



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN  
PÚBLICA**

**Gestión municipal y promoción turística de Tarapoto, 2020**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
Maestra en Gestión Pública

**AUTORA:**

Cotrina Coral, Greysi Samantha (ORCID: 0000-0003-2967-030X)

**ASESOR:**

Mg. Panduro Salas, Aladino (ORCID: 0000-0003-2467-2939)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Reforma y modernización del Estado

TARAPOTO – PERÚ

2021

## **Dedicatoria**

A mis padres Silvia y Francis por siempre estar ahí apoyándome, por sus consejos de vida y por querer siempre lo mejor para mí. A mis hermanos Fabiano y Francis porque deseo que sean los mejores en lo que decidan estudiar cuando sean grandes.

A mi gran amigo, por brindarme siempre su apoyo y su aliento para ser una buena profesional, seguir estudiando y concluir la maestría.

**Samantha**

## **Agradecimiento**

A Dios por darme la vida, por acompañarme siempre en el camino, y por todos los aprendizajes a través de sus enseñanzas de vida.

A cada uno de los empresarios turísticos del Destino Tarapoto, a los representantes gremiales y a los funcionarios de la municipalidad provincial de San Martín por permitirme hacerlos parte de mi investigación.

**La autora**

## Índice de contenidos

Carátula .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de figuras .....	vi
Resumen.....	vii
Abstract .....	viii
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>5</b>
<b>III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>11</b>
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	11
3.2. Variables y operacionalización.....	12
3.3. Población, muestra y muestreo .....	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad....	15
3.5. Procedimientos .....	19
3.6. Métodos de análisis de datos.....	19
3.7. Aspectos éticos .....	19
<b>IV. RESULTADOS.....</b>	<b>20</b>
<b>V. DISCUSIÓN .....</b>	<b>30</b>
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>33</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>34</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>35</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>39</b>

## Índice de tablas

Tabla 1. Nivel de Gestión municipal .....	20
Tabla 2. Nivel de Promoción turística.....	21
Tabla 3. Correlación –Desarrollo organizacional y promoción turística .....	22
Tabla 4. Correlación – Finanzas municipales y promoción turística.....	24
Tabla 5. Correlación - Servicios y proyectos y promoción turística .....	25
Tabla 6. Correlación -Gobernabilidad democrática y promoción turística .....	26
Tabla 7. Prueba de normalidad .....	27
Tabla 8. Correlación -Gestión municipal y promoción turística .....	28

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Nivel de Gestión Municipal .....	20
<b>Figura 2.</b> Nivel de Promoción turística.....	21

## Resumen

La presente investigación tuvo por objetivo general determinar la relación que existe entre la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020. El tipo de estudio utilizado fue básico con un enfoque cuantitativo, el diseño empleado fue no experimental, de nivel correlacional. La población estuvo conformada por 25 personas representativas del sector turismo, la muestra es censal con el total de la población de estudio que es 25. La técnica utilizada fue la encuesta a través de un cuestionario. Para contrastar la normalidad se utilizó el método de correlación de Pearson, obteniendo como resultado que existe una relación directa y muy fuerte de 0.870. Concluyendo que se acepta la hipótesis alterna en donde se afirma que existe una relación significativa entre la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020.

**Palabras claves:** Gestión municipal, promoción turística, municipalidad, turismo

## **Abstract**

The general objective of this research was to determine the relationship between municipal management and tourism promotion in Tarapoto, 2020. The type of study used was basic with a quantitative approach, the design used was non-experimental, correlational level. The population was made up of 25 people representative of the tourism sector, the sample is census with the total of the study population being 25. The technique used was the survey through a questionnaire. To contrast normality, the Pearson correlation method was used, obtaining as a result that there is a direct and very strong relationship of 0.870. Concluding that the alternative hypothesis is accepted where it is stated that there is a significant relationship between municipal management and tourism promotion in Tarapoto, 2020.

**Keywords:** Municipal management, tourism promotion, municipality, tourism



## **I. INTRODUCCIÓN**

A nivel de todo el mundo el gobierno municipal en el progreso de los pueblos es fundamental, para enmarcar las visiones que se plantea para generar oportunidades a todos sus pobladores. Es así, como, las municipalidades a nivel mundial han ido pasando por procesos en cuanto a su administración, logística e incorporación de dinámicas de progreso por sectores, funciones y territorialmente que se emprenden desde el Estado para lograr sus funciones. Este nuevo contexto internacional ha forjado cambios relativamente sustantivos en las estrategias de desarrollo, los cuales han sido cambios prudentes, dirigidos a modernizar el Estado. (Rojas, 2006, p.13)

En muchos países de América Latina aún las municipalidades tienen las siguientes finalidades, como: a) Representar a sus vecinos, b) proporcionar de servicios gubernamentales locales y c) originar el progreso integro, acordado y sostenible del pueblo, sin embargo, su fin máximo en el rol de su gobierno local hoy en día se resume a la promoción del desarrollo integral, que en la realidad nacional este fin no ha sido desarrollado plenamente, debido a sus grandes limitaciones en temas del manejo de la asistencia que se brinda a los pobladores y la gestión de la inversión en cuanto a infraestructura local o proyectos de equipamientos en el territorio. (Rojas,2006, p.27)

En el Perú, según la (Ley N° 27972 - Ley Orgánica de Municipalidades), el sistema peruano de las municipalidades se instituye en un enfoque de un Estado demócrata, único y descentralizado porque su fin máximo es concertar el progreso del país. A nivel nacional la gestión municipal ha sido desarrollada a pasos lentos, ya que la inoperancia en el logro de sus funciones en muchos de los municipios no han sido los esperados por los ciudadanos peruanos, y esto pasa porque varios de ellos se sienten desatendidos en cuanto al logro de cumplir con los servicios básicos y la transgresión de sus derechos. El problema pasa en todos los sectores que comprende el desarrollo de las actividades en nuestro país. Y la promoción turística que viene enmarcado como una parte de la gestión municipal tampoco ha sido lo esperado por muchos.

En la región San Martín, a nivel local la realidad no está alejada de estos contextos, en definitiva cada escenario en el mandato local y regional tampoco han sido los esperados hasta el momento, pero que sin duda ha ido mejorando en algo, con falencias que pueden ser logradas y mejoradas si la autoridad edil y toda su plana de gestores públicos se ponen la camiseta de la ciudad; el desarrollo del turismo por su parte no ha sido la más precisa, para todas las oportunidades que se puede llegar a tener si se realiza una buena gestión por parte del municipio y los demás actores del sector turismo.

En los municipios locales se logra percibir que muchos de ellos no tienen una gerencia específica que vea el sector turismo y su desarrollo como tal, esto por la creencia de que no es necesario contar con un área que vele por el desarrollo turístico y la promoción turística de Tarapoto.

Las problemáticas de estas dos variables de estudio se dan, debido a que las gestiones municipales no cuentan en sí, dentro de su gestión con una gerencia que vele por una promoción turística adecuada, no cuentan con planes en el que identifiquen al turismo como tal, la falta de interés y de importancia de la promoción turística hoy en día, un desactualizado perfil de puestos que requieren para cada área e inadecuado procedimiento de selección del profesional para asumir cargos de confianza. Esta causa conlleva a no lograr un desarrollo institucional y desarrollo turístico del sector, no hacer una buena gestión, no demostrar la calidad de servicios que corresponde, no contar con un plan que incluya actividades netamente para la promoción turística de la ciudad y los alrededores de Tarapoto, no logrando una promoción adecuada con una visión de desarrollo, impidiendo el generar fondos económicos para generar un desarrollo turístico que cumpla con las necesidades de los diferentes representantes en esta cadena; por ende, el propósito de esta investigación se orienta a describir que tan importante es para una ciudad contar con una buena gestión municipal para la promoción turística de Tarapoto, 2020.

En base a la realidad problemática es necesario formular el **problema general**. ¿Cuál es la relación entre la Gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020? Como **problemas específicos**: ¿Cuál es el nivel de gestión municipal de Tarapoto, 2020? ¿Cuál es el nivel de promoción turística de Tarapoto, 2020? ¿Cuál es la correlación entre las dimensiones de la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020?

Esta investigación tiene como **justificación teórica**, que se llega a considerar que los resultados obtenidos se complementan y se utilizan para adquirir mejoras en la gestión municipal de la promoción turística que se va realizar para Tarapoto, beneficiando al sector turismo y a toda la comunidad. En la **Justificación práctica**, aporta y ayuda en la solución a aquellas dificultades existentes en la mejora que existe para la gobernabilidad, los servicios, finanzas y la promoción turística, gracias a los resultados obtenidos mediante una encuesta. **Justificación metodológica**, es un aporte para los nuevos investigadores en el tema de gestión municipal y promoción turística, gracias al instrumento (cuestionario) adaptado, lo cual pretende llegar a los puntos más específicos de una gestión para que de esa manera se desarrolle positivamente.

**Justificación social**, permitirá comprender lo necesario que es, contar con una gerencia de turismo dentro de una gestión municipal para velar por el desarrollo turístico de un destino. **Justificación por conveniencia**, esta investigación es conveniente ya que es necesario que una gestión municipal desarrolle y trabaje de la mano con el turismo, para lograr una buena promoción turística de valor y utilidad para toda la cadena de actores que se mueven gracias a este importante sector económico.

En base a lo anterior, es necesario plantear en primer lugar el **objetivo general**: Determinar la relación que existe entre la Gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020. Como **objetivos específicos**: O<sub>1</sub>: Identificar el nivel de gestión municipal de Tarapoto, 2020. O<sub>2</sub>: Identificar el nivel de promoción turística de

Tarapoto, 2020. O<sub>3</sub>: Identificar la correlación entre las dimensiones de la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020.

Como **hipótesis general**: H<sub>i</sub>: Existe relación significativa entre la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020. Como **específicas**: H<sub>1</sub>: El nivel de la gestión municipal de Tarapoto, 2020, es medio. H<sub>2</sub>: El nivel de la promoción turística de Tarapoto, 2020 es bajo. H<sub>3</sub>: Existe correlación entre las dimensiones de la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020.

