



ESCUELA DE POSGRADO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**“Gestión Municipal y su relación con la Promoción Turística en el
Gobierno Local de la provincia de Moyobamba, 2017”**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRA EN GESTIÓN PÚBLICA**

AUTORA:

Br. Ángela Stefany Rengifo Pérez


ASESOR:

Dr. Hipólito Percy Barbarán Mozo

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Dirección


PERÚ - 2018



Mg. Keller Sánchez Dávila
PRESIDENTE



MSc. Wilson Torres Delgado
SECRETARIO



Dr. Hipólito Percy Barbarán Mozo
VOCAL

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres Luis Rengifo y Petronila Pérez, por su comprensión y ayuda incondicional en todos los momentos de vida. Me han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, la perseverancia y el empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio.

Para mis amigos de 100% Tarapoto, Hugo Panduro, Henry Gonzales, Rony Flores, por su ejemplo de lucha diaria, por los sueños trazados en la vida, por la forma de ver al turismo desde sus ópticas personales, por inculcar en mí su conocimiento y sobre todo por permitir compartir conmigo el ámbito empresarial. Por su comprensión en las decisiones asumidas fuera de la empresa y apoyar mis acciones en las que asumo. Realmente ellos me llenaron por dentro para conseguir un equilibrio que me permite dar el máximo de mí.

Gracias a todos y a Dios por hacer que ellos formen parte de mi vida.

Angela

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la vida, la salud, por mi familia y las oportunidades que me brinda a diario.

A mis padres Luis Rengifo, Petronila Perez, a mi abuelita Margarita Tello, por su apoyo incondicional y su amor sincero quienes han hecho de su enseñanza diario fortalecer mis sueños y seguir en el camino que nos proyectamos a lo largo de la vida.

Mi especial agradecimiento a mi profesor de Maestría Dr. Hipólito Percy Barbarán Mozo, quien con su apoyo participo en mi formación profesional, leyendo, opinando, corrigiendo, teniéndome paciencia, dándome ánimo, acompañando en los momentos de dificultad y de alegría en los resultados que se obtienen durante el desarrollo de la investigación.

Finalmente agradezco a cada uno de los empresarios Operadores Turísticos, autoridades de la Municipalidad de Moyobamba, a mi amigo Ing. Lucas Carranza, quienes me dieron la oportunidad de realizar la investigación, amigos cercanos que apoyaron el desarrollo de la investigación y por incentivar a seguir adelante y sobre todo por generar mayor expectativa en la investigación.

Ángela

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, **Angela Stefany Rengifo Perez**, estudiante del Programa de Maestría en Gestión Pública de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 70089009, con la tesis: **Gestión Municipal y su relación con la promoción turística en el Gobierno Local de la provincia de Moyobamba, 2017.**

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de mi autoría.
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, marzo de 2018



Br. Angela Stefany Rengifo Perez

DNI: 70089009

PRESENTACIÓN

La presente investigación denominada: “Gestión Municipal y su relación con la Promoción Turística en el gobierno local de la provincia de Moyobamba, 2017”; consta de 7 capítulos con el objetivo de establecer la relación entre dichas variables. El capítulo I se refiere a la Introducción, el cual contiene la realidad problemática, los trabajos previos, la base teórica sobre las variables, la formulación del problema en sí, asimismo se realiza las justificaciones y el planteamiento de sistema de hipótesis y objetivo.

En el capítulo II, se explicita el método empleado, precisando el diseño de investigación, la operacionalización de las variables, la población y muestra, la descripción de las técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.

En el capítulo III, se presenta los resultados en tablas y gráficos estadísticos con su respectiva interpretación; tanto en forma descriptiva y correlacional, en concordancia con los objetivos de la investigación.

En el capítulo IV, está la discusión de los resultados; en esta parte se hacen comparaciones con resultados y conclusiones de otros estudios y autores; así como, con las teorías referidas al tema y los argumentos del autor.

En el capítulo V se consignan las conclusiones, las mismas que están formulados en estricta coherencia con los objetivos e hipótesis de investigación.

En el capítulo VI, están las recomendaciones, dirigidas a las autoridades municipales y a la institución de dicho estudio; a fin de que sea un referente para solucionar los problemas vinculantes y favorezcan la toma de decisiones.

En el capítulo VII, se detalla las referencias bibliográficas ordenadas alfabéticamente y consignadas según las normas APA, las cuales dan créditos de todas las citas y fuentes consultadas; así como, todos los anexos.

En efecto, y en cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el grado académico de Maestra en Gestión Pública; dejo en su criterio la evaluación correspondiente y la formulación de observaciones que ayuden a mejorar el informe.

La autora.

ÍNDICE

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación	vi
Índice.....	vii
Índice de tablas	ix
Índice de gráficos	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad problemática.....	13
1.2. Trabajos previos.....	15
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	21
1.4. Formulación del problema.....	30
1.5. Justificación del estudio.....	31
1.6. Hipótesis.....	32
1.7. Objetivos.....	33
II. MÉTODO	33
2.1. Diseño de investigación.....	33
2.2. Variables, operacionalización.....	34
2.3. Población y muestra.....	35
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y Confiability.....	35

2.5. Métodos de análisis de datos.....	37
2.6. Aspectos éticos.....	37
III. RESULTADOS	38
IV.DISCUSIÓN	47
V.CONCLUSIONES	52
VI.RECOMENDACIONES.....	53
VII.REFERENCIAS.....	54

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Puntajes obtenidos respecto a gestión municipal y la promoción turística en el Gobierno Local de la provincia de Moyobamba– 2017.....	38
Tabla N°2: Medidas estadísticas sobre gestión municipal y la promoción turística en el Gobierno Local de la provincia de Moyobamba – 2017.....	39
Tabla N°3: Gestión municipal en el gobierno local de la provincia de Moyobamba año 2017.....	39
Tabla N°4. Promoción turística en el gobierno local de la provincia de Moyobamba año 2017.....	40
Tabla N°5: Pruebas de normalidad sobre las puntuaciones de las variables de estudio.....	41
Tabla N°6: Correlaciones y prueba de hipótesis respecto a la gestión municipal y la promoción turística en el gobierno local de la provincia de Moyobamba año 2017.....	42

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Gestión municipal en el gobierno local de la provincia de Moyobamba, 2017.....	40
Gráfico N°2: Promoción turística en el gobierno local de la provincia de Moyobamba, 2017.....	41
Gráfico N°3: Relación de dependencia entre la gestión municipal y la promoción turística	43
Gráfico N°4: Relación de dependencia entre la gestión municipal y el desarrollo turístico	44
Gráfico N°5: Relación de dependencia entre la gestión municipal y la infraestructura turística	45
Gráfico N°6: Relación de dependencia entre la gestión municipal y los atractivos turísticos	46

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo establecer la relación entre la gestión municipal con la promoción turística en el Gobierno Local de la provincia de Moyobamba, 2017, así como, la relación con las dimensiones de la promoción turística. Se empleó el diseño descriptivo correlacional, con una muestra de 25 encuestados entre funcionarios turísticos y empresarios turísticos. Se aplicó dos cuestionarios para recabar opinión sobre la gestión municipal y la promoción turística; ambos instrumentos fueron diseñados y validados mediante juicio de expertos, obteniéndose una confiabilidad de 0.72 y 0.76 respectivamente.

El análisis descriptivo indica que la gestión municipal es calificada como aceptable según el 52% de los encuestados, mientras que la promoción turística es deficiente según el 48% de los mismos. Consecuentemente, se determinó una correlación baja entre dichas variables de estudio.

Concluyéndose, que existe un grado de correlación directa y significativa entre la gestión municipal con la promoción turística en el Gobierno local de la provincia de Moyobamba, 2017. Se obtuvo una correlación moderada de **0,377**, con un p-valor ($0.032 \leq 0.05$); rechazándose la hipótesis nula. o sea, la gestión municipal incide directamente en la promoción de los atractivos turísticos.

Palabras clave: Gestión municipal y promoción turística.

ABSTRACT

The objective of the research was to establish the relationship between municipal management and tourism promotion in the Local Government of the province of Moyobamba, 2017, as well as the relationship with the dimensions of tourism promotion. The descriptive correlational design was used, with a sample of 25 respondents between official public servants and tourism entrepreneurs. Two questionnaires were applied to gather opinions on municipal management and tourism promotion; both instruments were designed and validated by experts' judgment, obtaining a reliability of 0.72 and 0.76 respectively.

The descriptive analysis indicates that the municipal management is qualified as acceptable according to 52% of the respondents, while the tourism promotion is deficient according to 48% of them. Consequently, a low correlation was determined between these variables of study.

Concluding, that there is a direct and significant degree of correlation between municipal management and tourism promotion in the local government of Moyobamba province, 2017. A moderate correlation of 0.377 was obtained, with a p-value ($0.032 \leq 0.05$); rejecting the null hypothesis, that is, municipal management directly affects the promotion of touristic attractions.

Keywords: Municipal management and tourism promotion.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

A nivel mundial, la **gestión pública** se ha convertido en un conjunto de acciones a través de las cuales las instituciones públicas integradas por directivos, trabajadores de diferentes índoles profesionales, tienen que lograr sus fines, objetivos y metas trazadas mediante políticas estatales instituidas por el poder ejecutivo. En el país, esta tarea recae en el Estado, cuyo sistema organizativo asume las responsabilidades para actuar según el nivel de confianza en cada función otorgada de acuerdo a Ley, y es este quien gestiona y administra los recursos con los que cuenta la nación en beneficio de la ciudadanía. (Wild, E. 2003).

Cuando se hace referencia al turismo, implica articular diferentes procesos que generan desarrollo en la localidad, con la finalidad de generar mejores condiciones de vida de la población anfitriona (comunidades locales y/o originarias), a través del buen uso de los recursos turísticos de manera sostenible, asimismo se consigue reconfortar zonas decaídas, aumentar y garantizar la permanencia, modos de vida tradicionales, además de establecer actividades económicas que complementaria a las formas productivas tradicionales, pero sobre todo garantizando el uso sostenible del bien turístico.

El turismo en el Perú es una actividad con gran potencial, principalmente por el gran bagaje cultural que todos los peruanos hemos heredado de nuestros antepasados, legado que nos ha dotado de cultura material e inmaterial por donde quiera que se vea; es decir estamos viviendo, trabajando, interactuando sobre cultura, herencia invaluable que nos proporciona a todos los peruanos sin ninguna distinción, brindado acontecimiento que ayudan a desarrollar condiciones favorables en la vida, además de brindar una herramienta que nos permite visualizar grandes iniciativas empresariales o un derrotero contra la pobreza. El Perú es un país pluricultural y multilingüe sustentado sobre la base de cientos de años de convivencia sostenible de nuestros antepasados con su entorno natural lo cual dio los espacios necesarios para lograr todos los avances culturales de una raza milenaria, los Incas, que hoy en día nos presentan ante el mundo como destino turístico preferidos. (Meléndez. 2015)

Por otra parte, la función del gobierno local (municipio) es atender la demanda y oferta de los servicios básicos de su comunidad, mediante la atención o dotación de las condiciones de infraestructura para favorecer el uso adecuado del suelo, la promoción de inversiones productivas orientadas a impulsar el desarrollo integral en sus jurisdicciones, con la finalidad de satisfacer las exigencias que el cliente busca, los funcionarios, los alcaldes deben adoptar regularmente por decisiones técnicas, financieras, administrativas y políticas en correspondencia con entidades como por ejemplo el “Ministerio de Economía y Finanzas” (MEF) para presentar los presupuestos Públicos, con los Gobiernos Regionales para establecer proyectos de interés común y con entidades civiles para validar las decisiones asumidas. (Balmaceda & Mejarano. 2013).

A nivel regional, el departamento de San Martín cuentan con diversos sitios turísticos, esencialmente los naturales (ríos, cataratas, laguna, cuevas, museos, etc.) por lo cual algunas veces los visitantes de otros países tienden a desconocer de estos sitios maravillosos en la región y no suelen visitarlo, da razón a que estos lugares turísticos no tienen el apoyo necesario por el gobierno local o regional, en la accesibilidad, mejora u otros aportes que podrían ofrecer a los sitios turísticos existentes dentro de un territorio determinado. Haciendo un análisis en el caso de la provincia de Moyobamba, se puede determinar que existe diversidad de lugares turísticos, con carencia de atención por el gobierno municipal, sin medidas necesarias para potenciarlo y aprovecharlo como imagen del lugar. El gobierno local no cuenta con proyectos relevantes en torno al turismo local, débiles acciones de apoyo, deficiente gestión con convenios de impulso y difusión de los sitios turísticos perteneciente al territorio, lo cual se cree que la dedicación que da el gobierno municipal con respecto a tema no están generando una adecuada Gestión Municipal que genere ingresos a la localidad ya que la existencia de turismo incluye la participación de muchas empresas tanto públicas como privadas (Hoteles, restaurantes, gremios turísticos, agencias, etc.), encontrando una relación directa de la gestión municipal con la promoción de los atractivos turísticos en el gobierno local de la provincia de Moyobamba, 2017.

1.2. Trabajos previos

A nivel internacional,

Según Varisco, C. (2008) en su tesis referida al desarrollo turístico y desarrollo local: La competitividad de los destinos turísticos de Sol y Playa. Maestría en Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Mar del Plata – Argentina, cuyo objetivo fue analizar desde una perspectiva económica los diferentes modelos de desarrollo turístico en las localidades de Villa Gesell y Pinamar y su impacto en el desarrollo local y analizar el impacto de la actividad turística respecto del desarrollo local. Concluyó que promoción de actividades turísticas pueden contribuir al desarrollo local, pero no pueden ser generadas totalmente como actividad única o aislada. Igualmente, el desarrollo local puede gestionarse aisladamente del contexto de una ciudad al contexto; por cuanto, el desarrollo local es un hecho complejo que requiere otros planteamientos de enfoques para su abordaje.

Flores, E. (2015), en su tesis de postgrado: “Repercusión del Control Interno en la Gestión Municipal de la Municipalidad Provincial de San Román”, cuyo objetivo fue determinar en qué medida incide el control interno en la gestión municipal de la municipalidad provincial de San Román durante el año 2013. La investigación fue de tipo analítica descriptiva correlacional, en la que el autor concluyó que el nivel de información y comunicación entre las áreas, directivos y trabajadores mejora favorablemente los niveles de eficiencia, eficacia y economía. Es decir, existe una relación significativa entre la gestión del gobierno local y el control interno. Asimismo, el estudio permitió establecer que las actividades de control propician el desarrollo económico y humano, puesto que influye en la gestión del gobierno local. Igualmente, el control interno previo y simultáneo corresponde exclusivamente a las autoridades, funcionarios y servidores públicos de las entidades como responsabilidad propia de las funciones que le son inherentes, sobre la base de las normas que rigen las actividades de la organización y los procedimientos establecidos, de ahí que el grado de cumplimiento de leyes y normas vigentes logra al comportamiento de gastos versus ingresos, por fuentes de financiamiento. (p.83)

González, E. (2014) en su tesis relacionada con el “Uso de twitter y facebook en la promoción turística online - Universidad Autónoma del Estado de México. Facultad

de Turismo y Gastronomía, cuyo objetivo fue, identificar y establecer el nivel de utilidad que brindan los organismos oficiales de turismo a las redes sociales como estrategia de promoción, como lo hacen y cuáles son sus resultados. En ese sentido, se logró identificar la función de la información y las comunicaciones (TIC) y el uso de las redes sociales como estrategia tecnológica en la promoción turística online. Concluyéndose que, las redes sociales utilizadas como estrategia para la promoción turística, sus alcances y beneficios son parte de una innovación en el marketing, cuyos resultados positivos que favorecen aproximar la comunicación entre ellos (la entidad) y el público.

Vásquez, S. (2010) en su tesis de postgrado referida a “La gestión del turismo en el distrito Metropolitano de Caracas- Fortalezas, debilidades y nuevos desafíos, de la Universidad Simón Bolívar- Venezuela”, cuyo objetivo fue identificar las fortalezas y debilidades del proceso de gestión pública del turismo del distrito Metropolitano de Caracas. Para ello, se trabajó con una muestra integrada por 20 funcionarios, a quienes se aplicó un cuestionario mediante una encuesta. La autora concluyó que el proceso de planificación permite el involucramiento y consecuentemente el conocimiento y análisis de los recursos que se dispone; de este modo se genera los productos turísticos. Además, plantea que el desarrollo socioeconómico está vinculado con las políticas de fomento empresarial sobre todo en el área turística, de producción de bienes y servicios, de seguridad social, de capacitación de recursos humanos y concientización ciudadana; las cuales permiten el sustento de la actividad turística en el referido distrito.

A nivel nacional:

Casas, I. (2012). En su tesis denominada “Influencia de la gestión turística municipal en el desarrollo local sostenible del distrito de Ilabaya” (Tesis de post grado). Universidad Nacional de Jorge Basadre Grohman de Tacna. Cuyo objetivo fue establecer la influencia de la gestión municipal en el desarrollo local sostenible, identificado sus fortalezas y debilidades, fue un estudio descriptivo con diseño correlacionar. La muestra del estudio estuvo basada por 10 funcionarios y 313 pobladores, a quienes se aplicó un cuestionario mediante una encuesta. La principal conclusión fue que la gestión turística municipal es deficiente, porque se encontró

evidencias que las autoridades no han advertido y planificado la promoción turística en su Plan Municipal Turístico. Asimismo, en cuanto al desarrollo sostenible del distrito fue calificado como bajo; por cuanto, no se ha fomentado el desarrollo ambiental, económico, sociocultural y los programas de infraestructura. Es preciso destacar en este estudio que la población se encuentra insatisfecho con la gestión por el bajo desarrollo económico generado por la gestión municipal del distrito, puesto que todas esas negativas no permiten mejorar sus condiciones de vida.

Rendon, M.L. (2008) en su tesis denominada “Modelo de Administración Turística Municipal- Distrito de Miraflores, Lima”. (Tesis de pre grado). Universidad Nacional de Trujillo. Este estudio trata de demostrar que los municipios son los organismos indicadores para lograr el impuesto del turismo desde el ámbito local. El principal propósito fue elaborar un modelo de administración turística que sirva de guía para desarrollar planes que promuevan y fortifiquen el turismo local agregando concepciones de gerencia, programación y turismo sostenible, considerando el caso del Municipio de Miraflores. Emplea una metodología cualitativa (exploratoria y descriptiva). La información obtuvo realizando entrevistas expertas, funcionarios del municipio y representantes de gremios empresariales. Los resultados obtenidos de la investigación principalmente son el análisis FODA y situacional. Este estudio concluye que la actividad turística contribuye a la transformación económica de la localidad; puesto que al ser impulsado por el municipio, guiado por criterios de descentralización en la gestión, justicia y equidad, propiciará que la distribución de ingresos, genere empleo y prestación de servicios vinculados a la cadena productiva turística.

Meléndez, Z.Y. (2015). En su tesis denominada: “La administración turística municipal y su influencia en el desarrollo socio económico de la población del distrito de Lares, Provincia de Calca, Departamento de Cusco 2015” (Tesis Magistral), Universidad Católica Sedes Sapientiae, Cuzco. El tipo de estudio fue una investigación descriptiva y explicativa. La muestra del estudio estuvo basada por 80 pobladores del centro poblado de Lares entre varones y mujeres, las técnicas aplicadas fueron las entrevistas y encuestas para hombres y mujeres. Cuyo objetivo describe la administración y gestión municipal en el distrito de Lares se encuentra direccionado por la Gerencia de Desarrollo Económico Local, la cual debe promover

el desarrollo turístico de la zona en estrecha concordancia con los atractivos naturales y culturales que esta zona privilegiada tiene, en este entender el rol de la Municipalidad distrital, es gestionar, coordinar, promover el turismo dentro del distrito, generando el desarrollo económico local. En conclusión, el autor demuestra que la Municipalidad de Lares cuenta con Instrumentos de Gestión que han sido aprobados por distintas entidades que protegen el medio ambiente y los espacios culturales, así como también promueven el turismo local, nacional e internacional, como un elemento de crecimiento y desarrollo local. Los instrumentos de gestión con los cuales cuenta son el Plan Maestro de Cusco-Perú. El cual es una herramienta indispensable en la que se debe guiar las gestiones Municipales con el fin de encaminar una buena actividad turística, enmarcado en sus pilares competentes, donde se desarrolla una planificación de promoción turística adecuada para difundir sus actividades programadas, proyectos con presupuestos claros, llegando así a cumplir los objetivos alcanzados y progreso de la localidad.

García, O. y Silva, C. (2016) en su trabajo de investigación sobre la “Promoción turística y desarrollo del turismo en la comunidad de Padre Cocha, distrito de Punchana, año 2016” tuvo como principal objetivo, conocer cómo es la promoción turística y el desarrollo del turismo en dicha comunidad. Fue un estudio descriptivo, Los resultados obtenidos indican que el 49.7% (159 visitantes) casi nunca se promociona a la comunidad de Padre Cocha, el 22.5% (72 visitantes) afirman que en las ferias artesanales a veces se promociona (...); en cambio, el desarrollo turístico, según la mayoría de encuestados, el 41.6% (133 visitantes), alegan que el equipamiento y actores a veces satisfacen las expectativas del visitante, el 35.9% (115 visitantes) manifiestan que la infraestructura turística a veces satisface las expectativas del visitante (...) y se concluye que la promoción turística influye en el desarrollo turístico de la comunidad de Padre Cocha al 95% de confianza. (p.78)

Valverde, R. (2016) Plan de promoción turística para el incremento de la afluencia de turistas en el refugio de vida silvestre Laquipampa – Incahuasi. Universidad Privada “Juan Mejía Baca” cuyo objetivo fue diseñar un Plan promoción turística para el incremento de la afluencia de turistas en el refugio de vida Silvestre Laquipampa. Por medio de esta investigación se comprobó la hipótesis de que el diseño de un Plan promoción turística ayudaría al incremento de la afluencia

de turistas en el RVSL. Esta investigación es de tipo cuantitativa, transeccional descriptiva, de diseño no experimental. Se recurrió al diseño se hizo uso de la técnica de la entrevista y encuesta, de tal forma que la muestra poblacional estuvo compuesta por una entrevista al jefe del RVSL y 50 encuestas a los visitantes del lugar, en donde se muestra que las características de los visitantes son estudiantes universitarios y de instituto, además de profesionales de las carreras de biología, turismo, fotografía, ciencias de la comunicación, entre otras, en un rango de edades de 18 a 25 años ; y por ende se concluyó que el Plan de Promoción Turística contribuirá a aumentar la afluencia de turistas del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa.

A nivel regional/local

En el contexto regional y local de la región San Martín, no se reportan estudios relacionados o que tengan afinidad metodológica que refiera la correlación entre la gestión municipal y la promoción turística, por tanto, se constituye en una investigación pionera.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Gestión municipal

Wild, E. (2003). En referencia a la gestión pública es concebida como el “conjunto de acciones mediante los cuales las entidades tienden al logro de sus fines, objetivos y metas, enmarcados por políticas gubernamentales establecidas por el poder ejecutivo” en el País la gestión pública recae en el estado cuya organización tiene derechos coactivos y responsabilidad para comportarse según la confianza que se otorgue en función de una legitimidad que no se deriva de la propiedad sino del proceso electoral, y es este quien gestiona y administra los recursos con los que cuenta la nación en beneficio de la ciudadanía. Se entiende como gestión municipal al cúmulo de acciones estrategias para lograr objetivos determinados en base a las políticas gubernamentales la cual, ejecutada por el ente gestor, en este caso el poder ejecutivo, cuya descentralización alcanza a las municipalidades y gobiernos regionales.

De acuerdo con este inciso son los gobiernos locales los encargados de gestionar el desarrollo turístico en ámbitos de su competencia en este sentido es preciso señalar que el término “Gestión” significa realizar acciones o diligencias que hacen posible la ejecución de una operación comercial o de un anhelo cualquiera, se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o ejecutar un proyecto. En ese contexto, las instituciones públicas de la superestructura turística tienen entre sus funciones gestionar el desarrollo turístico. Además, el gestión es un proceso que realización de actividades productivas con el fin de generar rendimientos de factores que en el intervienen”. Diligencia que conduce al logro de un negocio o satisfacción de un deseo. (Real Academia de la Lengua Española, 2001). Se destaca de esta información que la gestión es un proceso que consiste en el conjunto de actividades coordinadas en una empresa u organización para obtener los objetivos plateados; es decir, se trata de la planificación, organización, dirección y control de las operaciones de los mismos.

Cuando se habla de entidades viene a la mente un sin número de ideas, forma parte de ello la superestructura local, las Municipalidades, teniendo como referencia la Ley Orgánica de Municipalidades, en la que se hace referencia a las competencias del gobierno local, como entidades básicas de la organización territorial del estado y

canales inmediatos de participación vecinal en los asuntos públicos, que institucionalizan y gestionan con independencia los intereses propios de la jurisdicción. Las municipalidades provinciales y distritales son los órganos promotores del desarrollo local” (Ley N° 27972).

Francesc, J. (2004). Indica que cuando se habla de gestión de destinos turísticos esté relacionado con las políticas turísticas que es la unidad de gestión pública, así mismo tiene una serie de características comunes, espacio geográfico homogéneo capaz de soportar objetivos de planificación entonces un destino turístico es, un país, una región, una ciudad o un lugar con área geográfica determinada con atributos inherentes al clima, raíces, instalaciones, servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar herramientas usuales de planificación, que alcanza centralidad cautivando a turistas mediante servicios cabalmente organizados y adaptados a la bienestar.

En este marco de manera específica se hace referencia a la Gestión Municipal, la cual resulta necesaria para llevar a cabo prácticas ligadas a la planificación, desarrollo y gestión exhaustiva del turismo en el ámbito local, con la colaboración de las instituciones públicas implicadas y con una gestión privada acorde a las expectativas de los turistas. Por lo tanto, la gestión municipal debe velar por el bien común de la población, recaudar impuestos, regular el ordenamiento territorial, constructor de equipamientos e infraestructura básica y promotor cívico y cultural. En consonancia con la estrategia estatal del organismo rector, es decir, no solo limitarse al tema de promoción como pasivo y regulador de la actividad e iniciar tareas relacionadas con la planificación estratégica, la gestión de calidad. La innovación tecnológica y el conocimiento, en este contexto se define: el municipio no es el ente fundamental de las actividades, sino un promotor y dinamizador, agente que desarrolla y proyecta con planificación iniciativas de interrelación entre las diferentes administraciones, los empresarios locales y los ejecutores externos, a la vez que representa y coordina las iniciativas con la comunidad. (Organización Mundial del Turismo, 1999).

En la actualidad quienes laboran en temas ligados a la actividad turística admiten largamente la importancia de la gestión municipal local, en el desarrollo de las

iniciativas públicas y privadas en la integración de la comunidad local, en los procesos de desarrollo turístico. En el desarrollo de una promoción turística hacer una buena gestión significa realizar los procesos bien en el momento oportuno tratando el tiempo justo y haciendo mejor que los demás.

Al respecto la secretaria de turismo de México (SERTUR, s/a) hace referencia una buena gestión municipal esta relaciona con el logro del pleno disfrute de los visitantes, alcanzar los máximos beneficios para la comunidad, reunir el esfuerzo de todos los actores de la sociedad, y crear las situaciones de partida del turismo y mantener el buen funcionamiento de la actividad turística.

Por eso, el gobierno local que impulsa el turismo tiene la responsabilidad de otorgarle prioridad a la promoción o gestión turística, responder a las demandas de la comunidad local y minimizar los impactos que pueden afectar su vida cotidiana. El municipio debe ejercer su papel de gestor en materia de: planificación del turismo, construcción de infraestructura básica, protección del patrimonio natural y cultural, pues en valor de los recursos turísticos, promoción de la actividad turística, mejoramiento de calidad de vida de la población, recojo de información e investigación turística y sobre todo, la seguridad ciudadana.

Por su parte, Giménez, V. (2002) define las políticas como líneas de acción priorizadas que proceden de los objetivos de la empresa y resultan congruentes con sus principios más generales. Si los principios declaran el respeto por los derechos humanos las políticas de personal no harán disminución de ningún tipo, salvo reconocer las diferencias de capacidad profesional de adecuación a las demandas a cargo.

Según Uceda, J. (2007), menciona que se evaluará con las siguientes dimensiones:

Planeación. Es un proceso mediante el cual realizan un análisis de la situación pasada y presente (diagnostico), en base al cual construyen una visión futura. Además, consiste en concebir un futuro deseable y definir las medidas reales para alcanzarlo. Cuenta con los siguientes indicadores (Uceda, J; 2007, p.52):

- ✓ Programación de Actividades
- ✓ Diagnostico situacional.

- ✓ Propuestas de solución

Organización. Tiene por objetivo arreglar y decidir actividades que realizan las diferentes dependencias municipales, teniendo cuenta el tiempo, los recursos humanos, materiales y técnicos disponibles. De este proceso surgen los programas que incluyen los calendarios de ejecución de trabajos y de aplicación de recursos. Tienen los siguientes indicadores (Uceda, J; 2007, p.69):

- ✓ Planes de contingencia
- ✓ Custodia de información

Dirección. Se considera como el medio que viabiliza la concretización de los objetivos que garanticen el desarrollo social y la modernización institucional. Tienen los siguientes indicadores.

- ✓ Manejo de Información
- ✓ Evaluación de alternativas

Control. Este proceso, se encarga de establecer o definir los estándares, como una unidad de medida de referencia en la cual se efectúa el control, seguimiento y evaluación. La medición de resultados, consiste en establecer, el grado de avance alcanzado en la implementación de las actividades del plan, así como, los logros alcanzados y sobre todo las limitaciones o problemas. Tienen los siguientes indicadores:

- ✓ Evaluación de resultados
- ✓ Retroalimentación

Desarrollo turístico

Robert, L. (2005). Expresa, cuando hablo del problema del desarrollo turístico y económico, se refiere simplemente al problema de explicar el patrón observado en distintos países, a través del tiempo, en los niveles y tasas de crecimiento del ingreso, generación y eso de invenciones e innovaciones, y el desarrollo institucional, entre otros, este es un modelo neo liberal que da énfasis al crecimiento poblacional por la dinámica que se produce dentro del grupo social determinado, valorando el verdadero desarrollo no solamente limitándose al desarrollo económico como capital, sino al desarrollo económico, político, social, cultural, medio ambiental

y todo cuando acarrea el crecimiento de la población de un espacio poblacional determinado.

Base legal en materia turística:

Las normas de referencia básica que establecen las pautas fundamentales de la actividad turística son las siguientes:

- Ley General de Turismo - Ley 29408 del 17.09.2009; esta norma hace referencia al marco legal para el desarrollo y la regulación de la actividad turística, los principios básicos de la actividad turística y los objetivos de la política estatal.
- Reglamento de la Ley General de Turismo (Aprobado mediante Decreto Supremo N° 003-2010- MINCETUR del 16.01.2010); esta norma modifica la R.M. N° 155-2001-ITINCI/DM, relativas a las diligencias que operan los Prestadores de Servicios Turísticos (Resolución Ministerial N° 224-2005 - MINCETUR-DM, 27.07.05), además, amplía relación de prestadores incluyendo el canotaje Turístico. - Se da beneficios tributarios orientados a incentivar el turismo receptor, inafectados del impuesto general a las ventas, los servicios de alojamiento y alimentación adquiridos en el país por sujetos no domiciliados.
- Decreto Legislativo N° 919, del 06.06.2001. Consideran exportación la prestación de los servicios de hospedaje, incluyendo la alimentación, a sujetos no domiciliados.
- Decreto Supremo N° 122-2001-EF, del 29.06.2001. Normas para la aplicación de beneficio tributario a Establecimientos de Hospedaje que brinden servicios a sujetos no domiciliados.
- Normas referidas al Registro Especial de Establecimientos de Hospedaje (Resolución N° 082-2001/SUNAT, del 20.07.2001). La Administración Turística Municipal y Su Influencia en el Desarrollo Socio Económico de la Población del Distrito de Lares, Provincia De Calca, Departamento de Cusco 2015.
- Ley que modifica el numeral 4) del Artículo 33° del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas o Impuesto Selectivo al Consumo (Ley

Nº 28780, del 13.07.2006). este hecho, pone de manifiesto que las municipalidades y su acción en las localidades son percibidas por sectores de la sociedad y del estado como una instancia esencial para la mejora en las condiciones de vida de los peruanos y como un factor clave del fortalecimiento de un régimen democrático.

Turismo

El turismo es una actividad económica, producto de un hecho social, cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre, tal es el caso que, para una mejor comprensión es necesario desde la perspectiva de un sistema ya que está formado por varios elementos los mismo que se interrelacionan entre sí, y debe ser estudiado como un todo complejo y organizado, un conjunto de partes interdependientes orientadas a realizar una función determinada. En este escenario es importante **Boullón**, quien define al sistema turístico como: “Conjunto de elementos (infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística, producto turístico), interrelacionados que propiciarán satisfacción a las necesidades de uso del tiempo libre” **Boullón R. (2004)**. Es así como el turismo se interrelaciona en un amplio medio ambiente, influenciado por factores políticos, sociales, culturales el punto de partida del sistema turístico se origina en el cuento de la oferta con la demanda a través del proceso de venta del producto turístico, el cual está vinculado con la estructura productiva del sector el mismo que en su conjunto integra el producto turístico y su funcionamiento.

Finalmente se hace mención a la Superestructura turística “conformado por aquellos organismos públicos y privados que de manera directa o indirecta coordinan todo lo necesario para que el turismo se desarrolle con éxito, su función es propiciar por todos los medios a su alcance el engranaje y su funcionamiento de la infraestructura, plata turística y atractivos turísticos que en su conjunto forman el producto turístico de un lugar” citado a (**Boullón. Quesada; R. 2010**). La superestructura es entonces la responsable del funcionamiento del sistema turístico, conformado por organismos e instituciones públicas nacionales, regionales y por organismos no gubernamentales como las ONG´S, y organismos privados como los gremios.

Caballero, R. (1997). Es decir, la superestructura turística es conformada por organismos especializados e instituciones públicas y privadas quienes tienen la misión de regular, fomentar, coordinar y fiscalizar la actividad turística, el cual forman parte diferentes organizaciones que ayudaran a desarrollar la actividad con mayor énfasis de desarrollo.

Promoción turística

Pearce, P. (2014). En la revista de turismo y patrimonio cultural, describe, el progreso turístico integrado, que presenta como resultados complejos turísticos y especializados, encerrados y administrados a turistas de clase alta, suele ser suscitado por un único funcionario, deponiendo al costado a una parte de la sociedad. Por eso, la instancia con la que en los últimos años se oye hablar, de la necesidad de promover un turismo de calidad no ha de aceptarse como una imposición ciega de los mercados, que supuestamente no demandarían más que complejos turísticos especializados, aislados y dirigidos a turistas de clase alta, sino como un intento por parte de quienes promueven este tipo de desarrollo turísticos de imponerlos. Esto significa que, si bien el turismo se ha conceptualizado a partir del desplazamiento de los visitantes desde un centro emisor hacia no receptor, la unidad de análisis de desarrollo turístico es el destino.

En cuanto a la prensa escrita, se registra que en los diarios: La industria, Correo, la República y el comercio, entre otros; tienen espacios especialmente dedicados a informar, difundir y promover diversos lugares y destinos turísticos mediante datos de interés del turista. Esta descripción hace que se tome en consideración en el estudio, para determinar los tipos de medios que emplean para la promoción del turismo en el ámbito regional y local.

En cuanto a *Ibidem*, A. (2000). Indica que el turismo concentra los elementos propios de la cultura para su ofrecimiento y fomento, que se exponen enteramente cuando se ocasiona el encuentro entre individuos de una región y los visitantes y turistas. Es sabido que el turismo se da porque existen motivaciones, el conocer realidades no usuales y diferentes al suyo, connotaciones culturales intrínsecas, que vendrían por añadidura a la promoción turística de un lugar, que el visitante lo asume como

parte del encuentro turístico-cultural. Todo lo plasmado en las descripciones relacionadas en cuanto a la cultura, se encuentra de forma directa con el turismo teniendo como puntos en la investigación considero importante cada uno de las definiciones.

López, A. (2010) indica que la comunicación admite una distracción ilimitada de la opinión pública. El escenario donde se forma la opinión pública, está compuesto por los medios de comunicación, de ahí nace la importancia del mensaje transmitido, ello dará pie a la opinión pública favorable o desfavorable. López, indica que los medios de comunicación tienen cuatro grandes funciones que cumplir: informar, opinar, entretener y educar. Los medios de comunicación asumen de manera implícita un rol educativo y concientizador, esta función podrán realizarla de diversas maneras, dependiendo del objetivo de la transmisión del mensaje: busca tener claridad para llamar la atención del turista, la labor que cumple es reportar hechos, busca familiarizar el destino con el mercado, la labor será de escritor, pues el periodista deberá describir con detalle todas las bondades del lugar, pero si el objetivo es la concientización, entonces la función será de un editorialista que brinde opinión, ello por su puesto, teniendo en cuenta los rasgos propios del grupo destinatario al que está dirigido.

Guerra, M. (1998). La prensa al servicio del turismo, propende a su progreso pues es conocida la enorme influencia que esta tiene en los más variados niveles sociales, haciendo que los destinatarios tengan una idea clara del turismo, permitiendo apreciar sus ventajas y sobre todo orientándolo hacia la captación de la identidad nacional.

La promoción del turismo, por lo tanto, se refiere a la difusión de un determinado lugar como objeto de visita para los turistas. Es sustancial enfatizar que el arribo de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística. En concreto, hay que determinar que todo plan de promoción turística puede comprender una gran diversidad de objetivos. Sin embargo, entre los más comunes están los siguientes: Promover lo que sería la promoción y atractivo turístico de un lugar, incrementar y dar a conocer

la oferta que existe para el turista, absorber eventos de cierta relevancia para la zona e impulsar la implicación de todos los profesionales relacionados con el turismo para impulsar el mismo y atraer a mayor número de visitantes.

Para poder alcanzar todos estos fines y varios más se puede acudir a un abundancia de instrumentos de promoción turística, entre todas ellas se resalta las siguientes: jornadas, ferias, congresos, visitas de interés turístico, eventos, congresos.

En la actualidad el ente encargado de la promoción turística del País, es la comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo-PROMPERU, previamente encargada de la promoción del turismo de acuerdo al D.S. N° 003-2017-MINCETU. Dicho establecimiento ha sido fortalecida y continúa desarrollando las actividades de promoción de exportaciones y turismo, siempre al servicio de las empresas exportadoras, operadores turísticos, así como público interesado en conocer el desarrollo económico y social del País. El programa de promoción turística debe tener un enfoque global de todos los recursos y atractivos turísticos con actividades a fines que den realce la ciudad, sin embargo, a nivel regional, nacional se deben llevar a cabo esfuerzos promocionales conjuntamente entre el Gobierno Central, para la incorporación activa de los gobiernos locales en las acciones promocionales turísticas, de igual manera es importante la incorporación de gobiernos municipales en la gestión, que de esta manera hace participar a los operadores turísticos.

En este sentido es necesario identificar para el plan, las estrategias promocionales que permitirán difundir y posicionar los recursos y atractivos turísticos, afines a la actividad. Para captar mayor interés en la población hay que enseñar a valorar y amar lo que uno posee orientar a los prestadores de servicio turísticos, (Operadores de turismo, guías de turismo, personal de establecimiento de hospedaje, de alimentación y bebidas, transporte turístico, artesanos y otros productores que complementan la ciudad), enfocando a resaltar la importancia de la calidad del servicio, el interés de la promoción en general, cierto porcentaje de población se escucha hablar de la problemática, pero pocos instituciones o personas demuestran actitudes y valores.

1.4. Formulación del problema

Problema general

¿Cuál es el grado de correlación entre la gestión municipal y la promoción turística en el Gobierno Local de la Provincia de Moyobamba, 2017?

Problemas específicos

- ¿Cuál es el nivel de la gestión municipal y la promoción turística en el Gobierno local de la Provincia de Moyobamba, 2017?
- ¿Cuál es el grado de correlación entre la gestión municipal y el desarrollo turístico en el Gobierno Local de la Provincia de Moyobamba, 2017?
- ¿Cuál es el grado de correlación entre la gestión municipal y la Infraestructura Turística en el Gobierno Local de la Provincia de Moyobamba, 2017?
- ¿Cuál es el grado de correlación entre la gestión municipal y los atractivos turísticos en el Gobierno Local de la Provincia de Moyobamba, 2017?

1.5. Justificación del estudio

El trabajo de investigación tiene como objetivo fundamental determinar la relación entre Gestión Municipal y la Promoción Turística en el gobierno local de la Provincia de Moyobamba, 2017. Teniendo en cuenta que son aspecto relevante para dar a conocer como vienen desarrollando las funciones en el ámbito turístico el gobierno local.

Justificación por conveniencia

Desde el punto de vista por Conveniencia, durante muchos años la gestión municipal y promoción turística, viene liderando espacios importantes ante la sociedad civil, ya

que son factores fundamentales para el desarrollo de una ciudad y generador de ingresos económicos a la población.

Justificación social

En cuando a la relevancia Social, pretende dar valor a la gestión que viene realizando el gobierno local en el ámbito turístico en la promoción de las actividades y atractivos naturales con el que cuenta la provincia, generando mayor interés en la sociedad.

Justificación teórica

Desde el punto de vista el valor teórico, este trabajo genera reflexión y discusión en el conocimiento existente del área a investigar, además, los resultados obtenidos se tomarán en consideración para ser incluidos en el plano laboral de la gestión pública; por cuanto permitirá explicar el nivel de relación entre las variables, teniendo en consideración las teorías de los autores relacionados a cada uno de las variables del estudio.

Justificación práctica

También, es justificada desde la implicancia práctica, los resultados del estudio correlacional, permitan resolver el problema de desconocimiento objetivo respecto a la relación que tiene la gestión municipal con la promoción turística en la Provincia de Moyobamba, el estudio permitirá tener mayor claridad de las respuestas obtenidas de los empresarios y funcionarios, y poder incluir en la institución como sugerencia a mejorar el gran trabajo que desarrolla en el gobierno local.

Justificación metodológica

Igualmente, el diseño de los diferentes instrumentos, así como el uso de métodos, técnicas y procedimientos para el registro y acopio de información debidamente validados, revisten de utilidad metodológica a la investigación, puesto que sirven de referente para siguientes indagaciones en los estudios a realizar en las futuras generaciones.

1.6. Hipótesis

Hipótesis general

Hi: Existe un grado de correlación directa entre la Gestión Municipal con la Promoción Turística en el Gobierno local en la Provincia de Moyobamba, 2017.

H₀: No existe un grado de correlación directa entre la gestión Municipal con la promoción turística en el Gobierno local en la provincia de Moyobamba, 2017.

Hipótesis específicas

- El nivel de gestión municipal y la promoción turística en el Gobierno local de la Provincia de Moyobamba 2017; son aceptables.
- El grado de correlación entre la gestión municipal con el desarrollo turístico en el Gobierno local en la Provincia de Moyobamba 2017, es moderada
- El grado de correlación entre la gestión municipal con la infraestructura turística en el Gobierno local en la Provincia de Moyobamba 2017, es moderada.
- El grado de correlación entre la gestión municipal con los atractivos turísticos en el Gobierno local en la Provincia de Moyobamba, 2017, es moderada.

1.7. Objetivos

Objetivo general

Determinar la relación entre la gestión municipal y la promoción turística en el Gobierno local de la Provincia de Moyobamba, 2017.

