



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
GESTIÓN PÚBLICA**

**Gestión turística y calidad de servicios en una unidad ejecutora
regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Gestión Pública**

AUTOR:

Rengifo Ramirez, Demetrio Tercero (orcid.org/0000-0002-8971-9972)

ASESORES:

Dr. Ayala Asencio, Carlos Enrique (orcid.org/0000-0003-4764-4359)

Dr. Castilla Barraza, Jaime Gabriel (orcid.org/0000-0001-8234-9449)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Reforma y Modernización del Estado

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2024

Dedicatoria

A mi amada esposa Nisa Valencia y a mis hijos Tessy, Diana, Anndy y Tomilick quienes fueron la fuente de inspiración y fortaleza en el proceso para la obtención del grado de maestro en Gestión Pública.

Agradecimiento

Agradezco a la Universidad César Vallejo, a mis asesores Dr. Carlos E. Ayala Asencio y al Dr. Jaime G. Castilla Barraza por sus sabias enseñanzas y fortalecimiento de sabiduría en el desarrollo de la tesis para la obtención del grado académico de maestro en Gestión Pública.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	17
3.1 Tipo y diseño de la investigación	17
3.2 Variables y operacionalización	18
3.3 Población, muestra, muestreo	19
3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos	21
3.5 Procedimientos	22
3.6 Método de análisis de datos	22
3.7 Aspectos éticos	23
IV. RESULTADOS	24
4.1. Análisis Estadístico de los Resultados Descriptivos	24
4.2. Prueba de normalidad	26
4.3. Análisis de Resultados Inferencial	27
V. DISCUSIÓN	32
VI. CONCLUSIONES	40
VII. RECOMENDACIONES	42
REFERENCIAS	44

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 <i>Descripción de frecuencia de la V1 y sus dimensiones</i>	24
Tabla 2 <i>Descripción de frecuencia de la V2 y sus dimensiones</i>	25
Tabla 3 <i>Prueba de la normalidad</i>	26
Tabla 4 <i>Prueba de la normalidad</i>	26
Tabla 5 <i>Prueba de Correlación de las variables gestión turística y calidad de servicio</i>	27
Tabla 6 <i>Prueba de correlación de la Planificación y la variable calidad de servicio</i>	28
Tabla 7 <i>Prueba de correlación de la Organización y la variable calidad de servicio</i>	29
Tabla 8 <i>Prueba de correlación de la Dimensión Ejecución y la variable calidad de servicio</i>	30
Tabla 9 <i>Prueba de correlación de la Dimensión Control y la variable calidad de servicio</i>	31

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1 <i>Esquema del diseño</i>	18

Resumen

La tesis tuvo como propósito determinar la asociación entre la gestión turística y calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, correspondió a una investigación básica. Se realizó un diseño no experimental, transaccional, el cual se realizó con una población compuesta por usuarios, de los cuales se trabajó con 60 usuarios, quienes participaron de la encuesta. Se emplearon cuestionarios, en los que se han consideraron ambas variables. Así mismo, se ejecutó un piloto del instrumento el cual tuvo como coeficiente Alfa igual a 0.930 para la primera variable y 0,960 en la segunda, presentando una confiabilidad buena de las mismas. Se ejecutaron procedimientos de tipo estadísticos, se pudo establecer la existencia de correlación positiva teniendo un coeficiente de 0.743, entre las variables gestión turística y calidad de servicio, presentando una significancia bilateral de $p\text{-valor}=0,000=0\% < 5\%$, con un nivel de confianza al 95%; por lo cual, se refuto la hipótesis nula. Lo cual implica, que la primera variable presenta una asociación significativa con la segunda, en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali. El estudio concluyó que, si se mejora la gestión turística también mejora la calidad de servicio.

Palabras clave: Gestión turística, planificación, ejecución, control.

Abstract

The purpose of the thesis was to determine the association between tourism management and service quality in a regional executing unit of the foreign trade and tourism sector in Ucayali and, corresponded to basic research. A non-experimental, transactional design was carried out with a population composed of users, of which 60 users participated in the survey. Questionnaires were used, in which both variables were considered. Likewise, a pilot of the instrument was carried out, which had an alpha coefficient of 0.930 for the first variable and 0.960 for the second, showing good reliability. Statistical procedures were carried out and it was possible to establish the existence of a positive correlation with a coefficient of 0.743 between the variables tourism management and quality of service, presenting a bilateral significance of $p\text{-value}=0.000=0.000=0\% < 5\%$, with a confidence level of 95%; therefore, the null hypothesis was refuted. This implies that the first variable has a significant association with the second, in a regional executing unit of the foreign trade and tourism sector in Ucayali. The study concluded that if tourism management is improved, the quality of service also improves.

Keywords: Tourism management, planning, execution, control.

I. INTRODUCCIÓN

En Europa y las Américas se puede verificar como la actividad turística se ha innovado, siendo este sector un motor para el progreso y el crecimiento económico a nivel global, lo cual va a referir una gran responsabilidad en la gestión, a partir de una perspectiva que resulte un enfoque sostenible para el desarrollo de una oportunidad absoluta en las comunidades locales, observando a largo plazo la obtención de buenos resultados, lo que ha permitido recuperar y generar oportunidades de desarrollo (OMT, 2019).

Las actividades turísticas han experimentado un incremento de carácter exponencial, que se han llegado a diversificarse, convirtiéndose en uno de los rubros económicos de mayor crecimiento, así como en un importante medio para el desarrollo socioeconómico, que permite mantener continuidad dentro de un entorno sostenible para el desarrollo de productos regionales y mejores estándares de monitoreo, que sugiere formas de difundir buenas prácticas en todo el mundo (Becken y Lane, 2020). No obstante, en el tiempo se ha podido evidenciar cierto nivel de deficiencia en la gestión turística, en razón a una gestión inadecuada del manejo de recursos en las entidades públicas y privadas. Por ende, no ha sido posible alcanzar lo proyectado para el cumplimiento de los objetivos: entre ellos los relacionados a la prestación de servicios, que lamentablemente resultan inadecuados los tiempos de atención, así como la poca celeridad de los trámites que se realizan (Mendoza y Mendoza, 2018).

En el ámbito nacional la gestión turística en los organismos públicos conlleva asumir desafíos que se orientan a la implementación de procesos, los cuales tienen por propósito la mejora de la atención que se brindan, que orienten a encaminar aspectos positivos en la atención de los usuarios, factor crucial de los servicios públicos, encaminados a lograr la satisfacción en los mismos (Alawneh y Batiha, 2013). Por otra parte, Soledispa et al. (2020) refieren con relación al rol de la nación, que en la gestión se presentan algunas situaciones que evidencian ineficacia frente a la resolución de los problemas, como la burocracia y los procesos con tiempos ineficaces.

Asimismo, en la calidad del servicio, es necesario indicar el avance tecnológico de las TIC permitiendo que los usuarios se comuniquen e interactúen con más frecuencia, permitiendo que se automaticen los procesos de atención al

cliente, el cual fortalecen el posicionamiento en el mercado aumentando la relación con los clientes. Por lo tanto, permiten que los asistentes virtuales influyan positivamente en la atención a los clientes ya que permite mejorar los indicadores de empatía, confiabilidad en la atención y la capacidad de respuesta (Valdiviezo et al., 2023).

Se observa que entes de orden público, están orientados a buscar satisfacer las expectativas de los demandantes de los servicios, mejorando la prestación de servicios, buscado posicionarse por la atención como referentes institucionales (Lizano y Villegas, 2019). En la misma línea Dill'Erva (2021) menciona que en las entidades públicas se están modificando los paradigmas de índole individualista por una visión nueva gerencial, más flexible, dinámica y de eficacia, evidenciada en los atributos del servicio. Así también, Barrera y Ysuiza (2018) refieren que se debe procurar la construcción de entornos solidarios, pacíficos y sustentables, cuyo objetivo es la reducción de reclamos de los usuarios. En ese sentido, la Ley N° 27658 busca garantizar mejores resultados en la gestión pública, la cual tiene como característica una adecuada atención, a través de la gestión óptima de los recursos públicos orientados a la reducción de brechas.

En el contexto local se han realizado indagaciones acerca de la calidad de servicios en una dirección sectorial del gobierno regional de Ucayali, en la cual se evidenció una deficiente prestación de servicios públicos, debido a los procedimientos administrativos burocráticos relacionados a la gestión turística y calidad de servicio. Asimismo, otros estudios coinciden en identificar que en muchas ocasiones el gestor no se encuentra apto para resolver requerimientos del usuario, así también no se dispone de una adecuada infraestructura, así como elementos apropiados para cumplir su función de forma eficaz; se pudo inferir que una gestión más eficiente genera efectos de forma directa en la calidad de atención.

Se tiene como problema general: ¿Cuál es la relación entre la gestión turística y calidad de servicios en una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023? Además, se plantearon como problemas específicos: (i) ¿Cuál es la relación de la planificación turística y calidad de servicios en una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023; (ii) ¿Cuál es la relación de la organización turística y calidad de servicios en una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023?; (iii) ¿Cuál es la relación de la ejecución y

calidad de servicios en una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023?; y, (iv) ¿Cuál es la relación del control turístico y calidad de servicios en una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023?

La justificación teórica, facilitó establecer debates para la reflexión del conocimiento de la teoría y los resultados. La indagación tuvo por propósito incrementar el conocimiento en razón a la posible asociación entre las variables. La perspectiva de la justificación metodológica está basada en proporcionar instrumentos fiables y validos en el proceso investigativo. Durante el desarrollo del estudio se formuló la implementación de procesos metodológicos, entre ellos de los instrumentos, elementos esenciales en la investigación para obtener información de la muestra del estudio. La justificación social, propuso resolver problemas del marco social, lo cual serán elementos de referencia para la implementación de posibles soluciones. Los resultados que se obtuvieron del estudio, facilitó identificar la implementación de acciones para la mejora del servicio. La justificación práctica, propuso una posible solución a los problemas a través de estrategias y mecanismos a implementarse. La indagación a partir de sus hallazgos buscó, mejorar el ámbito de las actividades en la dirección, facilitando el trabajo para un manejo más eficiente (Méndez, 2012).

El objetivo general es: Determinar cuál es la relación de gestión turística y calidad de servicios en una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023. Asimismo, como objetivos específicos: (i) Identificar cuál es la relación de la planificación turística y calidad de servicios en una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023; (ii) Identificar cuál es la relación de la organización turística y calidad de servicio en una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023; (iii) Identificar cuál es la relación de la ejecución y calidad de servicios en una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023; y, (iv) Identificar cuál es la relación del Control turístico y calidad de servicios en una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023.

Del mismo modo, se formuló la hipótesis general: Existe relación entre gestión turística y calidad de servicios en una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023. Lo propio se ha hecho

para las hipótesis específicas: (i) Existe relación entre la planificación turística y calidad de servicios en una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023; (ii) Existe relación entre la organización turística y calidad de servicios en una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023; (iii) Existe relación entre la ejecución y calidad de servicios en una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023; y, ((iv) Existe relación entre el control turístico y calidad de servicios en una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023.

II. MARCO TEÓRICO

Respecto a las investigaciones a nivel internacional, a Rojas et al. (2020) quien plantea como perspectiva de indagación, establecer lo idóneo de los servicios prestados por las pequeñas empresas en Colombia. La metodología correspondió al modelo descriptivo, no experimental, de correlación, se tuvo como población 50 empresas, las cuales estuvieron representadas por un colaborador, teniendo como resultado a través del estadígrafo de Pearson una correlación de 0.025. Por lo cual, resulta esencial para las empresas el poder brindar un buen servicio, para alcanzar los objetivos relacionados a la atención en sus necesidades y expectativas, con lo que resulta esencial una adecuada prestación de servicio a los clientes.

De igual forma, Tonato (2023) en su propósito de determinar si existe relación entre gestión y desarrollo turístico en el Cantón Salcedo de Ecuador. Se empleó el tipo descriptivo de correlación transaccional, se empleó una muestra de 363 habitantes. El estadígrafo de Spearman reveló la correlación que existe entre la gestión y el desarrollo turístico. Se determinó, que la gestión hace posible el desarrollo del turismo, lo que contribuye finalmente a mejorar el desarrollo turístico a través de una adecuada coordinación entre organismos públicos y privados que contribuyan a mejorar la satisfacción de los turistas, expresados en la calidad del servicio recibido dentro del Cantón Salcedo.

Así también Contreras (2021) en su estudio tuvo por propósito corroborar información sobre la competencia de la idoneidad en la prestación de los productos de las empresas de servicios turísticos en lugares turísticos de Colombia. Se empleó en la metodología, una de tipo descriptivo de correlación. Se logró como resultados a través del estadígrafo de Spearman un valor de 1.00, el cual muestra un resultado esencial en el efecto a la calidad de los servicios en los distintos espacios turísticos, el cual genera gran interés para el sector del turismo a implementar acciones que contribuyan a desarrollar fortalezas, así como aquellas que buscan disminuir las brechas en los servicios para la mejora de la percepción del usuario en el escenario de los destinos turísticos, los cuales se constituyen en espacios de enorme interés para el turista. De la indagación se pudo comprobar que es muy significativo la participación de las entidades del sector, el cual puedan coordinar de forma activa, facilitando acciones que puedan suministrar servicios turísticos.

Por otro lado, Guerrero & Guamán (2022) en su investigación del artículo científico de naturaleza exploratorio, se efectuó en la Universidad de Ecuador, en el que se empleó el enfoque cuantitativo, en el que participaron habitantes comunitarios en la prestación de servicios en el Cantón de Riobamba, una de tipo descriptivo a través del uso del estadístico Rho de Spearman ($Rho=0,320$, $p=0,000$). Se llegó a la conclusión en la realización de la implementación de acciones turísticas, de una forma que se pueda adoptar una cultura financiera que ha repercutido de forma positiva en la gestión turística contribuyendo a generar eficacia, así como el mejor uso de los recursos en los lugares donde se buscan apoyar la gestión turística, lo cual redundará en incrementar el horizonte de adelanto de las sociedades y que esto beneficie finalmente en la mejora de los servicios turísticos, generando mayor valor en la precepción de la experiencia de los usuarios demandantes de los servicios turísticos.

En la misma perspectiva, Vikram et al. (2020) en su artículo de investigación refiere al turismo de la ciudad de Padang en Indonesia, por la cual se realizó la estrategia de un desarrollo turístico centro y turismo puerta de enlace para Oeste Sumatra, en el que se desarrolló la intención de cómo relaciona la gestión de recursos con la satisfacción, que influían en incrementar la probabilidad de que el turista vuelva a repetir la experiencia turística, los cuales estaban asociados a la calidad en del servicio; la investigación fue de carácter descriptivo, en el que se emplearon técnicas cuantitativas como encuestas, la cual se desarrolló entre los visitantes de la ciudad de las Rosas de Jaipur, a través de una muestra de 360 participantes. Se estableció, que los demandantes del servicio turístico al seleccionar un lugar a visitar, la experiencia de su estadía era muy relevante; lo cual se consideró esencial por el proveedor del servicio y por la cual se debe de invertir para mejorar los atributos de su servicio orientados a que esta sea muy satisfactoria, por lo que se incrementa la probabilidad de que el turista quiera volver a repetir la experiencia, esto se vio corroborado estadísticamente en un 64,2% como una variación positiva significativa, en relación con las intenciones de repetir la experiencia turística.

En relación con las investigaciones en el ámbito nacional se cita a Bustamante (2022) quien en su indagación buscó establecer la asociación entre la gestión turística y la gestión de una entidad en la región de Amazonas. Se logró a través de una indagación básica de perspectiva cuantitativa de correlación, una

muestra de 25 participantes. Se tuvo como resultados, ($Rho=0,644$, $p=0,000$) entre las variables. Se arribó a la conclusión, que las organizaciones turísticas requieren implementar mecanismos turísticos debido a las expectativas de los visitantes, debido a que se ha podido evidenciar en sus comportamientos y percepciones de los turistas, en el que se considera y aprecia el ámbito de la cultura de los viajeros y de los pobladores, es decir de su propia cultura.

Alvarado (2023) realizó una indagación sobre la asociación de la gestión turística y calidad del servicio, se investigó con una perspectiva cuantitativa, de tipo descriptiva, no experimental y transaccional, se empleó una muestra de 66 personas. Los resultados obtenidos fueron de ($Rho=0,012$, $p=0,000$) en relación con los encuestados se percibió y reflejaron, que la gestión turística presenta un rango aceptable, en consecuencia, los servicios prestados son eficientes, presentando capacidad de respuesta, así como de la seguridad y empatía los cuales resultan elementos tangibles para los turistas. Se finiquitó que existe asociación con las variables de gestión turística y calidad de servicio.

Rivadeneira (2019) en su indagación respecto a la calidad del servicio y satisfacción del cliente en Perú, tuvo por intención conocer la eficiencia de servicio y su asociación a la satisfacción, utilizando la metodología de indagación del paradigma cuantitativo, de diseño no experimental. La muestra fue formada por 50 participantes, los cuales requirieron servicios en el ámbito tradicional en la ciudad de Lima. Se obtuvieron como resultados ($Rho=0,132$, $p=0,000$), un nivel moderado de la eficacia del servicio, así como también en su percepción. Se logró a la conclusión demostrando que, si mejora el servicio, también mejorará la satisfacción del consumidor, el cual las vivencias que tuvieron con el uso del servicio resultaron positivas, para ello es importante la comunicación externa de los proveedores frente a algún problema en el que fueron resueltos de forma satisfactoria, lo cual fortalece la percepción de calidad del servicio.

Prado (2022) en relación con la asociación de la gestión turística y la calidad del servicio en el marco gubernamental de una gerencia regional. El estudio se realizó a través del paradigma cuantitativo, descriptivo no experimental correlacional, la muestra de 27 servidores del ente público. Lográndose como resultados que un aproximado del 59%, perciben como de regular la gestión turística, el 59% la perciben como de nivel regular, así también el 70% manifestaron calificar de regular la disposición del servicio, finalmente, que existe asociación

entre las variables con un Spearman ($Rho=0,644$, $p=0,000$), presentando una relación directa. Se determinó que la gestión turística en el ente público se realiza de forma adecuada, promoviendo actividades, que redundan en la mejora de los atributos en la prestación de servicios por los proveedores turísticos elevando la calidad de los servicios, que también redundan positivamente en el visitante, así como en la población la cual será beneficiada, por lo que es necesario establecer condiciones para su desarrollo y adecuada condición de vida.