## II. MARCO TEÓRICO

En tal sentido de las dos variables de investigación se han realizado indagaciones en diferentes ámbitos. Desde la mirada **internacional**, tal es el caso de Tobar y Valencia (2020), *Plan de promoción turística para el Cantón de San Miguel de Urcuquí* (Tesis de maestría) de la Universidad Tecnológica Israel, Quito, Ecuador, concluyeron que, el distrito El Cantón de San Miguel cuenta con un excelente potencial turístico que no está siendo aprovechado por parte de los actores del sector turismo, y que es fundamental y necesario contar con una guía en donde se estipulen lineamientos para promocionar los diferentes atractivos y/o recursos turísticos con los que cuenta esta área.

Machin, M., Sanchez, B., López, M., y Puentes, P. (2019), Local public management as guarantor of efficiency in the Cuban public administration (Artículo científico). Escuela Superior de Cuadros del Estado y del Gobierno, La Habana, Cuba 2019, nos dicen que es importante darles independencia a los gobiernos locales en Cuba, para que puedan ellos lograr gestiones de mejoría en beneficio a su población. En este caso la gestión local en Cuba se orienta a mejorar la experiencia en cuanto a los servicios brindados por parte del sector público hacia la sociedad.

Cordero, J. (2018), El gobierno municipal. ¿Promotor del desarrollo local? El caso del municipio semiurbano de Cd. Ixtepec, Oaxaca (Artículo científico). Universidad del Istmo, México, concluye que es indispensable y necesario modernizar la gestión municipal y reestructurar las áreas de alcance administrativo, en donde se brinde un buen servicio y este genere un buen desarrollo local, a nivel económico y social.

Por el lado **nacional**, Casiano y Cueva, (2020), Gestión municipal, niveles de percepción y confianza: el caso para el distrito de Chachapoyas, Amazonas, Perú, 2019 (Artículo científico). Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, Amazonas, Perú, concluyeron que la población local tiene indicadores de nivel de percepción y confianza con el gobierno local que va de acuerdo al tipo de experiencia del servicio que han recibido por parte de la municipalidad.

Cayotopa, C. (2018), Modelo de gestión turística municipal integrada y participativa para el fortalecimiento de la oferta turística cultural (Artículo científico). Universidad Señor de Sipán, Perú, nos muestra en su conclusión que el desarrollo de la gestión turística en la localidad muestra falencias, por lo que es necesario optimizar dicho trabajo, tomando en consideración a la planta turística existente en la jurisdicción.

Romero, C. (2017), *Gestión Municipal y la Participación Ciudadana en la Municipalidad Distrital de Huanchaco, 2015* (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú, nos dice en su conclusión de que existe un buen trato entre el gobierno municipal y la cooperación de la ciudadanía, rigiéndose en las herramientas de mejoras y metas de la municipalidad en las que se incluye a los ciudadanos, logrando así una buena articulación entre el sector público local y sociedad.

Esparza y Cabrera, (2017), Plan de gestión turístico local para contribuir al desarrollo del distrito de Puerto Eten, (Artículo científico). Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú, nos indica con su conclusión principal que el plan de gestión turístico local realizado con el fin de aportar al progreso de la localidad tiene la utilidad de ser un norte hacia la ejecución de las metas determinadas en la hoja de ruta de dicha gestión de oferta turística del distrito de Puerto Eten, cuyo fin es de ejecutar compromisos del sector público local y el sector privado mediante comités de gestión que ayuden a desplegar acciones turísticas.

Flores, E. (2015), *Repercusión del control interno en la Gestión Municipal de la Municipalidad de San Román* (Tesis de maestría). Universidad Andina Nestor Caceres Velásquez, Juliaca, Perú, concluye que, según la información recogida y aplicada de la evaluación del ensayo de hipótesis aportaron a discernir que la repercusión de control interno no logra el nivel de consecución de planes y fines de la Municipalidad de San Román, cuyo contexto difiere que no se tiene un buen gobierno local.

En cuanto a lo **regional y local** encontramos que Cárdenas, M. (2019), *Gestión municipal y los ejes transversales de la política de la modernización en la*

*municipalidad provincial de San Martín, 2019* (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, concluye que el gobierno de la localidad y los ejes de desarrollo de las políticas que modernizan en la municipalidad guardan correlación en un 0,654, viendo que de esta manera se optimizará la carpeta de servicios brindados a la población, proyectos, finanzas y además en cuanto a la mejora de la organización municipal.

Las teorías que sostienen a esta investigación se centran en las variables de estudio: En cuanto a **gestión municipal**, según USAID, (2010) hace referencia que aquí se desarrolla bajo pilares que enmarcan el tema político, el desarrollo económico, la sociedad y el ambiente como base del progreso en una localidad, en este caso cada pilar está contemplado mediante planes que son evaluados de acuerdo a resultados. Para Soria, B. (2007) indica que el funcionario público y la gestión están evocados al logro de sus funciones y fines planteados en actividades que deben ser cumplidas por cada gobierno municipal. Por consiguiente, Asencio (2006), *El Libro de la Gestión Municipal, "Claves de éxito para políticos y directivos locales"*, indica cual es la inclinación genérica y la prestación de la gama de oferta orientada al poblador local, otorgándoles múltiples beneficios.

Para Navarro (2009), La administración de la municipalidad está sujeta en relación al ente gestor y el empleo estructurado, a nivel de finanzas, recursos humanos y la parte técnica a través del municipio, el cual busca motivar en la población el crecimiento local. En cambio, Ramos, (2002) manifiesta que la gestión edil local debe fomentar el impulso y el aumento económico del distrito. Por su parte, Olmedo (1998), define al municipio como un órgano administrativo descentralizado e independiente con fines autónomos, cuya administración es elegida por el pueblo y está conformada por un gobernante local, consejo municipal y sindicatos.

En referencia Navarro (2009), refiere que es el organismo encargado de velar por los pobladores de dicha localidad, y está sujeto a la toma decisiones en bien de su gente, a través de los distintos componentes que son parte del desarrollo de la gestión municipal. Armas (2016), lo define como la administración local, es decir la

que se encarga de planificar, organizar, direccionar y controlar los recursos de cierto territorio, cuyo objetivo es ordenarlo y mejorar el estilo de vida de sus habitantes.

Como **dimensiones** USAID, (2010) al respecto plantea cuatro pilares dimensionales que son **Desarrollo organizacional** cuyo significado se da a los pasos estructurados en un plan con el fin de optimizar el performance del equipo de trabajo. En las **Finanzas municipales** da origen a que todo órgano municipal registre en un sistema administrativo ingresos y egresos que den pauta a una posible toma de decisiones en cuanto a inversiones, financiamiento de obras y los fines que sean necesarios. Para los **Servicios y proyectos** hace referencia a que está se rige a los servicios brindados a la población como son las tributaciones y la contribución de los pobladores que generen oportunidades mediante proyectos que sirvan para generar soluciones al pueblo. Finalmente, USAID, (2010) nos indica en su dimensión de **Gobernabilidad democrática** tiene relación con los lazos generados con la población, es decir el grado de intervención participativa de los habitantes en la toma de decisión política existente en una localidad.

En cuanto a la variable de **promoción turística**, según Acerenza, M. (1996) nos dice que es una acción que tiene como finalidad la de informar, persuadir e influenciar al posible comprador, en donde se usen herramientas de marketing, como es la publicidad, promoción de ventas y relaciones públicas. Anton y Gonzales, (2010) nos indican que su enfoque apunta hacia el grado de confiabilidad y creencia que tienen las personas para elegir un destino turístico, un bien o un servicio, proporcionándoles información turística. (p.240)

Gurria, (1997) argumenta que, es fundamental mostrar la oferta turística (producto y servicios) con los que cuenta un destino, a través de todas las plataformas de comunicación necesaria, para que de esta manera se pueda alcanzar a más posibles visitantes, generándoles ganas y expectativas de visitar un destino turístico. La idea central es que mediante la promoción se formen otras necesidades en el turista.



La Ley General de Turismo N°29408, da a conocer que el desarrollo de la promoción turística está ligado a los lineamientos sectoriales en turismo que seguidamente se rigen a cada plan institucional de todo el país, en referencia al turismo local, nacional e internacional.

Stanton, W. et al (1995) plantea que esta herramienta es útil para conseguir las metas trazadas por una entidad (empresa e institución) mediante 3 pilares importantes los cuales son, el de informar los puntos más fundamentales que sean útiles para el consumidor, la persuasión que se realiza al consumidor el cual es indispensable para finalizar una decisión de compra y la comunicación constante de los productos disponibles y sus beneficios de adquirirla.

Desde otra perspectiva, Gurria, revela dentro de su vasto conocimiento que es una estrategia de integración de diversas actividades, cuyas funciones es la de generar que el visitante se desplace, de esta forma se incrementa y mejora el turismo en un destino turístico. (2001, p. 231)

Gurria, (2001) menciona que la promoción turística es, en su amplio concepto, una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica. (p. 99)

Ejarque, (2005) nos indica, que la promoción turística de un destino es en relación a la información proporcionada a los posibles visitantes acerca de la gama de servicios existentes y que estos sean capaces de superar sus necesidades, convenciéndolos de que su elección es la más adecuada. (p. 231)

Según la Ley Orgánica de municipalidades, Ley N°27972 Art. 82°, inciso 15.- Según El Peruano, (2003) indica que el fomento de la actividad turística debe ser trabajado sosteniblemente y regulado en conjunto con los actores a los que les compete.

Por su parte Pearce, (1991) nos dice, que el desarrollo turístico se refiere al acondicionamiento de los bienes y servicios aptos para el uso de los turistas que

satisfagan sus expectativas, asimismo generando oportunidades tangibles e intangibles.

En este caso, los sitios turísticos adoptan las particularidades de la clase de visitante que acude al lugar de visita. Jiménez, (2005)

Haciendo referencia al marketing turístico podemos discernir según Kotler, (2000, p. 30) que es el desarrollo de un conjunto de actividades del cual la sociedad se beneficia, a través de la creatividad y oferta de bienes y servicios generados para otros.

Como **dimensiones**, al respecto Ejarque, (2005) revela que el **posicionamiento del producto** es la negociación efectuada con el fin de que el producto turístico este inmerso en las distintas actividades realizadas por los medios comunicativos.

En su dimensión de **Lanzamiento de producto y organización de eventos** se refirió específicamente a actividades donde se presenten productos o servicios de interés del consumidor final. Por su parte en cuanto a **presentaciones al sector** este hace referencia a las actividades programadas que sean de beneficio para la comunidad.

Famtrip lo definió como un viaje de personas reconocidas por el entorno en el que se desarrollan. Las ferias este hace referencia a las actividades que estén encaminadas a los actores del sector público o privado.

### III. METODOLOGÍA

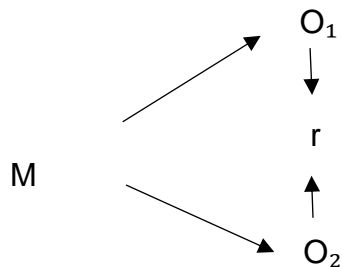
#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### Tipo de estudio

**Básica**, con un enfoque cuantitativo, porque solo se dedicó a recoger la información para comprobar la hipótesis, más no, la manipulación de variables. Según Villada, (2008) *Método de la Investigación*, nos indica que su carácter importante es que inicia de un marco de referencia, el cual es un sustento de teorías, cuyo fin principal es crear una nueva información y/o replantear aquellas que ya existen, incrementando de esta manera nueva información científica y/o filosófica, sin que estos sean comparados entre sí.

##### Diseño de investigación

**No experimental**, de nivel correlacional por lo que se investigó dos variables con relación a una problemática.



##### Dónde:

M = Tamaño de muestra

O<sub>1</sub> = Gestión municipal

O<sub>2</sub> = Promoción turística

r = Relación de las variables de estudio

### **3.2. Variables y operacionalización.**

#### **Variable 1: Gestión municipal**

##### **Definición conceptual**

Se desarrolla bajo pilares que enmarcan el tema político, el desarrollo económico, la sociedad y el ambiente como base del progreso en una localidad, en este caso cada pilar está contemplado mediante planes que son evaluados de acuerdo a resultados. USAID, (2010)

Se determino el nivel de la gestión municipal por parte de la Municipalidad provincial de San Martín-Tarapoto, con sus 5 dimensiones (desarrollo organizacional, finanzas municipales, servicios y proyectos y la gobernabilidad democrática), desde la mirada de los actores principales, siendo evaluado a través de una encuesta, con una escala ordinal.

Es el proceso administrativo por la que pasa el municipio provincial para el logro de sus funciones, las cuales genera oportunidades a los conciudadanos del territorio provincial.

##### **Indicadores**

De la dimensión: Desarrollo organizacional

- Capacidad organizativa
- Capacidad territorial
- Estructura organizacional
- Modernización tecnológica
- Desarrollo de capacidades

De la dimensión: Finanzas municipales

- Capacidad de gestión
- Capacidad administrativa financiera

De la dimensión: Servicios y proyectos

- Servicios municipales
- Capacidad de gestión de proyectos
- Niveles de servicios brindados

De la dimensión: Gobernabilidad democrática

- Aceptabilidad de la población
- Participación y concertación local
- Involucramiento con gremios locales

**Escala de medida:** Ordinal

**Variable 2:** Promoción turística

### **Definición conceptual**

Se relaciona a la información proporcionada a los posibles visitantes acerca de la gama de servicios existentes y que estos sean capaces de superar sus necesidades, convenciénolos de que su elección es la más adecuada. (Ejarque, 2005, p. 231)

Se identificó el nivel de promoción turística que realiza el municipio local de Tarapoto, entre ellos los componentes de posicionamiento del producto, lanzamiento de producto y organización de evento, y presentaciones del sector, con la mirada de los funcionarios municipales, empresarios turísticos y representantes gremiales, medida por una encuesta, con una escala ordinal.

### **Indicadores**

De la dimensión: Posicionamiento del producto

- Encuentros
- Relaciones públicas

De la dimensión: Lanzamiento de producto y organización de evento

- Campañas de comunicación
- Negociaciones

De la dimensión: Presentaciones al sector

- Proyectos turísticos
- Informaciones públicas

**Escala de medida:** Ordinal

### 3.3. Población, muestra y muestreo

#### **Población**

El total de la población que se estudió equivale a 25, la cual está conformada por 5 trabajadores de la Municipalidad Provincial de San Martín. La conforman el personal administrativo de la Gerencia de Desarrollo Económico y la Sub Gerencia de turismo, asimismo, a 15 empresarios turísticos categorizados y 5 representantes de los gremios turísticos más importantes de Tarapoto.

#### *Composición de la muestra*

Puestos	Cantidad
Personal gerencial	2
Personal administrativo	3
Empresarios categorizados	15
Representantes de los gremios turísticos	5
Total	25

**Fuente:** Elaboración propia, 2020

### **Criterios de selección**

**Inclusión:** Estuvo conformada por todos los trabajadores municipales, los empresarios turísticos de empresas categorizadas y clasificadas del distrito de Tarapoto y los representantes de los gremios turísticos más importantes del sector, los cuales brindaron la información en relación a las particularidades de cada una de las variables.

**Exclusión:** Estuvo conformada por el personal del municipio local de Tarapoto, empresarios turísticos de empresas categorizadas y clasificadas del distrito de Tarapoto, y los representantes gremiales más importantes, los que facilitaron la información necesaria para el tratamiento de cada variable.

### **Muestra**

La muestra fue censal, ya que se tomó al total de la población para la muestra de estudio, en este caso 25 sujetos investigados.

### **Unidad de análisis:**

Funcionarios municipales, empresarios turísticos de empresas categorizadas y clasificadas del distrito de Tarapoto y los representantes gremiales.

## **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.**

### **Técnica Entrevista**

Encuesta: Valderrama, (2016) se trata de la herramienta que se utiliza para investigar socialmente, las cuales brindan información necesaria de lo que se desea investigar.

## **Instrumentos**

Cuestionario: Valderrama, (2016) nos dice que son un grupo de interrogantes que están específicamente ligados a un tema de estudio.

En esta oportunidad las interrogantes están específicamente ligadas a las variables de estudio los cuales son Gestión municipal y promoción turística, para ello se desea investigar para aprobar o desestimar las hipótesis planteadas.

Los cuestionarios serán formulados en base a 15 preguntas para cada variable, en ambas se empleará una escala valorativa de Likert de 1 a 5 bajo el criterio siguiente: 1=Muy Deficiente; 2= Deficiente, 3=Aceptable; 4=Bueno; 5=Excelente.

En la investigación cada cuestionario estuvo siendo aplicado a una muestra determinada, la cual está conformada por 5 trabajadores del personal administrativo de la Gerencia de Desarrollo Económico y la Sub Gerencia de Turismo, asimismo, a 15 empresarios turísticos categorizados y 5 representantes de los gremios turísticos más importantes de Tarapoto.



## Validez

Los instrumentos de investigación tuvieron su validación por profesionales expertos en el área de investigación y que cuentan con los requisitos para validar, lo cual se detalla:

### *Validez del Juicio de expertos*

Variable	N.º	Especialidad	Promedio de validez	Opinión del experto
Gestión municipal	1	Metodólogo	4,3	Existe suficiencia
	2	Especialista Gestión Pública	4,3	Existe suficiencia
	3	Especialista Turismo	4,3	Instrumento aplicable
Promoción turística	1	Metodólogo	4,3	Existe suficiencia
	2	Especialista Gestión Pública	4,3	Existe suficiencia
	3	Especialista Turismo	4,3	Instrumento aplicable

**Fuente:** Valores expresados en la validación de los expertos

## Confiabilidad

Los valores de alfa de Cronbach indican el 0,925 dado a cada variable estudiada, tal como se especifica en el anexo 6. Por lo que se afirma que el objeto de estudio (instrumentos) tienen alto grado de confiabilidad.

## Confiabilidad

### Análisis de procesamiento de casos: Gestión municipal

---

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Válido	20	100,0
Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total	20	100,0

---

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

---

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,925	15

---

### Análisis de procesamiento de casos: Promoción turística

---

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Válido	20	100,0
Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total	20	100,0

---

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

---

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,930	15

---

### **3.5. Procedimientos**

Para la ejecución de la investigación se empezó a trabajar en recolectar la data mediante un cuestionario de 15 interrogantes por cada variable de estudio a una muestra determinada en la gestión local de Tarapoto, los empresarios turísticos y los representantes gremiales. Seguidamente se realizó la codificación a cada respuesta, para ubicarlos en un excel y realizar la sistematización.

Para la evaluación de la información se procedió a tabular en el sistema SPSS los datos obtenidos, los cuales finalmente fueron redactados y presentados mediante tablas y figuras todos los resultados que se obtuvieron de la evaluación de ambas variables.

### **3.6. Métodos de análisis de datos**

La data fue analizada en el software estadístico SPSS. 25, teniendo en cuenta la normalidad de los datos, por lo que se estableció el uso de la correlación de Pearson.

### **3.7. Aspectos éticos**

La investigación cumple con el código de ética de un buen investigador, donde se respeta el derecho de autoría, de acuerdo a lo mencionado en las normas APA séptima edición, en consecuencia, cada uno de los párrafos contiene la citación respectiva, Además del acatamiento del reglamento de posgrado estipulado por la Universidad César Vallejo. Asimismo, la información a recopilar contará con previa autorización de los involucrados, que serán empleados para fines netamente de la investigación. Lo que garantizo la calidad ética de la presente, cumpliendo el principio de beneficencia.

#### IV. RESULTADOS

Análisis descriptivos

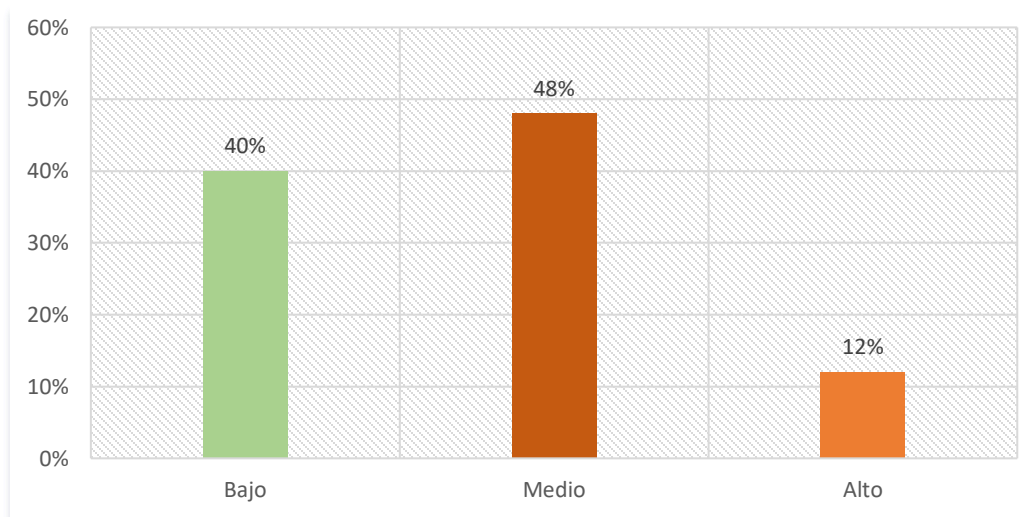
a) Identificar el nivel de gestión Municipal, Tarapoto 2020

**Tabla 1**

*Nivel de Gestión Municipal*

Escala de medición instrumento	Escala de medición variable	f	%
Muy deficiente	Bajo	10	40%
Deficiente			
Aceptable	Medio	12	48%
Bueno	Alto	3	12%
Excelente			
TOTAL		25	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los colaboradores de la Municipalidad Provincial de San Martín



**Figura 1.** *Nivel de Gestión Municipal*

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los colaboradores de la Municipalidad Provincial de San Martín

## Interpretación

Según la tabla y el gráfico, señalan que 48% (12) de las personas encuestadas afirman que el encargo municipal posee un nivel medio, mientras el 40% (10) aluden que tiene un nivel bajo y el 12% (3) afirman que la gestión local es de nivel alto. Por lo cual, se admite la hipótesis que indica “El nivel de la gestión municipal de Tarapoto, 2020, es medio”.

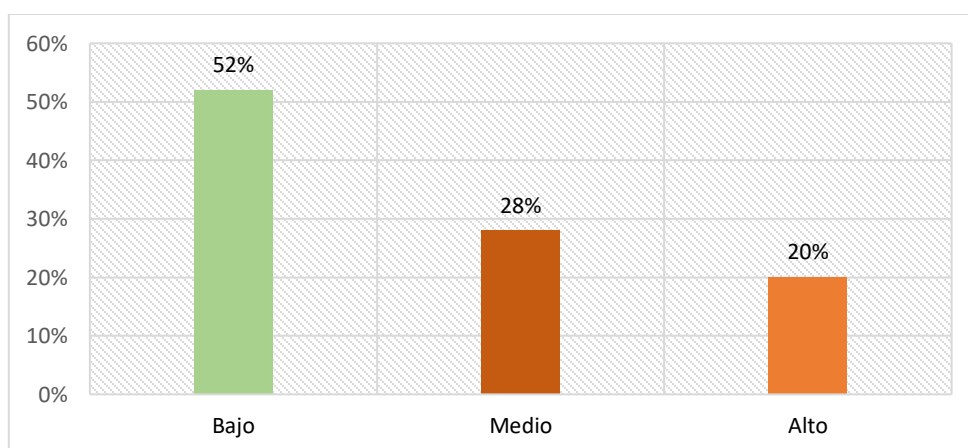
b) Identificar el nivel de promoción turística, Tarapoto, 2020.

**Tabla 2**

*Nivel de Promoción turística*

Escala de medición instrumento	Escala de medición de variable	f	%
Muy deficiente	Bajo	13	52%
Deficiente			
Aceptable	Medio	7	28%
Bueno	Alto	5	20%
Excelente			
TOTAL		25	100%

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los colaboradores de la Municipalidad Provincial de San Martín



**Figura 2.** *Nivel de Promoción turística*

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los colaboradores de la Municipalidad Provincial de San Martín

## Interpretación

En mención a resultados obtenidos, muestran que el 52% (13) califican el nivel de promoción municipal bajo, en cambio el 28% (7) lo califica con un porcentaje medio y el 20% (5) lo califica como alto. Así que, se concede la hipótesis que indica “El nivel de la promoción turística de Tarapoto, 2020, es bajo”.

c) Determinar la correlación entre las dimensiones de gestión Municipal y promoción turística, Tarapoto, 2020.

d.1: Correlación entre la dimensión desarrollo organizacional y la promoción turística

### Prueba de hipótesis

Hi: Existe relación significativa entre el desarrollo organizacional y la promoción turística de Tarapoto, 2020.

Ho: No existe relación entre el desarrollo organizacional y la promoción turística de Tarapoto, 2020.

Regla de decisión:

- Si el p valor es  $\geq 0,05$  se acepta la Hipótesis alterna (Ho)
- Si el p valor  $\leq 0,05$  se rechaza la hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la hipótesis Alterna (H1)

**Tabla 3**

*Correlación –Desarrollo organizacional y promoción turística*

		Desarrollo organizacional	Promoción turística
Desarrollo organizacional	Correlación de Pearson	1	,479*
	Sig. (bilateral)		,015
	N	25	25
Promoción turística	Correlación de Pearson	,479*	1
	Sig. (bilateral)	,015	
	N	25	25

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

## Interpretación

Se indica en la tabla 3 la muestra de correlación  $P$  es de 0.479, se expone que se tiene relación directa; positiva moderada; señalando, si crece en el mismo sentido, crece también para ambos objetos de estudio (desarrollo organizacional y promoción turística). Paralelamente, se determina que la correlación es alta debido a que la realidad estadística señala que los efectos ostentan (0,00 sig Bilateral). Por lo que no presenta necesaria prueba estadística para rechazar la relación, porque la  $p$ -valor es mínimo que 0.05. Debido a ello, se deja sin efecto la hipótesis nula y se admite la hipótesis alterna que indica “Existe correlación entre el desarrollo organizacional y la promoción turística de Tarapoto, 2020”.

### d.2: Correlación entre la dimensión finanzas municipales y la promoción turística

#### Prueba de hipótesis

Hi: Existe relación significativa entre finanzas municipales y la promoción turística de Tarapoto, 2020.

Ho: No existe relación entre finanzas municipales y la promoción turística de Tarapoto, 2020.

#### Regla de decisión:

- Si el  $p$  valor es  $\geq 0,05$  se acepta la Hipótesis alterna (Ho)
- Si el  $p$  valor  $\leq 0,05$  se rechaza la hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la hipótesis Alterna (H1)

**Tabla 4***Correlación - Finanzas municipales y promoción turística*

		Finanzas Municipales	Promoción turística
Finanzas Municipal	Correlación de Pearson	1	,616**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	25	25
Promoción turística	Correlación de Pearson	,616**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	25	25

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

#### Interpretación

La evidencia estadística de correlación  $P$  es de 0.616, lo que demuestra que hay una relación directa; positiva moderada; planteando que el crecimiento para ambas variables (finanzas municipales y Promoción turística) van de la mano una con otra. Se determina, además, que la significancia es mayor por tanto la muestra final señala que los resultados presentan (0,00 sig Bilateral). Por consiguiente, no se tiene la necesaria prueba para rechazar la relación, porque la  $p$ -valor es mínimo que 0.05. En efecto, se resiste la hipótesis nula y se admite la hipótesis alterna que revela “Existe correlación entre finanzas municipales y la promoción turística de Tarapoto, 2020”.



### d.3: Correlación entre la dimensión servicios y proyectos y la promoción turística

#### Prueba de hipótesis

Hi: Existe relación significativa entre servicios y proyectos y la promoción turística de Tarapoto, 2020.

Ho: No existe relación entre servicios y proyectos y la promoción turística de Tarapoto, 2020.

Regla de decisión:

- Si el p valor es  $\geq 0,05$  se acepta la Hipótesis alterna (Ho)
- Si el p valor  $\leq 0,05$  se rechaza la hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la hipótesis Alterna (H1)

**Tabla 5**

*Correlación - Servicios y proyectos y promoción turística*

		Servicios y proyectos	Promoción turística
Servicios y proyectos	Correlación de Pearson	1	,460*
	Sig. (bilateral)		,021
	N	25	25
Promoción turística	Correlación de Pearson	,460*	1
	Sig. (bilateral)	,021	
	N	25	25

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

#### Interpretación

La evidencia estadística de correlación P es de 0.460, lo que indica que concurre una relación directa; positiva moderada. Se determina, además, que la significancia es mayor porque el resultado demuestra que los resultados presentan (0,00 sig Bilateral). Por lo que no se cuenta con suficiente prueba estadística para impugnar la relación, porque la p-valor es menor a 0.05. En efecto, se acepta la hipótesis alterna que indica "Existe correlación entre servicios y proyectos y la promoción turística de Tarapoto, 2020.

#### d.4: Correlación entre la dimensión gobernabilidad democrática y la promoción turística

##### Prueba de hipótesis

Hi: Existe relación significativa entre gobernabilidad democrática y la promoción turística de Tarapoto, 2020.

Ho: No existe relación entre gobernabilidad democrática y la promoción turística de Tarapoto, 2020.

Regla de decisión:

- Si el p valor es  $\geq 0,05$  se acepta la Hipótesis alterna (Ho)
- Si el p valor  $\leq 0,05$  se rechaza la hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la hipótesis Alternativa (H1)

**Tabla 6**

*Correlación -Gobernabilidad democrática y promoción turística*

		Gobernabilidad democrática	Promoción turística
Gobernabilidad democrática	Correlación de Pearson	1	,610**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	25	25
Promoción turística	Correlación de Pearson	,610**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	25	25

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

##### Interpretación

En la tabla 6 la correlación P es de 0.610, quien manifiesta que hay una relación directa; positiva moderada. Se determina, además, que la significancia es elevada porque la evidencia estadística expone que los resultados presentan (0,00 sig Bilateral). Entonces no existe suficiente evidencia estadística para rechazar la relación, porque la p-valor  $<0.05$ . Es por ello, se acepta la hipótesis que indica “Existe correlación para gobernabilidad democrática y la promoción turística de Tarapoto, 2020”

## Análisis inferencial

- d) Determinar la relación que existe entre la Gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020.

**Tabla 7**  
*Prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadísti co	gl	Sig.	Estadísti co	gl	Sig.
Gestión Municipal	,110	25	,231*	,896	25	,485
Promoción turística	,364	25	,552	,888	25	,324

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

a. Corrección de significación de Lilliefors

### Interpretación

Teniendo preciso que el tamaño de total a estudiar es 25, menor a 50, se consideró utilizar la prueba de Shapiro-Wilk a fin de contrastar la normalidad, es decir, comprobar si las variables en estudio tienen una repartición normal. Resultando que la data se distribuye de manera uniforme, ya que el p-valor para ambas variables son mayores a 0.05 (Gestión Municipal = 0.485; Promoción turística = 0,324).

Es por ello, que se empleó el método de correlación de Pearson, a fin de contrastar la hipótesis, ya que es aceptable para muestras que presenta normalidad.

### Prueba de hipótesis

Hi: Existe relación significativa entre la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020.

Ho: No existe relación entre la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020.

Regla de decisión:

- Si el p valor es  $\geq 0,05$  se acepta la Hipótesis alterna (Ho)

- Si el p valor  $\leq 0,05$  se rechaza la hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la hipótesis Alterna (H1)

**Tabla 8**

*Correlación -Gestión municipal y promoción turística*

		Gestión Municipal	Promoción turística
Gestión Municipal	Correlación de Pearson	1	,870**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	25	25
Promoción turística	Correlación de Pearson	,870**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	25	25

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

### Interpretación

Para la tabla 8 el resultado estadístico de correlación P es de 0.870, lo que demuestra que se tiene una relación positiva muy alta; señalando que, así como va incrementando la relación en una misma dirección asciende para ambas variables (Gestión Municipal y Promoción turística). Paralelamente, con el método de correlación utilizado, se considera que, si el valor p es menor a 0,05, existe significancia, de lo contrario no. Determinando de esa manera, que la significancia es elevada, para lo cual se puede decir que no se cuenta con suficiente evidencia para objetar la relación, porque la p-valor  $<0.05$ . Por lo cual, se acepta la hipótesis alterna que muestra que “Existe relación significativa entre la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020”.

Cálculo del coeficiente de determinación

$CD = (\text{Coeficiente de Correlación de Pearson})^2$

$CD = (0.7569)^2$

$CD = 75.69\%$

Después de haber realizado el cálculo del coeficiente determinante, se evidencia que la variable gestión municipal tiene influencia en un 75.69% en la promoción turística, Tarapoto 2020.

## V. DISCUSIÓN

Después de constatar los resultados alcanzados del estudio, se da a conocer en consecuencia, al primer objetivo específico, el nivel de la gestión municipal de Tarapoto, 2020 tiene un nivel medio, deficiente con un 48% según los encuestados. Por consiguiente, se admite la hipótesis de la investigación en cuanto al nivel de la gestión municipal de Tarapoto, 2020, es aceptable. Por lo tanto, se puede decir que la gestión municipal, con respecto a sus lineamientos de desarrollo tales como el desarrollo organizacional mediante el desarrollo de los funcionarios con relación al turismo, la capacidad de gestión es deficiente, por la falta de un presupuesto necesario dado para el sector, asimismo la participación de los representantes municipales y el compromiso de la gestión municipal para con el desarrollo turístico es deficiente y media. Según Cordero, (2018), nos dice que, para que una gestión municipal se desenvuelva de una manera eficiente es primordial una reestructuración en los puestos administrativos, para que se pueda brindar un servicio adecuado y por consecuencia se obtenga el desarrollo en la localidad tanto en la economía y la sociedad.

En cuanto al segundo objetivo específico, el nivel de promoción turística de Tarapoto, 2020, es aceptable, en donde se presenta al 52% de encuestados quienes dicen que tiene un nivel bajo, por lo tanto, se reconoce a la hipótesis del estudio, quien indica que el nivel de promoción turística de Tarapoto, 2020, es bajo. Por lo que se plantea que esta baja aceptación es debido a que existe una deficiente promoción de las distintas acciones que realiza la gestión local, poco fomento de las campañas turísticas, la inexistente promoción de los atractivos turísticos, empresas formales, entre otros por la desactualización de la información en las plataformas virtuales, indican también que el accionar de las estrategias no son eficientes, ya que no se viene desarrollando una promoción y un búsqueda de inversionistas que apuesten por el turismo en la ciudad.

Según, Acerenza, (1996), indica que para la promoción turística es necesario hacer uso de las herramientas digitales para buscar atraer al posible visitante, inversor y/o consumidor a interesarse, estos deben cumplir con todas las carencias que se encuentra en la gestión de la promoción turística. Por su parte Ejarque, (2005),

menciona que para la promoción turística se basa en brindar los datos necesarios de toda la oferta existente a los potenciales clientes (inversionistas, empresarios, turista, etc) para que estos servicios sean los que superen lo esperado. Por ello se puede decir que es importante desarrollar un buen marketing que vaya de la mano del sector público, privado, academia y cooperación.

Por lo que respecta al tercer objetivo específico, la relación entre las dimensiones de la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020, es aceptable, obteniendo los resultados mediante el programa de estadística SPSS 25, los cuales confirman que existe relación con cada dimensión y la variable, obteniendo un coeficiente de correlación de 0,479; 0,616; 0,460; 0,610, por cada una de ellas. Se puede decir que Flores, (2015), mantiene una relación con la investigación ya que él concluye de acuerdo a lo recogido gracias a sus encuestados que la gestión municipal en su localidad no es buena debido a que no se logra el cumplimiento del plan municipal en cuanto a su organización, economía, servicios, entre otros. Por su parte Cárdenas, (2019), nos muestra en su investigación que al mejorar las políticas municipales se mejorara los servicios municipales que se ofrece al poblador local y por consiguiente se mejorara el desarrollo organizacional.

Finalmente, respecto al objetivo general, se llegó a tener el resultado de que se presenta correlación entre la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020, aceptando la hipótesis alterna (H1) obteniendo una relación positiva alta y directa de ambas variables, la misma que se percibe una similitud de 0,870, un grado de significancia de 0,000, con un valor de 75.69%.

Por lo tanto, se puede decir que para la realización de una buena gestión municipal y promoción turística se necesita que ambas sean trabajados de la mano, es decir que se apliquen estrategias relacionadas, con el fin de obtener un mismo resultado.

Por su parte, Romero, (2017), nos indica que para el buen desarrollo de la gestión municipal se debe articular el trabajo entre los diferentes sectores, siguiendo los fines y metas de la municipalidad. Por lo cual Esparza y Cabrera, (2017), nos confirman también esta correlación de variables, en donde nos dicen que se debe contar con un

plan de gestión turístico local el cual aporte progreso para su sociedad, el cual tiene que ser la hoja de ruta en una gestión municipal y la promoción turística.



## **VI. CONCLUSIONES**

- 6.1.** Existe un grado de similitud muy alto, entre la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020. Por lo que se adquirió un valor de coeficiente de 0,870, un nivel de significancia de 0,000. Es así que la gestión municipal tiene relación en un 75.69% con respecto a la promoción turística.
- 6.2.** El nivel de la gestión municipal de Tarapoto, 2020 es de grado medio con un 48% según los encuestados. Por tanto, muestran que las debilidades se encuentran en el deficiente desempeño de los funcionarios con relación al turismo, la falta de capacidad de gestión para desarrollar el sector, debido a un inexistente presupuesto conferido para el desarrollo de la actividad por parte de la gestión edil, así como también la poca participación de la gestión local con las acciones de los gremios locales, sintiendo una falta de compromiso con el sector turismo.
- 6.3.** El nivel de promoción turística de Tarapoto, 2020 con respecto a lo afirmado por los encuestados es que tiene un nivel bajo de 52%. Afirman que es debido a la débil promoción de las actividades de turismo de la gestión local, a raíz de que los medios de comunicación usados para las campañas turísticas no están siendo bien fomentadas, tales como el Facebook, Instagram, entre otros, en lo que respecta a la promoción de la oferta turística en general, y una deficiente estrategia para promocionar y buscar nuevas inversiones para el destino.
- 6.4.** Se llega a concluir que existe correlación significativa entre las dimensiones de la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020, ya que se obtuvo en las dimensiones de desarrollo organizacional, finanzas municipales, servicios y proyectos y gobernabilidad democrática un coeficiente de correlación de 0,479; 0,616; 0,460; 0,610, correspondientemente, al nivel significativo de 0,000.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- 7.1.** Al Sr. alcalde se hace la recomendación de otorgarle mayor importancia al desarrollo de una buena promoción turística aplicando estrategias de marketing que generen un buen rendimiento en el posicionamiento del destino turístico Tarapoto, trabajando de la mano la gestión municipal en cumplimiento de las metas planteadas en los planes.
- 7.2.** Al Sr. alcalde y sus funcionarios competentes se les recomienda evaluar la importancia de generar un adecuado presupuesto que sea otorgado para desarrollar la actividad turística en general en el destino Tarapoto, asimismo evaluar el rendimiento y desempeño que viene realizando la persona encargada de turismo dentro de la gestión municipal.
- 7.3.** Al encargado de turismo dentro de la municipalidad, implementar un plan de comunicación consensuado con los principales representantes del sector para potenciar la promoción de las actividades turísticas, generar un adecuado sistema para la oferta turística en donde se involucren a todas las empresas que cumplan con todo lo requerido, fortalecer y crear nuevas alianzas estratégicas con diferentes sectores e instituciones tanto locales como nacionales para que en conjunto se creen y trabajen proyectos turísticos en beneficio de la actividad y por ende de toda la cadena de valor del turismo.
- 7.4.** Finalmente se recomienda al Sr. alcalde, y su plana de funcionarios evaluar en el desarrollo organizacional el rol que desempeñan cada uno mediante el cumplimiento de metas, evaluar el tipo de capacidad de gestión que viene realizando el responsable de turismo, actuar eficientemente para las distribuciones de los recursos que se encuentren disponibles en lo que respecta a las finanzas municipales, mejorar los servicios brindados a la población y generar más confianza y acercamiento a todos los actores de turismo sin exclusiones ni favoritismo.

## REFERENCIAS

- Acerenza, M. (2003). *Gestión de marketing de destinos turísticos en el ambiente competitivo actual*. México; Trillas. (Original publicado en 2004).
- Anton, G. y Gonzáles, J. (2010). *A propósito del turismo: La construcción social del espacio turístico*. Editorial UOC. Págs. 350. Cabarcos; N. "Promoción Y Venta de Servicios Turísticos. Editorial. S.L. Págs. 304. (Original publicado en 2008).
- Armas, G. (2016). *La Gestión Municipal*. Seminario Universidad. <https://semanariouniversidad.com/opinion/la-gestion-municipal/>
- Asencio (2006), *El Libro de la Gestión Municipal, "Claves de éxito para políticos y directivos locales"*. [audiolibro]. Ediciones Díaz de Santos, S.A. <https://books.google.com.pe/books?id=TgakYwsmQIUC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Cárdenas, M. (2019). *Gestión municipal y los ejes transversales de la política de la modernización en la municipalidad provincial de San Martín, 2019*. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, Perú. Recuperada de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41735/C%c3%a1rdenas\\_MM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41735/C%c3%a1rdenas_MM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Casiano y Cueva, (2020). Gestión municipal, niveles de percepción y confianza: el caso para el distrito de Chachapoyas, Amazonas, Perú, 2019. (Artículo científico). ACADEMO, Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades. 164(2). <http://dx.doi.org/10.30545/academo.2020.jul-dic.6>
- Castillo, M. y Castaño, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. Una revisión de 2009 a 2014. (Artículo científico). Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Buenos Aires, Argentina. 24(753). <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>
- Cayotopa, C. (2018). Modelo de gestión turística municipal integrada y participativa para el fortalecimiento de la oferta turística cultural. (Artículo científico). Universidad Señor de Sipán, Perú. Recuperada de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5217/521758012008/index.html>

- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. (7.<sup>a</sup> ed., pág. 137). (Editorial McGraw Hill Interamericana). Recuperada de <https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>
- Cordero, J. (2018). El gobierno municipal. ¿Promotor del desarrollo local? El caso del municipio semiurbano de Cd. Ixtepec, Oaxaca. (Artículo científico). Universidad del Istmo, México. Recuperada de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2395-91692018000100006&lang=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2395-91692018000100006&lang=es)
- Ejarque, J. (2005). *“Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing”*. (Ediciones Pirámide). (Original publicado en 2005).
- Esparza y Cabrera, (2017). Plan de gestión turístico local para contribuir al desarrollo del distrito de Puerto Eten. (Artículo científico). Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú. Recuperada de <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EPT/article/view/579/547>
- Flores, E. (2015). *Repercusión del control interno en la Gestión Municipal de la Municipalidad de San Román*. (Tesis de maestría). Universidad Andina Nestor Cáceres Velásquez, Juliaca, Perú. Recuperada de <http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/341/P27002.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Gurría, M. (1991). *Introducción al Turismo*. (Editorial Trillas). (Original publicado en 1991).
- Gurría, M. (2001). *Introducción al turismo*. (Editorial Trillas). (Original publicado en 1991).
- Kotler, P. (1999). *“Marketing do século XXI”*. (Editorial Pearson). [https://uvcv.edu.pe/pluginfile.php/1035256/mod\\_resource/content/1/GU%C3%8DA%20NORMAS%20APA%207ED.%20.pdf](https://uvcv.edu.pe/pluginfile.php/1035256/mod_resource/content/1/GU%C3%8DA%20NORMAS%20APA%207ED.%20.pdf)
- MEF. (2005, 28 de noviembre). *Ley N° 27972 - Ley Orgánica de Municipalidades*. Sistema Peruano de Información Jurídica. [https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu\\_publ/capacita/programacion\\_formula\\_presupuestal2012/Anexos/ley27972.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/capacita/programacion_formula_presupuestal2012/Anexos/ley27972.pdf)

- MINCETUR. (2009, 16 de septiembre). *Ley General de Turismo N°29408*. Marco normativo MINCETUR [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones\\_y\\_normatividad/normatividad/marco\\_general/LEY\\_GENERAL\\_DE\\_TURISMO\\_LEY29408.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/marco_general/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf)
- Machin, M., Sanchez, B., López, M., y Puentes, P. (2019). Local public management as guarantor of efficiency in the Cuban public administration. (Artículo científico). Escuela Superior de Cuadros del Estado y del Gobierno, La Habana, Cuba. Recuperada de <http://scielo.sld.cu/pdf/cod/v7n2/2310-340X-cod-7-02-212.pdf>
- Navarro, O. (2009). *El ABC del Gobierno municipal*. (3.ª ed.) (Instituto del desarrollo municipal). (Original publicado en 2000).
- Olivares, D (2005). *Sistema turístico en Nicaragua; desarrollo turístico integrado a la región del Norte y departamentos de Esteli y Nueva Segovia*. (Editorial Universitat Jaume I, Castellón de la Plana, España).
- Real Academia Española. (1852). Reproducción. En *Diccionario Lengua Castellana*. (10.ª ed.). (Editorial Grupo Parlamentario del PRD).
- Rengifo, A. (2017). *Gestión municipal y su relación con la Promoción Turística en el Gobierno Local de la provincia de Moyobamba, 2017*. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, Perú. Recuperada de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30492/rengifo\\_pa.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30492/rengifo_pa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rojas, (2006). *Manual para la Gestión Municipal del Desarrollo Económico Local*. (Organización Internacional del Trabajo 2006). (Original publicado en 2006). Recuperada de [https://www.del.org.bo/info/archivos/manual\\_para\\_la\\_gestion.pdf](https://www.del.org.bo/info/archivos/manual_para_la_gestion.pdf)
- Romero, C. (2017). *Gestión Municipal y la Participación Ciudadana en la Municipalidad Distrital de Huanchaco, 2015*. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú. Recuperada de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9087/Romero\\_VCF.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9087/Romero_VCF.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Sectur (2002). *Secretaría de Turismo Sectur*. Recuperada de <https://www.gob.mx/sectur/>
- Sectur, S. d. (2003). *Guía maestra para la identificación y Diseño de productos de turismo cultural de las ciudades mexicanas patrimoniales de la humanidad*. México.
- Sernatur. (2014). *Turismo Cultural: una oportunidad para el Desarrollo Local. Guía Metodológica*. (1.ª ed.) (Editorial Servicio Nacional de Turismo). (Original publicado en 2014). Recuperada de <http://www.indap.gob.cl/docs/default-source/default-document-library/turismo-cultural-sernatur.pdf>
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (1995). *Fundamentos de Marketing* (14.ª ed.). (Editorial The McGraw-Hill Companies, Inc.).
- Tobar y Valencia (2020). *Plan de promoción turística para el Cantón de San Miguel de Urququí*. (Tesis de maestría). Universidad Tecnológica Israel, Quito, Ecuador. Recuperada de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2415/1/UISRAELECTMASTER-TURIS-378.242-2020-001.pdf>
- USAID, (2010). *Instrumento para la autoevaluación de la Gestión Municipal. Señales de un buen gobierno para el Desarrollo local*. Recuperado de <http://www.repo.funde.org/94/1/LIBROS-70.pdf>
- Valderrama, S. (2016). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. (6° reimpresión). (Universidad de San Marcos).
- Villada, (2008, 08 de marzo). *Método de la Investigación. Métodos y estrategias de investigación. Clasificación de la investigación*. Recuperado de <https://metinvestigacion.wordpress.com/>

# **ANEXOS**

### Matriz de operacionalización de variables

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Gestión municipal	Se desarrolla bajo pilares que enmarcan el tema político, el desarrollo económico, la sociedad y el ambiente como base del progreso en una localidad, en este caso cada pilar está contemplado mediante planes que son evaluados de acuerdo a resultados. USAID, (2010)	Se determino el nivel de la gestión municipal de la Municipalidad Provincial de San Martín-Tarapoto, con las dimensiones de desarrollo organizacional, finanzas municipales, servicios y proyectos y la gobernabilidad democrática, desde la mirada de los actores principales, siendo evaluados a través de una encuesta, con una escala ordinal.	Desarrollo organizacional	- Capacidad organizativa Capacidad territorial Estructura organizacional Modernización tecnológica - Desarrollo de capacidades	Ordinal
			Finanzas municipales	- Capacidad de gestión - Capacidad administrativa financiera	
			Servicios y proyectos	- Servicios municipales - Capacidad de gestión de proyectos - Niveles de servicios brindados	
			Gobernabilidad democrática	- Aceptabilidad de la población - Participación y concertación local - Involucramiento con gremios locales	
Promoción turística	Se relaciona a la información proporcionada a los posibles visitantes acerca de la gama de servicios existentes y que estos sean capaces de superar sus necesidades, convenciéndolos de que su elección es la más adecuada. (Ejarque, 2005, p. 231)	Se identifico el nivel de promoción turística que realiza el municipio local de Tarapoto, con las estrategias de posicionamiento del producto, lanzamiento de producto y organización de evento, y presentaciones del sector, con la mirada de los funcionarios municipales, empresarios turísticos y representantes gremiales, medida por una encuesta, con una escala ordinal.	Posicionamiento del producto	- Encuentros - Relaciones públicas	Ordinal
			Lanzamiento de producto y organización de evento	- Campañas de comunicación - Negociaciones	
			Presentaciones al sector	- Proyectos turísticos - Informaciones públicas	