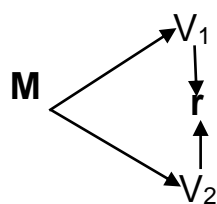
Objetivos específicos

- Determinar el nivel de la gestión municipal con la promoción turística en el Gobierno local de la Provincia de Moyobamba, 2017.
- Determinar el grado de relación entre la gestión municipal con el desarrollo turísticos en el Gobierno local de la Provincia de Moyobamba, 2017.
- Establecer el grado de relación entre la gestión municipal con la Infraestructura Turística en el Gobierno local de la Provincia de Moyobamba, 2017.
- Establecer el grado relación entre la gestión municipal con los atractivos turísticos en el Gobierno local de la Provincia de Moyobamba, 2017.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

Para el presente estudio se empleó el diseño de investigación descriptiva correlacional; el cual permite examinar la relación o asociación existente entre dos o más variables, en la misma unidad de investigación o sujetos de estudio y se representa en el esquema siguiente:



Donde:

- **M:** Es la muestra, representada por los operadores turísticos, hoteles y restaurantes y funcionarios especialistas en turismo de la Provincia de Moyobamba.
- **V1:** Gestión municipal
- **V2:** Promoción Turística
- **r:** Grado de correlación entre ambas variables.

2.2. Variables, operacionalización

Variables: Gestión Municipal y Promoción Turística

Variabes	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Variable I. Gestión Municipal	Es un conjunto de acciones y procesos orientados a al análisis de los lineamientos y perspectivas de política, priorizar las	Los compromisos de la gestión sirven para orientar el accionar de la institución pública, proporcionando a la comunidad información relevante	Desarrollo Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad Organizacional. - Efectividad. - Estructura de la Organización. - Combatir conflictos internos. - Desarrollo de capacidades 	Ordinal

	<p>demandas e implementar los programas de desarrollo para conseguir resultados que favorezcan el desarrollo de la comunidad; para ello, se requiere una herramienta de gestión concertado, planificado y con recursos para resolver los problemas ejerciendo la gobernabilidad y democracia. (Álvarez, 2011).</p>	<p>para la reflexión, la toma de decisiones y la mejora de las acciones que puedan realizar. En relación a ello, el accionar de las instituciones se centra en estos compromisos, que tienen como objetivo, asegurar el progreso de la población, e incrementar la motivación por generar mayor inversión.</p>	<p>Finanzas Municipales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de gestión de bienes. - Índice de niveles financieros. - Cumplimiento de presupuestos establecidos por ley. 	
			<p>Servicios y Proyectos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de Gestión. - Niveles de servicios brindados. - Capacidad de gestión de Proyectos. 	
			<p>Gobernabilidad Democrática</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aceptabilidad de la población. - Involucramiento con gremios locales. - Niveles de cooperación entre sector Público-Privado. - Plan de desarrollo turístico anual. 	
Variable II Promoción Turística	<p>Es una actividad integradora que integra y articula acciones y procesos productivos con el propósito de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operaciones de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica, así como de la calidad de vida de las personas del lugar turístico. (Guerra, 1998).</p>	<p>Lo que se busca es generar mayor difusión de la promoción turística desde la gestión que desempeña los gobiernos a través de su planificación en las diferentes áreas que tienen como sector, difundir los atractivos turísticos y motivar la visita de más personas.</p>	<p>Desarrollo Turístico</p> <ul style="list-style-type: none"> - Actividad turística. - Gestión del Turismo. - Frecuencia de visita. - Servicio al cliente oferta de atractivos. 	Ordinal
			<p>Infraestructura Turística</p> <ul style="list-style-type: none"> - Servicios públicos. - Preferencias del turista. - Instalaciones turísticas. - Seguridad turística. 	
			<p>Atractivos Turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Calidad de servicio - Valor cultural. - Accesibilidad. - Planta turística. - Información turística. 	

Elaboración Propia 2017.

Escala de medición. Para medir ambas variables como es “Gestión Municipal y promoción turística” se empleará una escala ordinal con cuatro categorías para gestión municipal y tres categorías para promoción turística y sus respectivos equivalentes cuantitativos.

2.3. Población y muestra

Población. La población universo en el momento de la evaluación de la tesis fue de (25 personas), está dado por los operadores turísticos existentes en el Distrito de Moyobamba, y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Moyobamba quienes son los involucrados directamente con el fin de estudio de dicha tesis. Al momento de la encuesta que fue realizada del 10 de octubre al 07 de noviembre del 2017 la población universo fue:

- 10 funcionarios MPM.
- 15 operadores turísticos.

Muestra. En este caso la muestra será la misma que la población por ser una muestra exhaustiva que toma el 100% de los afectados o involucrados en la investigación lo cual sería toda la población universo que es de 25 personas.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

En la presente investigación, se empleó la **técnica la encuesta** y la observación y cuyo instrumento principal fue **el cuestionario**, con la finalidad de recabar la percepción de los empresarios y funcionarios respecto a la gestión municipal y la promoción turística. Según **Ñaupas Paitán** (2009), precisa que dicho instrumento “es una manera de realizar la encuesta y que reside en hacer unas series de preguntas escritas para abordarlo sistemáticamente a través de un documento que relacione las hipótesis de investigación con las variables de estudio. Su finalidad es recopilar información para verificar las hipótesis de trabajo”.

Cuestionarios sobre gestión municipal.

El objetivo del presente cuestionario es recabar su opinión respecto a la gestión municipal y promoción turística que lidera el gobierno local en la provincia de Moyobamba, 2017. El referido instrumento ha sido diseñado por la autora y consta de 15 ítem distribuidos en función de las dimensiones de la variable; y tiene cinco opciones de valoración siendo el puntaje más favorable el 4 y el puntaje menos favorable el 0. Además, con dichas valoraciones se elaboró una escala ordinal con tres categorías y sus respectivos equivalentes cuantitativos.

Nivel	
Bueno	46 – 60 puntos
Aceptable	31 – 45 puntos
Deficiente	0 – 30 puntos

Cuestionarios sobre promoción turística.

El objetivo del presente cuestionario es recabar su opinión respecto a la gestión la promoción turística que impulsa el gobierno local en la provincia de Moyobamba, 2017. El referido instrumento ha sido diseñado por la autora y consta de 15 ítem distribuidos en función de las dimensiones de la variable; y tiene cinco opciones de valoración siendo el puntaje más favorable el 4 y el puntaje menos favorable el 0. Además, con dichas valoraciones se elaboró una escala ordinal con tres categorías y sus respectivos equivalentes cuantitativos.

Nivel	
Bueno	46 – 60 puntos
Aceptable	31 – 45 puntos
Deficiente	0 – 30 puntos

Validación y confiabilidad de los instrumentos.

En relación al proceso de validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación; que permitieron recoger datos e información necesaria, para disipar el inconveniente proyectado, estos cumplen ciertos requisitos que garantizan su eficacia y efectividad al ser aplicados a la muestra de estudio, y fueron validados mediante juicio de expertos, procediendo luego a estimar la validez y confiabilidad a partir de su opinión cualitativa y cuantitativa, mediante el coeficiente alfa de **Crombach** a partir de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right],$$

En un **primer momento**, se diseñaron los instrumentos y se consultó como mínimo a tres expertos que ostenten mínimamente el grado académico de magister, quienes se encargaron de analizar y evaluar la estructura de los mismos, a partir de un formato que se les proporcionó. En el **segundo instante**, se tomaron en cuenta las recomendaciones realizadas por los expertos para corregir los instrumentos que serán aplicados a la población correspondiente, previa opinión reiterada de los jueces.

2.5. Métodos de análisis de datos.

Para analizar la información recolectada de ambas variables, se utilizó técnicas estadísticas descriptivas como; la media, desviación estándar, tabla de frecuencias y porcentajes; así como el coeficiente de Pearson. Para determinar el grado de correlación y dirección de las variables de estudio, se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson expresado en la siguiente fórmula:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} * \sqrt{n(\sum y^2) - (\sum y)^2}}$$

Luego se determinó las hipótesis estadísticas:

a. Hipótesis estadística:

$H_0 : r = 0$ **No existe** relación directa y significativa entre la Gestión Municipal con la promoción turística en el gobierno local de la Provincia de Moyobamba 2017.

$H_1 : r \neq 0$ Existe relación directa y significativa entre la Gestión Municipal con la promoción turística en el gobierno local de la Provincia de Moyobamba 2017.

Dónde: r : Es el grado de correlación que existe entre Gestión Municipal con la Promoción Turística en el gobierno local año 2017.

Además, se analizó el coeficiente de correlación de Pearson, mediante los siguientes niveles de criterios:

Valor de r	Significado
-1	Correlación inversa grande y perfecta
-0,9 a - 0,99	Correlación inversa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación inversa alta
-0,4 a -0,69	Correlación inversa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación inversa baja
-0,01 a -0,19	Correlación inversa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación directa muy baja
0,2 a 0,39	Correlación directa baja
0,4 a 0,69	Correlación directa moderada
0,7 a 0,89	Correlación directa alta
0,9 a 0,99	Correlación directa muy alta
+1	Correlación directa grande y perfecta

2.6. Aspectos éticos

Para el desarrollo del presente trabajo, se solicitó la autorización del responsable de la Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de Moyobamba; a fin de intervenir en el recojo de la información, así como para prevenir y cautelar la confidencialidad de los datos.

III. RESULTADOS

3.1. Análisis descriptivo

En la tabla 01, se presentan las puntuaciones asignadas por los encuestados vinculados al turismo, respecto a cada dimensión de gestión municipal y la promoción turística; así como el puntaje total de cada una de las variables; teniendo en cuenta, que para medir la gestión y promoción turística se aplicó un cuestionario con 15 ítems y cuyo máximo puntaje fue de 60 puntos y un mínimo de 0 puntos.

Tabla N°1: Puntajes obtenidos respecto a gestión municipal y la promoción turística en el Gobierno Local de la provincia de Moyobamba– 2017

N°	Desarrollo Organizacional	Finanzas Municipales	Servicios y Proyectos	Gobernabilidad y Democracia	TOTAL	Desarrollo Turístico	Infraestructura Turística	Atractivos Turísticos	TOTAL
1	10	8	7	7	32	7	7	10	24
2	13	6	7	9	35	7	6	8	21
3	11	7	7	10	35	14	10	14	38
4	9	5	5	7	26	11	10	17	38
5	6	3	4	3	16	13	8	9	30
6	12	5	8	11	36	8	8	10	26
7	10	3	3	7	23	10	8	11	29
8	13	6	6	7	32	12	11	13	36
9	12	8	7	9	36	13	9	14	36
10	9	3	3	6	21	10	6	10	26
11	7	5	4	7	23	7	6	8	21
12	6	4	4	7	21	9	10	13	32
13	8	5	4	7	24	8	8	9	25
14	8	4	4	8	24	8	6	11	25
15	11	6	6	8	31	9	5	10	24
16	10	8	8	9	35	10	7	10	27
17	15	9	10	14	48	16	11	19	46
18	7	5	3	8	23	16	9	14	39
19	8	9	9	14	40	18	14	22	54
20	13	7	7	10	37	7	6	11	24
21	13	6	7	11	37	15	12	18	45
22	11	6	8	10	35	13	12	15	40
23	11	6	5	11	33	13	12	18	43
24	8	4	5	7	24	12	11	16	39
25	7	5	4	6	22	11	9	17	37

Fuente. Datos obtenidos producto de la aplicación de los instrumentos a los empresarios turísticos y funcionarios turísticos del gobierno local y regional, de la Ciudad de Moyobamba año 2017.

Tabla N° 2: Medidas estadísticas sobre gestión municipal y la promoción turística en el Gobierno Local de la provincia de Moyobamba – 2017.

VARIABLES	N°	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
GESTIÓN MUNICIPAL	25	32	16	48	29,96	±7,651
PROMOCIÓN TURÍSTICA	25	33	21	54	33,00	±8,846

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos presentados en la tabla 01 y 02

En ese sentido, la tabla 02, muestra las medidas estadísticas descriptivas de ambas variables de estudio; notándose que para la gestión turística se obtuvo una media de 29,96 puntos, con una desviación estándar de $\pm 7,651$ desviaciones respecto a la media y un rango de 32 puntos; mientras que, para la promoción turística, se obtuvo una media de 33,00 puntos, con una desviación estándar de $\pm 8,846$ desviaciones respecto a la media y un rango de 33 puntos respectivamente. Estos datos revelan una alta dispersión y heterogeneidad en las puntuaciones asignadas en ambas variables; es decir, la percepción que tienen los encuestados vinculados al turismo respecto a las dimensiones es bastante dispersa.

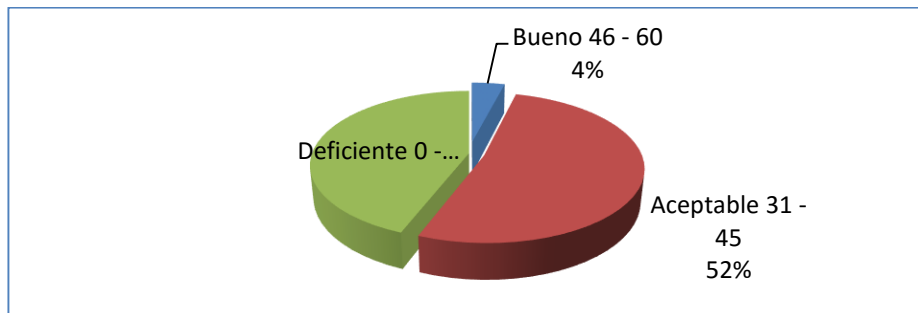
Tabla N°3: Gestión municipal en el gobierno local de la provincia de Moyobamba año 2017.

Nivel		Cantidad	Porcentaje
Bueno	46 - 60	1	4%
Aceptable	31 - 45	13	52%
Deficiente	0 - 30	11	44%
TOTAL		25	100%

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de la tabla 01

En la tabla 03 y gráfica 01; se muestran la cantidad y porcentaje de opiniones respecto a la gestión municipal distribuidos en función de la escala de medición, observándose, que el 52% de opiniones correspondiente a 13 personas encuestadas, consideran que la gestión municipal es aceptable; con puntuaciones que oscilan entre 31 y 45 puntos; un 44% de las opiniones (11 personas) consideran que la gestión municipal es deficiente, cuyos puntajes fluctúan entre 0 y 30 puntos; y solamente el 4% de los encuestados (01) califican que la gestión municipal es bueno, cuyos puntajes se ubican entre 46 y 60 puntos respectivamente.

Grafica N°1: Gestión municipal en el gobierno local de la provincia de Moyobamba– 2017



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de la tabla 04

Se observa en lo expuesto, que la mayoría de las personas encuestadas, reconocen que el gobierno local de la provincia de Moyobamba, realiza de forma aceptable las funciones en cuanto a la gestión municipal; pero debe tener en cuenta las opiniones para mejorar el trabajo en conjunto con el sector privado, tener una mejor organización del turismo, debe asignar bien el presupuesto para las actividades, planificar con anticipación, para trabajar una buena campaña promocional a nivel nacional y con mayor fuerza a nivel regional.

Tabla N°4: Promoción turística en el gobierno local de la provincia de Moyobamba año 2017.

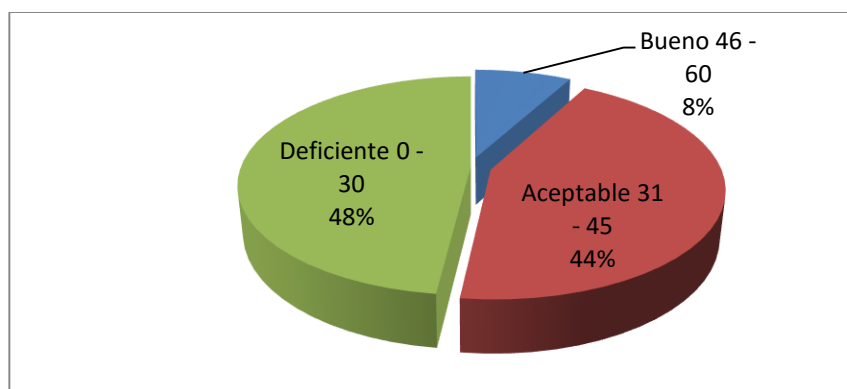
Nivel		Cantidad	Porcentaje
Bueno	46 – 60	2	8%
Aceptable	31 – 45	11	44%
Deficiente	0 – 30	12	48%
TOTAL		25	100%

Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de la tabla 2

En la tabla 04 y gráfica 02; se muestran la cantidad y porcentaje de los encuestados en la promoción turística que están en función de la escala de medición, observándose, que el 48% de las calificaciones correspondiente a 12 personas encuestadas en función a las respuesta deficientes, cuyos puntajes se ubican entre 0 y 30 puntos; un 44% de las calificaciones correspondiente a 11 personas encuestadas, y alcanzaron un puntaje aceptable, cuyas puntuaciones se ubican

entre 31 y 45 puntos; y solamente 2 personas encuestadas (8%) califican con bueno, cuyos puntajes fluctúan entre 46 y 60 puntos respectivamente.

Grafica N°2: Promoción Turística en el gobierno local de la provincia de Moyobamba– 2017



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos de la tabla 05

Consecuentemente, según la observación realizada; la mayoría de los encuestados calificaron a la promoción turística con deficiente con tendencia a aceptable; eso significa que el gobierno local de la Municipalidad provincial de Moyobamba año 2017, presentan dificultades, incluso hay poca claridad respecto al uso de los medios que manejan como gobierno local, el cual debe ser compartido para un mejor trabajo en difusión de todas las actividades planificadas.

3.2. Análisis correlacional

Ahora, en respecto al **objetivo general** de determinar la relación entre dichas variables de estudio y entre dimensiones; mediante el coeficiente de correlación lineal de Pearson o el coeficiente de Spearman; dependiendo de la normalidad de los datos de cada una de las variables.

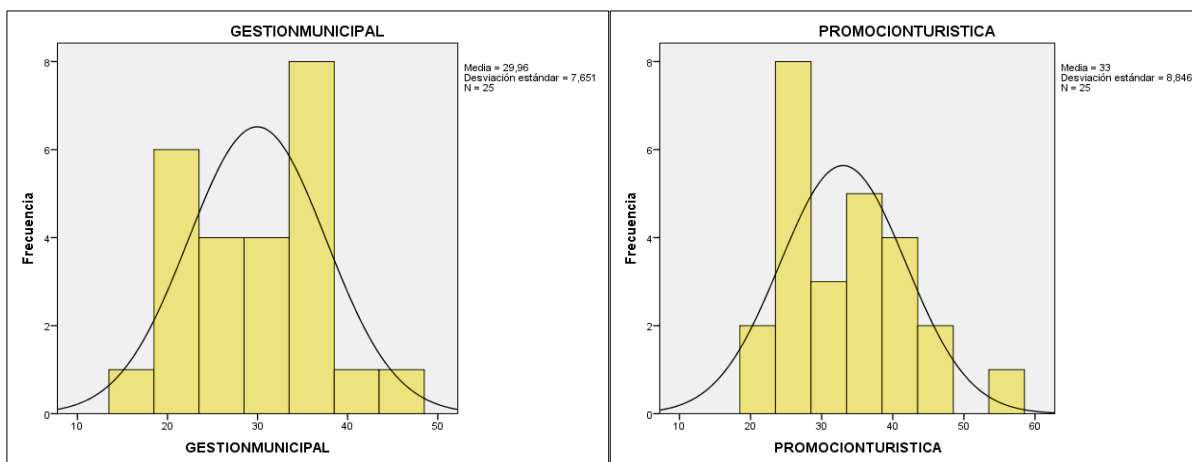
Tabla 05: Pruebas de normalidad sobre las puntuaciones de las variables de estudio

Variables	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	GI	Sig.	Estadístico	GI	Sig.
GESTIÓN MUNICIPAL	,182	25	,032	,938	25	,131
PROMOCIÓN TURÍSTICA	,151	25	,144	,936	25	,118

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

a. Corrección de significación de Lilliefors

En tal sentido tenemos, según la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para muestras menores o iguales ($M < 50$) indican que las puntuaciones asignadas para la Gestión Municipal y la Promoción Turística, y el si proceden de una distribución normal ($p=000>0,05$); puesto que, se obtuvo un nivel de significancia de 0,131 y 0,118 para cada uno de los datos de las variables de estudio respectivamente, tal como se aprecia en tabla 05 y los gráficos respectivos elaborados por el SPSS.



Por tanto, en la tabla 06 se presentan las correlaciones de Pearson y su respectivo nivel de significancia; en correspondencia con el objetivo general y objetivos específicos; notándose que el grado de correlación entre la gestión municipal y promoción turística en el Gobierno Local de la Municipalidad provincial de Moyobamba, año 2017 es de 0,377; es decir, se obtuvo un grado de correlación moderada y con dirección positiva, esto significa que la Gestión Municipal, inciden directamente en la promoción turística, como también en los atractivos turísticos.

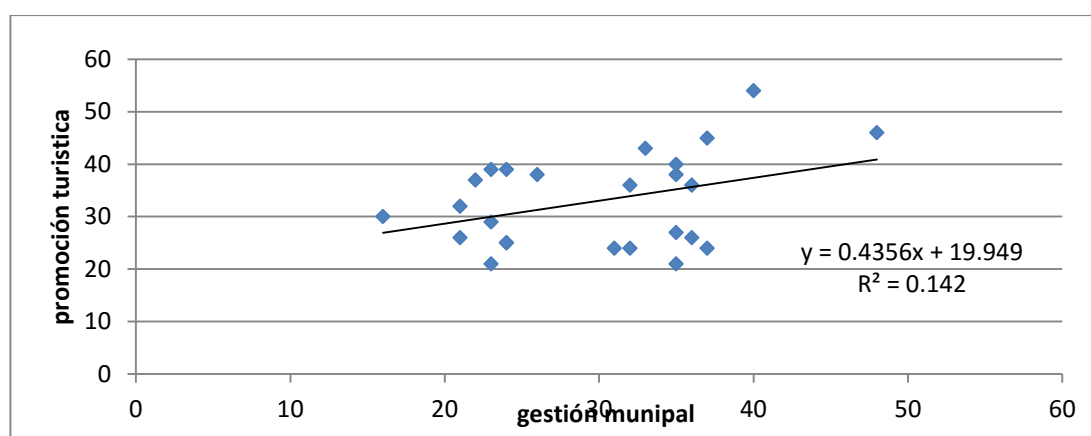
Tabla N°6: Correlaciones y prueba de hipótesis respecto a la gestión municipal y la promoción turística en el gobierno local de la provincia de Moyobamba año 2017.

Variables y dimensiones		Desarrollo Turístico	Infraestructura Turística	Atractivos Turísticos	Promoción turística	Gestión municipal
Desarrollo Turístico	Correlación de Pearson	1	,788**	,793**	,919**	,309

	Sig. (unilateral)		,000	,000	,000	,066
Infraestructura Turística	Correlación de Pearson	,788**	1	,866**	,932**	,334
	Sig. (unilateral)	,000		,000	,000	,051
Atractivos Turísticos	Correlación de Pearson	,793**	,866**	1	,956**	,401*
	Sig. (unilateral)	,000	,000		,000	,023
Promoción turística	Correlación de Pearson	,919**	,932**	,956**	1	,377*
	Sig. (unilateral)	,000	,000	,000		,032
Gestión municipal	Correlación de Pearson	,309	,334	,401*	,377*	1
	Sig. (unilateral)	,066	,051	,023	,032	
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (1 cola). *. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (1 cola).						

Además, dicha correlación (0,377) es significativa en el nivel 0,05 con estadística unilateral y según la regla de decisión, frente a un p-valor ($0.032 \leq 0.05$) se rechaza la hipótesis alterna y se concluye que la gestión municipal se relaciona directa y significativamente con la promoción turística en el gobierno local de la provincia de Moyobamba año 2017.

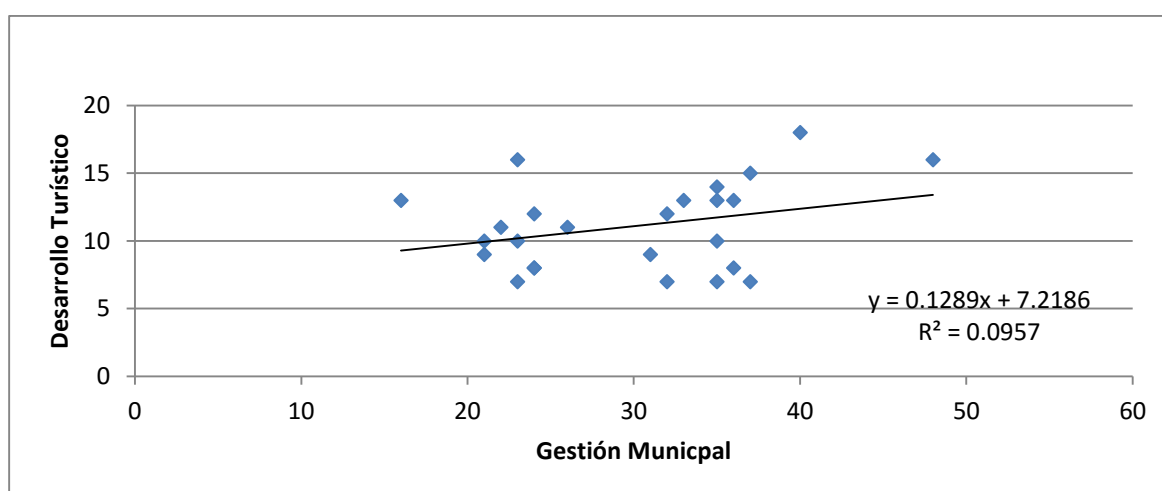
Gráfico N°03: Relación de dependencia entre la gestión municipal y la promoción turística.



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos presentados en las tablas 01 y 06, referidos a las puntuaciones obtenidas en cada una de las variables.

Asimismo, en el gráfico 03, muestra el coeficiente de determinación, el cual indica que la promoción turística tiene un valor de 14.2 %; de la gestión municipal y la diferencia (85.8%) se debe a otros factores, ya que desconocen muchas de las actividades turísticas que el gobierno local realiza todos los años y el sector privado realiza su promoción turística independientemente para vender el destino.

Gráfico N°4: Relación de dependencia entre la Gestión Municipal con el Desarrollo Turístico.



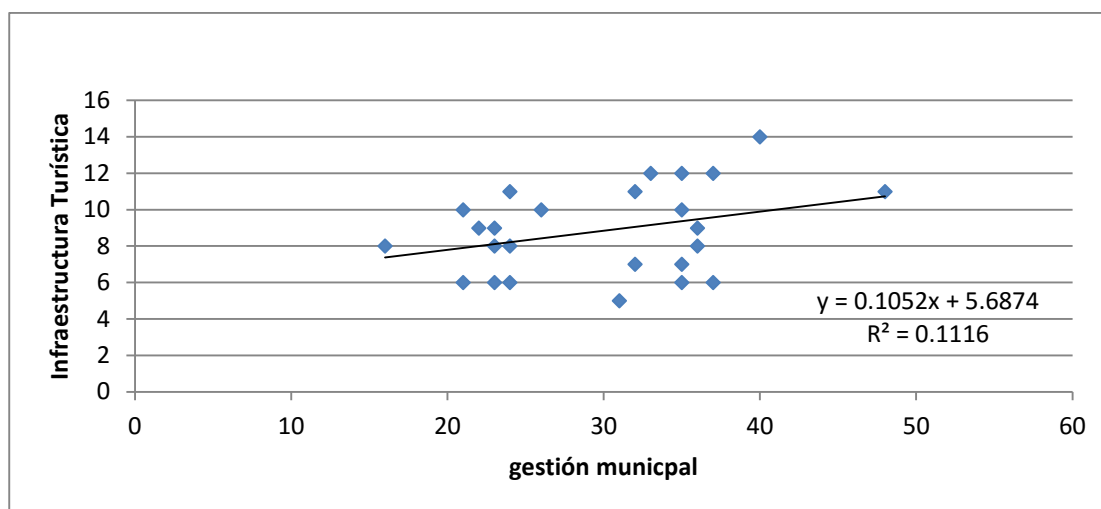
Fuente. Elaboración propia a partir de los datos presentados en las tablas 01 y 06, referidos a las puntuaciones obtenidas en cada una de las variables.

Igualmente, y en correspondencia con el segundo objetivo específico; cuyo grado de correlación entre la gestión municipal y el desarrollo turístico es de 0,309; es decir, se obtuvo un grado de *correlación baja y con dirección positiva*. Asimismo, dicha correlación (0,309) es significativa en el nivel 0,05 con un resultado estadístico unilateral, puesto que se obtuvo un p-valor ($0.066 \geq 0.05$); por tanto, se rechaza la hipótesis alterna y se acepta que la gestión municipal se relaciona con el desarrollo turístico en el gobierno local de la provincia de Moyobamba, pero no es significativa

De la misma forma, en el gráfico 04, se muestra el coeficiente de determinación, el cual indica que el desarrollo turístico tiene un valor de 9.6% con respecto a la gestión municipal y la diferencia (90.4%) se debe a otros factores que el sector privado

considera relevante para generar ingresos económicos y poder mejorar el crecimiento turístico y ser sostenible en el tiempo.

Gráfico N°5: Relación de dependencia entre la gestión municipal y la infraestructura turística.

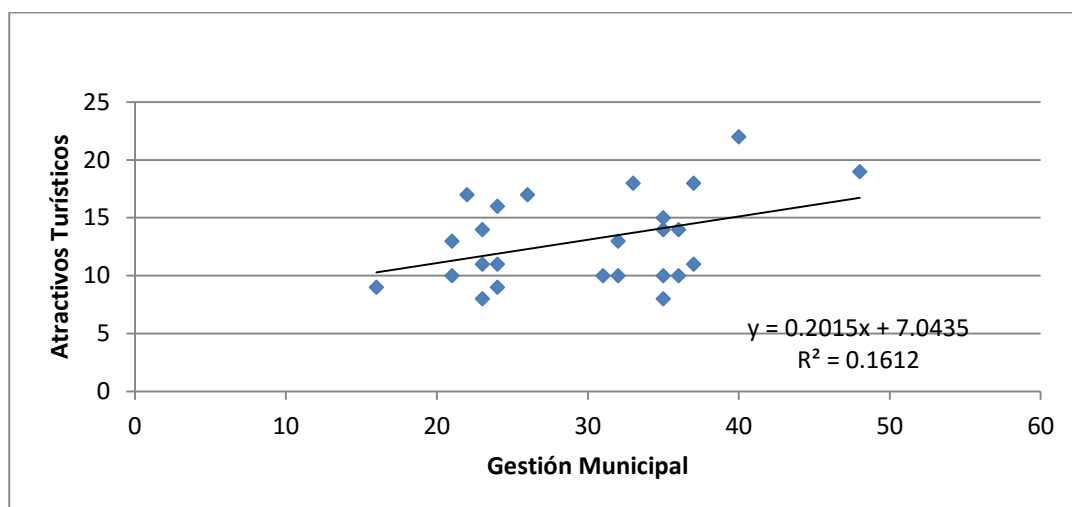


Fuente. Elaboración propia a partir de los datos presentados en las tablas 01 y 06, referidos a las puntuaciones obtenidas en cada una de las variables.

Equivalentemente, y en correspondencia con el tercer objetivo específico; el grado de correlación entre las puntuaciones sobre la gestión municipal y la infraestructura turístico es de 0,334; es decir, se obtuvo un grado de *correlación moderada y con dirección positiva*, esto significa que la gestión turística incide directamente con la infraestructura turístico que realiza el gobierno local en la provincia de Moyobamba. Además, dicha correlación (0,334) es significativa en el nivel 0,05 con un examen estadístico unilateral, puesto que se obtuvo un p-valor ($0.051 \geq 0.05$) y se decide rechazar la hipótesis alterna y se acepta que la gestión municipal se relaciona con la infraestructura turístico en el gobierno local de la provincia de Moyobamba año 2017, pero no es significativa.

Tal como se presenta, en el gráfico 05, se muestra el coeficiente de determinación, el cual indica que la infraestructura turística depende del 11,2% de la gestión municipal y la diferencia (88.8%) se debe a otros factores o causas de una débil gestión de procesos en mejora en las condiciones básicas que deben brindar a los visitantes y turistas. Por tanto, se asume que hay una correlación lineal moderada entre dichas variables de estudio.

Gráfico N°6: Relación de dependencia entre la gestión municipal y los atractivos turísticos.



Fuente. Elaboración propia a partir de los datos presentados en las tablas 01 y 06, referidos a las puntuaciones obtenidas en cada una de las variables.

Similar, y en correspondencia con el cuarto objetivo específico; el grado de correlación entre las puntuaciones de la gestión municipal y los atractivos turísticos es de 0,401; es decir, se obtuvo un grado de *correlación baja y con dirección positiva*, esto significa que la gestión municipal incide ligeramente en los atractivos turísticos. Además, dicha correlación (0,401) es significativa en el nivel 0,01 con un examen estadístico unilateral; puesto que se obtuvo un p-valor ($0.023 \leq 0.05$) por tanto, se rechaza la hipótesis alterna y se acepta que la gestión municipal se relaciona significativamente con los atractivos turísticos en el gobierno local de la provincia de Moyobamba año 2017.

Tal como se presenta, en el gráfico 06, se muestra el coeficiente de determinación, el cual indica que los atractivos turísticos dependen del 16,12% de la gestión municipal y la diferencia (83.88%) se debe a otros factores o causas de un deficiente trabajo en las condiciones de mejora de las actividades para atraer mayor afluencia de turistas a los lugares turísticos que existen en la ciudad de Moyobamba. Por tanto, se asume que hay una correlación lineal moderada entre dichas variables de estudio.

IV. DISCUSIÓN

El objetivo principal del estudio fue determinar la relación entre la gestión municipal con la promoción turística en el Gobierno Local de la Provincia de Moyobamba, 2017; eso implica primero, identificar el nivel de gestión municipal y la promoción turística que lidera el gobierno municipal, las funciones que desempeñan teniendo en este caso los encuestados opinión respecto a cada una de las variables y luego ordenar para establecer el grado de correlación entre ellas y cada una de sus dimensiones. El análisis correlacional presentado en la tabla 06 y figuras, precisan los resultados; habiendo un grado de correlación entre la gestión municipal y la promoción turística de **0,377**; es decir, una **correlación moderada y con dirección positiva**, esto significa que el gobierno local de la Municipalidad provincial de Moyobamba, inciden directamente en la gestión municipal; o sea, en la promoción de los atractivos turísticos. Además, el coeficiente de determinación, explica que la promoción turística depende del 14.2% de la gestión municipal y la diferencia (85.8%) se debe a otros factores.

En las siguientes dimensiones, existe correlación directa entre la gestión municipal y el desarrollo turístico, como también con la infraestructura turística, pero no significativa, por cuanto este aspecto demuestra que es un tema de menor interés que debe ser considerado de suma importancia en el gobierno municipal, que los funcionarios turísticos se involucre con la sociedad civil, de manera que las actividades a desarrollarse tengan mejor acogida y sobre todo sostenibilidad.

Consecuentemente, estos resultados a nivel descriptivo y correlacional confirman las hipótesis de investigación; es decir, que la gestión municipal debe asumir la responsabilidad de liderar los espacios de promoción y difusión para conocimiento de muchos y no se pierda las actividades, ya que el desarrollo socio-económico está vinculado con las políticas de fomento empresarial. tal como lo expresa Vásquez, la gestión del Turismo, fortalezas y debilidades del proceso de gestión pública. Por eso, se concuerda con las conclusiones del estudio realizado por, Vásquez, S. (2010), cuando manifiesta el área de turismo, de producción de bienes y servicios, de seguridad social, de capacitación de recursos humanos, permiten el sustento de la actividad turística en el distrito metropolitano. Finaliza considerando que el mercado,

establece la política de información, comunicación y promoción del potencial turístico de la ciudad a nivel nacional e internacional: la cual debe permanecer en continuo proceso de revisión y ajuste, en función de la propia dinámica del turismo.

En este sentido, se ha podido constatar que la gestión municipal debe considerar las necesidades humanas y su gestión por parte de las autoridades locales, regionales y nacionales para conseguir el desarrollo sostenible de las actividades. Al respecto, los estudios realizados por Varisco, C. (2008) sobre desarrollo turístico y desarrollo local, concluye de manera contundente cuando afirma que la actividad turística puede contribuir al desarrollo local pero no puede generarlo totalmente como actividad aislada. Tampoco el desarrollo local puede darse en una ciudad de manera aislada al contexto. Es decir, el desarrollo local es un fenómeno complejo que requiere nuevos enfoques para su abordaje, en este caso, asumir la promoción turística como actividad económica que contribuye al desarrollo económico, sobre todo si se promueve la inversión pública para explotar racionalmente el potencial turístico; pero, eso supone que los planes de desarrollo concertado incluyan políticas de desarrollo turístico. En esa dirección, vale tener en cuenta los estudios realizados por González, E. (2014) cuando hace referencia al uso del twitter y Facebook en la promoción turística online – desde la perspectiva de gestión de organismos oficiales, como puede ser desde la gestión municipal a través de las redes sociales como herramientas de promoción. Dicho de otra manera, el uso de las redes sociales como herramienta para la promoción, sus alcances y beneficios al entrar en esta nueva forma de hacer marketing, los resultados han sido tales que las dependencias gubernamentales las han empezado a utilizar como un canal de información entre ellos y el público. El turismo, por su naturaleza de adaptación, ha entrado en esta nueva forma de hacer marketing, teniendo resultados positivos; ya que en la actualidad un potencial turista busca información del destino a través de internet, las actividades a realizar, la gastronomía, las tradiciones, entre otras, que permitan “convencerlo” de visitar ese lugar.

Igualmente, se coincide plenamente con las conclusiones de Francesc, J. (2004) quién determinó que existe una relación significativa entre la gestión de destinos turísticos con las políticas turísticas que es la unidad de gestión pública, así mismo tiene una serie de características comunes, espacios geográficos homogéneo capaz

de soportar objetivos de planificación entonces un destino turístico es: “Un País, una región, una ciudad o de un lugar con espacios geográficos determinando con rasgos propios de clima, raíces, infraestructura, servicio, y con cierta capacidad administrativas para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados, en cuento a la gestión municipal con relación a la infraestructura. Se concluyó que una buena gestión municipal conlleva a brindar un buen servicio, con condiciones adecuadas.

Por su parte, Meléndez (2015) en su estudio concluye que la gestión municipal, debe promover el desarrollo turístico de la zona en estrecha concordancia con los atractivos naturales y culturales que la zona privilegiada tiene, en este proceso es que el rol de la municipalidad es gestionar coordinar, promover el turismo dentro del distrito, generando el desarrollo económico local. Se determinó que entre las variables de investigación de gestión municipal y la infraestructura existe una correlación conjunta, directa y pero no significativa. Obviamente, cuando se habla de una buena gestión, se hace alusión a varios aspectos; pero fundamentalmente a la planificación que tienen basado en una herramienta indispensable que deben guiar las municipalidades con el fin de encaminar una buena actividad de promoción turística.

Por tanto, en el estudio: gestión municipal y la promoción turística, se encuentra el manejo de la gestión municipal sobre la actividad turística, como viene trabajando la Municipalidad en su gestión y planificación para el desarrollo de la actividad turística, enmarcado dentro de la promoción turística.

Dentro de la gestión municipal y los atractivos turísticos, para tener una buena relación de trabajo debe existir una amplia gestión con visión de futuro, por Casas, I. (2010); deben contar con un adecuado plan municipal turístico, el destaca en su estudio que la influencia de la gestión turística municipal es deficiente, toda municipalidad debe contar con planes y programas adecuados sobre ordenamiento territorial y el presupuesto para potenciar el turismo para lograr el desarrollo económico esperado, mediante el trabajo de todos los miembros involucrados requiere de compromisos que deben ser expuestos en documentos formales.

Además, el sistema gerencial a instaurar en la gestión municipal para lograr su excelencia en las funciones que desempeñan; crear el deseo de la mejora de la gestión municipal; la creencia de que se puede hacer, a través de la promoción de proyectos sencillos; proporcionar los medios, materiales y tecnológicos para difundir las actividades programados durante todo el año por el gobierno municipal.

Por esa razón, Rendon, M.L. (2008). Concluyó que el turismo es una actividad que contribuye al desarrollo económico de la localidad, el municipio al desarrollarlo, se guiará por criterios de descentralización en la gestión, justicia y equidad en la distribución de ingresos, generación de empleo y prestación de servicios, así también por el respeto a la comunidad, sus manifestaciones socioculturales y la tolerancia a las interpretaciones que se desarrollan con los turistas. Por todo lo presentado en los estudios definimos que el Perú como en América Latina, los municipios son los principales organismos llamados a actuar para eliminar el centralismo administrativo, político, económico, cultural y tomar iniciativas para fortalecer y ejecutar acciones clave para el desarrollo Nacional. Entre estas líneas investigadas en los estudios se encuentran al turismo, como parte fundamental, pero sin mayor interés en su desarrollo y promoción del destino, dado a que, si esto es tomado como parte principal realizado sosteniblemente, elevará la competitividad y por ende genera ingresos económicos.

Entonces, estas coincidencias respecto a las conclusiones de otros estudios; significan que un buen gobierno debe tener una adecuada gestión municipal; con profesionales que conozcan el ámbito laboral y realicen las funciones de acuerdo a las exigencias que toda población tiene, si un funcionario ejerce su labor con liderazgo, de acuerdo a las normas establecidas en las funciones municipales, debe llevar una buena relación entre los entes principales mostrando liderazgo, autoridad, habilidades de direccionamiento, organización y sobre todo de asistencia técnica y acompañamiento; es muy probable que repercuta favorablemente en la opinión de los encuestados esto mejorara los procesos de planificación en el desarrollo turístico, que son aspectos de constante demanda debido a los frecuentes ajustes y reajustes de la gestión municipal; así como de mayor comprensión en el uso de las herramientas estratégicas de promoción, el uso adecuado de los medios para tener mayor repercusión de las actividades. No obstante, también es necesario que los

funcionarios municipales en la gestión; tenga un buen manejo de las relaciones interpersonales en el sector privado y su entorno, para impulsar la participación ciudadana.

En efecto, el perfil profesional de un buen funcionario podría resumirse en: la capacidad de gestión, en la proyección de acciones conjunta y la dirección del manejo de un buen gobierno, proyectar procesos para proporcionar dirección a la gestión, en un ambiente y cultura de trabajo en equipo orientado a la participación creativa y la innovación; habilidad para obtener y procesar información relevante para planificar y solucionar problema local. Giménez, V. (2002). Las políticas son prioridades y líneas de acción que derivan de los objetivos de la empresa y resultan congruentes con sus principios más generales.

V. CONCLUSIONES

- 5.1. Existe un grado de correlación directa y significativa entre la gestión municipal con la promoción turística en el Gobierno local de la provincia de Moyobamba, 2017. Se obtuvo una correlación moderada de **0,377**, con un p-valor ($0.032 \leq 0.05$); rechazándose la hipótesis alterna, o sea, la gestión municipal incide directamente en la promoción turística y atractivos turísticos.
- 5.2. El nivel de gestión municipal en el gobierno local de la provincia de Moyobamba, según el 52% de los encuestados; indican que es aceptable, sin embargo, la promoción turística es calificada como deficiente según el 48% de los encuestados.
- 5.3. Existe un grado de correlación directa, pero no es significativa entre la gestión municipal y el desarrollo turístico en el gobierno local en la provincia de Moyobamba, 2017. Porque se obtuvo una correlación moderada de **0,309**, con un p-valor ($0.066 \leq 0.05$), rechazándose la hipótesis alterna. Es decir, la gestión municipal se relaciona con el desarrollo turístico del gobierno local, pero no es significativa.
- 5.4. Existe un grado de correlación directa, pero no significativa entre la gestión municipal y la infraestructura turística en el gobierno local de la provincia de Moyobamba, 2017. Porque se obtuvo una correlación moderada de 0,334; con un p-valor ($0.051 \geq 0.05$), rechazándose la hipótesis alterna. Es decir, la gestión municipal se relaciona con la infraestructura turístico, pero no es significativa.
- 5.5. Existe un grado de correlación directa y significativa entre la gestión municipal y los atractivos turísticos, en el gobierno local en la provincia de Moyobamba, 2017. Habiéndose, obtenido una correlación moderada de **0,401**, con un p-valor ($0.023 \leq 0.05$), rechazándose la hipótesis nula. Es decir, la gestión municipal incide directamente en los atractivos turísticos.

VI. RECOMENDACIONES

- 6.1. Al Gerente de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de Moyobamba, se recomienda insertar en el plan de desarrollo concertado acciones orientados a mejorar la promoción de los atractivos turísticos; por cuanto según la investigación existe una relación directa.
- 6.2. A la Gerente General y representante de la Sub Gerencia de Turismo y Artesanía de la Municipalidad Provincial de Moyobamba en particular se recomienda, mejorar la gestión municipal y la promoción turística; por cuanto esta es regular y deficiente respectivamente.
- 6.3. A la Gerencia General y Sub Gerencia de Turismo y Artesanía de la Municipalidad Provincial de Moyobamba se recomienda, fortalecer la gestión municipal para dar a conocer con mayor fuerza a la población el desarrollo turístico, por cuanto según el estudio existe una correlación modera y no incide significativamente en el gobierno local.
- 6.4. Al representante de la Sub Gerencia de Turismo y Artesanía de la Municipalidad Provincial de Moyobamba se recomienda, mejorar las condiciones de infraestructura turística con una adecuada distribución territorial que conlleven al beneficio y satisfacción de los visitantes, por cuanto se encontró en la investigación una relación directa pero no significativa.
- 6.5. A la Municipalidad provincial de Moyobamba mediante el Gerente de Desarrollo Económico se recomienda, crear alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas locales y nacionales, para fortalecer el trabajo en el mejoramiento de los atractivos turística a traves de proyectos poniendo en valor las potencialidades turísticas locales, por cuanto se encontró relación directa y significativa.

VII. REFERENCIAS

- Acerenza, M. (2003). Gestión de marketing de destinos turísticos en el ambiente competitivo actual. México: Trillas
- Ashley, Boyd y Coodwin (2000). Estrategias de turismo en pro de los pobres.
- BADATUR. (2009). Base de datos del Turismo en Perú. Disponible en: <http://www.badaturperu.com.pe/peruimgs/peruimgs.php>
- Borthiry, N. (2005). En su tesis Magistral: Gestión Pública Municipal del turismo, de la Universidad Privada de Trujillo años 2005.
- Boullon, R. (2004). Planificación Del Espacio Turístico. 3ra reimpresión. Trillas turismo. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/Conceptos-Generales-Del-Sistema-Turistico>.
- Casas, I. (2010) titulada: Influencia de la Gestión Turística Municipal en el Desarrollo Local Sostenible del Distrito de Llabaya. Universidad Nacional de Jorge Basadre Grohman de Tacna.
- Cáceres, A. (2012) en su tesis "El turismo, generador de desarrollo local. El caso de puerto Iguazú y la influencia del destino turístico Iguazú cataratas." Provincia de misiones - Argentina". (Tesis de Maestría). Universidad Internacional de Andalucía. Sevilla. España. Recuperado de: http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/1755/0237_Caceres.pdf?sequence=1
- Congreso de la República del Perú (2009) Ley General de Turismo - Ley 29408 Congreso de la República del Perú (2010). Decreto Supremo N° 003-2010- MINCETUR.

- Cruz, F. (2015). La administración turística municipal y su influencia en el desarrollo socio económico de la población del distrito de Lares, Provincia de Calca, Departamento de Cusco. (Tesis Magistral), Universidad Católica Sedes Sapientiae, Cuzco. Recuperado de: <http://repositorio.ucss.edu.pe/handle/UCSS/162>
- MINCETUR (2010). Manual de buenas prácticas para la atención de clientes dirigido a gerentes, administradores y mandos medios, gestión de servicios”, Lima-Perú. GMC DIGITAL.http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/MBP_atencion_cliente_dirigido_ge_ad_mm.pdf
- Oyarzún, E., Szmulewicz, P. (2001). Fortalecimiento de los Destinos Turísticos. Chile: Universidad Austral de Chile.
- Organización Mundial del Turismo. (1999).
- Parasuraman y Berry, (1996). Monografía: “calidad en el servicio turístico” elaborado por Camacaro, A. <http://www.monografias.com/trabajos89/calidad-servicio-turistico/calidad-servicio-turistico.shtml>
- PROMPERU. (2017). Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. Previamente encargada de la promoción del turismo - de acuerdo al D.S. N° 003-2007-MINCETUR.
- Rendon, M.L. (2008). Modelo de Administración Turística Municipal- Distrito de Miraflores, Lima.
- Francesc, J. (2004). Gestión de Destinos Turísticos en: <http://gestdestinos.pbworks.com/f/DIM+parte+1.pdf>

- Gobierno Regional de San Martín, Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR y Otros (2008). Perfil del visitante nacional y extranjero que arriba a la región San Martín. Perú.
- Getino, O. (1987). Turismo y desarrollo en América Latina. Recuperado de https://books.google.com.pe/books/about/Turismo_y_desarrollo_en_América_Latina
- Vásquez, S. (2010) La gestión del turismo en el Distrito Metropolitano de Caracas- Fortalezas, debilidades y nuevos desafíos, en la Universidad Simón Bolívar- Venezuela.
- Valverde, R. (2016) tesis. Plan de promoción turística para el incremento de la afluencia de turistas en el refugio de vida silvestre Laquipampa – Incahuasi. Universidad Privada “Juan Mejía Baca”
- Wild, E. (2003) Planificación estratégica y gestión pública por objetivos <https://www.cepal.org/es/publicaciones/7284-planificacion-estrategica-gestion-publica-objetivos>

ANEXOS

Anexo N°1: CUESTIONARIO SOBRE GESTIÓN MUNICIPAL

Buen día el presente cuestionario tiene por objetivo conocer su opinión de forma anónima acerca de la Gestión Municipal en el gobierno local. Los ítems que se presentan deben ser marcados con una “X” la respuesta que usted considera más pertinente. Cada ítem tiene cinco opciones de respuesta, cuya valoración es la siguiente:

Muy Deficiente (0)	Deficiente (1)	Aceptable (2)	Bueno (3)	Excelente (4)	
DESARROLLO ORGANIZACIONAL					
	0	1	2	3	4
1. ¿Cómo califica usted la organización turística en la Gestión Municipal?					
2. ¿Cómo califica usted el resultado de las actividades turísticas asignas en la gestión municipal del gobierno local?					
3. ¿Cómo califica usted el rol que realizan los funcionarios turísticos en la gestión municipal de su localidad?					
4. ¿Cómo califica usted la intervención de los funcionarios en la actividad turística en la gestión municipal?					
5. ¿Cómo califica usted las estrategias interinstitucionales que realizan los funcionarios en la actividad turística?					
FINANZAS MUNICIPALES					
6. ¿Cómo califica usted la gestión de bienes turísticos en el gobierno local?					
7. ¿Cómo califica usted el desarrollo de las actividades turísticas programadas con financiamiento de la gestión municipal?					
8. ¿Cómo califica usted el presupuesto por resultados asignados en el ámbito turístico en la gestión municipal?					
SERVICIO Y PROYECTOS					
9. ¿Cómo califica usted el desempeño del funcionario turístico en la gestión municipal?					
10. ¿Cómo califica usted la calidad de servicios turísticos brindados por la gestión municipal?					
11. ¿Cómo califica usted los proyectos turísticos gestionados por el gobierno local?					
GOBERNABILIDAD Y DEMOCRACIA					
12. ¿Cómo califica usted la participación de las empresas privadas en las actividades turísticas de la gestión municipal?					
13. ¿Cómo califica usted las alianzas estratégicas de la gestión municipal con las organizaciones turísticas?					
14. ¿Cómo califica usted el apoyo de la gestión municipal en las actividades turísticas del sector privado?					
15. ¿Cómo califica usted la gestión municipal con relación a la promoción turística?					

Gracias por su atención

CUESTIONARIO SOBRE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Buen día el presente cuestionario tiene por objetivo conocer su opinión de forma anónima acerca de la Promoción Turística en el gobierno local. Los ítems que se presentan deben ser marcados con una “X” la respuesta que usted considera más pertinente. Cada ítem tiene cinco opciones de respuesta, cuya valoración es la siguiente:

Muy Deficiente (0) Deficiente (1) Aceptable (2) Bueno (3) Excelente (4)

DESARROLLO TURÍSTICO	0	1	2	3	4
1. ¿Cómo califica usted la promoción de las actividades turísticas que realiza la gestión municipal en las redes sociales?					
2. ¿Cómo califica usted las condiciones de infraestructura básicas de los atractivos turísticos promocionados por el gobierno local?					
3. ¿Cómo califica usted la visita de turistas a los atractivos con mayor difusión en los diferentes medios publicitarios?					
4. ¿Cómo califica usted la información de los atractivos turísticos en las redes sociales que brinda el gobierno municipal?					
5. ¿Cómo califica usted las estrategias de ofertas de los atractivos turísticos promocionados por el gobierno municipal?					
Infraestructura Turística					
6. ¿Cómo califica usted la calidad de servicio en los atractivos turísticos?					
7. ¿Como califica usted la posición de Moyobamba como destino turístico en la región San Martín?					
8. ¿Cómo califica usted las instalaciones de los atractivos turísticas que ofrecen a los visitantes?					
9. ¿Cómo califica usted la seguridad en los atractivos turísticos de la localidad?					
Atractivos Turísticos					
10. ¿Cómo califica usted la atención que brinda el personal en los atractivos turísticos del gobierno municipal?					
11. ¿Cómo califica usted la promoción del valor cultural de los atractivos turísticos?					
12. ¿Cómo califica usted la accesibilidad a los lugares turístico con mayor visita?					
13. ¿Cómo califica usted la red social de la gestión municipal, te brinda información de las empresas turísticas?					
14. ¿Cómo califica usted la página web del gobierno municipal, brinda información turística actualizada?					
15. ¿Cómo califica usted los medios de información turística empleada desde la gestión municipal?					

Gracias por su atención

Anexo N°2: Matriz de Consistencia

Gestión Municipal y su relación con la Promoción Turística en el Gobierno Local de la Provincia de Moyobamba, 2017.

DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA. Desconocimiento de la relación de la gestión Municipal con la promoción turística en el gobierno local de la Provincial de Moyobamba, 2017.																	
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES DE ESTUDIO														
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE 1: Gestión Municipal Definición conceptual: Es la capacidad de analizar opciones de política, acordar prioridades y orientar los programas de desarrollo municipal a la consecución de resultados, para lo cual se requieren procesos e instrumentos de información de desarrollo organizacional, planificación y presupuesto de ingresos, servicios y proyectos, gobernabilidad y democracia. (Álvarez, 2011). Definición operacional: Los compromisos de la gestión sirven para orientar el accionar de la institución pública, proporcionando a la comunidad información relevante para la reflexión, la toma de decisiones y la mejora de las acciones que puedan realizar. En relación a ello, el accionar de las instituciones se centra en estos compromisos, que tienen como objetivo, asegurar el progreso de la población, e incrementar la motivación por generar mayor inversión.														
¿Cuál es el grado de correlación entre la gestión municipal y la promoción turística en el Gobierno Local de la Provincia de Moyobamba, 2017?	Determinar la relación entre la gestión municipal y la promoción turística en el Gobierno local de la Provincia de Moyobamba, 2017.	Hi: Existe un grado de correlación directa entre la Gestión Municipal con la Promoción Turística en el Gobierno local en la Provincia de Moyobamba, 2017. H0: No existe un grado de correlación directa entre la gestión Municipal con la promoción turística en el Gobierno local en la provincia de Moyobamba, 2017.															
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable 1</th> <th>Dimensiones</th> <th>indicadores</th> <th>Escala</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">Gestión Municipal</td> <td>Desarrollo Organizacional</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad Organizacional. - Efectividad. - Estructura de la Organización. - Combatir conflictos internos. - Desarrollo de capacidades </td> <td rowspan="4">Ordinal</td> </tr> <tr> <td>Finanzas Municipales</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de Gestión. - Niveles de servicios brindados. - Capacidad de gestión de Proyectos. </td> </tr> <tr> <td>Servicios y Proyectos</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Aceptabilidad de la población. - Involucramiento con gremios locales. - Niveles de cooperación entre sector Público- Privado. - Plan de desarrollo turístico anual. </td> </tr> <tr> <td>Gobernabilidad Democrática</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Actividad turística. - Gestión del Turismo. </td> </tr> </tbody> </table>	Variable 1	Dimensiones	indicadores	Escala	Gestión Municipal	Desarrollo Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad Organizacional. - Efectividad. - Estructura de la Organización. - Combatir conflictos internos. - Desarrollo de capacidades 	Ordinal	Finanzas Municipales	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de Gestión. - Niveles de servicios brindados. - Capacidad de gestión de Proyectos. 	Servicios y Proyectos	<ul style="list-style-type: none"> - Aceptabilidad de la población. - Involucramiento con gremios locales. - Niveles de cooperación entre sector Público- Privado. - Plan de desarrollo turístico anual. 	Gobernabilidad Democrática	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad turística. - Gestión del Turismo.
Variable 1	Dimensiones	indicadores	Escala														
Gestión Municipal	Desarrollo Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad Organizacional. - Efectividad. - Estructura de la Organización. - Combatir conflictos internos. - Desarrollo de capacidades 	Ordinal														
	Finanzas Municipales	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de Gestión. - Niveles de servicios brindados. - Capacidad de gestión de Proyectos. 															
	Servicios y Proyectos	<ul style="list-style-type: none"> - Aceptabilidad de la población. - Involucramiento con gremios locales. - Niveles de cooperación entre sector Público- Privado. - Plan de desarrollo turístico anual. 															
	Gobernabilidad Democrática	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad turística. - Gestión del Turismo. 															
¿Cuál es el nivel de la gestión municipal y la promoción turística en el Gobierno local de la Provincia de Moyobamba, 2017?	Determinar el nivel de la gestión municipal con la promoción turística en el Gobierno local de la Provincia de Moyobamba, 2017.	El nivel de gestión municipal y la promoción turística en el Gobierno local de la Provincia de															