Silva et al. (2021) en su investigación refieren a la asociación de la capacidad del servicio de entidades que participan en el sector turismo con relación a la satisfacción de los visitantes a Canchaque, en Piura, la indagación correspondió a un paradigma cuantitativo, de tipo descriptivo de correlación, así mismo transaccional. Se obtuvo como resultado un Spearman de ($Rho=0,349$, $p=0,000$). Se concluyó que existe un incremento de la demanda en las actividades de orden turístico, así como el interés de los visitantes, los cuales buscan involucrarse con los usos culturales de los lugares que visitan, esto ha generado un mayor desarrollo de las Mypes en los distintos contextos, llámese urbano y rural, motivo por el cual resulta esencial generar condiciones para fortalecer y mejorar la disposición de la prestación de servicios, los cuales deben de ser los más idóneos en materia de turismo. En la toma de decisiones, la administración viene asociada a las habilidades de índole directivas y de manera positiva respecto de la competitividad (Morales, et al., 2023).

La indagación se desarrolló en base al enfoque de la gestión turística, según lo descrito por Mincetur (2014) la cual menciona sobre la gestión de un lugar turístico que resulta cambiante debido a las necesidades, que comprende también, el analizar, así como estudiar el medio socioeconómico de las actividades turísticas, comprenden cuatro dimensiones.

Respecto a la primera dimensión se tiene a la planificación, la cual consiste en establecer planes de acción en el destino turístico, la cual ha de ejecutarse por el ente público correspondiente, coordinando con los distintos actores involucrados a través de las mejoras en la ejecución de proyectos e inversiones turísticas para ello ha de considerarse la infraestructura, capacidades y la competitividad del destino turístico. El desarrollo de productos turísticos obedece al mercado turístico en el que se debe definir los ejes de acción, orientado a la satisfacción del cliente, buscando cumplir sus expectativas, implementación de estrategias y promoción de

los destinos turísticos. La gestión turística está representada por el esfuerzo en buscar mejorar la comercialización de los atractivos turísticos en los ámbitos internacional, nacional o local.

Para la segunda dimensión, denominada organización, se hace referencia al proceso, por medio del cual se han de estructurar la gestión de los recursos físicos y humanos, cuyo fin es alcanzar los objetivos establecidos, a través de una forma ordenada de trabajo, así como la asignación de tareas, estableciendo responsabilidades, así como la realización de actividades en los tiempos adecuados (Bastidas,2018). La organización turística comprende el orden que se han de desarrollar las actividades, considerando los recursos y la temporalidad el cual también comprende la calendarización para implementar las actividades que están orientadas a generar adecuadas condiciones turísticas, que se han establecido en planes previamente diseñados (Barbarán, 2018).

Como tercera dimensión, se tiene a la ejecución, la cual se concibe como la ejecución de diferentes actividades de índole turísticas, las que han sido programadas por la entidad con anterioridad de acuerdo a lo planificado, estableciendo coordinaciones convenientes y apropiadas con el fin de que se cumpla de acuerdo a lo establecido, implica la participación de los colaboradores quienes han de asumir funciones, así como responsabilidades realizadas de manera eficiente y eficaz (Ríos, 2018).

Como cuarta dimensión, se entiende al control turístico como el proceso a través del cual se implantan medidas que evalúen el cumplimiento, como los estándares de desempeño que permitan realizar de forma inicial el monitoreo, posteriormente el seguimiento y finalmente la evaluación, lo que permite verificar los avances alcanzados de las actividades desarrolladas, así como el nivel de logro, y de ser necesario la implementación de medidas correctivas sobre aquellas actividades que presentaron dificultades y limitaciones para alcanzar los resultados esperados (Barbarán, 2018).

Sobre la gestión turística, la OMT refiere que se debe de tener en cuenta tres aspectos esenciales para una eficaz gestión de destinos; de forma inicial el liderazgo de tipo estratégico, luego se formula la planificación y finalmente la gobernanza, que son pilares que van a garantizar que un determinado destino turístico se constituya en altamente competitivo, a la vez sostenible y por consecuencia sobresaliente, estableciéndose en un eje para la ejecución en una

comunidad en el ámbito geográfico en el que se desarrolle. Respecto a la variable gestión turística, se precisa que la gestión turística está esencialmente relacionada con los atractivos turísticos, con la infraestructura, la promoción, así como la planificación, se realiza de forma responsable, haciendo posible que ésta sea sostenible mediante un proceso de gestión eficaz OMT (2022).

De lo manifestado sobre la gestión del turismo se ha determinado como primera dimensión al liderazgo estratégico, sobre la cual refiere la OMT (2022); la expresa como aquella capacidad de ver posible asociar las fortalezas y conocimientos y con buena disposición para la implementación de estrategias que resulten eficaces, a partir de alianzas necesarias entre entes públicos y privados para orientar una eficaz gestión de destinos turísticos, en razón al conjunto de conocimientos, capacidades y aquellas habilidades que resulten eficaces para una gestión efectiva, que permita el desarrollo de fortalezas para enfrentar retos o desafíos en escenarios cada vez más competitivos y en un entorno global de alta competencia. En cuanto a la segunda dimensión la planificación turística, es aquel proceso a través del cual se orienta a un desarrollo sostenible, que hace posible el crecimiento del desarrollo turístico. En la misma perspectiva, se busca abordar el estudio del turismo dentro de una orientación sistémica, que facilite la identificación de todos los elementos que la constituyen y permiten gestionar su funcionalidad, dejando de lado la discusión recurrente respecto a que si el turismo tiene como característica ser sistémica (Capani y Poma, 2018).

Con relación a la tercera dimensión la gobernanza, se puntualizó como un elemento esencial para la gobernanza turística para una gestión eficaz de destinos de índole turísticos, como aquel proceso que facilita el plantear acciones, orientado a garantizar una gestión eficaz de un destino turístico, la cual está asociada al desarrollo humano, quienes participan como actores que interactúan dentro de un contexto turístico, orientados a establecer negociaciones, así como fortalecer la confianza. Dentro de la perspectiva socio ambiental, la gobernanza debe identificarse como una acción que permita conocer el nivel del logro del desarrollo alcanzado, a través de los atractivos turísticos y a partir de la gestión eficaz de los gobiernos nacionales, regionales y locales del sector turístico, en el que el elemento esencial es la coordinación de los distintos actores como operadores, regionales y locales (Simancas, 2018).

Sobre la gestión turística la Cooperación Suiza - SECO (2019) describe como la asociación de organizaciones diversas, las cuales se relaciona al servicio turístico de forma coordinada con los actores participantes quienes tiene por propósito mejorar la realidad presente, cuya perspectiva es beneficiar el destino turístico. Así como también se debe de tener en cuenta tres dimensiones esenciales para hacer posible el desarrollo de una gestión turística eficaz y competitiva, por lo que se consideraron tres dimensiones asociadas a la gestión turística.

La primera dimensión, la planificación turística, permite planificar con el apoyo de los actores que participan y se encuentran relacionados a la gestión turística a través de periodos de corto, mediano y largo plazo, desarrollando proyectos de inversión, las cuales permitan invertir en la búsqueda de mejorar los destinos turísticos, brindando mejores condiciones para los visitantes, también se promueve la capacitación a la comunidad del destino turístico a través de brindar un buen trato al visitante, así como información sobre turismo y mejorar los medios de accesibilidad que faciliten la adecuada llegada a un destino turístico (Cooperación Suiza - SECO, 2019).

La segunda dimensión, el desarrollo de productos turísticos en el que se desarrollaron los servicios y productos que serán ofertados en el mercado y establecer como propósito principal acciones favorables a brindar una excepcional experiencia para el visitante. Se debe de tener presente el estado en el que se encuentran las instalaciones, procurando potencializar los atractivos en la búsqueda de conseguir una buena afluencia de turistas, para ello las actividades a desarrollarse deben ser muy activas, así como también fortalecer la identidad cultural a través de su difusión (Cooperación Suiza - SECO, 2019).

Respeto a la tercera dimensión, promoción del lugar turístico, es esencial para el desarrollo turístico, establecer coordinaciones entre distintas jefaturas que apoyen a la gestión promocional, de esta forma se promocionará por intermedio de la publicidad, medios de comunicación masivos (TV, radio, redes sociales entre otros), el propósito esencial debe enfocarse de manera precisa en el posicionamiento a través de estrategias de comunicación y promoción (Cooperación Suiza - SECO, 2019).

En cuanto a la teoría sobre la calidad de servicio, es una destreza que utilizan las organizaciones de manera eficaz, en razón al cumplimiento de los requisitos distintos de los consumidores, los que exigen un servicio de acuerdo con sus

necesidades, buscando cubrir de manera eficiente con sus expectativas (Morles,2021). Adicional a ello, la calidad del servicio puede conducir a generar comportamientos positivos, favorables y desfavorables entre los clientes (Hjelt y Syynimaa, 2019). En la misma línea, Terán et al. (2021) refiere sobre la calidad de servicio, que es aquel vinculo que comparten la empresa y el consumidor que tiene por propósito cubrir sus necesidades y problemas buscando ocuparse de distintas formas. Por otro lado, Rincón (2021) puntualizó como esencial la búsqueda de orientarse a mejorar y perfeccionar el servicio, utilizando distintos métodos que permitan incrementar el rendimiento.

Según Pérez et al. (2018) indica sobre la satisfacción de los clientes, presentando distintos niveles propuestos para determinar la aceptación, así como también limitaciones sobre las tolerancias establecidas de forma legal, orientando a una búsqueda continua de satisfacción que debe de ser cuantificada, así como buscar tener control sobre su variación. Por otro lado, Burgasí et al. (2021) puntualizó sobre la calidad de los servicios, la que tiene por propósito el diseño y la elaboración de los servicios y que este se preserve satisfaciendo al cliente, planteando de una forma adecuada el control, en el que se direcciona la reestructuración de la organización a partir de un cambio que permita alcanzar sus objetivos a través de sus estrategias.

Sobre la teoría de la calidad, para Zeithaml et al. (1988) mencionó al modelo SERVQUAL, como aquello que está relacionado a la satisfacción del cliente, así mismo como la impresión inicial el que busca atender. Generar una expectativa, superando lo propuesto de forma inicial, lo que traerá consigo el incremento de la calidad a un nivel superior que inicialmente se percibió. Para hacer posible alcanzar la calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL no sólo comprende las áreas de índole productivas, sino debe de ser asumida como una responsabilidad compartida por los integrantes, con la participación de todas las áreas relacionadas a las actividades de desarrollo en el lugar.

El modelo SERVQUAL presenta cinco dimensiones que facilitan la evaluación de la calidad del servicio, considerando a los elementos tangibles, la fiabilidad, la empatía, la seguridad; así como, la capacidad de respuesta, las cuales se pueden implementar a cualquier organización o ente que pueda brindar un producto o un servicio.

Como primera dimensión se tiene a la fiabilidad, en la cual se desarrolló e implementó el servicio, en el que se ejecutó el servicio que se ha convenido de la forma más cuidadosa posible, es decir se brindó de forma más correcta, buscando reducir el nivel de errores desde la etapa inicial, de forma precisa la confiabilidad o fiabilidad, que es la búsqueda de cumplir como organización o ente sobre acciones realizadas. Los clientes van a preferir la realización de negocios con una organización que cumpla con aquello que ha prometido, siendo mayor el compromiso con aquellos pertenecientes a los servicios (Parasuraman et al., 1988).

Para la segunda dimensión, correspondió a la capacidad de respuesta, esta comprende ofrecer apoyo al cliente o usuario y disposición que facilite el poder ofrecer un servicio. La responsabilidad refirió a una parte esencial, la que comprende a la comunicación como factor esencial de quien presta el servicio y el cliente en un periodo determinado para ser atendido, respondiendo a sus interrogantes sobre determinada comunicación que esta requiera (Parasuraman et al., 1988).

La tercera dimensión, comprendió a la seguridad, en la que el cliente depositó su compromiso en la organización el cual va a implicar generar seguridad, así como rapidez del servicio a través de un buen comportamiento a que se pueda ganar la confianza por parte del empleado. El individuo requiere sentirse seguro, más aún si se le está prestando el servicio de un servicio, debido a la relación personal entre clientes y empleados (Parasuraman et al., 1988).

Para la cuarta dimensión, la empatía, toda la organización debe de atender al cliente con mucho cuidado, de forma personalizada y se perciban como importantes. Al dirigir la organización, se debe de tener en cuenta recomendaciones, lo que permitirá desarrollar una buena relación con el cliente, esta dinámica de interacción permitirá conocer con mayor profundidad las características de sus requerimientos que faciliten una disposición de fidelidad por el cliente (Parasuraman et al., 1988).

Referente a la quinta dimensión, corresponde a los elementos tangibles, es aquel componente, el cual es más percibida por el cliente sobre el servicio que se oferte al cliente, en la cual se mencionan aspectos sobre instalaciones físicas en la que las personas se encuentran laborando, los equipos que se hallan operando y todo aquello que forma lo tangible y que es utilizado para la valuación de la calidad de este. Las organizaciones que no consideran dichos elementos en el proceso de

planificación del negocio posiblemente tengan dificultades al realizar otros planes que fueron formulados que conlleven a mejorar la calidad del servicio (Parasuraman et al., 1988).

Tigani (2006) indicó que: “Es importante que el servicio esté conformado con características específicas o dimensionadas, por lo mismo que agregan valor, dar soluciones y satisfacciones al cliente” (p.15). Es decir que la empresa tiene que tomar en cuenta factores importantes de resolución para el cliente, como valores agregados en sus bienes y servicios, dar soluciones en tiempos determinados. Dentro de la calidad de servicio, el autor manifiesta siete dimensiones: (1) la respuesta, (2) la atención, (3) la comunicación, (4) la accesibilidad, (5) la amabilidad, (6) la credibilidad; y, (7) la comprensión.

La primera dimensión referida a la respuesta, se le concibe como la capacidad de acción que se tiene frente al cliente, es un indicador que ayuda saber que se encuentran preparados para cualquier momento que lo soliciten, refieren que, si no se encuentran preparados, se convierte en una debilidad que perjudica frente al cliente. Además, se tiene que estar dispuesto para para cualquier caso que se nos presente, ya que, si no se toma en cuenta este atributo, nos deja ineficientemente frente al cliente.

La segunda dimensión se refiere a la atención, en el que se utiliza diversos elementos que deben ser atendidos, recibidos, escuchados, parecidos y ayudados, ofreciendo una adecuada información hace que el cliente regrese.

La tercera dimensión relacionada a la comunicación debe ser clara, que el cliente entienda y sea entendido a través del mensaje adecuado. El vocabulario debe ser fácil de entender con respecto a la forma como se debe de dirigirse, sin utilizar términos coloquiales ya que no es de fácil comprensión. La comunicación debe ser clara, concisa y formal sin utilizar jerigonza que los clientes posiblemente no entiendan

La cuarta dimensión referente a la accesibilidad, el autor describe como el medio de varias situaciones que se presenta en un determinado momento que se requiere el servicio; considerando la ubicación, la atención a las llamadas por teléfono a contestar, la cantidad de personas que realizan las llamadas solicitando algún servicio y no fueron atendidos a tiempo, por lo tanto, es importante considerar la cordialidad del servicio.

La quinta dimensión hace referencia a la amabilidad, indicando que se debe de ser capaz de mostrar afecto por clientes tanto interno como externo. Además, muchas personas pueden ser susceptibles a la forma de cómo lo tratan, hay situaciones donde se puede ver estos cambios que suele suceder. Por lo que debemos de tener en cuenta los reclamos, quejas, mala información, no tomar una postura irritable y atención de mala voluntad. Tenemos que generar afecto por los clientes, siempre respetando, ya que muchas personas son sensibles a la forma que se le trata.

Con relación a la sexta dimensión, el autor define como credibilidad, no desinformar o mentir a los clientes, ya que una mentira hace que los consumidores pierdan la confianza. No manifestar algo que realmente no se llegue a cumplir ya que eso puede afectar la credibilidad. La generación de falsas expectativas solo llegaría a perjudicar a la organización, faltando a la verdad y al compromiso con el cliente. Mentir al cliente es un atentado a la credibilidad como empresa y vulnerabilidad de la dignidad del cliente y solo va a esperar más mentiras de parte de los que proveen el servicio

La séptima dimensión referida a la comprensión, indica que los servicios al cliente o usuario son importantes, hace referencia a los deseos y necesidades de cómo se comportan y que les motiva, que les gusta y lo que no les gusta, es decir el conocimiento del cliente influye en la comprensión de cómo ven el servicio. Por lo tanto, es importante la solución que das a la necesidad del cliente (Molina, 2014).

Asimismo, Julia y Porsche (2002) afirmaron sobre la calidad de servicio que es aplicable a cualquiera de los tipos actividad intangible o de organización. Para la primera dimensión hacen referencia a los elementos de intangibilidad, que refiere al equipamiento de aspecto moderno, es decir tener buenas instalaciones visualizan una mayor atracción para los clientes, de la misma manera que los trabajadores correctamente formados y uniformados. Con relación a la segunda dimensión referente a la fiabilidad, se indica que es importante el cumplimiento de promesa, inmediata solución de los problemas, acciones rápidas en los servicios, cumplimiento del plazo acordados y ser asertivo son trascendentales para los clientes. Para la tercera dimensión referido a la capacidad de respuesta, manifestaron que los trabajadores deben ser comunicativos y asertivos, que tomen acciones inmediatas y estén dispuestos en ayudar. La creatividad, colaboración y recursivos son parte de la capacidad de la respuesta que debe tomarse en cuenta.

Para la cuarta dimensión relacionada a la seguridad, mencionaron que el trabajador debe transmitir confianza, eso hace que el cliente se sienta seguro. Asimismo, la amabilidad y formación debe ser parte de ello. Para la quinta dimensión respecto a la empatía, indicaron que debemos tener horarios convenientes, contar con una buena atención personalizada, preocuparnos por los intereses y entender las necesidades del cliente.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de la investigación

3.1.1 Tipo de investigación

La presente indagación fue de tipo básica y evaluó los resultados de la asociación de la gestión turística y la calidad de servicios, lo que facilitó poder conocer aspectos de carácter teórico de la problemática estudiada a partir de las bases teóricas, teniendo como beneficio un mayor conocimiento con relación al fenómeno que se ha estudiado. La información que se ha obtenido a través de este medio indicó que es posible emplearse en casos similares, motivo por el cual su utilización proporcionó oportunidades muy significativas a partir de su difusión. Esta investigación es de enfoque cuantitativo, en el cual se emplearon instrumentos, a través del cual se realizaron las mediciones, así también se efectuó la calificación de la información como producto de la recolección, empleando distintos procedimientos (Concytec, 2018).

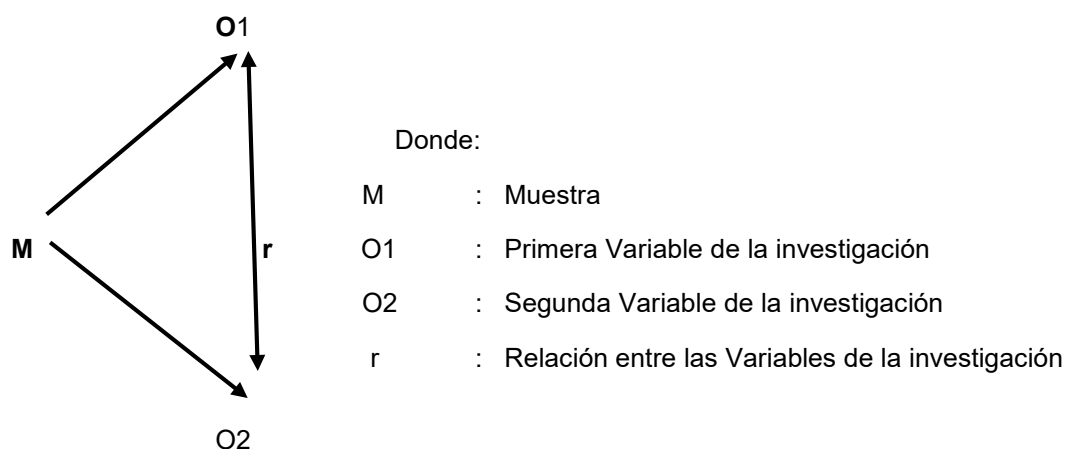
3.1.2 Diseño de investigación

Es de carácter no experimental, en razón que no es permitido realizarse bajo ninguna forma alguna manipulación por el investigador respecto de las variables, conservando la naturalidad del fenómeno o evento estudiado; así también es de corte transaccional.

Según Méndez, (2012) el cual refirió sobre el diseño transeccional o transversal, el cual permitió describir, así como valorar y averiguar sobre el acontecimiento en un periodo determinado, considerando tiempo y espacio, es decir se describieron las variables sin ser modificadas, respetando su naturaleza, correspondiendo a indagaciones netamente descriptivas. La indagación de tipo descriptiva de correlación, la cual consistió en determinar la relación de variables, a partir de una posible asociación entre ellas (Valderrama, 2019).

Figura 1

Esquema del diseño



3.2 Variables y operacionalización

Primera Variable: Gestión Turística

La variable de gestión turística se definió conceptualmente como la inclusión de procesos de tipos efectivos y adecuados, que se encontraron con relación a la planificación, al diseño y a la práctica del liderazgo, así como al monitoreo de las tareas que se gestionaron a través de la institución, a partir de los conocimientos de tipo específicos, así como de los servicios que estuvieron disponibles, los que se desempeñaron de la mejor forma. Se desarrollaron distintas acciones o dinámicas que se consideraron de la mejor forma las expectativas que estimaron las personas visitantes (García, 2017).

Para la variable gestión turística, se definió operacionalmente conforma a las dimensiones identificadas con la organización del turismo, la planificación del turismo, la ejecución y el control del turismo.

Indicadores

García (2017) mencionó como indicadores a la misión, la visión, planes de acción, oferta turística, estructura de la organización, necesidades de tipo financieras, proyectos de índole artesanales y de comercio, el trabajo en equipo, la promoción, la publicidad, la seguridad y salubridad de destino, las tareas y actividades, la verificación de cumplimientos de planes y las acciones de tipo correctivas.

Segunda Variable: Calidad de servicio

La variable Calidad de servicio se definió conceptualmente conforme a lo señalado por Julia y Porsche (2002), quienes puntualizaron que es el resultante de elegir aquellas características adecuadas, que permitieron agregar valor, facilitaron resolver problemas, cuyo propósito fue satisfacer las necesidades del cliente, lo que permitió otorgar una mayor medida a la escala de valor para el cliente.

Para la variable calidad de servicio, se definió operacionalmente en conformidad a lo sostenido por García (2017) quien presentó como dimensiones, la respuesta, la atención, la accesibilidad, la comunicación, la credibilidad, la amabilidad y comprensión.

Indicadores

Zeithaml et al. (1988) mencionó la calidad de servicio del modelo SERQUAL, refiriéndose al personal con capacidad de respuesta, personal que escucha y da soluciones, personal proactivo, con atención rápida, satisfacción al cliente, que escucha activa, con horarios flexibles, con atención personalizada, reacción respetuosa, empatía personal que transmita amabilidad, con velocidad de la información, con seguridad, con soluciones de problemas, así como con empatía del personal por las necesidades del cliente.

Escala de medición

Para la valoración es de la escala ordinal para las variables, correspondiente a sus categorías a través de un ordenamiento en secuencia de los números, lo que facilitaron poder precisar los elementos pertenecientes a las distintas categorías y que posteriormente se excluyeron de manera mutua; es de forma ordinal, una escala relacionada al orden y clasificación del resultado del acopio de la data.

3.3 Población, muestra, muestreo

3.3.1. Población

Hernández et al. (2014) quienes expresaron de manera precisa a la población en relación a los componentes totales, que exteriorizaron características comunes en su presentación. Arias (2021) hace mención que se formaron por elementos, sucesos o eventos que forman parte de la situación del problema y que son los que proporcionan investigación para alcanzar los objetivos previstos. La línea de investigación estuvo conformada por el personal del área administrativa de la

institución de índole público en la región de Ucayali. Los parámetros empleados correspondieron a un muestreo intencional, la cual fue de 60 colaboradores del área administrativa.

Criterios de inclusión

Los criterios de inclusión de la presente indagación para la muestra consideraron a los colaboradores administrativos de la unidad sectorial de comercio exterior y turismo, de la institución pública, con una antigüedad laboral mínima de dos años, independientemente de su condición contractual de personal interno o externalizado a través de tercerización. De este modo, se buscó contar con participantes que tuviesen un conocimiento amplio de los procesos y dinámicas administrativas de la organización.

Criterios de exclusión

En contraste, se excluyó del estudio al personal de la unidad sectorial de comercio exterior y turismo, que se encontraban con licencia o vacaciones al momento de la aplicación y a quienes tuviesen menos de dos años de antigüedad en la institución. Con estas exclusiones se procuró evitar sesgos derivados de una experiencia laboral limitada en el área de interés o por condiciones temporales excepcionales que impidían su participación efectiva. Así, la muestra quedó delimitada solo a quienes cumplieran con las características necesarias para los fines del estudio.

3.3.2. Muestra

Monje (2011) mencionó que es el medio, mediante el cual ha de escogerse la cantidad de participantes, que han de representar la población para la realización del acopio de información que permitan deducciones acerca de la problemática la cual es objeto de la indagación, así también se describió como aquel subconjunto de aquellos elementos que han de componer determinado conjunto con particulares especificaciones denominada población. En el caso del presente estudio estuvo compuesto por 60 colaboradores de la entidad pública, que en este caso coinciden con el tamaño total de la población de esta indagación.

3.3.3. Muestreo

Snyder (2019) refirió que se tiene dos distintos tipos de muestreo, lo que da a comprender: el muestreo probabilístico y no probabilístico. Hernández et al. (2014)

consideró la muestra porque incluyó todos los casos de los participantes en la investigación, como las personas, etc. En el presente trabajo no se ha aplicado muestreo, considerando que la muestra correspondió al total de la población que fue integrado por 60 colaboradores de unidad ejecutora de comercio exterior y turismo de un gobierno de la región de Ucayali, los cuales participaron en la recolección de la información en los respectivos cuestionarios.

3.3.4. Unidad de análisis

Méndez (2012) indica la unidad mínima de análisis de los sujetos que van a ser evaluados, la indagación estuvo constituida por un colaborador de una unidad ejecutora de un gobierno regional de Ucayali.

3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos

Carrasco (2006) refirió de manera precisa que las técnicas que se ejecutaron en el desarrollo del estudio, las que fueron compuestas por otros métodos, así como medios, a través de los cuales se recabó la información, parte esencial para la apreciación de los supuestos estudiados.

Técnicas

Para el desarrollo del estudio, fue de acuerdo con el tipo de perspectiva desarrollada, se empleó como técnica a la encuesta. Sobre ello, Carrasco (2006) manifestó que es el medio que permitió facilitar el proceso de acopio de información para obtener datos, mediante la utilización del cuestionario a los participantes de la muestra poblacional. Según Méndez, (2012) mencionó en relación con el cuestionario, que es el medio a través del cual se recabó las respuestas objetivas, así como directas y objetivas mediante el cuestionario.

Instrumentos

Pereyra (2022) enfatizó que el instrumento se consideró como mecanismo de obtención de información importante y relevante para proseguir con la investigación. El instrumento tuvo como propósito acopiar la información, lo que se utilizó posteriormente como parte del procedimiento, el cual se procedió a proceder a su interpretación (Causas, 2015). El cuestionario, estuvo compuesto por un listado de interrogantes diseñadas para a través de ellas realizar el acopio de los datos sobre los participantes que conforman la muestra. Se utilizaron dos temarios, para las variables gestión turística y calidad de servicio.

Validez y confiabilidad

Validez

Es el proceso a través del cual se realizó la evaluación de los instrumentos, el que consistió en una revisión del cuestionario, se realizó por intermedio de la validación de juicio de expertos del área de conocimiento específico, los cuales tuvo por encargo poder determinar sobre aquellas preguntas que resultaron confiables para la fase de recolección (Arias, 2021).

Confiabilidad

Permitió dar conformidad respecto de su fiabilidad, mediante el estadígrafo denominado coeficiente Alfa, el que se pudo corroborar que correspondió a la escala de Likert (1932), la que ha sido diseñada en cada uno de los constructos de mensuración, y de cuyo valor deberá presentar un valor mayor a 0,7 que fue considerado como aceptable. Se obtuvo el coeficiente de fiabilidad de los constructos, se realizó como la ejemplificación de una prueba llamada piloto, para lo cual, se aplicó a ambos interrogatorios, a una muestra de tipo voluntaria a 10 participantes, a los que han sido tabulados, así como se codificó los datos dentro los obtenidos al programa *SPSS* por lo que se realizó el análisis de tipo exploratorio sobre la fiabilidad.

3.5 Procedimientos

Después del planteamiento del método se procedió a la aplicación de las técnicas, en este caso se utilizó la encuesta donde se desarrolló con el apoyo de una persona, teniendo en consideración que el instrumento es el cuestionario. Después de eso, se descargaron los datos en formato MS Office Excel 2010 y se transfirieron los valores al *IBM SPSS* versión 26. Luego, se realizó la codificación adecuada de las variables y se calcularon variables para estimar sus dimensiones y escalas de valoración correspondientes.

3.6 Método de análisis de datos

La estructuración se basó en gráficos y tablas que permitieron la interpretación y análisis se usaron la estadística descriptiva que fue trabajada en los programas de *SPSS* y *Excel*, esto para los datos cuantitativos. Se recolectó y analizó los datos centrados en el tema de la investigación para conseguir los resultados concretos, claros y objetivos de la investigación. Para ello se representó un método sistemático

y organizado para presentar las posturas finales que sirvieron como aporte propio para mejorar las condiciones actuales y formular nuevos proyectos orientados a fortalecer las variables asociadas al gobierno electrónico y la gestión de la salud ocupacional.

3.7 Aspectos éticos

Se realizó en un contexto de integridad plena de la ética. De lo anterior se suscitaron los principios de beneficencia, el cual se relató el aporte social que se obtuvo por medio de la ejecución de este trabajo, en especial por la consideración hacia la institución pública donde se ha destinado brindar los resultados de este estudio. Por otro lado, se motivó el principio de no maleficencia, por lo que el objeto de este estudio únicamente radicó en brindar un diagnóstico y estudio abogado hacia las variables mencionadas dentro del mismo para otorgar directrices de solución y gestión desde la postura de la gobernabilidad y gestión pública. De ese modo, permitió la participación de los involucrados dentro de este trabajo, el cual fue voluntario y se realizó respetando sus ideales y deseos. Asimismo, se hizo firmar un consentimiento informado a los participantes y los mismos pudieron haberse retirado del estudio.

Sobre lo referido se añadió el principio de autonomía, por cuanto se reflejó que este trabajo carece de similitud con estudios en otros entornos similares y que procedieron únicamente al criterio del autor de la investigación.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis Estadístico de los Resultados Descriptivos

El análisis realizado a las variables de gestión turística y calidad de servicios y sus dimensiones, permitió establecer resultados del comportamiento de cada variable de acuerdo con los indicadores bajo, medio y alto, en función a los resultados de un conjunto de datos establecidos por dimensiones de cada variable, el cual se muestran en las siguientes tablas

Tabla 1

Descripción de frecuencia de la V1 y sus dimensiones

	V1: Gestión turística		D1: Planificación		D2: Organización		D3: Ejecución		D4: Control	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Bajo	3	5.0%	5	8.3%	8	13.3%	4	6.7%	4	6.7%
Medio	20	33.3%	25	41.7%	20	33.3%	20	33.3%	24	40.0%
Alto	37	61.7%	30	50.0%	32	53.3%	36	60.0%	32	53.3%
Total	60	100.0	60	100.0	60	100.0	60	100.0	80	100.0

De la tabla 1 se ha podido obtener del resultado de la interrelación a partir de la encuesta, en relación a la primera variable gestión turística fue de 61.7 % para el rango de alto, en un 33.3% medio y de 5.0% como bajo; así también, se puede observar sobre la interrelación, producto de la encuesta en relación a la planificación fue de 50.0 % para el rango de alto, de 41.7% medio y finalmente 8.3 % como bajo, el porcentaje resultado de la interrelación producto de la encuesta, en el caso de la organización fue de 53.3% para el rango de alto, 33.3% de nivel medio y 13.3% de nivel bajo respectivamente. De la tabla 1, se pudo verificar sobre el porcentaje de interrelación obtenida en la encuesta, posteriormente sobre la dimensión ejecución se obtuvo el 60.0 % en el rango de alto, 33.3% medio y 6.7 % bajo respectivamente, de lo obtenido se observó sobre

el porcentaje de interrelación en el estudio, finalmente sobre la dimensión control se obtuvo que el 53.3% alto, 40.0% y % bajo respectivamente.

Tabla 2

Descripción de frecuencia de la V2 y sus dimensiones

V2: Calidad de servicio	D1: Empatía		D2: Fiabilidad		D3.: Seguridad		D4: Calidad de respuesta		D5: Elementos tangibles			
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%		
Bajo	10	12.5%	6	10.0	6	10.0%	6	10.0%	2	3.3%	2	3.3%
Medio	33	41.3%	33	55.0	30	50.0%	23	38.3%	22	36.7%	20	33.3%
Alto	37	46.3%	21	35.0	24	40.0%	31	51.7%	36	60.0%	38	63.3%
Total	60	100.0	60	100.0	60	100.0	60	100.0	60	100.0	60	100.0

De la tabla 2 se ha podido obtener del resultado de la interrelación a partir de la encuesta, en cuanto a la segunda variable calidad de servicio ascendió a 46.3 % en el rango de alto y en un 41.3 % medio y 12.5 % como bajo, así también, se puede observar sobre la interrelación, producto de la encuesta en relación a la empatía es de 35.0 % en el rango de alto, 55% medio y 10.0 % como nivel bajo, el porcentaje resultado de la interrelación producto de la encuesta, en el caso de fiabilidad en un 40.0% en el rango de alto, 50.0% medio y 10.0 % como bajo. En la tabla 2, se puede percibir que el porcentaje resultado de la interrelación producto de la encuesta, en el caso de seguridad es de 51.7 % en el rango de alto, 38.3% medio y 10 % bajo respectivamente, en lo que corresponde al caso de la capacidad de respuesta fue de 60.0 % para el rango de alto, 36.7% medio y 3.3% bajo respectivamente, a continuación se pudo observar sobre el porcentaje de interrelación de la indagación en relación de los elementos tangibles fue de 63.3 % en el rango de alto, 33.3% como medio y 3.3% bajo respectivamente.

4.2 Prueba de normalidad

Según Méndez (2012) refiere sobre la prueba de normalidad, las cuales muestran dos formas de gráficos, lo correspondiente a la tendencia, y también lo referido a la significancia como Kolmogórov-Smirnov y Shapiro-Wilk.

Tabla 3

Prueba de la normalidad

Hipótesis nula	Valor $p > 0.05$	Los datos tomados en la prueba exponen una distribución normal.
Hipótesis alterna	Valor $p < 0.05$	Los datos tomados en la prueba <i>no</i> exponen una distribución normal

De la Tabla 3. se efectuó la prueba de normalidad que permitió precisar las distribuciones para la variable de gestión turística con sus dimensiones con un resultado menor y de la variable calidad de servicio con un su resultado mayor.

Tabla 4

Prueba de la normalidad

	Kolmogórov - Smirnov			Shapiro - Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1	0,145	60	0,003	0,943	60	0,007
V2	0,074	60	0,200*	0,972	60	0,177

Nota. Corrección de significación de Lilliefors

De la Tabla 4 se puede exponer que lo obtenido como valor de la variable gestión turística se pudo obtener 0,145 y como significancia 0,03. Consecuentemente, se procedió a rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis alternativa (H_1), del resultado de la variable gestión turística, se establece que no corresponde a una distribución normal. Para la variable calidad de servicio se observa que lo obtenido como valor es de 0,74; y como significancia correspondió a 0,200, un resultado mayor a 0,05. Del resultado se aceptó el H_0 y rechazar la H_1 , para la variable calidad de servicio, presentando una distribución normal. De lo obtenido en el examen de la normalidad que refirió a Kolmogorov - Smirnov por cuanto los participantes de la muestra fue mayor de 50. De lo que se obtuvo como resultado se pudo determinar que, al presentarse una distribución no paramétrica, corresponde utilizar el Rho de Spearman en el presente caso de la prueba.

4.3 Análisis de Resultados Inferencial

A continuación, se presentará los resultados inferenciales que permitirán el análisis de la asociación de las variables gestión turística y calidad de servicio, a través de las pruebas de contrastación de hipótesis evidenciando los siguientes resultados:

Prueba de hipótesis general

H0: No existe relación entre la variable gestión turística y variable calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023.

Ha: Existe relación entre la variable gestión turística y variable calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023.

Tabla 5

Prueba de Correlación de las variables gestión turística y calidad de servicio

		Gestión turística	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Gestión turística: Coeficiente de correlación	1,000	0,743
	Sig. (bilateral)	.	0,000
	N	60	60
Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	0,743	1,000
	Sig. (bilateral)	0,000	.
	N	60	60

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

De lo procesado se pudo obtener un Rho de 0,743 (con un valor de $p = 0,000$), por lo cual, dado que lo obtenido como valor p inferior al 5 %; de lo obtenido se refuta la H0, de lo que se aseveró que existe asociación directa de las variables gestión turística y calidad de servicio.

Prueba de hipótesis específica 1

H0 No existe relación entre la dimensión planificación y la calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023.

Ha Existe relación entre la dimensión planificación y la calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023.

Tabla 6

Prueba de correlación de la Planificación y la variable calidad de servicio

			Planificación	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Planificación	Coeficiente de correlación	1,000	0,523
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	60	60
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	0,523	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	60	60

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

De lo procesado se pudo obtener un Rho de 0,523 (con un valor de $p = 0,000$), por lo cual, dado que lo obtenido como valor p , inferior al 5 % de lo obtenido se refuta la H0, de lo que se aseveró que existe asociación directa entre la planificación y la variable calidad de servicio.

Prueba de hipótesis específica 2

H0 No existe relación entre la dimensión organización y la variable calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023.

Ha Existe relación entre la dimensión organización y la variable calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023

Tabla 7*Prueba de correlación de la Organización y la variable calidad de servicio*

			Organización	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Organización	Coefficiente de correlación	1,000	0,715
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	60	60
Calidad de servicio	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	0,715	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	60	60

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

De lo procesado se pudo obtener un Rho de 0,715 (con un valor de $p = 0,000$), por lo cual, dado que lo obtenido como valor p , inferior al 5 % de lo obtenido se procede a refuta la H_0 , de lo que se aseveró que existe asociación directa entre la organización y la variable calidad de servicio.

Prueba de hipótesis específica 3

H_0 No Existe relación entre la dimensión ejecución y la variable calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023

Ha Existe relación entre la dimensión ejecución y la variable calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023

Tabla 8*Prueba de correlación de la Dimensión Ejecución y la variable calidad de servicio*

			Ejecución	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Ejecución	Coeficiente de correlación	1,000	0,697
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	60	60
Calidad de servicio	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	0,697	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	60	60

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

De lo procesado se pudo obtener un Rho de 0,697 (con un valor de $p = 0,000$), por lo cual, dado que lo obtenido como valor p , inferior 5 % de lo obtenido se procede a refutar la H_0 , de lo que se concluyó que existe asociación directa entre la ejecución y la variable calidad de servicio.

Prueba de hipótesis específica 4

H_0 No Existe relación entre la dimensión control y la variable calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023

H_a Existe relación entre la dimensión control y la variable calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023

Tabla 9*Prueba de correlación de la Dimensión Control y la variable calidad de servicio*

			Control	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Control	Coefficiente de correlación	1,000	0,739
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	60	60
Calidad de servicio	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	0,739	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	60	60

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

De lo procesado se pudo obtener un Rho de 0,739 (con un valor de $p = 0,000$), por lo cual, dado que lo obtenido como valor p , inferior 5 % de lo obtenido se procede a refutar la H_0 , de lo que se concluyó que existe asociación directa entre el control y la variable calidad de servicio.

V. DISCUSIÓN

A continuación, en el capítulo presente se detallan los resultados que se lograron en la presente indagación los cuales se han de compararse con estudios previos y las teorías que se citaron en la indagación

En la indagación se tuvo por propósito general determinar la asociación de la gestión turística, respecto de la calidad de servicio, en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, así también establecer las posibles relaciones respecto a las dimensiones de la variable gestión turística frente a la variable calidad de servicio. La indagación presento como justificación teórica, debates para la reflexión del conocimiento de la teoría, resultados de acuerdo a la teoría actuales citadas y a las referencias en el ámbito de la problemática estudiada, tuvo por propósito incrementar el conocimiento en razón de las variables, en similar perspectiva lo metodológico estuvo basada en proporcionar instrumentos fiables y validos en el proceso investigativo para la valuación y cuantificación de las variables, a través del empleo del método científico. Así mismo, respecto de la variable gestión turística, se pudo evidenciar como resultados descriptivos, que un 57.5% presenta un rango alto, así mismo el 36.3% presenta un rango medio, el 6.3% presenta un rango bajo relacionado con la gestión. Respecto a la variable calidad de servicio, presenta un 46,3% de rango alto, el 41.3% un rango medio, 10% presenta un rango bajo.

En cuanto a la hipótesis principal se evidencia entre las variables de estudio referida a la gestión turística y a la calidad de servicio, están relacionadas de forma significativa, muestran un coeficiente de correlación de 0.736; de los resultados se pudo evidenciar una coexistencia de reciprocidad positiva moderada, se pudo obtener del procesamiento sobre el P - valor resultado igual a 0.0 de lo que se ha obtenido la aceptación de la hipótesis formulada. Estos resultados se alinean a la indagación de Alvarado (2023) evidenció con respecto a la variable gestión turística y calidad de servicio relacionado a la prestación de los servicios, la misma que resultó siendo positiva. El estudio estuvo basado en la teoría de la Cooperación Suiza – SECO (2019), la cual refiere la gestión turística, la cual describió como aquella alianza de distintas organizaciones que están asociadas a la prestación del servicio turístico, con la perspectiva del desarrollo de la gestión

del turismo competitivo, la cual realiza consideraciones del trabajo asociativo, el cual cita a Matsumoto (2014) quien refiere como aquellas actividades de carácter intangibles, que pueden identificarse y cuyo objeto busca satisfacer los deseos y la necesidad de los usuarios, Así mismo se indica que los servicios prestados son eficientes, presentando capacidad de respuesta, así como de la seguridad y empatía los cuales resultan elementos tangibles, se está buscando generar condiciones, que favorezcan mejorar la prestación de los de servicios a los ciudadanos. A la vez se alinea a la indagación de Vikram et al. (2020) el cual establece que la gestión de recursos está asociada a la satisfacción de los clientes, es decir que la gestión turística está asociada a la calidad de servicio percibida a través de la experiencia. De acuerdo a lo manifestado por Yovera y Rodríguez, (2018) quien manifiesta son aquellas soluciones de tipo emocionales, relacionadas a las experiencias que se vinculan a productos y servicios. En cuanto a la variable calidad de servicio sobre la prestación de servicios Liébana (2019). Describiéndola de manera precisa como una evaluación de la experiencia de compra de un bien o servicio, el cual estableció un juicio de valor sobre el servicio prestado. Los resultados permitieron implementar estrategias orientadas a contentar a los demandantes del servicio turístico al seleccionar un lugar a visitar, la experiencia de su estadía era muy relevante; lo cual se consideró esencial por el proveedor del servicio y por la cual se debe de invertir para mejorar los atributos los servicios, orientados a la optimización de la experiencia del turista y que esta sea muy satisfactoria. De lo logrado en el estudio de indagación, se comprobó la presencia de la asociación de las dos variables señaladas en esta indagación, verificando mediante los resultados la hipótesis propuesta de la indagación.

En relación a primer objetivo específico tuvo por finalidad identificar la asociación de la planificación turística y calidad de servicios en la unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, los resultados que se obtuvieron de la estadística descriptiva fue de 50.0 % de los colaboradores consideraron en un rango de alto; así también de 41.7% consideraron como de rango medio y finalmente 8.3 % han considerado de rango bajo, en cuanto a lo obtenido de la prueba inferencial se pudo obtener un Rho de 0,523 (valor de $p = 0,000$), por lo cual, dado que lo obtenido como valor p , inferior al 5 %; de lo que se determinó que se presenta la asociación directa entre la planificación y la

variable calidad de servicio. La indagación se relaciona a lo citado por Prado (2022) quien evalúa la variable gestión turística y la eficacia respecto a la prestación de los servicios, teniendo como base a estudios previos, sobre la planificación, se tuvo como resultados sobre la planificación con un 18 % de los colaboradores opinan que lo percibe de bueno; un aproximado del 56%, de los participantes la perciben a la planificación de nivel regular, así también el 22% opinaron de bajo; el 70% manifestaron calificar de regular la calidad de servicio, refiere sobre la gestión turística tiene un papel esencial en las diferentes acciones relacionadas a los servicios que se ofrecen, orientados a ofrecer servicios de calidad, que resulten muy satisfactorios a los usuarios, que buscó determinar la asociación de la planificación de la gestión de turismo respecto al de la calidad de servicio, buscando incrementar la variable. Se tuvo como resultado que la planificación y la variable calidad de servicio tiene una correlación de Spearman de ($Rho= 0,656$, $p= 0,000$), presentando una relación directa; de lo cual se puntualizó, que la gestión turística en el ente público se realiza de forma adecuada, promoviendo actividades, que redundan en la mejora de los atributos en la prestación de servicios, a través de los proveedores turísticos elevando la calidad de los servicios, que también redundan positivamente en el usuario, así como en la población la cual será beneficiada, por lo que es necesario establecer condiciones para su desarrollo y calidad de vida, sobre las variables muestran asociación adecuada, evidenciándose en las pruebas de inferencia y en la investigación de la información en la indagación, de cuyos resultados se pudo comprobar la relación de la planificación, respecto de la variables calidad de servicio.

Esto se alinea con la indagación de Contreras (2021) tuvo por finalidad corroborar información sobre la competencia de la idoneidad en la prestación de los productos de las empresas de servicios turísticos en lugares turísticos. La calidad de servicio, es una destreza con la cual utilizan las organizaciones, de manera eficaz, en razón de la planificación, para el cumplimiento de los requisitos distintos de los consumidores, los que exigen un servicio de acuerdo a sus necesidades, buscando cubrir de manera eficiente de manera anticipada con sus expectativas (Morles,2021). Se obtuvo de correlación, un resultado, a través del estadígrafo de Spearman un valor de 1.00, el cual muestra un resultado esencial de la planificación de acuerdo a las demandas de los usuarios en el efecto sobre

la calidad de las prestaciones de los servicios en los distintos espacios turísticos. Se pudo comprobar que es muy significativo en la realización de actividades previamente establecidas en las cuales se evidencia la participación de las entidades del sector, el cual pueda establecer de forma activa, facilitando la forma como puedan suministrar la prestación de servicios turísticos de calidad.

Con respecto al segundo objetivo específico tuvo por finalidad identificar la asociación de la organización turística y calidad de servicios en la unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, se obtuvieron los resultados descriptivos respecto de la organización fue de 53.3% de los colaboradores consideraron en un rango de alto; así también de 13.3% consideraron como de rango medio y finalmente 8.3 % han considerado de rango bajo; en cuanto a lo obtenido de la prueba inferencial se pudo obtener un Rho de 0,715 (valor de $p = 0,000$), por lo cual, dado que lo obtenido como valor p , inferior al 5 %, de lo que se concluyó que existe asociación directa con la organización y la variable calidad de servicio. En relación al antecedente investigativo de Bustamante (2020) establece sociedad con la gestión turística y calidad de servicio en la administración en una institución pública de la región de Amazonas, los resultados descriptivos respecto de la organización fue de 44 % de los colaboradores consideraron en un rango de alto; así también de 52% consideraron como de rango medio y finalmente 4 %, Se tuvo como resultado de la indagación una correlación de Spearman de ($Rho=0,612$, $p=0,000$), presentando una relación directa. en lo relacionado a la prestación de servicio, y así también relacionado a la gestión de manera integral, se orientó a mejorar la gestión turística, una gestión efectiva en una entidad pública, al facilitar satisfacción positiva en los ciudadanos, alcanzando sus resultados en la atención prestada a los beneficiarios. En la misma perspectiva Guerrero & Guamán (2022) en la cual participaron habitantes comunitarios, en la prestación de servicios, en el Cantón de Riobamba, Se concluyó en que la implementación de acciones turísticas, se determinó de una forma que se pueda adoptar acciones positivas en la gestión turística contribuyendo a generar eficacia, así como el mejor uso de los recursos en los lugares donde se buscan apoyar la gestión turística, lo cual redundará en incrementar las condiciones de progreso de las comunidades y que esto beneficie. De lo señalado coincidiendo con la indagación, en el que se establece aspectos

significativos entre las dos variables. Los resultados obtenidos demostraron tener coincidencia con los rangos en asociación a la variable calidad de servicio, siendo similar las indagaciones anteriormente citadas en el estudio.

En referencia al tercer objetivo específico el cual expone por finalidad identificar la asociación de la ejecución turística y calidad de servicios en la unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, los resultados que se obtuvieron de la estadística descriptiva fue de 60.0 % de los colaboradores consideraron en un rango de alto; así también de 33.3% consideraron como de rango medio y finalmente 6.7 % han considerado de rango bajo, en cuanto a lo obtenido de la prueba inferencial se pudo obtener un Rho de 0,697 (valor de $p = 0,000$), por lo cual, dado que lo obtenido como valor p , inferior al 5 %; de lo que se concluyó que existe una asociación adecuada entre la ejecución y la variable calidad de servicio. Los resultados se asocian a Prado (2022) quien, sobre la ejecución, se obtuvo un porcentaje de 11 % de los colaboradores que lo percibe de bueno; un aproximado del 59%, de los participantes la perciben a la ejecución de nivel regular, así también el 30% bajo, en relación a lo percibido de la prueba de hipótesis se pudo obtener un Rho de 0,694 (valor de $p = 0,000$)., con lo que se compruebe la relación entre la ejecución y la variable calidad de servicio.

Estos resultados se relacionan sobre las variables de la indagación de Tonato (2023) consideró necesario determinar la asociación de la práctica de la gestión y desarrollo turístico, el cual concluye que el desarrollo del turismo contribuye a mejorar el desarrollo a través de una adecuada coordinación entre organismos públicos y privados que contribuyan a la optimización del nivel de satisfacción de los usuarios, citando a Burgasí et al. (2021) quien puntualizó sobre la calidad del servicio, la que tiene por propósito el diseño y la elaboración de los servicios y que este se preserve, satisfaciendo al cliente, de forma similar a la asociación de los variables, por lo que resulta inherente a la prestación de servicio, igualmente la parte de la gestión de una manera integral, permitiendo el progreso de la gestión turística, orientada a la mejora de la calidad del servicio teniendo como resultado el incremento del nivel de satisfacción de los usuarios, alcanzando los objetivos relacionados a la calidad en la prestación de servicios.

Sobre la prestación de servicios de calidad, Silva et al. (2021) se precisó que la indagación hace referencia de aspectos semejantes, evidenciando un incremento de la demanda en las actividades turísticas, generando interés de los visitantes, los cuales buscan involucrarse con los usos culturales de los lugares que visitan, esto ha generado un mayor desarrollo de las Mypes en los distintos contextos, llámese urbano y rural. En los entes del sector turismo a nivel mundial, se asume al usuario como centro de atención para el éxito de cualquier actividad, motivo por el cual las estrategias están direccionadas a generar distinción de la competitividad a través de la calidad (Soto y Villena, 2020) motivo por el cual resulta esencial generar condiciones para fortalecer esa disposición para mejorar la oferta en la prestación de los servicios, los cuales deben de ser los más idóneos en materia de turismo; en suma, la eficacia de esmero de prestación, permitirá conllevar a una optimización en la percepción sobre la calidad de servicio. De lo citado del estudio facilita corroborar que las variables presentan asociación de forma significativa.

En relación al cuarto objetivo específico permitió identificar la asociación del control turístico y calidad de servicios en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, los resultados que se obtuvieron de la estadística descriptiva fue de 53.3 % de los colaboradores consideraron en un rango alto; así también 40 % consideraron como rango medio y finalmente 4.7 % han considerado rango bajo, en cuanto a lo obtenido de la prueba inferencial se pudo obtener un Rho de 0,739 (valor de $p = 0,000$), por lo que se ha obtenido como valor p , inferior al 5 %; de lo que se concluyó que se tiene la presencia de la asociación directa entre el control y la variable calidad de servicio.

En la misma perspectiva Bustamante (2020) estableció la asociación entre el control turístico y el desarrollo, el resultado descriptivo fue de 40.0 % el cual los colaboradores consideraron de nivel regular, así mismo se obtuvieron de la prueba de hipótesis que pudo obtener un Rho de 0,598 (valor de $p = 0,000$), por lo que lo obtenido como valor p , es inferior al 5 %, de lo que se concluyó que existe asociación directa con el control y la variable calidad de servicio. Lo citado coincide con lo obtenido por Prado (2022) en la prueba de hipótesis sobre el control y la calidad de servicio, un Rho de 0,628 (valor de $p = 0,000$). Con lo que se corrobora la presencia de la asociación entre el control y la variable calidad de servicio.

Sobre el control refiere Barbaran (2018) como el proceso a través del cual se implantará medidas que evalúen el cumplimiento, como los estándares de desempeño que permitan realizar de forma inicial el monitoreo, posteriormente el seguimiento y finalmente la evaluación, lo que permitirá verificar los avances alcanzados de las actividades desarrolladas. Rivadeneyra (2019) buscó la presentar la asociación de la calidad del servicio y satisfacción del cliente a partir de la prestación de los servicios. Concluyó, demostrando que, si mejora la calidad de servicio, también mejorará la satisfacción del consumidor, el cual las vivencias que tuvieron con el uso del servicio resultaron positivas, para ello es importante la comunicación externa de los proveedores del servicio, frente a algún tipo de dificultad o inconveniente en el que fueron resueltos de forma satisfactoria, lo cual fortalece una adecuada percepción de calidad del servicio.

Finalmente, en lo relacionado a la variable gestión turística se muestra una proyección a través de las cuales se realiza la ejecución de la gestión, las cuales están integradas mediante estrategias que se orientaron a facilitar el logro de las metas y resultados en relación a las prioridades esenciales que presenta la entidad y en relación a la variable calidad de servicio, la cual se establece como una de las metas primordiales y esperadas por la organización, por lo cual, hasta en casos específicos se han de realizar mediante la aplicación de una métrica con la que se pueda evaluar. Así mismo siendo un proceso, que está compuesta por la planeación, comprende actividades estratégicas que tiene que implementarse, a que se orienten al logro de propósitos establecidos, así como también relacionados a la coordinación de las acciones y actividades. La gestión turística es un elemento esencial relacionada a la gestión de entes públicos, acciones que han de realizarse en la entidad cuyo propósito busca la solución de problemas y así también el alcanzar propósitos que se han establecido según Mincetur (2014). Finalmente alcanzar las metas establecidas, en relación a los resultados de la descriptiva bivariado, en el que se obtuvieron para la variable gestión turística, y se puede verificar que un 61.7% con un rango alto, 33,3 en un rango medio; respecto de la variable calidad de servicio, se pudo obtener que un 46.3% con un rango alto y 41.3 % con un nivel medio en los encuestados, de lo que se pudo concluir que las variables son correlativas entre ellas, así como significantes, con lo que se confirman la hipótesis establecidas en la indagación,

así como las bases conceptuales están asociados de forma conjunta.

De lo expresado, se puede enfatizar la existencia de concordancia respecto de los antecedentes que fueron mencionados, de los resultados que se obtuvieron en la indagación, las que se debe resaltar, en relación a las teorías presentadas y desarrolladas, se ha podido aseverar, sobre la efectividad de la variable gestión turística, lo cual permitirá que se eleve el nivel de la variable calidad de servicio, como resultado de la asociación de las variables que se correlacionan de forma positiva moderada relacionadas de forma significativa.

VI. CONCLUSIONES

- Primera** Sobre el objetivo general de la presente indagación, se pudo determinar qué cuyo coeficiente es 0.743, de la variable gestión turística y la variable calidad de servicio consigue un $p\text{-valor}=0.00=0\% < 5\%$, se refuta la hipótesis nula. De lo evidenciado, la variable gestión turística presenta una asociación significativa respecto de la variable calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, por consecuencia si la gestión turística incrementa su efectividad, así también la calidad de servicio también se incrementará.
- Segunda** Conforme al primer objetivo específico de la presente indagación, se logró establecer la existencia de una correlación cuyo coeficiente es 0.523, entre la planificación y la variable gestión turística obtiene un $p\text{-valor}=0.00=0\% < 5\%$, se refuta la hipótesis nula. La planificación tiene una asociación significativa con la variable calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, consecuentemente si la organización resulta incrementar su efectividad, es de esperar que también mejorará la calidad del servicio.
- Tercera** Correspondiente al segundo objetivo específico, del estudio se ha determinado la existencia de una correlación cuyo coeficiente es 0.715, entre la organización y la variable calidad de servicio asume un $p\text{-valor}=0.00=0\% < 5\%$, se objeta a la hipótesis nula. Lo que evidencia, que la organización tiene una vinculación significativa con la variable calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali; por tanto. si la organización resulta de más efectividad, por consecuencia también incrementará la variable calidad de servicio en la entidad.
- Cuarta** Referente al tercer objetivo específico, de la reciente indagación se pudo determinar la existencia de una correlación positiva con coeficiente de 0.697, entre la ejecución y la variable calidad de servicio un $p\text{-valor}=0.00=0\% < 5\%$, se niega la hipótesis nula. Lo que evidencia,

que la ejecución presenta una vinculación asociativa significativa con la variable calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, por consecuencia si la ejecución resulta de mayor efectividad, también mejorará la calidad de servicio.

Quinta Con respecto al cuarto objetivo específico, del actual estudio se ha determinado la existencia de una correlación con coeficiente de 0.739, entre el control y la variable calidad de servicio con un p-valor=0.00=0% < 5%, se refuta la hipótesis nula. Lo que demuestra, que el control tiene una asociación significativa con la variable calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali; por tanto, si el control resulta de mayor eficacia, también mejorará la variable calidad de servicio.

VII. RECOMENDACIONES

- Primera** A las autoridades públicas responsables de entidades sectoriales, de grado regional, con énfasis en una unidad ejecutora, como la de interés para el presente estudio, se recomienda una mejor gestión turística, el cual resulta esencial para mejorar la calidad del servicio, por lo que sería muy recomendable que los directivos implementen planes y estrategias a través de los funcionarios, las cuales estén orientadas a la mejora la calidad de la prestación de servicios.
- Segunda** A las autoridades públicas y directivos de entidades sectoriales, de nivel regional con prioridad en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, realicen planes orientados a la capacitación de los servidores públicos y funcionarios en gestión turística y calidad de servicio para que puedan desarrollar mejores conocimientos y capacidades que faciliten el cumplimiento de procedimientos administrativos de manera adecuada para que puedan alcanzar mejor atención de los usuarios.
- Tercera** A las autoridades públicas y directivos responsables de entidades públicas, de nivel regional y con preferencia en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, a que faciliten la conformación integrada de equipos de trabajo, relacionados a la coordinación de las tareas a realizar, así como a la disposición de recursos presupuestales, financieros y logísticos para alcanzar objetivos institucionales, además implementen procedimientos y lineamientos de mejoramiento de la gestión turística orientados a alcanzar servicios de calidad.
- Cuarta** A las autoridades públicas y directivos de entidades públicas, de nivel regional y con exclusividad en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, implementen y programen la realización de actividades de mejora del servicio al usuario, así como facilitar la ejecución de estrategias que fomenten la motivación y el compromiso efectivo de los servidores públicos, para la práctica de las

tareas de calidad de servicio dentro del marco de los lineamientos y las políticas institucionales.

Quinta A las autoridades públicas de entidades sectoriales, de nivel regional, en particular en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, se recomienda que los responsables de las unidades orgánicas, realicen procedimientos de control, de forma concurrente, sobre las funciones que realizan los servidores, respecto al cumplimiento del marco normativo, así como de las políticas vigente de la entidad.

REFERENCIAS

- Alawneh, A., Al-Refai, H., & Batiha, K. (2013). Measuring user satisfaction from e-Government services: Lessons from Jordan. *Government information quarterly*, 30(3), 277-288.
- Allen, M. (2017). Quantitative Research, Purpose of. The SAGE Encyclopedia of Communication.
- Arias, J. & Covinos, M. (2021). Diseño y metodología de la investigación (1.a ed.). Enfoques Consulting EIRL. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>.
- Alvarado, K. (2023). Gestión turística y calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Mariscal Cáceres, Juanjui-2022 [tesis de maestría]. Universidad César Vallejo. Perú.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/107179>
- Barbarán, H. P. (2018). Gestión Municipal y su relación con la Promoción Turística en el Gobierno Local de la provincia de Moyobamba. (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo. Perú.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30492/rengifopa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barrera, A. & Ysuiza, M. (2018). Gestión y Calidad de Servicio al contribuyente de la Municipalidad Provincial de Alto Amazonas, Loreto 2018. [Tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio Académico USMP.
<https://hdl.handle.net/20.500.12727/4387>.
- Bastidas, B. G. (2018). La estructura organizacional y su relación con la calidad de servicio en centros de educación inicial. (Tesis de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar Ecuador.
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6233/1/T2664-MAEBastidas-La%20estructura.pdf>
- Borda, M. (2013). El proceso de investigación: visión general de su desarrollo (1era Ed). Colombia
- Burgasí, D., Cobo, D., Pérez, K., Pilacuan, R. & Rocha, M. (2021). The Ishikawa diagram as a quality tool in education. a review of the last 7 years: literature review. Revista electrónica TAMBARA.
<https://tambara.org/wpcontent/uploads/2021/04/DIAGRAMAISHIKAWAFINAL-PDF.pdf>
- Bustamante, E. P. (2022). Gestión turística y desarrollo cultural de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas. [tesis de maestría]. Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/78191/Bustamante_SEP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Cardozo, N. (2020). Estado, administración y políticas públicas en América Latina. *Civilizar: Ciencias Sociales y Humanas*, 20(39), 11-34.
<https://doi.org/10.22518/%20jour.%20cash/2020.2a01>
- Carrasco, S. (2006). Metodología de la investigación científica.
- Causas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de Investigación.
<https://bit.ly/3cgTf6J>
- Cevallos, M. M. R. (2021). La ética en la investigación científica universitaria y su inclusión en la práctica docente. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 15039-15058.
- Contreras, E. D. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia. *Innovar, Publicación*, 31(81), 35-48.
<http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v31n81/0121-5051-inno-31-81-35.pdf>
- Donato Chiluisa, J. (2023). Gestión y Desarrollo Trístico en el Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi. [tesis de grado]: Universidad Nacional de Chimborazo; Riobamba. Ecuador. Repositorio,
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/11363>
- Dill'Erva, I. F. (Julio de 2021). Retos de la administración pública del bicentenario. *Saber Servir: Revista De La Escuela Nacional De Administración Pública* (5). doi: <https://doi.org/10.54774/ss.2021.05.07>.
- García, N. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, ecuador. *Revista Cultura*. 11(2), 81-108
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6311570>.
- Guerrero, D. & Guamán, B. (2022). Gestión Turística y Desarrollo en las Comunidades Indígenas en parroquia San Juan, cantón Riobamba-Ecuador. [tesis de maestría]. Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador. Repositorio digital. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/9508>
- Mendoza, H. y Mendoza, K. (2018). Gestión del conocimiento como herramienta para generar valor agregado a los procesos administrativos en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, extensión Chone. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(1), 263-268.
- Mendoza, V. M., Moreira, J. S., & Mera, C. L. (2022). Influencia de la gestión administrativa en el desarrollo organizacional de las instituciones de educación superior. *Revista Publicando*, 9(34), 31-40.
<https://doi.org/10.51528/rp.vol9.id2301>.
- Munch, L. (2016). Administración. Gestión organizacional, enfoques y procesos administrativos. (2da. Edición). México.

- Hernández P. (2011). The importance of user satisfaction. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 34-(1) 349-368.
https://doi.org/10.5209/rev_DCIN.2011.v34.36463
- Hernández, S. (2014). *Metodología de la Investigación* (6.a ed.). McGraw-Hill Education.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Vol. 4). McGraw-Hill Interamericana.
- Hjelt, M., & Syynimaa, N. (2019). Quality Management in Service Desk How Does Service Desk Managers Define and Measure Quality. *International Conference on Enterprise Information Systems*, 1(1), 314-319.
<https://www.scitepress.org/papers/2018/67799/67799.pdf>
- Huamán, R. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la Municipalidad Provincial de Corongo*. [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo], Archivo Digital.
<http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11990>.
- Jaime, M. A., Pin, A. N., Pincay, G. L., & Plúas, J. J. (noviembre de 2022). Gestión administrativa y desarrollo empresarial de la compañía transportes Grucormarsa S.A. del Cantón Santa Rosa. *Polo del Conocimiento*, 2206-2232. doi:10.23857/pc.v7i11.
- Job, H., Becken, S., & Lane, B. (2020). Protected Areas in a neoliberal world and the role of tourism in supporting conservation and sustainable development: an assessment of strategic planning, zoning, impact monitoring, and tourism management at natural World Heritage Sites. In *Protected Areas, Sustainable Tourism and Neo-Liberal Governance Policies* (pp. 1-22). Routledge.
- Julia, M., & Porsche, F. (2002) *Gestión de calidad aplicada a hostelería y restauración*. Prentice Hall, Madrid. 2002.
- Lizano, E., & Villegas, A. R. (2019). *La satisfacción del cliente como indicador de calidad*. [Tesis de maestría, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio institucional de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
<http://hdl.handle.net/10757/628122>.
- López González, Ernesto, Cabrera Macías, Yolanda, López Cabrera, Ernesto, & Puerto Becerra, Anaily. (2018). Calidad percibida en servicios de asistencia al adulto mayor. *MediSur*, 16(3), 437-463. Recuperado en 11 de septiembre de 2022, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2018000300012&lng=es&tlng=es.PAIS. (1 de mayo de 2020). *Visión Institucional*. <https://www.pais.gob.pe/webpais/public/institucional/vision>.

- Meyer, D. F. (2021). An assessment of the impact of the tourism sector on regional economic development in gauteng province, South Africa. In *Peripheral territories, tourism, and regional development*. IntechOpen.
- Méndez, C. (2012). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*, México D.F., México: Limusa S. A.
- MINCETUR, P. (2014). *Compendio estadístico Perú 2014*.
- Morle, J. (2021). Procesos organizacionales vinculados a la gestión de calidad del servicio. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración*, 5 (179), 55-64. <http://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v5i17.105>
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Neiva: Universidad Sur Colombiana
- Morales, L. E. I., Escalona, E. C., de Campechano, I. C. D., & Zempual, D. P. (2023). Habilidades directivas como factor determinante en la competitividad de empresas mexicanas. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 28(9), 360-376.
- Organización Mundial del Turismo. (21 de enero de 2019). Las llegadas de turistas internacionales suman 1.400 millones dos años antes de las previsiones. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/press-release/2019-01-21/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suman-1400-millones-dos-anos-antes>.
- OMT. (2020). Recuperado de <https://www.unwto.org/es/politicas-y-gestion-dedestinos>
- Organización Mundial del T., World Tourism Organization (Unwto). (2019). *Desarrollo del talento humano para la mejora de la competitividad de los destinos: el caso de Perú*. España: Word turism organization.
- Pardo, F. (2022). *Gestión turística y calidad de servicio en una gerencia regional en el norte del Perú*. [Tesis de maestría]. Universidad César Vallejo. Repositorio. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/97938>
- Parasuraman, A. B. L. L., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *1988*, 64(1), 12-40.
- Pérez-Campdesuñer, R., García-Vidal, G., Sánchez-Rodríguez, A. y Campdesuñer-Almaguer, I. (2018). La satisfacción de clientes en el sector turístico: metodología seis sigmas. *Ciencias Holguín*, 24(1), 29-42. <https://www.redalyc.org/journal/1815/181553863004/html/>
- Pereyra, L. E. (Ed.). (2022). *Metodología de la investigación*. Klik.

- Ríos, M. (2018). Ejecución Presupuestal y la Calidad de Gasto Público en la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios. (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo Perú.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27589/rios_g%20m.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rincón, H. (2021). Quality, Productivity and Costs: Relationship Analysis among these Three Concepts. Actualidad Contable FACES. Año 4 No. 4, enero-junio 2001. Mérida. Venezuela.
<https://www.redalyc.org/pdf/257/25700405.pdf>
- Rivadeneira, A. (2019). La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en una agencia de viajes y asesoría en turismo tradicional en la ciudad de Lima - Perú, año 2019. [tesis de maestría]. Universidad Privada del Norte. Repositorio Perú.
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23914/Rivadeneira%20%20Cuya%20Parcial%20PDF.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C., y Hernández, H. G. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. Información Tecnológica. Vol. 31(4), 221-232.
<https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v31n4/0718-0764-infotec-31-04-221.pdf>
- Silva, R., Julca, F., Lujan, P. E., y Trelles, L. R. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú. Revista de Ciencias Sociales. 27(3), 193-201.
<https://www.redalyc.org/journal/280/28068276017/28068276017.pdf>
- Soledispa, L. Y. M., & Tuárez, L. F. M. (2020). La planeación estratégica como herramienta en las empresas. UNESUM-Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria, 4(4), 105-116.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. Journal of Business Research, 0(104), 333-339.
- Terán, N., Gonzáles, V., Ramírez, L. y Palomino, A. (2021). Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. Ciencia latina Revista multidisciplinar;5(1), 1-14.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.320
- Tigani, D. (2006) Excelencia en Servicio (1er.ed.). Buenos Aires: Editorial Dunken.
- Tonato Chiluisa, J. (2023). Gestión y Desarrollo Turístico en el Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi. Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador. [tesis de maestría]. Repositorio. pdf.
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/11363>
- Valderrama, S. (2019). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica. (11va. Ed.). Editorial San Marcos.

Vargas Angulo, Gualberto Estuardo (2021). La gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio a los usuarios del registro civil de Babahoyo, periodo 2020. plan de gestión administrativa. Quevedo. UTEQ. 119 p.

Vikram, S., Singh, K. y Ranjan, R. (2020). Analysis of Service Quality on Tourist Satisfaction and Tourist Loyalty Study at Adityawarman Museum. Revista internacional bilingüe de investigación 10(39), 34-42
https://www.researchgate.net/publication/340303716_Analysis_of_Service_Quality_on_Tourist_Satisfaction_and_Tourist_Loyalty_Study_at_Adityawarman_Museum

Ze Wang, Singh, S. N., Yexin Jessica Li, Mishra, S., Ambrose, M., & Biernat, M. (2017). Effects of Employees' Positive Affective Displays on Customer Loyalty Intentions: An Emotions-Association-Information Perspective. Academy of Management Journal, 60(1), 109–129.

ANEXOS

Anexo 1. Tabla de operacionalización de variables

Matriz de operacionalización de la variable 01: Gestión turística

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	indicadores	ítems	Escala	Niveles o rangos
<p>La gestión turística incluye procesos efectivos, activos y adecuados relacionados con la planificación, el diseño, el ejercicio del liderazgo y la supervisión de las tareas gestionadas por la agencia, en base a los conocimientos específicos y los servicios disponibles, y se desempeñará de la mejor manera. Desarrollar dinámicas que cubran de manera confiable las expectativas de los visitantes (García, 2017).</p>	<p>La variable Gestión administrativa, será operacionalizada a través de las dimensiones planificación, organización, dirección, control</p>	D1: Planificación turística	<ul style="list-style-type: none"> - Misión y Visión - Planes de Acción - Oferta turística - Necesidades financieras 	1 2 3; 4 5	<p>Ordinal El cuestionario está compuesto por 20 preguntas, con respuestas de opción múltiple:</p> <p>Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5</p>	<p>Alto (76 - 100) Medio (46 - 75) Bajo (15 - 45)</p>
		D2: Organización turística	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo en Equipo - Proyectos artesanales y de comercio - Estructura organizacional - Promoción y Publicidad 	6 7 8; 9 10		
		D3: Ejecución	<ul style="list-style-type: none"> - Tareas y actividades - Seguridad y Salubridad de destino - Flujo de visitantes 	11 12 y 13 14; 15		
		D4: Control turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación de nichos - Verificación de cumplimiento de planes - Acciones correctivas 	16 17; 18 19; 20		

Nota. Adaptado de Gestión turística, (García, 2017)

Matriz de operacionalización de la variable 02: Calidad de servicio

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	indicadores	ítems	Escala	Niveles o rangos
<p>La Calidad de servicio comprende las áreas de índole productivas. debe de ser asumida como una responsabilidad compartida por todos los integrantes de la organización, sea esta pública o privada, con la participación de todas las áreas relacionadas a las actividades desarrollo en el lugar. Para, el cual cita al MODELO SERQUAL (Zeithaml et al. 1988)</p>	<p>La variable: Calidad de servicio, será operacionalizada a través de las dimensiones Empatía, Fiabilidad, seguridad, Capacidad de respuesta</p>	D1: Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso con el usuario - Atención amable - Trato al usuario - Interés y voluntad para la resolución de problemas - Relaciones positivas 	1 2 3 4 5	<p>Ordinal El cuestionario está compuesto por 20 preguntas, con respuestas de opción múltiple:</p> <p>Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5</p>	<p>Alto (92 - 125) Medio (59 - 91) Bajo (25 - 58)</p>
		D2: Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> -Prioridad del servicio -Certeza del servicio -Condiciones apropiadas - Confidencialidad - Credibilidad del servicio 	6 7 8 9 10		
		D3: Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - Promesa del servicio - Realizar bien el servicio - Servicio oportuno - Servicio confiable - Prestación de servicio 	11 12 13 14 15		
		D4: Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio rápido - Voluntad colaborativa - Actitud de ayuda - Cumplimiento de compromisos - Atención a problemas del usuario 	16 17 18 19 20		
		D5. Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> Infraestructura Acceso Materiales Limpieza y mantenimiento 			

Nota. Adaptado de *Calidad de servicio MODELO SERQUAL*, citado por (Zeithaml et al., 1988)

Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO QUE MIDE LA VARIABLE: GESTION TURISTICA

Es muy grato presentarme ante usted, el suscrito Br. Rengifo Ramírez Demetrio Tercero con Nro. DNI. 00036165, de la Universidad César Vallejo. La presente encuesta constituye parte de una investigación de título: “Gestión turística y calidad de servicios en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023”, el cual tiene fines únicamente académicos manteniendo completa absoluta discreción.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:

Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente.

Variable 1: Gestión turística

Escala auto valorativa

Totalmente de acuerdo	(TdA) = 5
De acuerdo	(DA) = 4
Indiferente	(I) = 3
En desacuerdo	(ED) = 2
Totalmente en desacuerdo	(TeD) = 1

Ítems o preguntas	1	2	3	4	5
V1. Gestión turística	TeD	ED	I	DA	TdA
Dimensión 1: Planificación turística					
1. Es preciso conocer la misión y visión de la unidad ejecutora regional					
2. La unidad ejecutora regional planifica las actividades turísticas					
3. La planificación de las actividades turísticas responde a las expectativas de los visitantes					
4. Se Planifica la hoja de ruta del sistema turístico					
5. La institución prevé las necesidades financieras					
Dimensión 2: Organización turística					

1. Se fomenta el trabajo en equipo en las actividades turísticas					
2. La entidad organiza proyectos artesanales y de comercio exterior					
3. La estructura organizacional de la unidad ejecutora regional favorece el turismo					
4. La unidad ejecutora regional tiene una estructura organizacional para el sector comercio exterior					
5. Se organiza la promoción y publicidad de los productos y servicios turísticos					
Dimensión 3: Ejecución					
1. Se desarrollan las tareas y actividades turísticas programadas					
2. La implementación del destino turístico se realiza en condiciones seguras y sanas					
3. El servicio turístico se ofrece de manera ininterrumpida					
4. La ejecución de las actividades turísticas se da en razón del flujo de visitantes					
5. Se implementan las actividades turísticas en los plazos previstos					
Dimensión 4: Control turístico					
1. La unidad ejecutora regional evalúa los nichos de mercado					
2. Se verifica el cumplimiento de los planes en materia turística					
3. Se mide y evalúa los resultados en función de las metas alcanzadas					
4. La entidad adopta las medidas correctivas necesarias vigilando su cumplimiento					

5. Efectúa los ajustes necesarios y las medidas que garanticen la gestión turística					
---	--	--	--	--	--

CUESTIONARIO QUE MIDE LA VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO

Es muy grato presentarme ante usted, el suscrito Br. Rengifo Ramírez Demetrio Tercero con Nro. DNI. 00036165, de la Universidad César Vallejo. La presente encuesta constituye parte de una investigación de título: “Gestión turística y calidad de servicios en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023”, el cual tiene fines únicamente académicos manteniendo completa absoluta discreción.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:

Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente.

Variable 2: Calidad de servicio

Escala auto valorativa

Totalmente de acuerdo	(TdA) = 5
De acuerdo	(DA) = 4
Indiferente	(I) = 3
En desacuerdo	(ED) = 2
Totalmente en desacuerdo	(TeD) = 1

Ítems o preguntas	1	2	3	4	5
V1. Calidad de Servicio	TeD	ED	I	DA	TdA
Dimensión 1: Empatía					
1. Se ofrece un servicio honesto					
2. El personal trata con amabilidad a los usuarios					
3. Se atiende al usuario como la persona más importante					
4. Se percibe interés y voluntad en la resolución de las dificultades de los usuarios					

5. Se desarrollan relaciones positivas con los usuarios					
Dimensión 2: Fiabilidad					
1. Para la entidad primero son los usuarios					
2. Se tiene el convencimiento que el servicio que ofrece la entidad es de calidad					
3. El servicio se le provee en condiciones apropiadas					
4. El servicio que se le ofrece se mantiene en reserva					
5. Los usuarios tienen credibilidad del servicio que se les ofrece					
Dimensión 3: La Seguridad					
1. La entidad asegura el cumplimiento del servicio ofertado					
2. La institución ofrece un servicio de calidad					
3. El servicio se ofrece de manera confiable					
4. El usuario encomienda su fe en la entidad					
5. La entidad presta un servicio adecuado					
Dimensión 4: Calidad de respuesta					
1. Se brinda el servicio en forma rápida y oportuna					
2. Existe voluntad colaborativa en la entidad					
3. Se observa predisposición para ayudar a los usuarios					
4. La atención genera retraso y molestia					
5. Se resuelve con prontitud los problemas del usuario					
Dimensión 5: Elementos tangibles					
1. la infraestructura de los destinos turísticos que ha visitado es la adecuada					

2. las vías de acceso que le permitieron llegar al destino turístico que ha visitado se encuentran en buenas condiciones					
3 los materiales publicitarios de los destinos turísticos que ha visitado son los adecuados					
4Se cuenta con materiales sobre información de: folletos, afiches publicitarios para la promoción de los destinos turísticos					
5. Se evidencia la limpieza y mantenimiento de los destinos turísticos					

Anexo 3: Consentimiento informado

Yo, Rengifo Ramírez, Demetrio Tercero, estudiante de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, estoy realizando la investigación de titulada “**Gestión turística y Calidad de servicios en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023**”. Por consiguiente, se le invita a participar voluntariamente en dicho estudio. Su participación será de invaluable ayuda para lograr el objetivo de la investigación.

Propósito del estudio

El objetivo del presente estudio es determinar cuál es la relación de gestión turística y calidad de servicios en una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023. Esta investigación es desarrollada en la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo del Campus Cono Norte Lima aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución educativa.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se contará con los cuestionarios que evalúen ambas variables de estudio desde la perspectiva de los trabajadores y funcionarios de una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, relacionadas a las variables, la variable N° 01, contará con 20 ítems, y la variable N° 02 contará con 25 ítems.
2. Esta encuesta tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos, un aproximado de medio minuto por cada ítem, y se realizará en ambientes de una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, las respuestas anotadas serán codificadas y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía)

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir, si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación, si no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia)

Indicar al participante, la existencia que no existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia)

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico, ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar al trabajo individual de la persona; sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio para la mejora de la gestión administrativa del Gobierno Regional de Ayacucho.

Confidencialidad (principio de justicia)

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con al investigador Demetrio Tercero Rengifo Ramírez email: drengifo61@ucvvirtual.edu.pe y al docente Carlos Enrique Ayala Asencio email: cayalaa@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.



Rengifo Ramírez, Demetrio Tercero
DNI: 00036165

Ucayali, 18 octubre del 2023

Nota: Obligatorio a partir de los 18 años

Anexo 4. Evaluación por juicio de expertos

Señor: Dr. Pablo Ramón Carrasco Pintado.

Presente

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de experto

Nos es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del programa de Maestría en gestión pública de la Universidad César Vallejo, en la sede lima norte requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación.

El título nombre del proyecto de investigación es: "Gestión turística y Calidad de servicios en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Firma

Rengifo Ramírez, Demetrio Tercero

DNI 00036165

Ámbito de aplicación:	unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo
Dimensiones:	9
Confiabilidad:	95 %
Escala:	Likert
Niveles o rango:	5
Cantidad de ítems:	45
Tiempo de aplicación:	20 minutos

4. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario: Encuesta de Gestión turística y calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023 elaborado de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<p>CLARIDAD</p> <p>El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

<p>COHERENCIA</p> <p>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<p>RELEVANCIA</p> <p>El ítem es esencial o importante, es decir debe ser.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

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

4: Alto nivel

3: Moderado nivel

2: Bajo Nivel

1: No cumple con el criterio

Instrumento que mide la variable 01: Gestión turística

Definición de la variable:

La gestión turística incluye procesos efectivos, activos y adecuados relacionados con la planificación, el diseño, el ejercicio del liderazgo y la supervisión de las tareas gestionadas por la agencia, en base a los conocimientos específicos y los servicios disponibles, y se desempeñará de la mejor manera. Desarrollar dinámicas que cubran de manera confiable las expectativas de los visitantes (García,2017).

Dimensión 1: Planificación turística

Definición de la dimensión:

La planificación, corresponde a establecer planes de acción en el destino turístico, la cual ha de ejecutarse por el ente, coordinando con los distintos actores involucrados a través de las mejoras en la ejecución de proyectos e inversiones turísticas para ello ha de considerarse la infraestructura, capacidades y la competitividad del destino turístico (García,2017).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Misión y visión	1. Es preciso conocer la misión y visión de la unidad ejecutora regional	4	4	4	
Planes de acción	2. La unidad ejecutora regional planifica las actividades turísticas	4	4	4	
Oferta turística	3. La planificación de las actividades turísticas responde a las expectativas de los visitantes	4	4	4	

	4. Se Planifica la hoja de ruta del sistema turístico	4	4	4	
Necesidades financieras	5. La institución prevé las necesidades financieras	4	4	4	

Dimensión 2: Organización turística

Definición de la dimensión:

El proceso, por medio del cual se han de estructurar la gestión de los recursos físicos y humanos, cuyo fin es alcanzar los objetivos establecidos, de forma ordenada de trabajo, la asignación de tareas, responsabilidades, así como la realización de actividades en los tiempos adecuados para (Bastidas,2018)

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Trabajo en equipo	1. Se fomenta el trabajo en equipo en las actividades turísticas	4	4	4	
Proyectos artesanales y de comercio exterior	2. La entidad organiza proyectos artesanales y de comercio exterior	4	4	4	
Estructura organizacional	3. La estructura organizacional de la unidad ejecutora regional favorece el turismo	4	4	4	
	4. La unidad ejecutora regional tiene una estructura organizacional para el sector comercio exterior	4	4	4	

Promoción y publicidad	5. Se organiza la promoción y publicidad de los productos y servicios turísticos	4	4	4	
------------------------	--	---	---	---	--

Dimensión 3: Ejecución

Definición de la dimensión:

La ejecución lo cual implica la realización de las distintas actividades de índole turísticas, las cuales han sido programadas, por la entidad de acuerdo a lo planificado, estableciendo coordinaciones convenientes y apropiadas con el fin de se cumpla de acuerdo a lo establecido, implica la participación de los colaboradores, asumir funciones, así como responsabilidades, y se realicen de forma eficiente, así como eficaz (Ríos, 2018)

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tareas y actividades	1. Se desarrollan las tareas y actividades turísticas programadas	4	4	4	
Seguridad y salubridad de destino	2. La implementación del destino turístico se realiza en condiciones seguras y sanas	4	4	4	
	3. El servicio turístico se ofrece de manera ininterrumpida	4	4	4	
Flujo de visitantes	4. La ejecución de las actividades turísticas se da en razón del flujo de visitantes	4	4	4	

	5. Se implementan las actividades turísticas en los plazos previstos	4	4	4	
--	--	---	---	---	--

Dimensión 4: Control turístico

Definición de la dimensión:

el proceso a través del cual se implantará medidas que evalúen el cumplimiento de estándares de desempeño que permitan realizar el monitoreo, el seguimiento y la evaluación de los avances alcanzados de las actividades la implementación de medidas correctivas para alcanzar los resultados esperados (Barbarán, 2018).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Evaluación de nichos de mercado	1. La unidad ejecutora regional evalúa los nichos de mercado	4	4	4	
Verificación de cumplimiento de planes	2. Se verifica el cumplimiento de los planes en materia turística	4	4	4	
	3. Se mide y evalúa los resultados en función de las metas alcanzadas	4	4	4	
Acciones correctivas	4. La entidad adopta las medidas correctivas necesarias vigilando su cumplimiento	4	4	4	
	5. Efectúa los ajustes necesarios y las medidas que garanticen la gestión turística	4	4	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

.....

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador:

Dr. Carrasco Pintado Pablo Ramon..... DNI: **25747772**

Lima, 12 de octubre de 2023

Especialidad del validador Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

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

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

Instrumento que mide la variable 02: Calidad de Servicio

Definición de la variable:

La calidad del servicio la que tiene por propósito el diseño y la elaboración de los servicios satisfaciendo al cliente, para lo cual debe de plantear una forma adecuada de control, la cual direcciona la reestructuración de la organización a partir de un cambio que permitan alcanzar sus objetivos, a través de sus estrategias (Zeithaml et al. ,1988).

Dimensión 1: La empatía

Definición de la dimensión:

el personal, así como la organización debe de atender al cliente de manera cuidadosa, de forma personalizada, así los clientes se perciban como importantes, y comprendidos, se debe de tener en cuenta estas recomendaciones, lo que permitirá desarrollar una buena relación con el cliente esta dinámica de interacción permitirá conocer con mayor profundidad las características de sus requerimientos, que faciliten una disposición de fidelidad por el cliente hacia la empresa (Parasuraman et al., 1988).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Compromiso con el usuario	1. Se ofrece un servicio honesto	4	4	4	
Atención amable	2. El personal trata con amabilidad a los usuarios	4	4	4	
Trato al usuario	3. Se atiende al usuario como la persona más importante	4	4	4	
Interés y voluntad para resolver problemas	4. Se percibe interés y voluntad en la resolución de las dificultades de los usuarios	4	4	4	

Relaciones positivas	5. Se desarrollan relaciones positivas con los usuarios	4	4	4	
----------------------	---	---	---	---	--

Dimensión 2: Fiabilidad

Definición de la dimensión:

se desarrolla e implementa el servicio. allí se desarrollará y se ejecutará el servicio que se ha convenido de la forma más fable y cuidadosa posible.; es decir se brindará de la forma más correcta, buscando reducir el nivel de errores desde la etapa inicial, de forma, precisa la confiabilidad o fiabilidad. es la búsqueda de cumplir como organización o ente, etc.; sobre aquellas promesas realizadas.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Prioridad del servicio	1. Para la entidad primero son los usuarios	4	4	4	
Certeza del servicio	2. Se tiene el convencimiento que el servicio que ofrece la entidad es de calidad	4	4	4	
Condiciones apropiadas	3. El servicio se le provee en condiciones apropiadas	4	4	4	
Confidencialidad	4. El servicio que se le ofrece se mantiene en reserva	4	4	4	
Credibilidad del servicio	5. Los usuarios tienen credibilidad del servicio que se les ofrece	4	4	4	

Dimensión 3: La seguridad.

Definición de la dimensión:

El cliente deposita su confianza en la organización, para a través de ella pueda recibir los medios que le permitan satisfacer sus necesidades, lo cual va a implicar. generar seguridad, así como rapidez del servicio, a través de un buen comportamiento, que le faciliten que se pueda ganar la confianza por parte del (Parasuraman et al., 1988).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Promesa de servicio	1. La entidad asegura el cumplimiento del servicio ofertado	4	4	4	
Realizar bien el servicio	2. La institución ofrece un servicio de calidad	4	4	4	
Servicio oportuno	3. El servicio se ofrece de manera confiable	4	4	4	
Servicio confiable	4. El usuario encomienda su fe en la entidad	4	4	4	
Prestación del servicio	5. La entidad presta un servicio adecuado	4	4	4	

Dimensión 4: Capacidad de respuesta

Definición de la dimensión:

comprende la disposición para ofrecer apoyo al cliente o usuario y disposición que facilite el poder ofrecer un servicio rápido En el caso de la responsabilidad la cual se refiere a como esencial, la cual comprende a la comunicación como factor esencial de quien presta el servicio y el cliente; en un periodo determinado para ser atendido, respondiendo a sus interrogantes sobre determinada información que este requiera (Parasuraman et al., 1988).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Servicio rápido	1. Se brinda el servicio en forma rápida y oportuna	4	4	4	
Voluntad colaborativa	2. Existe voluntad colaborativa en la entidad	4	4	4	
Actitud de ayuda	3. Se observa predisposición para ayudar a los usuarios	4	4	4	
Cumplimiento de compromisos	4. La atención genera retraso y molestia	4	4	4	
Atención a problemas del usuario	5. Se resuelve con prontitud los problemas del usuario	4	4	4	

Dimensión 5: Elementos tangibles

Definición de la dimensión:

Es la parte que más se hace notar de la oferta del servicio que prometimos dar al cliente, en ella encontramos a los aspectos de las instalaciones físicas, el personal que labora, los equipos instalados; todo ello representa lo tangible que será utilizado para evaluar la calidad.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Infraestructura	1. la infraestructura de los destinos turísticos que ha visitado es la adecuada	4	4	4	

	2. Las vías de acceso que le permitieron llegar al destino turístico que ha visitado se encuentran en buenas condiciones	4	4	4	
Materiales de comunicación	3. Los materiales publicitarios de los destinos turísticos que ha visitado son los adecuados	4	4	4	
	4. Se cuenta con materiales sobre información de: folletos, afiches publicitarios para la promoción de los destinos turísticos	4	4	4	
Equipos	5. Se evidencia la limpieza y mantenimiento de los destinos turísticos	4	4	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

.....

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador:

Dr. Carrasco Pintado Pablo Ramon.

DNI: **25747772**

Especialidad del validador Doctor en gestión pública y gobernabilidad

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 12 de octubre de 2023



Firma del Experto Informante

Pd.: el presente formato debe tomata:

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

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

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



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
CARRASCO PINTADO, PABLO RAMON DNI 25747772	LICENCIADO EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: 04/08/2010 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS <i>PERU</i>
CARRASCO PINTADO, PABLO RAMON DNI 25747772	MAGISTER EN GESTION PUBLICA Fecha de diploma: 28/09/15 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>
CARRASCO PINTADO, PABLO RAMON DNI 25747772	BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Fecha de diploma: 23/02/09 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS <i>PERU</i>
CARRASCO PINTADO, PABLO RAMON DNI 25747772	DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 12/11/18 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 28/08/2015 Fecha egreso: 19/08/2018	UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO <i>PERU</i>

Anexo 4. Evaluación por juicio de expertos

Señor: Mg. Giovanna Edith Ruiz Villavicencio.

Presente

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de experto

Nos es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del programa de Maestría en gestión pública de la Universidad César Vallejo, en la sede lima norte requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación.

El título nombre del proyecto de investigación es: "Gestión turística y Calidad de servicios en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Firma

Rengifo Ramírez, Demetrio Tercero

DNI 00036165

Ámbito de aplicación:	unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo
Dimensiones:	9
Confiabilidad:	95 %
Escala:	Likert
Niveles o rango:	5
Cantidad de ítems:	45
Tiempo de aplicación:	20 minutos

4. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario: Encuesta de Gestión turística y calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023 elaborado de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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

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

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

4: Alto nivel

3: Moderado nivel

2: Bajo Nivel

1: No cumple con el criterio

Instrumento que mide la variable 01: Gestión turística

Definición de la variable:

La gestión turística incluye procesos efectivos, activos y adecuados relacionados con la planificación, el diseño, el ejercicio del liderazgo y la supervisión de las tareas gestionadas por la agencia, en base a los conocimientos específicos y los servicios disponibles, y se desempeñará de la mejor manera. Desarrollar dinámicas que cubran de manera confiable las expectativas de los visitantes (García,2017).

Dimensión 1: Planificación turística

Definición de la dimensión:

La planificación, corresponde la establecer planes de acción en el destino turístico, la cual ha de ejecutarse por el ente, coordinando con los distintos los actores involucrados a través de las mejoras en la ejecución de proyectos e inversiones turísticas para ello ha de considerarse la infraestructura, capacidades y la competitividad del destino turístico (García,2017).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones / Recomendaciones
Misión y visión	1. Es preciso conocer la misión y visión de la unidad ejecutora regional	4	4	4	
Planes de acción	2. La unidad ejecutora regional planifica las actividades turísticas	4	4	4	
Oferta turística	3. La planificación de las actividades turísticas responde a las expectativas de los visitantes	4	4	4	
	4. Se Planifica la hoja de ruta del sistema turístico	4	4	4	

Necesidades financieras	5. La institución prevé las necesidades financieras	4	4	4	
-------------------------	---	---	---	---	--

Dimensión 2: Organización turística

Definición de la dimensión:

El proceso, por medio del cual se han de estructurar la gestión de los recursos físicos y humanos, cuyo fin es alcanzar los objetivos establecidos, de forma ordenada de trabajo, la asignación de tareas, responsabilidades, así como la realización de actividades en los tiempos adecuados para (Bastidas,2018)

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Trabajo en equipo	1. Se fomenta el trabajo en equipo en las actividades turísticas	4	4	4	
Proyectos artesanales y de comercio exterior	2. La entidad organiza proyectos artesanales y de comercio exterior	4	4	4	
Estructura organizacional	3. La estructura organizacional de la unidad ejecutora regional favorece el turismo	4	4	4	
	4. La unidad ejecutora regional tiene una estructura organizacional para el sector comercio exterior	4	4	4	

Promoción y publicidad	5. Se organiza la promoción y publicidad de los productos y servicios turísticos	4	4	4	
------------------------	--	---	---	---	--

Dimensión 3: Ejecución

Definición de la dimensión:

La ejecución lo cual implica la realización de las distintas actividades de índole turísticas, las cuales han sido programadas, por la entidad de acuerdo a lo planificado, estableciendo coordinaciones convenientes y apropiadas con el fin de se cumpla de acuerdo a lo establecido, implica la participación de los colaboradores, asumir funciones, así como responsabilidades, y se realicen de forma eficiente, así como eficaz (Ríos, 2018)

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tareas y actividades	1. Se desarrollan las tareas y actividades turísticas programadas	4	4	4	
Seguridad y salubridad de destino	2. La implementación del destino turístico se realiza en condiciones seguras y sanas	4	4	4	
	3. El servicio turístico se ofrece de manera ininterrumpida	4	4	4	
Flujo de visitantes	4. La ejecución de las actividades turísticas se da en razón del flujo de visitantes	4	4	4	

	5. Se implementan las actividades turísticas en los plazos previstos	4	4	4	
--	--	---	---	---	--

Dimensión 4: Control turístico

Definición de la dimensión:

El proceso a través del cual se implantará medidas que evalúen el cumplimiento de estándares de desempeño que permitan realizar el monitoreo, el seguimiento y la evaluación de los avances alcanzados de las actividades la implementación de medidas correctivas para alcanzar los resultados esperados (Barbarán, 2018).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Evaluación de nichos de mercado	1. La unidad ejecutora regional evalúa los nichos de mercado	4	4	4	
Verificación de cumplimiento de planes	2. Se verifica el cumplimiento de los planes en materia turística	4	4	4	
	3. Se mide y evalúa los resultados en función de las metas alcanzadas	4	4	4	
Acciones correctivas	4. La entidad adopta las medidas correctivas necesarias vigilando su cumplimiento	4	4	4	
	5. Efectúa los ajustes necesarios y las medidas que garanticen la gestión turística	4	4	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

.....

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

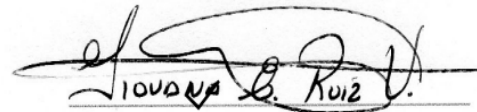
Apellidos y nombres del juez validador:

Dr. Ruiz Villavicencio Giovana Edith..... DNI: **09809746**

Lima, 11 de octubre de 2023

Especialidad del validador: Metodología

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
- Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

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

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

Instrumento que mide la variable 02: Calidad de Servicio

Definición de la variable:

La calidad del servicio la que tiene por propósito el diseño y la elaboración de los servicios satisfaciendo al cliente, para lo cual debe de plantear una forma adecuada de control, la cual direcciona la reestructuración de la organización a partir de un cambio que permitan alcanzar sus objetivos, a través de sus estrategias (Zeithaml et al. ,1988).

Dimensión 1: La empatía

Definición de la dimensión:

El personal, así como la organización debe de atender al cliente de manera cuidadosa, de forma personalizada, así los clientes se perciban como importantes, y comprendidos, se debe de tener en cuenta estas recomendaciones, lo que permitirá desarrollar una buena relación con el cliente esta dinámica de interacción permitirá conocer con mayor profundidad las características de sus requerimientos, que faciliten una disposición de fidelidad por el cliente hacia la empresa (Parasuraman et al., 1988).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Compromiso con el usuario	1. Se ofrece un servicio honesto	4	4	4	
Atención amable	2. El personal trata con amabilidad a los usuarios	4	4	4	
Trato al usuario	3. Se atiende al usuario como la persona más importante	4	4	4	
Interés y voluntad para resolver problemas	4. Se percibe interés y voluntad en la resolución de las dificultades de los usuarios	4	4	4	

Relaciones positivas	5. Se desarrollan relaciones positivas con los usuarios	4	4	4	
----------------------	---	---	---	---	--

Dimensión 2: Fiabilidad

Definición de la dimensión:

Se desarrolla e implementa el servicio, allí se desarrollará y se ejecutará el servicio que se ha convenido de la forma más fable y cuidadosa posible; es decir se brindará de la forma más correcta, buscando reducir el nivel de errores desde la etapa inicial, de forma, precisa la confiabilidad o fiabilidad. es la búsqueda de cumplir como organización o ente, etc.; sobre aquellas promesas realizadas.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Prioridad del servicio	1. Para la entidad primero son los usuarios	4	4	4	
Certeza del servicio	2. Se tiene el convencimiento que el servicio que ofrece la entidad es de calidad	4	4	4	
Condiciones apropiadas	3. El servicio se le provee en condiciones apropiadas	4	4	4	
Confidencialidad	4. El servicio que se le ofrece se mantiene en reserva	4	4	4	
Credibilidad del servicio	5. Los usuarios tienen credibilidad del servicio que se les ofrece	4	4	4	

Dimensión 3: La seguridad.

Definición de la dimensión:

El cliente deposita su confianza en la organización, para a través de ella pueda recibir los medios que le permitan satisfacer sus necesidades, lo cual va a implicar. generar seguridad, así como rapidez del servicio, a través de un buen comportamiento, que le faciliten que se pueda ganar la confianza por parte del (Parasuraman et al., 1988).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Promesa de servicio	1. La entidad asegura el cumplimiento del servicio ofertado	4	4	4	
Realizar bien el servicio	2. La institución ofrece un servicio de calidad	4	4	4	
Servicio oportuno	3. El servicio se ofrece de manera confiable	4	4	4	
Servicio confiable	4. El usuario encomienda su fe en la entidad	4	4	4	
Prestación del servicio	5. La entidad presta un servicio adecuado	4	4	4	

Dimensión 4: Capacidad de respuesta

Definición de la dimensión:

Comprende la disposición para ofrecer apoyo al cliente o usuario y disposición que facilite el poder ofrecer un servicio rápido En el caso de la responsabilidad la cual se refiere a como esencial, la cual comprende a la comunicación como factor esencial de quien presta el servicio y el cliente; en un periodo determinado para ser atendido, respondiendo a sus interrogantes sobre determinada información que este requiera (Parasuraman et al., 1988).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Servicio rápido	1. Se brinda el servicio en forma rápida y oportuna	4	4	4	
Voluntad colaborativa	2. Existe voluntad colaborativa en la entidad	4	4	4	
Actitud de ayuda	3. Se observa predisposición para ayudar a los usuarios	4	4	4	
Cumplimiento de compromisos	4. La atención genera retraso y molestia	4	4	4	
Atención a problemas del usuario	5. Se resuelve con prontitud los problemas del usuario	4	4	4	

Dimensión 5: Elementos tangibles

Definición de la dimensión:

Es la parte que más se hace notar de la oferta del servicio que prometimos dar al cliente, en ella encontramos a los aspectos de las instalaciones físicas, el personal que labora, los equipos instalados; todo ello representa lo tangible que será utilizado para evaluar la calidad.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Infraestructura	1. La infraestructura de los destinos turísticos que ha visitado es la adecuada	4	4	4	
	2. Las vías de acceso que le permitieron llegar al destino	4	4	4	

	turístico que ha visitado se encuentran en buenas condiciones				
Materiales de comunicación	3. Los materiales publicitarios de los destinos turísticos que ha visitado son los adecuados	4	4	4	
	4. Se cuenta con materiales sobre información de: folletos, afiches publicitarios para la promoción de los destinos turísticos	4	4	4	
Equipos	5. Se evidencia la limpieza y mantenimiento de los destinos turísticos	4	4	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

.....

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

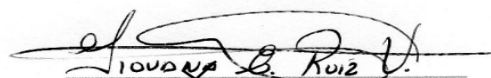
Apellidos y nombres del juez validador:

Mg. Giovanna Edith Ruiz Villavicencio

DNI: **09809746**

Especialidad del validador Metodóloga

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo



Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

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

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



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
RUIZ VILLAVICENCIO, GIOVANA EDITH DNI 09809746	TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO Fecha de diploma: 04/10/04 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO <i>PERU</i>
RUIZ VILLAVICENCIO, GIOVANA EDITH DNI 09809746	BACHILLER EN CONTABILIDAD Fecha de diploma: 29/03/04 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matricula: 16/08/1994 Fecha egreso: 04/12/2003	UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO <i>PERU</i>
RUIZ VILLAVICENCIO, GIOVANA EDITH DNI 09809746	MAESTRA EN CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS CON MENCION EN TRIBUTACION FISCAL Y EMPRESARIAL Fecha de diploma: 19/07/19 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matricula: 24/10/2005 Fecha egreso: 10/12/2016	UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES <i>PERU</i>

Anexo 4. Evaluación por juicio de expertos

Señor: Dr. Willie Álvarez Chávez

Presente

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de experto

Nos es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del programa de Maestría en gestión pública de la Universidad César Vallejo, en la sede lima norte requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación.

El título nombre del proyecto de investigación es: "Gestión turística y Calidad de servicios en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Firma

Rengifo Ramírez, Demetrio Tercero

DNI 00036165

Administración:	Físico presencial
Año:	2023
Ámbito de aplicación:	unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo
Dimensiones:	9
Confiabilidad:	95 %
Escala:	Likert
Niveles o rango:	5
Cantidad de ítems:	45
Tiempo de aplicación:	20 minutos

4. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario: Encuesta de Gestión turística y calidad de servicio en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023 elaborado de acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<p>CLARIDAD</p> <p>El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

<p>COHERENCIA</p> <p>El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.</p>	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<p>RELEVANCIA</p> <p>El ítem es esencial o importante, es decir debe ser.</p>	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

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

4: Alto nivel

3: Moderado nivel

2: Bajo Nivel

1: No cumple con el criterio

Instrumento que mide la variable 01: Gestión turística

Definición de la variable:

La gestión turística incluye procesos efectivos, activos y adecuados relacionados con la planificación, el diseño, el ejercicio del liderazgo y la supervisión de las tareas gestionadas por la agencia, en base a los conocimientos específicos y los servicios disponibles, y se desempeñará de la mejor manera. Desarrollar dinámicas que cubran de manera confiable las expectativas de los visitantes (García,2017).

Dimensión 1: Planificación turística

Definición de la dimensión:

La planificación, corresponde la establecer planes de acción en el destino turístico, la cual ha de ejecutarse por el ente, coordinando con los distintos los actores involucrados a través de las mejoras en la ejecución de proyectos e inversiones turísticas para ello ha de considerarse la infraestructura, capacidades y la competitividad del destino turístico (García,2017).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Misión y visión	1. Es preciso conocer la misión y visión de la unidad ejecutora regional	4	4	4	
Planes de acción	2. La unidad ejecutora regional planifica las actividades turísticas	4	4	4	
Oferta turística	3. La planificación de las actividades turísticas responde a las expectativas de los visitantes	4	4	4	

	4. Se Planifica la hoja de ruta del sistema turístico	4	4	4	
Necesidades financieras	5. La institución prevé las necesidades financieras	4	4	4	

Dimensión 2: Organización turística

Definición de la dimensión:

El proceso, por medio del cual se han de estructurar la gestión de los recursos físicos y humanos, cuyo fin es alcanzar los objetivos establecidos, de forma ordenada de trabajo, la asignación de tareas, responsabilidades, así como la realización de actividades en los tiempos adecuados para (Bastidas,2018)

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Trabajo en equipo	1. Se fomenta el trabajo en equipo en las actividades turísticas	4	4	4	
Proyectos artesanales y de comercio exterior	2. La entidad organiza proyectos artesanales y de comercio exterior	4	4	4	
Estructura organizacional	3. La estructura organizacional de la unidad ejecutora regional favorece el turismo	4	4	4	

	4. La unidad ejecutora regional tiene una estructura organizacional para el sector comercio exterior	4	4	4	
Promoción y publicidad	5. Se organiza la promoción y publicidad de los productos y servicios turísticos	4	4	4	

Dimensión 3: Ejecución

Definición de la dimensión:

La ejecución lo cual implica la realización de las distintas actividades de índole turísticas, las cuales han sido programadas, por la entidad de acuerdo a lo planificado, estableciendo coordinaciones convenientes y apropiadas con el fin de se cumpla de acuerdo a lo establecido, implica la participación de los colaboradores, asumir funciones, así como responsabilidades, y se realicen de forma eficiente, así como eficaz (Ríos, 2018)

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tareas y actividades	1. Se desarrollan las tareas y actividades turísticas programadas	4	4	4	
Seguridad y salubridad de destino	2. La implementación del destino turístico se realiza en condiciones seguras y sanas	4	4	4	
	3. El servicio turístico se ofrece de manera ininterrumpida	4	4	4	

Flujo de visitantes	4. La ejecución de las actividades turísticas se da en razón del flujo de visitantes	4	4	4	
	5. Se implementan las actividades turísticas en los plazos previstos	4	4	4	

Dimensión 4: Control turístico

Definición de la dimensión:

el proceso a través del cual se implantará medidas que evalúen el cumplimiento de estándares de desempeño que permitan realizar el monitoreo, el seguimiento y la evaluación de los avances alcanzados de las actividades la implementación de medidas correctivas para alcanzar los resultados esperados (Barbarán, 2018).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Evaluación de nichos de mercado	1. La unidad ejecutora regional evalúa los nichos de mercado	4	4	4	
Verificación de cumplimiento de planes	2. Se verifica el cumplimiento de los planes en materia turística	4	4	4	
	3. Se mide y evalúa los resultados en función de las metas alcanzadas	4	4	4	
Acciones correctivas	4. La entidad adopta las medidas correctivas necesarias vigilando su cumplimiento	4	4	4	
	5. Efectúa los ajustes necesarios y las medidas que	4	4	4	

	garanticen la gestión turística				
--	---------------------------------	--	--	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

.....

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador:

Dr. Willie Álvarez Chávez DNI: **25001569**

Lima, 10 de octubre de 2023

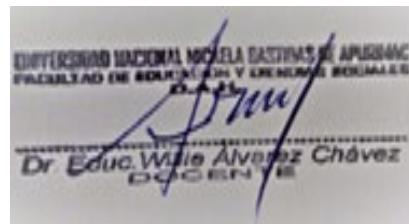
Especialidad del validador Especialista Temático

¹**Pertinencia:**El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

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

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

Instrumento que mide la variable 02: Calidad de Servicio

Definición de la variable:

La calidad del servicio la que tiene por propósito el diseño y la elaboración de los servicios satisfaciendo al cliente, para lo cual debe de plantear una forma adecuada de control, la cual direcciona la reestructuración de la organización a partir de un cambio que permitan alcanzar sus objetivos, a través de sus estrategias (Zeithaml et al. ,1988).

Dimensión 1: La empatía

Definición de la dimensión:

el personal, así como la organización debe de atender al cliente de manera cuidadosa, de forma personalizada, así los clientes se perciban como importantes, y comprendidos, se debe de tener en cuenta estas recomendaciones, lo que permitirá desarrollar una buena relación con el cliente esta dinámica de interacción permitirá conocer con mayor profundidad las características de sus requerimientos, que faciliten una disposición de fidelidad por el cliente hacia la empresa (Parasuraman et al., 1988).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Compromiso con el usuario	1. Se ofrece un servicio honesto	4	4	4	
Atención amable	2. El personal trata con amabilidad a los usuarios	4	4	4	
Trato al usuario	3. Se atiende al usuario como la persona más importante	4	4	4	

Interés y voluntad para resolver problemas	4. Se percibe interés y voluntad en la resolución de las dificultades de los usuarios	4	4	4	
Relaciones positivas	5. Se desarrollan relaciones positivas con los usuarios	4	4	4	

Dimensión 2: Fiabilidad

Definición de la dimensión:

se desarrolla e implementa el servicio. allí se desarrollará y se ejecutará el servicio que se ha convenido de la forma más fable y cuidadosa posible.; es decir se brindará de la forma más correcta, buscando reducir el nivel de errores desde la etapa inicial, de forma, precisa la confiabilidad o fiabilidad. es la búsqueda de cumplir como organización o ente, etc.; sobre aquellas promesas realizadas.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Prioridad del servicio	1. Para la entidad primero son los usuarios	4	4	4	
Certeza del servicio	2. Se tiene el convencimiento que el servicio que ofrece la entidad es de calidad	4	4	4	
Condiciones apropiadas	3. El servicio se le provee en condiciones apropiadas	4	4	4	
Confidencialidad	4. El servicio que se le ofrece se mantiene en reserva	4	4	4	

Credibilidad del servicio	5. Los usuarios tienen credibilidad del servicio que se les ofrece	4	4	4	
---------------------------	--	---	---	---	--

Dimensión 3: La seguridad.

Definición de la dimensión:

El cliente deposita su confianza en la organización, para a través de ella pueda recibir los medios que le permitan satisfacer sus necesidades, lo cual va a implicar. generar seguridad, así como rapidez del servicio, a través de un buen comportamiento, que le faciliten que se pueda ganar la confianza por parte del (Parasuraman et al., 1988).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Promesa de servicio	1. La entidad asegura el cumplimiento del servicio ofertado	4	4	4	
Realizar bien el servicio	2. La institución ofrece un servicio de calidad	4	4	4	
Servicio oportuno	3. El servicio se ofrece de manera confiable	4	4	4	
Servicio confiable	4. El usuario encomienda su fe en la entidad	4	4	4	
Prestación del servicio	5. La entidad presta un servicio adecuado	4	4	4	

Dimensión 4: Capacidad de respuesta

Definición de la dimensión:

comprende la disposición para ofrecer apoyo al cliente o usuario y disposición que facilite el poder ofrecer un servicio rápido En el caso de la responsabilidad la cual se refiere a como esencial, la cual comprende a la comunicación como factor esencial de quien presta el servicio y el cliente; en un periodo determinado para ser atendido, respondiendo a sus interrogantes sobre determinada información que este requiera (Parasuraman et al., 1988).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Servicio rápido	1. Se brinda el servicio en forma rápida y oportuna	4	4	4	
Voluntad colaborativa	2. Existe voluntad colaborativa en la entidad	4	4	4	
Actitud de ayuda	3. Se observa predisposición para ayudar a los usuarios	4	4	4	
Cumplimiento de compromisos	4. La atención genera retraso y molestias	4	4	4	
Atención a problemas del usuario	5. Se resuelve con prontitud los problemas del usuario	4	4	4	

Dimensión 5: Elementos tangibles

Definición de la dimensión:

Es la parte que más se hace notar de la oferta del servicio que prometimos dar al cliente, en ella encontramos a los aspectos de las instalaciones físicas, el personal que labora, los equipos instalados; todo ello representa lo tangible que será utilizado para evaluar la calidad.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Infraestructura	1. La infraestructura de los destinos turísticos que ha visitado es la adecuada	4	4	4	
	2. Las vías de acceso que le permitieron llegar al destino turístico que ha visitado se encuentran en buenas condiciones	4	4	4	
Materiales de comunicación	3. Los materiales publicitarios de los destinos turísticos que ha visitado son los adecuados	4	4	4	
	4. Se cuenta con materiales sobre información de: folletos, afiches publicitarios para la promoción de los destinos turísticos	4	4	4	

Equipos	5. Se evidencia la limpieza y mantenimiento de los destinos turísticos	4	4	4	
---------	--	---	---	---	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

.....

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador:

Dr. Willie Álvarez Chávez

DNI: **25001569**

Especialidad del validador Doctor en gestión pública y gobernabilidad

Lima, 10 de octubre de 2023

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

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

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



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

Graduado	Grado o Título	Institución
ALVAREZ CHAVEZ, WILLIE DNI 25001569	DOCTOR EN CIENCIAS DE LA EDUCACION Fecha de diploma: 21/11/2012 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS S.A. <i>PERU</i>
ALVAREZ CHAVEZ, WILLIE DNI 25001569	MAGISTER EN ADMINISTRACION CON MENCIÓN EN GERENCIA DE LA EDUCACION Fecha de diploma: 19/11/2008 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO <i>PERU</i>
ALVAREZ CHAVEZ, WILLIE DNI 25001569	LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION Fecha de diploma: Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO <i>PERU</i>
ALVAREZ CHAVEZ, WILLIE DNI 25001569	BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION Fecha de diploma: 29/05/1998 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO <i>PERU</i>
ALVAREZ CHAVEZ, WILLIE DNI 25001569	BACHILLER EN CIENCIAS DE LA EDUCACION Fecha de diploma: 20/05/2014 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***)	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS ANDES <i>PERU</i>
ALVAREZ CHAVEZ, WILLIE DNI 25001569	LICENCIADO EN EDUCACIÓN - NIVEL INICIAL Fecha de diploma: 04/01/22 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS ANDES <i>PERU</i>

Anexo 5. Resultado de similitud del programa Turnitin

ULTIMA REVISION CAPITULOS TESIS DR.pdf - Adobe Acrobat Pro DC

File Edit View Sign Window Help

Home Tools ULTIMA REVISION ... x

46 / 49 135%

ULTIMA REVISION CAPITULOS TESIS DR

INFORME DE ORIGINALIDAD

14%	14%	4%	9%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Cesar Vallejo	6%
	Trabajo del estudiante	

repositorio.uv.edu.pe

Buscar

17:23 30/12/2023

Anexo 6. Pruebas de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1	,145	60	,003	,943	60	,007
V2	,074	60	,200*	,972	60	,177

Nota. Corrección de significación de Lilliefors

Anexo 7. Matriz de consistencia

TÍTULO: Gestión turística y Calidad de servicios en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023 AUTORA: Rengifo Ramírez, Demetrio Tercero						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
<p>General:</p> <p>¿Cuál es la relación de Gestión turística y calidad de servicios en la dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023?</p> <p>Específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál es la relación de la planificación turística y calidad de servicios en la dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023? 2. ¿Cuál es la relación de la organización turística y la calidad de servicios en la dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023? 3. ¿Cuál es la relación de la ejecución y calidad de servicios en la dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023? 4. ¿Cuál es la relación del control turístico y calidad de servicios en la dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023? 	<p>General:</p> <p>Determinar cuál es la relación de Gestión turística y calidad de servicios en la dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023.</p> <p>Específicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar cuál es la relación de la planificación turística y calidad de servicios en la dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023. 2. Identificar cuál es la relación de la organización turística y la calidad de servicios en la dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023. 3. Identificar cuál es la relación de la ejecución y calidad de servicios en la dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023. 4. Identificar cuál es la relación del Control turístico y calidad de servicios en la dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023. 	<p>General:</p> <p>Existe relación entre gestión turística y calidad de servicios en la dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023</p> <p>Específicas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Existe relación entre la planificación turística y calidad de servicios en la dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023. 2. Existe relación entre la organización turística y la calidad de servicios en la dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023. 3. Existe relación entre la ejecución y calidad de servicios en la dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023. 4. Existe relación entre el control turístico y calidad de servicios en la dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali, 2023. 	<i>Variable 1: Gestión turística</i>			
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
			D1: Planificación	<ul style="list-style-type: none"> - Misión y visión - Planes de acción - Oferta turística - Necesidades financieras - Trabajo en equipo 	1, 2, 3, 4	Ordinal El cuestionario está compuesto por 20 preguntas, con respuestas de opción múltiple: Nunca = 1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5
D2: Organización	<ul style="list-style-type: none"> - Proyectos artesanales y de comercio - Estructura organizacional - Promoción y Publicidad 	5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12				
D3: Dirección	<ul style="list-style-type: none"> - Tareas y actividades - Seguridad y Salubridad de destino 	13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20				
D4: Control	<ul style="list-style-type: none"> - Flujo de visitantes - Evaluación de archivos - Verificación de cumplimiento de planes - Acciones correctivas 					
<i>Variable 2: Calidad de servicio</i>						
D1: Capacidad de respuesta.	<ul style="list-style-type: none"> -Compromiso con el usuario 	1, 2, 3, 4	Bajo: 16 - 36 Medio: 37 - 59 Alto: 80 - 80			
D2: Elementos tangibles.	<ul style="list-style-type: none"> - Atención amable - Trato al usuario 	5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12				

gobierno regional de Ucayali, 2023?			D3 Fiabilidad y D4.- Empatía D5. Seguridad	- Interés y voluntad para la resolución de problemas - Relaciones positivas - Prioridad del servicio -Certeza del servicio -Condiciones apropiadas - Confidencialidad - Credibilidad del servicio - Promesa del servicio - Realizar bien el servicio - Servicio oportuno - Servicio confiable - Prestación de servicio - Servicio rápido - Voluntad colaborativa - Actitud de ayuda - Cumplimiento de compromisos - Atención a problemas del usuario	13, 14, 15, 16,17,18, 19,20,21,2 2,23,24,25	
Tipo y diseño de investigación		Población y muestra		Técnicas e instrumentos		Estadística descriptiva e inferencial
Tipo: Básica Nivel: Correlacional Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental, transversal, cuantitativo		Población: Trabajadores de una dirección regional de comercio exterior y turismo en el gobierno regional de Ucayali Muestra: 60 trabajadores		Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario		Descriptiva: Uso del programa SPSS26 para describir tablas y figuras. Inferencial: Uso del programa SPSS26 para contrastar las hipótesis. Prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov

Anexo 8. Carta de presentación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO



“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”

Lima, 31 de octubre de 2023
Carta P. 0758-2023-UCV-VA-EPG-F01/J

Licenciado en Turismo y Hotelería
WILBER TRUJILLANO ALCALÁ
Director Regional
Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ucayali

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a Rengifo Ramírez, Demetrio Tercero; identificado con DNI N° 00036165 y con código de matrícula N° 7002823189; estudiante del programa de MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA quien, en el marco de su tesis conducente a la obtención de su grado de MAESTRO, se encuentra desarrollando el trabajo de investigación titulado:

Gestión turística y calidad de Servicios en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023

Con fines de investigación académica, solicito a su digna persona otorgar el permiso a nuestro estudiante, a fin de que pueda obtener información, en la institución que usted representa, que le permita desarrollar su trabajo de investigación. Nuestro estudiante investigador Rengifo Ramírez, Demetrio Tercero asume el compromiso de alcanzar a su despacho los resultados de este estudio, luego de haber finalizado el mismo con la asesoría de nuestros docentes.

Agradeciendo la gentileza de su atención al presente, hago propicia la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración.

Atentamente,



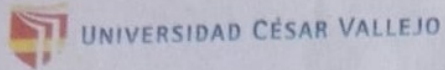
Helga R. Majo Marrúfo
Dra. Helga R. Majo Marrúfo

Jefe
Escuela de Posgrado UCV
Filial Lima Campus Los Olivos

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

DIRECCIÓN EXTERIOR	CARGO
RECIBIDO	
FECHA	6-11-2023
HORA	4:28
N° DOC.	8
N° EXP.	3035
SECRETARÍA	



Lima, 31 de octubre de 2023
Carta P. 0758-2023-UCV-VA-EPG-F01/J

Licenciado en Turismo y Hotelería
WILBER TRUJILLANO ALCALÁ
Director Regional
Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ucayali

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a Rengifo Ramírez, Demetrio Tercero; identificado con DNI N° 00036165 y con código de matrícula N° 7002823189; estudiante del programa de MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA quien, en el marco de su tesis conducente a la obtención de su grado de MAESTRO, se encuentra desarrollando el trabajo de investigación titulado:

Gestión turística y calidad de Servicios en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023

Con fines de investigación académica, solicito a su digna persona otorgar el permiso a nuestro estudiante, a fin de que pueda obtener información, en la institución que usted representa, que le permita desarrollar su trabajo de investigación. Nuestro estudiante investigador Rengifo Ramírez, Demetrio Tercero asume el compromiso de alcanzar a su despacho los resultados de este estudio, luego de haber finalizado el mismo con la asesoría de nuestros docentes.

Agradeciendo la gentileza de su atención al presente, hago propicia la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración.

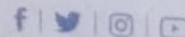
Atentamente,



Helga R. Majo Marrufo

Dra. Helga R. Majo Marrufo
Jefe
Escuela de Posgrado UCV
Filial Lima Campus Los Olivos

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

Anexo 9. Certificado de conducta responsable en investigación (CRI)

The screenshot shows a web browser window with the following elements:

- Browser Tabs:** "Certificación de Conducta Resp..." and "Directorio de Recursos Human...".
- Address Bar:** <https://vinculate.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/DirectorioCTI.do?tipo=datosinvestigador>
- Navigation Menu:** INICIO, GUÍA CALIFICACIÓN, RENACYT.
- User Profile:** DEMETRIO TERCERO RENGIFO RAMIREZ
- NOVEDADES (New News):**
 - El Curso de Conducta Responsable en Investigación *CR/* no es requisito para la calificación RENACYT. El URL es <https://vinculate.concytec.gob.pe/conducta-responsable-en-investigacion>.
- PERFIL (Profile):**
 - Calificación, Clasificación y Registro de Investigadores:** Usted ya registró una postulación identificada con el código: 232094
 - Conducta Responsable en Investigación:** Fecha: 10/11/2023
- File Upload:** "Seleccionar archivo" Sin archivos seleccionados
- Windows Taskbar:** Search bar (Buscar), system tray (19:02, 10/11/2023), and various application icons.

Otros anexos



CENTRO DE IDIOMAS
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CID-CDN-2023-01-UN-9130

CONSTANCIA

El Centro de Idiomas de la Universidad César Vallejo hace constar que **RENGIFO RAMIREZ , DEMETRIO TERCERO**, con código N.º **7002823189**, ha realizado estudios de **INGLÉS POSGRADO EXTRACURRICULAR**, equivalente a un total de **200 horas**; obteniendo los siguientes resultados:

CURSO	PROMEDIO FINAL	MES	AÑO	PROGRAMA
INGLÉS I	14 (catorce)	Marzo	2023	(Matricula Regular)
INGLÉS II	17 (diecisiete)	Junio	2023	(Matricula Regular)
INGLÉS III	17 (diecisiete)	Julio	2023	(Matricula Regular)

*La nota mínima aprobatoria es 14/20.

Se expide la presente constancia a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

Los Olivos, 25 de julio de 2023.



Firmado digitalmente por: ERICA MERCEDES DE PAZ BERROSPI DNI:09831501 RUC:20184113532
Motivo: Responsable de la firma
Fecha y Hora: 25/07/2023 12:22:43

Dra. Erica Mercedes De Paz Berrospi
Jefe Nacional del Centro de Idiomas



Esta constancia puede ser verificada utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. Documento electrónico emitido en el marco de la Ley Nº Ley Nº 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo Nº 002-2008-PCM.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

ESCUELA PROFESIONAL DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, AYALA ASECIO CARLOS ENRIQUE, docente de la ESCUELA DE POSGRADO de la escuela profesional de MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión turística y calidad de servicios en una unidad ejecutora regional del sector comercio exterior y turismo en Ucayali, 2023", cuyo autor es RENGIFO RAMIREZ DEMETRIO TERCERO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 05 de Enero del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
AYALA ASECIO CARLOS ENRIQUE DNI: 07179981 ORCID: 0000-0003-4764-4359	Firmado electrónicamente por: CAYALAA el 08-01- 2024 14:13:08

Código documento Trilce: TRI - 0722257