### Matriz de consistencia: Gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020.

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos											
<p><b>Problema general</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre la Gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020?</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <p>P1. ¿Cuál es el nivel de gestión Municipal, Tarapoto 2020?</p> <p>P2. ¿Cuál es el nivel de promoción turística, Tarapoto, 2020?</p> <p>P3. ¿Cuál es la correlación entre las dimensiones de gestión Municipal y promoción turística, Tarapoto, 2020?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar la relación que existe entre la Gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>O1. Identificar el nivel de gestión Municipal, Tarapoto 2020.</p> <p>O2. Identificar el nivel de promoción turística, Tarapoto, 2020.</p> <p>O3. Determinar la correlación entre las dimensiones de gestión Municipal y promoción turística, Tarapoto, 2020.</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>Hi: Existe relación significativa entre la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p>H1. El nivel de gestión Municipal, Tarapoto 2020 es medio.</p> <p>H2. El nivel de promoción turística, Tarapoto, 2020, es bajo.</p> <p><b>H3.</b> H<sub>3</sub>: Existe correlación entre las dimensiones de gestión Municipal y promoción turística, Tarapoto, 2020.</p>	<p><b>Técnica</b></p> <p><b>Entrevista</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>Instrumentos</b></p> <p>Cuestionario</p>											
<b>Diseño de investigación</b>	<b>Población y muestra</b>	<b>Variables y dimensiones</b>												
<p>El estudio de investigación es de tipo No Experimental, con diseño correlacional.</p> <p>Esquema:</p> <pre> graph TD     O1[O1] --&gt; r((r))     O2[O2] --&gt; r     M[M] --&gt; r     </pre> <p>Dónde:  M = Muestra  O<sub>1</sub> = Gestión municipal  O<sub>2</sub> = Promoción turística  r = Relación de las variables de estudio</p>	<p><b>Población</b></p> <p>La población total de estudio equivale a 25, la cual estuvo conformada por 5 trabajadores de la Municipalidad Provincial de San Martín. La población estuvo conformada por el personal administrativo de la Gerencia de Desarrollo Económico y la Sub Gerencia de turismo, asimismo, los 15 empresarios turísticos categorizados y 5 representantes de los gremios turísticos más importantes de Tarapoto.</p> <p><b>Muestra</b></p> <p>La muestra fue censal, ya que se tomó al total de la población para la muestra de estudio.</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Variables</th> <th style="width: 50%;">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Gestión municipal</td> <td>Desarrollo organizacional</td> </tr> <tr> <td>Finanzas municipales</td> </tr> <tr> <td>Servicios y proyectos</td> </tr> <tr> <td>Gobernabilidad democrática</td> </tr> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Promoción turística</td> <td>Posicionamiento del producto</td> </tr> <tr> <td>Lanzamiento de producto y organización de eventos</td> </tr> <tr> <td>Presentación al sector</td> </tr> </tbody> </table>		Variables	Dimensiones	Gestión municipal	Desarrollo organizacional	Finanzas municipales	Servicios y proyectos	Gobernabilidad democrática	Promoción turística	Posicionamiento del producto	Lanzamiento de producto y organización de eventos	Presentación al sector
Variables	Dimensiones													
Gestión municipal	Desarrollo organizacional													
	Finanzas municipales													
	Servicios y proyectos													
	Gobernabilidad democrática													
Promoción turística	Posicionamiento del producto													
	Lanzamiento de producto y organización de eventos													
	Presentación al sector													

## Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### Cuestionario: Gestión municipal

#### Datos generales:

N° de cuestionario: .....

Fecha de Recolección: ...../...../.....

#### Instrucciones:

El presente instrumento tiene como finalidad conocer el nivel de gestión municipal de la municipalidad provincial de San Martín.

Lea usted atentamente cada ítem y seleccione una de las alternativas, la que sea la más apropiada para Usted, seleccionando del 1 al 5, que corresponde a su respuesta. Asimismo, debe marcar con un aspa la alternativa elegida.

Asimismo, no existen respuestas “correctas” o “incorrectas”, ni respuestas “buenas” o “malas”. Solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo a su contextualización.

Finalmente, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad y marque todos los ítems. Con los siguientes puntajes:

1	2	3	4	5
Muy deficiente	Deficiente	Aceptable	Bueno	Excelente

<b>DIMENSIÓN: DESARROLLO ORGANIZACIONAL</b>					
<b>N°</b>	<b>Indicador: Capacidad organizativa</b>	<b>PUNTAJES</b>			
<b>01</b>	¿Cómo califica la organización municipal?	1	2	3	5
<b>N°</b>	<b>Indicador: Estructura organizacional</b>	<b>PUNTAJES</b>			
<b>02</b>	¿Cómo califica el rol que desempeñan los funcionarios en la gestión municipal en el tema turismo en su localidad?	1	2	3	5
<b>N°</b>	<b>Indicador: Desarrollo de capacidades</b>	<b>PUNTAJES</b>			
<b>03</b>	¿Cómo califica las estrategias interinstitucionales optadas por la municipalidad en la actividad turística?	1	2	3	5
<b>DIMENSIÓN: FINANZAS MUNICIPALES</b>					
<b>N°</b>	<b>Indicador: Capacidad de gestión</b>	<b>PUNTAJES</b>			
<b>04</b>	¿Cómo califica la capacidad de gestión para el desarrollo de la actividad turística en su localidad?	1	2	3	5
<b>N°</b>	<b>Indicador: Capacidad administrativa financiera</b>	<b>PUNTAJES</b>			
<b>05</b>	¿Cómo califica el presupuesto otorgado para el sector turismo en la gestión municipal?	1	2	3	5
<b>06</b>	¿Cómo califica la eficiencia en la distribución de recursos disponibles de la municipalidad?	1	2	3	5
<b>DIMENSIÓN: SERVICIOS Y PROYECTOS</b>					
<b>N°</b>	<b>Indicador: Servicios municipales</b>	<b>PUNTAJES</b>			
<b>07</b>	¿Cómo califica la calidad de los servicios brindados por la gestión municipal?	1	2	3	5
<b>N°</b>	<b>Indicador: Capacidad de gestión de proyectos</b>	<b>PUNTAJES</b>			
<b>08</b>	¿Cómo califica el nivel de proyectos turísticos gestionados por la municipalidad?	1	2	3	5
<b>09</b>	¿Cómo califica la capacidad de gestionar proyectos por parte de la gestión municipal?	1	2	3	5
<b>N°</b>	<b>Indicador: Niveles de servicios brindados</b>	<b>PUNTAJES</b>			
<b>10</b>	¿En qué nivel se encuentra la demanda de los servicios brindados a la población?	1	2	3	5
<b>DIMENSIÓN: GOBERNABILIDAD DEMOCRÁTICA</b>					
<b>N°</b>	<b>Indicador: Aceptabilidad de la población</b>	<b>PUNTAJES</b>			
<b>11</b>	¿Cómo califica el apoyo brindado de la gestión municipal hacia el sector privado?	1	2	3	5
<b>12</b>	¿Cómo califica el compromiso de la gestión municipal con el desarrollo del turismo en su localidad?	1	2	3	5
<b>N°</b>	<b>Indicador: Participación y concertación local</b>	<b>PUNTAJES</b>			

13	¿Cómo califica la participación del sector privado con la gestión municipal?	1	2	3	4	5
<b>N°</b>	<b>Indicador: Involucramiento con gremios locales</b>	<b>PUNTAJES</b>				
14	¿Cómo califica la participación de la gestión municipal con las actividades de los gremios locales?	1	2	3	4	5
15	¿Cómo califica las alianzas estratégicas de la gestión municipal con las organizaciones turísticas?	1	2	3	4	5

**Fuente:** Adaptado de Rengifo, A. (2018)



**Cuestionario: Promoción turística**

**Datos generales:**

**N° de cuestionario:** .....

**Fecha de Recolección:** ...../...../.....

**Introducción:**

El presente instrumento tiene como finalidad conocer el nivel de la promoción turística de la provincia de San Martín.

**Instrucción:**

Lea usted atentamente cada ítem y seleccione una de las alternativas, la que sea la más apropiada para Usted, seleccionando del 1 al 5, que corresponde a su respuesta. Asimismo, debe marcar con un aspa la alternativa elegida.

Asimismo, no existen respuestas “correctas” o “incorrectas”, ni respuestas “buenas” o “malas”. Solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo a su contextualización.

Finalmente, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad y marque todos los ítems. Con los siguientes puntajes:

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Muy deficiente	Deficiente	Aceptable	Bueno	Excelente

<b>DIMENSIÓN: POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO</b>						
<b>N°</b>	<b>Indicador: Encuentros</b>	<b>PUNTAJES</b>				
<b>01</b>	¿Cómo califica la promoción de las actividades turísticas que realiza la municipalidad provincial?	1	2	3	4	5
<b>02</b>	¿Cómo considera las actividades turísticas realizadas por la gestión municipal?	1	2	3	4	5
<b>N°</b>	<b>Indicador: Relaciones públicas</b>	<b>PUNTAJES</b>				
<b>03</b>	¿Cómo califica las estrategias de posicionamiento realizadas por la municipalidad en el manejo del turismo a nivel provincial?	1	2	3	4	5
<b>04</b>	¿Cómo califica la promoción del turismo mediante las relaciones públicas de la gestión municipal?	1	2	3	4	5
<b>DIMENSIÓN: LANZAMIENTO DE PRODUCTO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTO</b>						
<b>N°</b>	<b>Indicador: Campañas de comunicación</b>	<b>PUNTAJES</b>				
<b>05</b>	¿Cómo califica a los medios de comunicación empleadas desde la gestión municipal para las campañas turísticas?	1	2	3	4	5
<b>06</b>	¿Cómo califica la promoción del valor cultural de los atractivos turísticos?	1	2	3	4	5
<b>07</b>	¿Cómo califica a las redes sociales de la municipalidad provincial con respecto a la información brindada (atractivos turísticos, empresas formales, etc)?	1	2	3	4	5
<b>N°</b>	<b>Indicador: Negociaciones</b>	<b>PUNTAJES</b>				
<b>08</b>	¿En qué nivel la municipalidad realiza un buen trabajo al promocionar y buscar inversores?	1	2	3	4	5
<b>09</b>	¿En qué nivel cree que somos un destino turístico apto para realizar inversiones?	1	2	3	4	5
<b>DIMENSIÓN: PRESENTACIONES AL SECTOR</b>						
<b>N°</b>	<b>Indicador: Proyectos turísticos</b>	<b>PUNTAJES</b>				
<b>10</b>	¿En qué nivel la Municipalidad Provincial de San Martín contribuye a la inversión tanto pública como privada en el sector turismo?	1	2	3	4	5
<b>11</b>	¿En qué nivel la provincia de San Martín es vista como un lugar apto para la inversión tanto pública como privada?	1	2	3	4	5
<b>12</b>	¿Cómo califica la creación de una carpeta de proyectos turísticos en la gestión municipal?	1	2	3	4	5
<b>N°</b>	<b>Indicador: Informaciones públicas</b>	<b>PUNTAJES</b>				
<b>13</b>	¿Cómo califica la página web de la gestión municipal?	1	2	3	4	5
<b>14</b>	¿Cómo califica las informaciones referentes al turismo brindadas por la municipalidad provincial?	1	2	3	4	5
<b>15</b>	¿Cómo califica las estrategias de ofertas de los atractivos turísticos proporcionados por el gobierno municipal?	1	2	3	4	5

**Fuente:** Adaptado de Rengifo, A. (2017)

# Validación de instrumentos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

### I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Sánchez Dávila, Keller  
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo-Escuela de Posgrado  
 Especialidad : Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: **Gestión municipal**  
 Autor (s) del instrumento (s) : Cotrina Coral, Greysi Samantha

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, <b>Gestión municipal</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Gestión municipal</b>				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, <b>Gestión municipal</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: <b>Gestión municipal</b>				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Gestión municipal</b>				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					43	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

4.3

Tarapoto, 12 de octubre de 2020

Dr. Keller Sánchez Dávila  
 DOCENTE POS GRADO

Sello personal y firma



## INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

## II. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Sánchez Dávila, Keller  
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo-Escuela de Posgrado  
 Especialidad : Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: **Promoción turística**  
 Autor (s) del instrumento (s) : Cotrina Coral, Greysi Samantha

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

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

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente", sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)


## IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

4.3

Tarapoto, 12 de octubre de 2020

  
 Dr. Keller Sánchez Dávila  
 DOCENTE POS GRADO

Sello personal y firma





## INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

## I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Flores Ramírez, Rony  
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín-Escuela Profesional de Turismo  
 Especialidad : Magister en Gestión Pública  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: **Gestión municipal**  
 Autor (s) del instrumento (s) : Cotrina Coral, Greysi Samantha

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, <b>Gestión municipal</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Gestión municipal</b>					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, <b>Gestión municipal</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: <b>Gestión municipal</b>				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Gestión municipal</b>				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					43	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD Instrumento aplicable, darla un poco de  
confusión a algunos interrogantes.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 43

Tarapoto, 16 de octubre de 2020

  
 Mg. Rony Flores Ramirez  
  
 Sello personal y firma



## INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

## II. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Flores Ramírez, Rony  
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín-Escuela Profesional de Turismo  
 Especialidad : Magister en Gestión Pública  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: **Promoción turística**  
 Autor (s) del instrumento (s) : Cotrina Coral, Greysi Samantha

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)


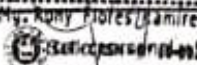
CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, <b>Promoción turística</b>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

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD Instrumento aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 43

Tarapoto, 16 de octubre de 2020

  
 \_\_\_\_\_  
 M<sup>g</sup>. Rony Flores Ramirez  
  
 M<sup>g</sup>. Rony Flores Ramirez

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

**I. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto : Rodríguez Sánchez, Jesús  
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín-Escuela Profesional de Turismo  
 Especialidad : Maestra en Docencia Universitaria y Gestión Educativa  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: **Gestión municipal**  
 Autor (s) del instrumento (s) : Cotrina Coral, Greysi Samantha

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, <b>Gestión municipal</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Gestión municipal</b>				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, <b>Gestión municipal</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: <b>Gestión municipal</b>					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Gestión municipal</b>				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					<b>43</b>	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD** Instrumento aplicable

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 43

Tarapoto, 19 de octubre de 2020

  
**Mg. Jesús Rodríguez Sánchez**  
 O.L.T. 020 - 001  
 Sello personal y firma



## INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

## II. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Rodríguez Sánchez, Jesús  
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín-Escuela Profesional de Turismo  
 Especialidad : Maestra en Docencia Universitaria y Gestión Educativa  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: **Promoción turística**  
 Autor (s) del instrumento (s) : Cotrina Coral, Greysi Samantha

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				x	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, <b>Promoción turística</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					x
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Promoción turística</b>				x	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, <b>Promoción turística</b> de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					x
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				x	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: <b>Promoción turística</b>				x	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					x
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Promoción turística</b>				x	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				x	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento				x	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					43	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente", sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD Instrumento aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

43

Tarapoto, 19 de octubre de 2020

*J. Rodríguez S.P.*  
 Mg. Jesús Rodríguez Sánchez  
 C.I.T. 020-001

Sello personal y firma

## Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación



**mpsm**  
TARAPOTO

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL  
DE SAN MARTÍN

*EL SUB GERENTE DE PROMOCIÓN DEL TURISMO, DE LA MUNICIPALIDAD  
PROVINCIAL DE SAN MARTÍN, QUE SUSCRIBE;*

### CONSTANCIA,

*Que, COTRINA CORAL GREYSI SAMANTHA con D.N.I. 75268929 ha realizado la  
aplicación de encuestas en su calidad de ESTUDIANTE de la Maestría en Gestión Pública de la  
Universidad César Vallejo – Tarapoto, con el tema "Gestión pública y promoción turística de  
Tarapoto, 2020", a los integrantes de la Gerencia de Desarrollo Económico.*

*Se expide la presente a petición de la parte interesada, para los fines que  
estime conveniente.*

*Tarapoto, 04 de Diciembre del 2020.*

Atentamente;



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN MARTÍN - TARAPOTO  
SUB GERENCIA DE PROMOCIÓN DEL TURISMO

Mtro. RENATO VERGARA RUIZ  
SUB GERENTE (E)

TARAPOTO

# Gregorio Delgado N° 260 - Tarapoto

913 012139 (A) (092) 52255

www.mpsm.gob.pe mpsm@mps.gov.pe

## Índice de confiabilidad

### ✓ Gestión Municipal

#### Resumen de procesamiento de casos

N	%
20	100,0
0	,0
20	100,0

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

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,925	15

#### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
p1	35,10	103,253	,607	,921
p2	34,95	105,839	,518	,924
p3	35,45	106,155	,771	,917
p4	35,05	99,208	,892	,912
p5	35,35	101,608	,681	,919
p6	35,45	107,839	,666	,920
p7	34,80	103,326	,742	,917
p8	35,25	96,092	,817	,914
p9	35,15	98,450	,790	,915
p10	34,75	110,408	,455	,925
p11	34,85	103,397	,731	,917
p12	35,10	106,621	,819	,917
p13	34,40	117,621	,076	,934
p14	34,70	111,168	,506	,923
p15	34,65	104,766	,702	,918

✓ **Promoción Turística**

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

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

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,930	15

**Estadísticas de total de elemento**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
p1	38,70	105,695	,779	,921
p2	38,75	111,671	,610	,927
p3	38,80	111,853	,767	,922
p4	38,80	110,589	,832	,920
p5	38,30	108,537	,913	,918
p6	39,05	109,103	,783	,921
p7	38,95	111,313	,791	,921
p8	38,70	117,484	,497	,929
p9	37,90	119,253	,461	,930
p10	38,60	113,516	,719	,923
p11	38,35	121,397	,249	,937
p12	37,70	124,537	,274	,933
p13	38,75	109,250	,659	,925
p14	38,95	110,155	,851	,920
p15	39,30	109,589	,740	,922

## Base de datos estadísticos

Gestión Municipal															
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
Sujeto 1	3	1	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	3	2	1
Sujeto 2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2
Sujeto 3	1	2	3	2	2	2	2	1	3	3	4	2	3	3	2
Sujeto 4	3	3	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2
Sujeto 5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4
Sujeto 6	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4
Sujeto 7	4	3	3	3	3	4	4	3	3	5	5	3	3	3	3
Sujeto 8	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	2	4	3
Sujeto 9	4	4	3	3	3	4	5	2	2	4	4	3	2	3	3
Sujeto 10	3	2	2	1	1	2	3	1	1	3	2	1	2	2	2
Sujeto 11	1	2	3	2	2	2	2	1	3	3	4	2	3	3	2
Sujeto 12	3	1	2	1	2	2	2	1	2	3	3	1	3	2	1
Sujeto 13	1	2	3	2	2	2	2	1	3	3	4	2	3	3	2
Sujeto 14	1	2	3	2	2	2	2	2	3	3	4	2	3	3	3
Sujeto 15	3	4	3	3	1	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2
Sujeto 16	3	2	2	2	2	2	2	1	1	3	2	2	3	2	2
Sujeto 17	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	3	2	2
Sujeto 18	1	2	3	2	2	2	2	1	3	3	4	2	3	3	2
Sujeto 19	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2
Sujeto 20	3	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2
Sujeto 21	1	2	3	2	2	2	2	1	3	3	4	2	3	3	2
Sujeto 22	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	3	3	2
Sujeto 23	1	2	3	2	2	2	2	1	3	3	4	2	3	3	2
Sujeto 24	3	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	3	2	2
Sujeto 25	3	4	4	3	1	2	3	1	2	3	3	2	4	4	4

Promoción turística															
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
Sujeto 1	2	2	3	2	2	3	1	3	5	3	3	2	2	2	1
Sujeto 2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	1	1	2
Sujeto 3	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	4	2	2	1
Sujeto 4	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1
Sujeto 5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
Sujeto 6	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	3	3
Sujeto 7	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4
Sujeto 8	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4
Sujeto 9	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	3
Sujeto 10	3	2	2	2	2	2	4	2	4	2	2	4	1	2	1
Sujeto 11	3	2	2	1	2	2	2	2	4	2	3	3	1	1	1
Sujeto 12	2	1	1	1	2	1	2	2	4	3	4	4	1	2	2
Sujeto 13	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	3	5	2	2	2
Sujeto 14	3	2	2	2	3	2	2	2	4	2	4	4	2	2	1
Sujeto 15	2	2	1	1	2	1	1	2	3	2	3	3	2	2	1
Sujeto 16	2	2	2	1	2	1	1	2	4	2	3	4	2	2	1
Sujeto 17	1	2	2	2	2	2	2	2	5	2	4	4	2	2	2
Sujeto 18	3	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	5	1	2	1
Sujeto 19	2	2	1	1	2	1	2	3	3	3	3	4	1	2	1
Sujeto 20	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	2	5	1	2	1
Sujeto 21	1	1	2	1	2	1	1	2	4	2	3	4	2	2	1
Sujeto 22	2	2	2	1	2	2	1	3	3	3	4	4	1	1	1
Sujeto 23	1	2	2	1	1	2	2	2	4	2	4	5	1	2	2
Sujeto 24	2	2	1	2	3	2	1	2	4	2	5	5	1	2	1
Sujeto 25	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	3	4	3