<p>¿Cuál es el grado de correlación entre la gestión municipal y el desarrollo turístico en el Gobierno Local de la Provincia de Moyobamba, 2017?</p>	<p>Determinar el grado de relación entre la gestión municipal con el desarrollo turísticos en el Gobierno local de la Provincia de Moyobamba, 2017.</p>	<p>Moyobamba 2017; son aceptables.</p>			<ul style="list-style-type: none"> - Frecuencia de visita. - Servicio al cliente - oferta de atractivos. 		
<p>¿Cuál es el grado de correlación entre la gestión municipal y la Infraestructura Turística en el Gobierno Local de la Provincia de Moyobamba, 2017?</p>	<p>Establecer el grado de relación entre la gestión municipal con la Infraestructura Turística en el Gobierno local de la Provincia de Moyobamba, 2017.</p>	<p>El grado de correlación entre la gestión municipal con el desarrollo turístico en el Gobierno local en la Provincia de Moyobamba 2017, es moderada.</p>	<p>Variable 2: Promoción Turística</p> <p>Definición conceptual: Se define a la promoción turística como una actividad integradora por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operaciones de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica, así como de la calidad de vida de las personas del lugar turístico. (Guerra, 1998).</p> <p>Definición Operacional: Lo que se busca es generar mayor difusión de la promoción turística desde la gestión que desempeña los gobiernos a través de su planificación en las diferentes áreas que tienen como sector, difundir los atractivos turísticos y motivar la visita de más personas.</p>				
<p>¿Cuál es el grado de correlación entre la gestión municipal y los atractivos turísticos en el Gobierno Local de la Provincia de Moyobamba, 2017?</p>	<p>Establecer el grado de relación entre la gestión municipal con los atractivos turísticos en el Gobierno local de la Provincia de Moyobamba, 2017.</p>	<p>El grado de correlación entre la gestión municipal con la infraestructura turística en el Gobierno local en la Provincia de Moyobamba 2017, es moderada.</p>	<p>Promoción Turística</p>	<p>Variable 2</p>	<p>Dimensiones</p>	<p>indicadores</p>	<p>Escala</p>
				<p>Desarrollo Turístico</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad turística. - Gestión del Turismo. - Frecuencia de visita. - Servicio al cliente - oferta de atractivos. 	<p>Ordinal</p>	
				<p>Infraestructura Turística</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios públicos. - Preferencias del turista. - Instalaciones turísticas. - Seguridad turística. 		
				<p>Atractivos Turísticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de servicio - Valor cultural. - Accesibilidad. - Planta turística. - Información turística. 		
			<p>Desarrollo Turístico</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad turística. - Gestión del Turismo. - Frecuencia de visita. - Servicio al cliente - oferta de atractivos. 			
<p>MÉTODO</p>			<p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p>	<p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS</p>			

<p>Tipo de estudio. No experimental.</p> <p>Diseño de investigación. Se empleará el diseño descriptivo correlacional, representado en el siguiente esquema:</p> <p>Donde:</p> <p>M: Es la muestra, representada por los operadores turísticos de la Provincia de Moyobamba.</p> <p>O₁: Observaciones sobre la gestión municipal</p> <p>O₂: Observaciones sobre la promoción Turística</p> <p>r : grado de correlación entre ambas variables.</p>	 <p style="text-align: center;">V₁ ↓ r ↑ V₂</p>	<p>POBLACIÓN. Estará conformada por todos los operadores turísticos de la Provincia de Moyobamba y funcionarios públicos de la Municipalidad responsables del área de Turismo.</p> <p>MUESTRA. Estará conformada por operadores turísticos de la Provincial de Moyobamba; seleccionados de manera no probabilística e intencional.</p>	<p>Para medir la variable referida a la gestión municipal se empleará un cuestionario, organizada en un conjunto de ítems respecto a las subvariables e indicadores.</p> <p>Para medir la variable promoción Turística se empleará un cuestionario, organizada en una batería de ítems respecto a las subvariables e indicadores.</p> <p>Para la sistematización tanto del proyecto como del reporte de investigación se empleará la técnica del fichaje.</p> <p>Para la elaboración de la discusión, en el informe de la tesis, se revisará bibliografía especializada.</p> <p>En el procesamiento de datos se empleará la prueba estadística de r de Pearson o Chi cuadrado, para ello, los datos se organizarán y presentarán en tablas y gráficas, utilizando técnicas descriptivas como la frecuencia absoluta y porcentual; así como la media y la desviación estándar.</p>
--	--	--	---

Anexo N°3: Ficha de Validación

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Nombres y apellidos del experto : Hipólito Percy Barbaran Mozo.
 Institución en la que trabaja /Cargo : Docente EP6/UCV - TPIO
 Nombre del Instrumento : Cuestionario sobre Gestión Municipal
 Autor del instrumento : Dr. Angela Stefany Rosajifo Perez

Muy deficiente (1) Deficiente (2) Aceptable (3) Bueno (4) Excelente (5)

I. CRITERIOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales			X		
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permitirán recoger la información objetiva respecto a sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.			X		
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico y legal inherente a la Gestión Municipal.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento están organizados en función de las dimensiones y la definición operacional y conceptual de manera que permitan hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.			X		
COHERENCIA	Los ítems del instrumento se relacionan con los indicadores de cada dimensión de La Gestión Municipal.			X		
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y los instrumentos propuestos responden al propósito de la investigación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa y nombre del instrumento.				X	
TOTAL					36	

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El cuestionario cumple aceptablemente con los criterios de validación, sin embargo, debe tener las observaciones.

PROMEDIO DE VALORACIÓN : Bueno (36 pts)

Empaña, 04/11/2017

H. P. Barbaran
 Dr. Hipólito Percy Barbaran Mozo
 CPP e N° 357054

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
CIENTÍFICA**

Nombres y apellidos del experto : Hipólito Percy Barbarán Mozo
 Institución en la que trabaja /Cargo : Docente FPG/UCV- 7110
 Nombre del Instrumento : Cuestionario sobre Promoción Turística
 Autor del instrumento : Dr. Angela Stefany Reigifo Ruiz

Muy deficiente (1) Deficiente (2) Aceptable (3) Buena (4) Excelente (5)

I. CRITERIOS DE VALIDACIÓN


CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales			X		
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permitirán recoger la información objetiva respecto a sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.			X		
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico y legal inherente a la Promoción Turística.			X		
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento están organizados en función de las dimensiones y la definición operacional y conceptual de manera que permitan hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.			X		
COHERENCIA	Los ítems del instrumento se relacionan con los indicadores de cada dimensión de La Promoción Turística.			X		
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y los instrumentos propuestos responden al propósito de la investigación.			X		
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa y nombre del instrumento.			X		
TOTAL						33

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El cuestionario cumple aceptablemente con los criterios de validación, no obstante debe tenerse las observaciones.

PROMEDIO DE VALORACIÓN : Buena (33 pts)

Escrito, 04/11/2017


Dr. Hipólito Percy Barbarán Mozo
 CPPe N° 357054

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
CIENTÍFICA**

Nombres y apellidos del experto : Teresa del Pilar Lopez Sánchez
 Institución en la que trabaja /Cargo: I.E. Cefero Arcevaldo del Aguila
 Nombre del Instrumento : Cuestionario de Gestión Municipal
 Autor del instrumento : Br. Angela Stefany Pongifo Pérez

Muy deficiente (1) Deficiente (2) Aceptable (3) Bueno (4) Excelente (5)

I. CRITERIOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permitirán recoger la información objetiva respecto a sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico y legal inherente a la Gestión Municipal.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento están organizados en función de las dimensiones y la definición operacional y conceptual de manera que permitan hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento se relacionan con los indicadores de cada dimensión de La Gestión Municipal.				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y los instrumentos propuestos responden al propósito de la investigación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa y nombre del instrumento.					X
TOTAL						4/4

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Los instrumentos concuerdan con los indicadores. tienen coherencia con la variable de estudio, por lo tanto, cumple con la validez para ser aplicado.

PROMEDIO DE VALORACIÓN : 4,4 (Bueno)

Tarapoto 12, Noviembre 2017


 Teresa del Pilar Lopez Sanchez
 Mg. GESTIÓN PÚBLICA

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
CIENTÍFICA**

Nombres y apellidos del experto : Teresa del Pilar Lopez Sanchez
 Institución en la que trabaja /Cargo: I. E. Clafé Arevalo del Ayuda,
 Nombre del Instrumento : Cuestionario de Promoción Turística
 Autor del instrumento : Br. Aracely Stefany Rangel Pérez

Muy deficiente (1) Deficiente (2) Aceptable (3) Bueno (4) Excelente (5)

I. CRITERIOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permitirán recoger la información objetiva respecto a sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico y legal inherente a la Promoción Turística.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento están organizados en función de las dimensiones y la definición operacional y conceptual de manera que permitan hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento se relacionan con los indicadores de cada dimensión de La Promoción Turística.				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y los instrumentos propuestos responden al propósito de la investigación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa y nombre del instrumento.				X	
TOTAL					43	

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Los indicadores del Instrumento tienen coherencia con la Variable de Estudio, por lo tanto, es Valido y puede ser aplicado.

PROMEDIO DE VALORACIÓN : 43 (Bueno)

Turapoto 19, Noviembre 2017


Teresa del Pilar López Sánchez
 Mg. GESTIÓN PÚBLICA

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
CIENTÍFICA**

Nombres y apellidos del experto: Alfonso Isaías Pérez
 institución en la que trabaja /Cargo: I.C. Clerk General del
 Nombre del instrumento: Encuesta de Gestión Municipal
 Autor del instrumento: Dr. Angela Stefany Rengifo Pérez

Muy deficiente (1) Deficiente (2) Aceptable (3) Bueno (4) Excelente (5)

I. CRITERIOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permitirán recoger la información objetiva respecto a sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico y legal inherente a la Gestión Municipal				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento están organizados en función de las dimensiones y la definición operacional y conceptual de manera que permitan hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento se relacionan con los indicadores de cada dimensión de la Gestión Municipal				X	
METODOLOGIA	La relación entre la técnica y el instrumentos propuestos responden al propósito de la investigación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa y nombre del instrumento.				X	
TOTAL						<u>4,3</u>

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El cuestionario cumple con los
indicadores y variables de validez, por lo tanto
pueden ser aplicados.

PROMEDIO DE VALORACIÓN : 4,3 (Bueno)

Tarapoto, 12 de noviembre 2017


 Dr. Angela Stefany Rengifo Pérez
 C.I.Pa. N° 2301179000

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Nombres y apellidos del experto : Alfonso Justiza Pérez
 Institución en la que trabaja /Cargo : I.E. Colegio Arceato del Sagrado
 Nombre del Instrumento : Cuestionario de Promoción Turística
 Autor del instrumento : Dr. Angela Stefany Rangel Pérez

Muy deficiente (1) Deficiente (2) Aceptable (3) Bueno (4) Excelente (5)

I. CRITERIOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permitirán recoger la información objetiva respecto a sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales.			X		
ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico y legal inherente a la Promoción Turística.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento están organizados en función de las dimensiones y la definición operacional y conceptual de manera que permitan hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.			X		
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.			X		
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad motivo de la investigación.			X		
COHERENCIA	Los ítems del instrumento se relacionan con los indicadores de cada dimensión de la Promoción Turística.			X		
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumentos propuestos responden al propósito de la investigación.			X		
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa y nombre del instrumento.			X		
TOTAL						<u>4/2</u>

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Los indicadores del instrumento tienen relación con la variable de estudio, por lo tanto, se valida y puede ser aplicado.

PROMEDIO DE VALORACIÓN :

4,2 (Bueno)

Terapoto, 12 de noviembre de 2017


 Lic. MSc. Alfonso Justiza Pérez
 C.C. 277115950



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE MOYOBAMBA
CAPITAL DEL DEPARTAMENTO DE SAN MARTIN

CONSTANCIA

EL GERENTE DE DESARROLLO ECONOMICO DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE MOYOBAMBA.


Hace constar:

Que la licenciada en Administración en Turismo ANGELA STEFANY RENGIFO PEREZ, estudiante de la maestría en Gestión Pública de la Universidad Cesar Vallejo, ha realizado la encuesta en Gestión Municipal y Promoción Turística en la Municipalidad Provincial de Moyobamba, desde el 10 de octubre al 07 de noviembre del 2017.

Se expide la presente a solicitud del interesado para fines que estime conveniente.

Moyobamba 15 de Diciembre del 2017



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE MOYOBAMBA
DEPARTAMENTO DE SAN MARTIN

WNG. LUCAS CARRANZA DÁVILA
GERENTE DE DESARROLLO ECONOMICO

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo, **Hipólito Percy Barbarán Mozo**, docente de la **Experiencia Curricular: Diseño y Desarrollo del Trabajo de Investigación** correspondiente al III y IV ciclo académico y revisor de la Tesis: **"Gestión Municipal y su relación con la Promoción Turística en el Gobierno Local de la provincia de Moyobamba, 2017"**; he sido capacitado e instruido en el uso de la herramienta Turnitin y comprobado lo siguiente:

Que el referido trabajo académico tiene un **Índice de similitud de 24%**, verificable en el reporte de originalidad del Programa Turnitin, grado de coincidencia mínimo que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas de uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, 11 de junio de 2018



Hipólito Percy Barbarán Mozo
CPPN N° 357054

Autorización de Publicación de Tesis en Repositorio Institucional UCV

Yo Angela Stefany Rengifo Perez, identificado con DNI (N°)
OTRO () N°: 70089009, egresado de la Escuela de POSGRADO de la Universidad
César Vallejo, autorizo la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado
"Gestión Municipal y su Relación con la Promoción
Turística en el Gobierno Local de la Provincia de
Cayabamba, 2011" en el Repositorio
Institucional de la UCV (<http://dspace.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo
822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Observaciones:

.....
.....
.....


FIRMA

DNI: 70089009

FECHA: 11-06-18



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**"Gestión Municipal y su relación con la Promoción Turística en el
Gobierno Local de la provincia de Moyobamba, 2017"**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER
EN GESTIÓN PÚBLICA**

AUTORA:

Br. Ángela Stefany Renglfo Pérez

ASESOR:

Dr. Hipólito Percy Barbarán Mozo

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Dirección

**TARAPOTO – PERÚ
2018**



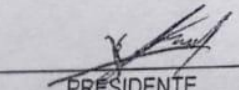
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS


En la Ciudad de Tarapoto; a los cinco días del mes de marzo del año dos mil dieciocho, siendo las *3:00 pm.*, en mérito de la Resolución Directoral Académico N°116-2018/DPG-UCV-FT.

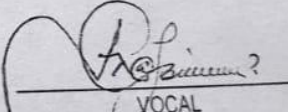
Se procedió a recibir la Sustentación de la Tesis Titulada "Gestión Municipal y su Relación con la Promoción Turística en el Gobierno Local de la Provincia de Moyobamba, 2017" de la MAESTRIA EN GESTIÓN PÚBLICA 2016-02 TARAPOTO; presentado por la bachiller Rengifo Pérez Ángela Stefany, ante el Jurado evaluador conformado por los siguientes Docentes:

Presidente : Mg. Keller Sánchez Dávila
Secretario : Mg. Wilson Torres Delgado
Vocal : Dr. Hipólito Percy Barbaran Mozo

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas formuladas por los miembros del Jurado, se tomó la decisión de..... *Aprobar por mayoría (15)*..... la Sustentación de la Tesis. Siendo las..... *4:00 pm.*..... se dio por concluido el presente acto firmado:


PRESIDENTE
Mg. Keller Sánchez Dávila


SECRETARIO
Mg. Wilson Torres Delgado


VOCAL
Dr. Hipólito Percy Barbaran Mozo