: Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni en desacuerdo/ni de acuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo. En cuanto a nuestro objetivo es determinar la correlación entre Gestión Turística Municipal y Promoción Turística en el distrito de Chulucanas-Piura año 2023.
----------------	--

**4. Soporte teórico**

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión Turística Municipal	-Planeación -Organización -Dirección -Control	La Gestión Turística Municipal es un conjunto de acciones y procesos orientados a los lineamientos y políticas priorizando la demanda e implementando programas de desarrollo turístico para conseguir resultados que favorezcan a la comunidad (Flores,2020)
Promoción Turística	-Comunidad -Sector Público -Sector privado	La promoción Turística es una actividad que integra, articula acciones y procesos productivos favoreciendo el desarrollo del desplazamiento turístico, crecimiento y operaciones de la industria aprovechadas con fines económicos como también la calidad de vida de las personas del lugar turístico. (Rengifo Angelas, 2018)


**5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario Gestión Turística Municipal y Promoción Turística elaborado por Balladares Arrunategui Marye Jackeline y Gonzales More Leonela Nataly en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.

	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente*

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**
**Dimensiones del instrumento:**

- Primera dimensión: Gestión Turística Municipal
- Objetivos de la Dimensión:

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Nivel de participación en la implementación de estrategias -Manejo de tiempos	-Totalmente en desacuerdo	4	4	4	
-Cantidad de tareas asignadas -Nivel de coordinación entre áreas	-En desacuerdo -Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	4	4	
-Nivel de comunicación -Presencia de procesos de capacitación	-De acuerdo -Totalmente de acuerdo	4	4	4	

**Segunda Dimensión: Promoción Turística**

- Objetivos de la Dimensión:

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Presencia de identidad cultural -Nivel de conocimiento turística	Totalmente en desacuerdo	4	4	4	
-Nivel de compromiso de las autoridades locales y regionales -Nivel de participación de las empresas públicas	-En desacuerdo -Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	4	4	
-Nivel de participación de empresas privadas -Acciones de la camara de comercio	-De acuerdo -Totalmente de acuerdo	4	4	4	



Firma del evaluador  
DNI 00234310

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## Especialista/Experto 03: Dr. Edilberto Calle Peña

De Leonela Nataly Gonzales More

Para Edilberto Calle Peña

Cc

Cco

Enviado Sábado 11 de octubre de 2023 5:30 p. m.

Asunto REVISIÓN DE INFORMACIÓN DE VALIDACIÓN

Documento adjunto [Instrumento de investigación – Cuestionario. Balladares\\_ Gonzales More](#)

---

Buenas tardes,

Estimado profesor, mediante la presente estoy remitiendo la información respecto a la MATRIZ DE CONSISTENCIA, OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES Y FORMATO DE VALIDEZ para cada variable para su revisión respectiva; asimismo por favor pudiera remitir los contactos posibles de los profesores para que puedan validar mi instrumento.

Saludos, gracias

Atte,

LEONELA GONZALES MORE

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Gestión Turística Municipal y Promoción Turística en el Distrito de Chulucanas - Piura año 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	<b>EDILBERTO CALLE PEÑA</b>	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( )	Doctor ( <b>X</b> )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa ( <b>X</b> )	Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	<b>EDUCACIÓN E INVESTIGACIÓN</b>	
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )	Más de 5 años ( <b>X</b> )
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	



### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario para recogida de información
<b>Autoras:</b>	Balladares Arrunategui Marye Jackeline Gonzales More Leonela Nataly
<b>Procedencia:</b>	Piura
<b>Administración:</b>	Colectiva
<b>Tiempo de aplicación:</b>	45 minutos
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Chulucanas

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Significación:	Nuestra escala está compuesta por dos variables las cuales son Gestión turística municipal y Promoción turística. Dentro de la Gestión están como dimensiones: Planeación, Organización, Dirección y Control. Mientras que la promoción tiene como dimensiones: Comunidad, Sector público y sector privado. Nuestros 5 ítems están compuestos por: Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Ni en desacuerdo/ni de acuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo. En cuanto a nuestro objetivo es determinar la correlación entre Gestión Turística Municipal y Promoción Turística en el distrito de Chulucanas-Piura año 2023.
----------------	--

**4. Soporte teórico**

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión Turística Municipal	-Planeación -Organización -Dirección -Control	La Gestión Turística Municipal es un conjunto de acciones y procesos orientados a los lineamientos y políticas priorizando la demanda e implementando programas de desarrollo turístico para conseguir resultados que favorezcan a la comunidad (Flores,2020)
Promoción Turística	-Comunidad -Sector Público -Sector privado	La promoción Turística es una actividad que integra, articula acciones y procesos productivos favoreciendo el desarrollo del desplazamiento turístico, crecimiento y operaciones de la industria aprovechadas con fines económicos como también la calidad de vida de las personas del lugar turístico. (Rengifo Angelas, 2018)


**5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación a usted le presento el cuestionario Gestión Turística Municipal y Promoción Turística elaborado por Balladares Arrunategui Marye Jackeline y Gonzales More Leonela Nataly en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.



	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente*

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Participación voluntaria (principio de autonomía):**
**Dimensiones del instrumento:**

- Primera dimensión: Gestión Turística Municipal
- Objetivos de la Dimensión:

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Nivel de participación en la implementación de estrategias -Manejo de tiempos	-Totalmente en desacuerdo	4	4	4	
-Cantidad de tareas asignadas -Nivel de coordinación entre áreas	-En desacuerdo -Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	4	4	
-Nivel de comunicación -Presencia de procesos de capacitación	-De acuerdo -Totalmente de acuerdo	4	4	4	

**Segunda Dimensión: Promoción Turística**

- Objetivos de la Dimensión:

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
-Presencia de identidad cultural -Nivel de conocimiento turística	Totalmente en desacuerdo	4	4	4	
-Nivel de compromiso de las autoridades locales y regionales -Nivel de participación de las empresas públicas	-En desacuerdo -Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	4	4	
-Nivel de participación de empresas privadas -Acciones de la camara de comercio	-De acuerdo -Totalmente de acuerdo	4	4	4	



**Firma del evaluador**
**DNI 03309386**

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver: <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliográfica.