



**UNAP**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y  
TURISMO**

**TESIS**

**“GESTIÓN MUNICIPAL Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO DE  
PUNCHANA, 2023”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO**

**PRESENTADO POR:**

**MARIA FERNANDA DAYANARA RIOS TELLO  
ANAMARIA DE JESÚS SOTO AREVALO**

**ASESOR:**

**Lic. Adm. VÍCTOR RAÚL REÁTEGUI PAREDES, Dr.**

**IQUITOS, PERÚ**

**2024**



**UNAP**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS  
FACEN  
"COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TÍTULOS"



**ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS VIRTUAL N°039-CCGyT-FACEN-UNAP-2024**

En la ciudad de Iquitos, a los **12** días del mes de **marzo** del año 2024, a horas: **04:00 pm.** se dio inicio haciendo uso de la **Plataforma Google Meet**, la sustentación pública de la Tesis titulada: "**GESTIÓN MUNICIPAL Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO DE PUNCHANA, 2023**", autorizado mediante **Resolución Decanal N°0312-2024-FACEN-UNAP.**, presentado por las Bachilleres en Negocios Internacionales y Turismo **MARIA FERNANDA DAYANARA RIOS TELLO** y **ANAMARIA DE JESUS SOTO AREVALO**, para optar el Título Profesional de **LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO**, que otorga la UNAP de acuerdo a Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

El Jurado calificador y dictaminador está integrado por los siguientes profesionales:


Lic. Adm. **JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Dr.** (Presidente)  
Lic. Nit. **STEVs RAYGADA PAREDES, Mag.** (Miembro)  
Lic. Nit. **CLAUDIA PATRICIA LOZANO ROCHA, Mag.** (Miembro)

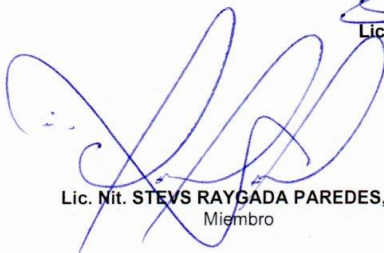
Luego de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas: **SATISFACTORIAMENTE**

El jurado después de las deliberaciones correspondientes, arribó a las siguientes conclusiones:  
La Sustentación Pública y la Tesis han sido: **APROBADAS**, con la calificación **MUY BUENA ( 17 )**.

Estando las Bachilleres aptas para obtener el Título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales y Turismo.

Siendo las **05: pm.** del **12** de **marzo** del 2024, se dio por concluido el acto académico.

  
Lic. Adm. **JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Dr.**  
Presidente

  
Lic. Nit. **STEVs RAYGADA PAREDES, Mag.**  
Miembro

  
Lic. Nit. **CLAUDIA PATRICIA LOZANO ROCHA, Mag.**  
Miembro

  
Lic. Adm. **VÍCTOR RAÚL REATEGUI PAREDES, Dr.**  
Asesor

Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonía del Perú, rumbo a la acreditación  
Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos – Maynas – Loreto  
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: [facen@unapiquitos.edu.pe](mailto:facen@unapiquitos.edu.pe)  
Teléfonos: #065-234364 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



**JURADO Y ASESOR**



**Lic. Adm. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Dr.**  
Presidente  
CLAD- 01950



**Lic. Nit. STEVS RAYGADA PAREDES, Mag.**  
Miembro  
CLAD- 26395



**Lic. Nit. CLAUDIA PATRICIA LOZANO ROCHA, Mag.**  
Miembro  
CLAD-24173



**Lic. Adm. VÍCTOR RAÚL REÁTEGUI PAREDES, Dr.**  
Asesor  
CLAD N°01966

NOMBRE DEL TRABAJO

**FACEN\_TESIS\_RIOS TELLO\_SOTO AREVALO.pdf**

AUTOR

**RIOS TELLO / SOTO AREVALO**

---

RECuento DE PALABRAS

**8525 Words**

RECuento DE CARACTERES

**45699 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**41 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**538.1KB**

FECHA DE ENTREGA

**Nov 13, 2023 10:34 AM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Nov 13, 2023 10:34 AM GMT-5**

---

● **21% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base c

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 15% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossr

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis, a mi madre, Reyla, mi ejemplo de superación. A mi padre, Francisco, a mis hermanos, Juan Víctor y Juan Carlos, y hermana, Elizabeth, que creyeron en mí y me dieron el impulso de seguir hacia adelante, en la búsqueda de ser mejor persona y profesional.

**María Fernanda Dayanara Ríos Tello**

Esta tesis va dedicado a mis padres, José y Meredith, por su inmenso amor y apoyo incondicional, por forjarme con sabiduría y resiliencia. Gracias por estar en cada paso que doy. A Dios, por darme la fuerza necesaria y por permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. Y finalmente, a mis seres queridos, por ser una parte importante en mi vida y por brindarme su apoyo moral.

**Anamaria de Jesús Soto Arévalo**

## **AGRADECIMIENTO**

Expresamos nuestra gratitud con la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana por ser alma mater de nuestra formación profesional.

A nuestros docentes, quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que podamos crecer día a día como profesional, gracias por su paciencia y dedicación.

Así mismo, extendemos nuestro agradecimiento con las instituciones que contribuyeron y formaron parte fundamental en el desarrollo de esta investigación facilitando el acceso a información requerida. Y a nuestras familias, por ser motivación para cumplir nuestras metas y objetivos.

**María Ríos y Anamaria Soto**

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
PORTADA	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
JURADO Y ASESOR	iii
RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO</b>	<b>5</b>
1.1. Antecedentes	5
1.2. Bases teóricas	7
1.3. Definición de términos básicos	13
<b>CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES</b>	<b>15</b>
2.1 Formulación de la hipótesis	15
2.2 Variables y su operacionalización	15
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA</b>	<b>18</b>
3.1. Tipo y diseño	18
3.2. Diseño muestral	19
3.3. Procedimientos de recolección de datos	20

3.4. Procesamiento y análisis de datos	21
3.5. Aspectos éticos	22
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS</b>	<b>23</b>
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN</b>	<b>35</b>
<b>CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES</b>	<b>39</b>
<b>CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES</b>	<b>40</b>
<b>CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	<b>41</b>
<b>ANEXOS</b>	
1. Matriz de consistencia	
2. Instrumento de recolección de datos	
3. Estadística complementaria	
4. Consentimiento informado de participación en proyecto de investigación	



## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1 Gestión municipal	23
Tabla 2 Desarrollo organizacional	24
Tabla 3 Finanzas municipales	25
Tabla 4 Servicios y proyectos	26
Tabla 5 Gobernabilidad democrática	27
Tabla 6 Promoción turística	28
Tabla 7 Posicionamiento del producto	29
Tabla 8 Lanzamiento de producto y organización de evento	31
Tabla 9 Presentación al sector	32
Tabla 10 Prueba de normalidad	33
Tabla 11 Determinar la relación que existe entre la gestión municipal y promoción turística	34

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1 Gestión municipal	23
Figura 2 Desarrollo organizacional	24
Figura 3 Finanzas municipales	25
Figura 4 Servicios y proyectos	26
Figura 5 Gobernabilidad democrática	27
Figura 6 Promoción turística	29
Figura 7 Posicionamiento del producto	30
Figura 8 Lanzamiento de producto y organización de evento	31
Figura 9 Presentación al sector	32

## RESUMEN

El informe de tesis tiene como objetivo determinar la relación que existe entre la gestión municipal y promoción turística del Distrito de Punchana, 2023, eligiendo un estudio tipo aplicada, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental, trabajando con 45 personas a los mismos que se les aplico un cuestionario para la recolección de información. De acuerdo a los resultados obtenidos, la gestión municipal es aceptable (31%), puesto que, la capacidad administrativa financiera es buena; además, la calidad de los servicios ofrecidos por la municipalidad es aceptable y la capacidad de informar las normativas legales a la población. Por su parte, la promoción turística es calificada como mala (33%) esto se debe a que la promoción de las negociaciones de los atractivos turísticos es mala; así como la Municipalidad contribuye de mala manera en los proyectos turísticos. Determinando que entre las variables existe una correlación positiva moderada, el cual fue corroborado por un coeficiente de Rho de Spearman (0.604) y una significancia de 0.000.

**Palabras clave:** Gestión municipal; Promoción turística

## ABSTRACT

The objective of the thesis report is to determine the relationship that exists between municipal management and tourism promotion of the Punchana District, 2023, choosing an applied type study, descriptive-correlational level and non-experimental design, working with 45 people who were I apply a questionnaire to collect information. According to the results obtained, municipal management is acceptable (31%), since the financial administrative capacity is good; Furthermore, the quality of the services offered by the municipality is acceptable, as is the ability to inform the population about legal regulations. For its part, tourism promotion is rated as bad (33%), this is because the promotion of negotiations for tourist attractions is bad; just as the Municipality contributes in a bad way to tourism projects. Determining that there is a moderate positive correlation between the variables, which was corroborated by a Spearman's Rho coefficient (0.604) and a significance of 0.000.

**Keywords:** Municipal management; Tourism promotion

## INTRODUCCIÓN

La gestión municipal y promoción turística en el ámbito internacional son procesos de gran interés para los gobiernos locales, pues el turismo es una actividad económica importante para muchos países, ciudades y comunidades (Córdova-Ortiz et al., 2021). Sin embargo, hay varios problemas que se manifiestan a nivel mundial, pues muchos destinos turísticos tienen poco presupuesto para invertir en la promoción turística y se quedan estancados en las estrategias de promoción con falta de innovación y adaptación a los cambios del mercado actual, esto significa que carecen de los recursos necesarios para marketear su destino y atraer turistas (Arellano-Herman y Yáñez-Andrade, 2021). Además, la carencia de conocimientos y habilidades necesarias para gestionar adecuadamente el turismo, es otro de los problemas que llevan a los destinos turísticos a que no sean lo suficientemente atractivos para los turistas, sumado a ello, la mala gestión de la seguridad turística genera que el turista desista de viajar a esos destinos (Rogerson & Rogerson, 2020).

El Perú es un país con una amplia variedad de recursos turísticos, incluyendo sus impresionantes paisajes, sus sitios arqueológicos, su riqueza cultural y gastronómica, y sus destinos naturales, esto ha llevado a un aumento significativo en el turismo en el país en los últimos años (Aparicio, 2021). Sin embargo, muchas ciudades municipales en el Perú aún no están preparadas para recibir turistas, uno de los problemas principales es la falta de infraestructura adecuada para recibir turistas; muchos municipios carecen de los servicios básicos necesarios para satisfacer las necesidades de los

turistas, esto incluye una buena red de carreteras, alojamiento, transporte, servicios médicos, etc. (García-Ponce et al., 2023). Otro problema importante es la falta de promoción turística adecuada, pues carecen de un plan de promoción turística eficaz, lo que significa que los turistas no tienen conocimiento de los atractivos turísticos, esto a largo plazo limita el número de turistas que visitan estas áreas y dificulta el desarrollo turístico (Chinchay-Villarreyes et al., 2020).

En el distrito de Punchana, gran parte del presupuesto municipal se destina a servicios básicos como el transporte, la educación y la salud, por lo que, un mínimo porcentaje se consigna para la promoción turística; esto dificulta la promoción de los atractivos turísticos locales, como museos, parques y otros lugares de interés, y también puede limitar el desarrollo de infraestructuras turísticas. Al mismo tiempo, la falta de coordinación entre las autoridades municipales y los actores turísticos locales dificulta la implementación de planes de promoción turística por parte de la municipalidad, puesto que no hay una comunicación adecuada entre la administración y los operadores turísticos locales.

Por tanto, se ha formulado como problema general: ¿Cuál es la relación entre la gestión municipal y promoción turística del Distrito de Punchana, 2023? Lo mismo para los problemas específicos: 1. ¿Cuál es el nivel de gestión municipal del Distrito de Punchana, 2023? 2. ¿Cuál es el nivel de promoción turística del Distrito de Punchana, 2023?

Asimismo, se formuló los objetivos, general: Determinar la relación que existe entre la gestión municipal y promoción turística del Distrito de Punchana, 2023. Igualmente, para los específicos: 1. Determinar el nivel de gestión municipal del Distrito de Punchana, 2023. 2. Determinar el nivel de promoción turística del Distrito de Punchana, 2023.

La presente investigación resultó vital, debido a que nos permitió conocer el nivel de la gestión municipal que existe en la institución; así como nos permitió identificar las debilidades y deficiencias que afecta a la promoción turística. Para ello, la investigación tuvo como justificación teórica, considerar que los resultados obtenidos adquiridos se complementan y se utilizan para obtener mejoras en la gestión municipal y la promoción turística que se realizó en el Distrito de Punchana; ya que la gestión municipal es responsable de la planeación y control de los recursos locales como el presupuesto, la infraestructura; la promoción turística se refiere a la identificación, promoción y desarrollo de servicios turísticos, así como a la promoción de destinos turísticos, beneficiando al sector turismo y a toda la comunidad del Distrito.

Justificación práctica, donde la gestión municipal y la promoción turística tienen una estrecha relación; pues el turismo contribuye significativamente a la economía de una ciudad y puede ayudar a su desarrollo, por ello, es importante que una ciudad tenga una buena estrategia de promoción turística y que trabaje para atraer turistas y generar ingresos en el distrito en beneficio a la población. También, se justificó metodológicamente, puesto que es un aporte académico, con el propósito de que el investigador incluya

conocimientos relevantes al tema gestión municipal, ya que será una herramienta importante para promover el turismo en el Distrito.

El presente estudio fue viable porque se dispuso de los recursos económicos, humanos para poder llevar a cabo el estudio, así como, la recopilación de información, solventar los gastos de las actividades y/o materiales a utilizar, que se llevó a cabo mediante los instrumentos y equipos fundamentales.

En esta investigación se tuvo como única limitación la desconfianza por parte de los encuestados, ya que abstenían a brindar información. Para ello, se procedió a explicar brevemente sobre la importancia y el propósito del estudio, a fin de que puedan ser partícipes de la encuesta.



## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1. Antecedentes**

#### **Internacional**

En el 2021, se realizó una investigación aplicada/cualitativa con diseño no experimental, conformada por una población de estudio de 32 personas; en la cual tuvo como objetivo determinar los factores que afectan la promoción turística del cantón Babahoyo. Los autores llegaron a la conclusión que, los factores de la promoción turística permitieron encontrar la falta de programas de cómputo que brinden información en tiempo real sobre el la promoción turística, la carencia de aplicaciones turísticas que faciliten la información en tiempo real sobre la opción de turismo que ofrece la ciudad (Ochoa et al., 2021).

#### **Nacional**

En el 2022, se desarrolló una investigación tipo básica-correlacional y diseño no experimental, cuya población de estudio fue 104 establecimientos turísticos; donde la investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la Gestión Municipal y la Promoción de Venta del destino Huarmey. Los autores concluyeron que, el 57% indicaron que la gestión municipal fue muy eficiente. Mientras que, la promoción turística fue muy deficiente en un 58%. Determinando que la relación entre gestión municipal y promoción turística fue positiva y muy significativa, corroborada por un coeficiente de 0.948 y un p valor de 0.000 (Gonzales y Saavedra, 2022).

En el 2020, se ejecutó un estudio tipo básica – descriptivo con diseño no experimental, constituida por una población de 35 colaboradores; el estudio tuvo como objetivo identificar las características del desempeño laboral para mejorar la Gestión Municipal. En conclusión, el 50% indicó que la gestión municipal se enfocó al desarrollo de competencias de los trabajadores de la institución, mediante capacitaciones a fin de lograr una gestión eficiente (Marín y Delgado, 2020).

En el 2020, se elaboró un estudio tipo cuantitativo con un nivel descriptivo – correlacional y diseño no experimental, cuya muestra de estudio fue de 132 personas; la investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de percepción y confianza de la población respecto a la gestión municipal del distrito de Chachapoyas. Concluyeron que, la gestión municipal tuvo un nivel deficiente, conociendo las demandas de los pobladores para que la gestión municipal cierre brechas en la prestación de los servicios, particularmente en las áreas de, reparación de calles y veredas, ordenamiento, circulación y transporte público y limpieza, saneamiento ambiental y remodelación de la ciudad, que la población considera prioritarias (Casiano y Cueva, 2020).

## **Local**

En el 2022, se realizó un estudio tipo básica-correlacional con diseño no experimental, conformada por una población de 25 trabajadores; la investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la gestión municipal y la promoción turística que se desarrolla en Tarapoto. Llegando a la conclusión que, el nivel de gestión municipal fue calificado como medio por

el 48% debido a que se cree que las deficiencias se deben al bajo nivel de desarrollo turístico de los gestores y su incapacidad para gestionar con eficacia los planes de crecimiento turístico del destino para el bien de todos. Por su parte, la promoción turística fue calificada como bajo por un 52% debido a la frágil estrategia de promoción utilizado en todas las operaciones de turismo de la administración local, Facebook, Instagram y otras plataformas digitales utilizadas para las muchas campañas turísticas no han sido ampliamente distribuidas en lo que respecta a la promoción de la variedad turística que se encuentra el distrito. Determinando una correlación significativa entre las variables corroborada por un  $r=0,870$  y una sig de 0,000 (Cotrina-Coral y Flores-Ramírez, 2022).

## **1.2. Bases teóricas**

### **Variable I: Gestión municipal**

Según Hurtado Villanueva en el 2011 en su teoría gestión municipal enmarcado en la Ley N° 27658 Marco de Modernización de la Gestión del Estado, citado en Vargas (2021) tiene como objetivo aumentar la eficiencia del aparato estatal para brindar una mayor atención a los ciudadanos priorizando y maximizando el uso de los recursos públicos.

La gestión municipal es el proceso de administrar los recursos de una ciudad o municipio con el objetivo de alcanzar el desarrollo sostenible y la satisfacción de sus habitantes (Lopez et al., 2021). Esto implica la planificación y ejecución de proyectos, la optimización de los recursos, el establecimiento de

prioridades, el control de la calidad de los servicios y la toma de decisiones adecuadas (Seminario & Delgado, 2020). También incluye la gestión de la infraestructura, la mejora de la seguridad ciudadana, la gestión de los recursos naturales, el desarrollo económico, el fomento de la cultura, el uso sostenible de los recursos y la promoción de la participación ciudadana (Alvarez & Delgado, 2020).

La gestión municipal está compuesta por principios, ya que la finalidad es satisfacer las necesidades de todos los ciudadanos, asegurando su crecimiento cultural, social y económico, entre ellos los siguientes principios:

- 1). Integridad: Los líderes municipales deben actuar con integridad, honradez e imparcialidad para servir a la comunidad.
- 2). Responsabilidad: La gestión municipal debe ser responsable ante la comunidad, los funcionarios y los contribuyentes.
- 3). Transparencia: Los líderes municipales deben ser transparentes y proporcionar el acceso necesario a los datos y la información que controlan.
- 4). Participación: Los líderes municipales deben establecer una cultura de participación que permita a la comunidad influir en los asuntos municipales.
- 5). Responsabilidad fiscal: Los líderes municipales deben ser responsables y prudentes con los fondos públicos y maximizar el valor de los contribuyentes.
- 6). Rendimiento: Los líderes municipales deben asegurarse de que los programas y servicios ofrecidos por la ciudad se ofrecen de manera eficiente y eficaz.
- 7). Innovación: Los líderes municipales deben buscar formas innovadoras de abordar los problemas y satisfacer las necesidades cambiantes de la comunidad (Chávez et al., 2019).

En síntesis, la gestión municipal se lleva a cabo a través de una serie de áreas y procesos, tales como la gestión financiera, gestión de servicios públicos, gestión de infraestructura, gestión de políticas públicas, desarrollo de proyectos, gestión de recursos humanos, y muchas otras. Por lo tanto, se utilizará un instrumento de autoevaluación de la Gestión Municipal de Monteflores y Ramírez en el 2008, el cual fue adaptado por Hurtado et al. (2022), establecen que la gestión en las municipalidades se centra en:

El desarrollo organizacional, se refiere a la creación de estructuras, procesos y relaciones dentro de una administración municipal que permiten la eficacia y la mejora continua. Esta dimensión incluye si la institución tiene la capacidad organizativa para el cumplimiento de los objetivos, si tiene la capacidad de ordenar el territorio de una determinada localidad, la capacidad de contar con personal formado, asimismo, la implementación de sistemas mecanizados, aplicación de equidad de género en la contratación de RR. HH (Hurtado et al., 2022).

Las finanzas municipales, abarca el establecimiento de mecanismos de control financiero para garantizar la transparencia y la responsabilidad de los funcionarios públicos (Hurtado et al., 2022), por cuanto, esta comprende en que la institución debe tener la capacidad de realizar una adecuada recaudación de los tributos, un manejo presupuestario del responsable de la deuda, asimismo, debe existir una administrativa financiera buena y, por último, ser capaz de ejecutar inversión en sectores vulnerables (Lopez et al., 2021).

La gestión integral de los servicios y proyectos, comprende garantizar la calidad y la cobertura de los servicios municipales, asegurando que se pague impuestos y contribuciones y generar alternativas específicas a través de proyectos destinados a satisfacer las necesidades de las personas, principalmente en áreas desfavorecidas. Por cuanto, comprende cinco indicadores: capacidad de servicios municipales, efectividad de la inversión, capacidad de respuesta al cliente, capacidad de saneamiento, capacidad de gestión de proyectos (Hurtado et al., 2022).

La gobernabilidad democrática, consiste en que el municipio deba propiciar la participación de los pobladores en las decisiones del gobierno local para el mejoramiento de la calidad de vida de los mismo (Lopez et al., 2021), por ello, esta mide la capacidad de promover la participación de las organizaciones de la sociedad civil, la transparencia municipal, la participación y concertación local, asimismo, la difusión de las normativas legales y potenciar la participación de grupos en desventaja social (Hurtado et al., 2022).

## **Variable II: Promoción turística**

En su teoría promoción turística de Jiménez en el 2012 citado en Giraldo et al. (2019) mencionan que es un mecanismo de difusión del conocimiento de los bienes y servicios que ofrecen los destinos turísticos es la promoción turística. Las conversaciones, las agencias, los hoteles y los restaurantes son ejemplos de interacciones orales que representan la comunicación directamente. Las interacciones escritas también reflejan la comunicación de forma indirecta (guías, folletos, prensa especializada, anuncios, páginas web).

Promoción turística significa crear conciencia y conocimiento sobre un destino turístico específico, sus atractivos y ofertas. Esto se puede lograr a través de una variedad de medios, como anuncios de televisión, radio, impresos, anuncios en línea, vídeos, blogueros y promotores (Ramos et al., 2020). La promoción turística también se puede lograr al participar en ferias y exposiciones turísticas, publicar folletos informativos, y ofrecer incentivos a los turistas para visitar el destino (Pérez & Echarri, 2021). La promoción turística es una herramienta clave para los destinos turísticos, ya que ayuda a aumentar la demanda de viajes a un destino, aumentar el número de visitantes y mejorar la imagen del destino (Araújo et al., 2019).

La promoción turística es importante para el éxito de cualquier destino turístico, ya que es la forma en que se genera conciencia y se atrae a los turistas. i) La promoción turística es la herramienta clave para aumentar la cantidad de visitantes y, por lo tanto, aumentar los ingresos. ii) Importante para los destinos turísticos menos conocidos, que pueden tener dificultades para promocionar su destino y atraer a los turistas. iii) También es importante para generar conciencia sobre el destino, ayudando a los visitantes a conocer la ubicación, la cultura, los atractivos, los servicios, las actividades y los eventos. iv) La promoción turística es esencial para el crecimiento y el desarrollo a largo plazo de un destino (Araújo et al., 2020).

Además, Córdova-Ortiz et al. (2021) mencionan los tipos de promoción turística, ya que los métodos para hacer llegar la información a los mercados turísticos son diversos: a) Promociones de paquetes turísticos, esta forma de promoción se basa en ofrecer a los clientes una combinación de servicios

turísticos, como traslados, alojamiento, actividades y atracciones turísticas, que se venden como un paquete único. b) Promoción de destinos y atracciones turísticas, se basa en destacar los atractivos naturales y culturales de un destino turístico para generar interés en los turistas. c) Campañas de publicidad, aquí se refiere a la difusión de anuncios en los medios de comunicación para generar interés de los turistas.

La promoción turística se refiere a las acciones llevadas a cabo por una administración pública municipal para promocionar su territorio como destino turístico, estas acciones pueden incluir la creación de campañas publicitarias, la organización de eventos y la creación de recursos para incentivar el turismo. Por cuanto se tomaron las dimensiones descritas por Cotrina-Coral y Flores-Ramírez (2022):

Posicionamiento del producto, se refiere a la forma en que se presenta y promociona el destino para atraer a los turistas, esto incluye encuentros, relaciones públicas, la implementación de estrategias turísticas, convenios, apoyo interinstitucional y de la población (Cotrina-Coral y Flores-Ramírez, 2022; Ruggel & Torrejón, 2021).

Lanzamiento de producto y organización de evento, se refiere a la transmisión de información sobre el producto turístico que se ofrece a través de eventos y actividades que estimulan el interés por parte del visitante (Cabezuelo-Lorenzo et al., 2020). Esta dimensión incluye la realización de campañas de comunicación, negociaciones, apoyo comunitario para difusión, participación de entes turísticos, eventos y difusión de actividades turísticas.



Presentación al sector, consiste en la ejecución de las actividades para dar a conocer los destinos turísticos que se ofrecen en una región o país, así como las ofertas y promociones que se hacen en el sector (Ruggel & Torrejón, 2021). Esta incluye siete indicadores: ejecución de proyectos turísticos, informaciones públicas, la identificación de necesidades, las coordinaciones interinstitucionales, ofertas turísticas, apoyo de la GERKETUR y el involucramiento de la población (Cotrina-Coral & Flores-Ramírez, 2022).

### **1.3. Definición de términos básicos**

**Destinos turísticos.** Implica pensar en los factores esenciales que hacen que un lugar destaque como destino turístico, estos factores pueden incluir la belleza natural, la cultura local, la historia, la seguridad, los precios accesibles, la calidad de la infraestructura, los servicios y la atención al cliente (Alvarez & Delgado, 2020).

**Gestión municipal.** Es el proceso mediante el cual una municipalidad administra sus recursos para satisfacer las necesidades de la comunidad (Casiano & Cueva, 2020).

**Incapacidad.** Se refiere a la falta de habilidad, aptitud, fuerza o salud para realizar algo; también la incapacidad puede ser algún problema que limita su capacidad para realizar actividades cotidianas (Aparicio, 2021).

**Imparcialidad.** Es la capacidad de juzgar una situación o una persona sin prejuicios, tomando una decisión sin influencia de ninguna preferencia

personal o motivo externo, es decir juzgar objetivamente y de forma justa sin dejar llevar por emociones u opiniones personales (Araújo et al., 2019).

**Marketing.** Se refiere al proceso de identificar, anticipar y satisfacer las necesidades de los clientes, implica el uso de tácticas y estrategias para promover productos y servicios, así como comunicar las ventajas de dichos productos y servicios (Marín y Delgado, 2020).

**Promoción turística.** Es una estrategia de mercadotecnia que busca impulsar el interés de los consumidores hacia los destinos turísticos, también incluye la creación de sitios web y la producción de materiales de marketing para promover un destino (Cotrina-Coral & Flores-Ramírez, 2022).

## **CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.1 Formulación de la hipótesis**

#### **Hipótesis general**

**Hi:** Existe relación significativa entre la gestión municipal y promoción turística del Distrito de Punchana, 2023.

#### **Hipótesis específicas**

**Hi<sub>1</sub>:** El nivel de gestión municipal del Distrito de Punchana 2023, es bajo.

**Hi<sub>2</sub>:** El nivel de promoción turística del Distrito de Punchana 2023, es bajo.

### **2.2 Variables y su operacionalización**

#### **Variables:**

Variable 1: Gestión municipal

Variable 2: Promoción turística

### Operacionalización de variables

Variable	Definición	Tipo por su naturaleza	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías	Valores de las categorías	Medio de verificación
Gestión municipal	La gestión municipal es el proceso por el cual se administran los recursos humanos, financieros y materiales de un municipio con el fin de cumplir con los objetivos de desarrollo y la satisfacción de los ciudadanos (Hurtado et al., 2022)	Cualitativa	Desarrollo organizacional	Capacidad organizativa	Ordinal	Muy deficiente Deficiente Aceptable Bueno Excelente	1 2 3 4 5	Encuesta aplicada a gerentes de la Municipalidad y empresarios del sector turismo del distrito.
				Capacidad territorial				
				Capacidad de contar con personal formado				
				Capacidad de sistemas mecanizados				
				Aplicación de equidad de género				
			Finanzas municipales	Capacidad de recaudación				
				Manejo presupuestario				
				Manejo responsable de la deuda				
				Administrativa financiera				
				Inversión de sectores vulnerables				
			Servicios y proyectos	Capacidad de servicios municipales				
				Efectividad de la inversión				
				Capacidad de respuesta al cliente				
				Capacidad de saneamiento				
				Capacidad de gestión de proyectos				
			Gobernabilidad democrática	Organizaciones de la sociedad civil				
				Transparencia municipal				
				Participación y concertación local				
				Difusión de las normativas legales				
				Potenciar la participación de grupos en desventaja social				

Promoción turística	Promoción turística se refiere a la actividad de promover un destino turístico para atraer visitantes, esto se hace a través de campañas publicitarias, relaciones públicas, eventos, ferias, entre otros (Cotrina-Coral y Flores-Ramírez, 2022).	Cualitativa	Posicionamiento del producto	Encuentros	Ordinal	Muy mala Mala Regular Buena Muy buena	1 2 3 4 5	Encuesta aplicada a gerentes de la Municipalidad y empresarios del sector turismo del distrito.
				Relaciones públicas				
				Relaciones para la promoción				
				Estrategias				
				Convenios				
				Apoyo interinstitucional				
				Apoyo de la población				
			Lanzamiento de producto y organización de evento	Campañas de comunicación				
				Negociaciones				
				Apoyo comunitario para difusión				
				Participación				
				Eventos				
				Difusión de actividades turísticas				
			Presentación al sector	Proyectos turísticos				
				Informaciones públicas				
				Identificación de necesidades				
				Coordinaciones interinstitucionales				
				Ofertas turísticas				
				Apoyo de la GERCETUR				
				Involucramiento de la población				

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

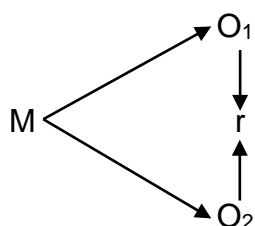
### 3.1. Tipo y diseño

El trabajo fue de tipo aplicada, puesto que es un tipo de investigación científica dirigida a buscar soluciones prácticas a problemas específicos, enfocada principalmente en la aplicación de conocimientos previos y nuevo conocimiento al problema en cuestión (Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, 2018)

El trabajo de investigación de nivel descriptiva y correlacional fue de manera específica, puesto que, se basó en la observación y recopilación de datos para describir el tema o sujetos de estudio sin intentar predecir o explicar los resultados, lo cual permitió determinar si existe una relación entre las dos variables objeto de estudio (Arias y Covinos, 2021).

Por lo tanto, se utilizó un diseño no experimental ya que es un enfoque de investigación en el cual los investigadores no manipulan los niveles de las variables independientes, además, fue de corte transversal, puesto que la recolección de datos para el análisis de las variables se realizó por única vez (Arias y Covinos, 2021).

El esquema de diseño se muestra de la siguiente manera:



**Dónde:**

**M:** Muestra del estudio.

**O<sub>1</sub>:** Gestión municipal

**O<sub>2</sub>:** Promoción turística

**r:** Relación estadística entre las variables evaluadas.

### 3.2. Diseño muestral

**Población:** Una población es el conjunto total de individuos, objetos, sucesos u otros elementos de interés estadístico a los que se les quiere aplicar un estudio estadístico (Arias y Covinos, 2021). Por lo tanto, para el trabajo actual, la población estuvo conformada por una cantidad de 45 personas.

**Muestra:** Una muestra es un subconjunto o subgrupo de la población seleccionado para realizar un estudio estadístico (Arias y Covinos, 2021). Sin embargo, al ser necesario conocer la percepción de la totalidad de la población se tomó en cuenta a 13 gerentes de la Municipalidad Distrital de Punchana y 32 empresarios prestadores de servicios turísticos inscritos en la GERCETUR.

**Muestreo y procedimiento de selección de muestra:** En el trabajo de investigación se aplicó el muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que la población seleccionada es convenientemente para la investigación.

Criterios de selección

Criterios de inclusión:

- Trabajadores que vienen laborando activamente en la Municipalidad de Punchana.
- Empresarios del distrito de Punchana inscritos en la GERCETUR.

Criterios de exclusión:

- Trabajadores de la municipalidad que no sean de la Unidad de Turismo.
- Empresas del distrito de Punchana no activas y no inscritas en la GERCETUR.

### **3.3. Procedimientos de recolección de datos**

En el procedimiento para aplicar la encuesta, se identificó la población exacta, tras ello se elaboraron los instrumentos para la recolección de datos. Se procedió a identificar a los gerentes y empresarios del sector turismo, a fin de poder aplicar el instrumento, para ello se acudió personalmente a los empresarios para que puedan llenar el formulario de preguntas. Antes de dar inicio a la encuesta se explicó brevemente la forma del llenado del cuestionario. Al finalizar se procedió a verificar cada cuestionario a fin de verificar si estuvieron correctamente respondidas.

La **técnica** de encuesta se empleó en el estudio para recopilar información y datos precisos, esta técnica nos ayudó a saber el punto de vista de los encuestados respecto a la gestión municipal y promoción turística.

El **instrumento** principal del estudio fue un cuestionario, que buscó comprender la perspectiva de cada encuestado sobre las variables del estudio. El cuestionario constará de 20 preguntas para la variable gestión municipal y 20 preguntas para la promoción turística, ambos con una escala tipo Likert con cinco posibles respuestas.



Para **validar** los datos y la información recopilada se utilizó la opinión de tres expertos, quienes tuvieron a cargo de analizar las preguntas con las dimensiones e indicadores relacionados con cada variable objeto de investigación.

Para realizar el estudio de **confiabilidad**, los datos adquiridos fueron tabulados en el programa SPSS, mediante el Alfa de Cronbach, establecido por un margen óptimo de 0.7. Estableciendo un Alfa de Cronbach de 0,962 para la variable gestión municipal, para promoción turística un Alfa de Cronbach de 0,978.

#### **3.4. Procesamiento y análisis de datos**

Las herramientas aplicadas a la muestra solicitaron el uso de dos herramientas para este procesamiento de los datos recolectados, como son: Las tabulaciones de los datos, que se presentan en tablas y figuras para facilitar su comprensión, nos las proporcionó el programa Excel.

El programa SPSS evaluó la confiabilidad de los datos y mostró que las variables son normales y estuvieron correlacionadas. Asimismo, dado que la población es menor de 50 personas, se aplicó la estadística de Shapiro-Wilk.

Habiendo dos agrupaciones de tablas y figuras: 1) Resultados descriptivos, donde se muestran las tablas de frecuencias y porcentajes de variables y dimensiones. 2) Resultados inferenciales basados en la normalidad, objetivo general y específicos.

### **3.5. Aspectos éticos**

El desarrollo de la investigación garantizó el respeto a los derechos humanos y la dignidad de los participantes, además, se respetó la confidencialidad de los datos recopilados. Por otro lado, fue importante informar adecuadamente a los participantes sobre el propósito de la investigación, asegurando que los participantes tengan libertad para elegir si participan o no en la investigación. Sin lugar a duda, no se manipuló los resultados, asegurando que sean publicados de forma transparente y de manera oportuna, de tal forma estén disponibles para la comunidad científica.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

### RESULTADOS DESCRIPTIVOS

#### Nivel de gestión municipal

Tabla 1

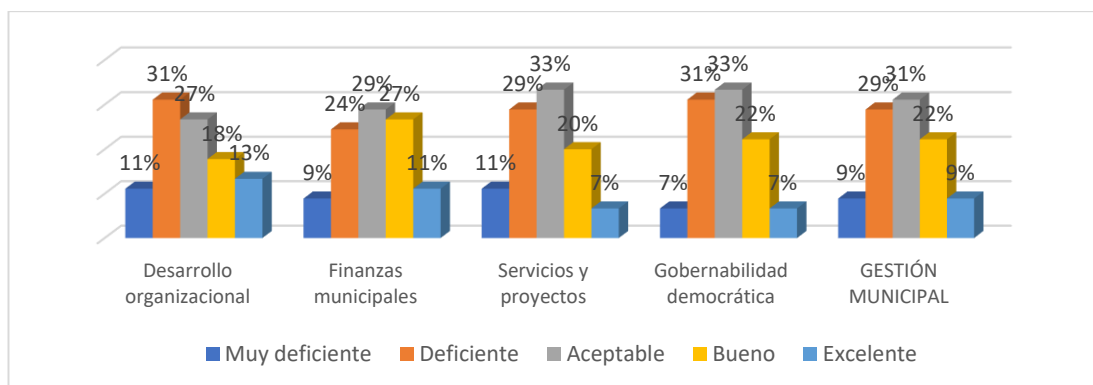
#### *Gestión municipal*

	Md		D		A		B		E	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Desarrollo organizacional	5	11%	14	31%	12	27%	8	18%	6	13%
Finanzas municipales	4	9%	11	24%	13	29%	12	27%	5	11%
Servicios y proyectos	5	11%	13	29%	15	33%	9	20%	3	7%
Gobernabilidad democrática	3	7%	14	31%	15	33%	10	22%	3	7%
<b>GESTIÓN MUNICIPAL</b>	<b>4</b>	<b>9%</b>	<b>13</b>	<b>29%</b>	<b>14</b>	<b>31%</b>	<b>10</b>	<b>22%</b>	<b>4</b>	<b>9%</b>

Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

Figura 1

#### *Gestión municipal*



Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

De acuerdo a la percepción de los encuestados se ha logrado identificar que un 31% considera que la gestión municipal es aceptable, un 29% la califica como deficiente y solo un 22% la considera buena. A continuación, procederemos a analizar de forma independiente las diferentes dimensiones:

Tabla 2

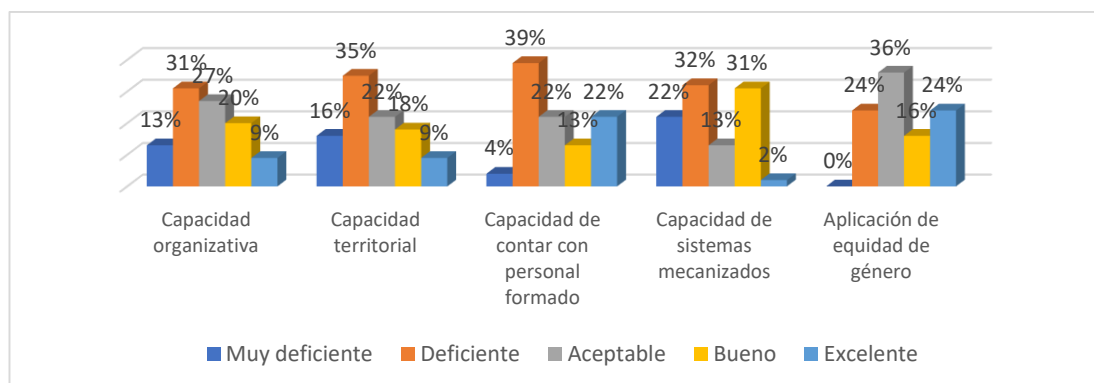
*Desarrollo organizacional*

	Md		D		A		B		E	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Capacidad organizativa	6	13%	14	31%	12	27%	9	20%	4	9%
Capacidad territorial	7	16%	16	35%	10	22%	8	18%	4	9%
Capacidad de contar con personal formado	2	4%	17	39%	10	22%	6	13%	10	22%
Capacidad de sistemas mecanizados	10	22%	14	32%	6	13%	14	31%	1	2%
Aplicación de equidad de género	0	0%	11	24%	16	36%	7	16%	11	24%

Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

Figura 2

*Desarrollo organizacional*



Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

En esta dimensión se observa que, el 31% de los encuestados indican que es deficiente la capacidad de la municipalidad de operar de acuerdo a objetivos y metas. Del mismo modo, el 35% de los encuestados manifiestan que la capacidad de la municipalidad de ordenar el territorio es deficiente. Asimismo, el 39% de ellos consideran que la capacidad de contar con personal formado adecuadamente es deficiente. Igualmente, el 32% revela que es deficiente la capacidad de implementar sistemas mecanizados. Pero el 36% sostiene que

la implementación de equidad de género en la contratación de personal es aceptable.

Tabla 3

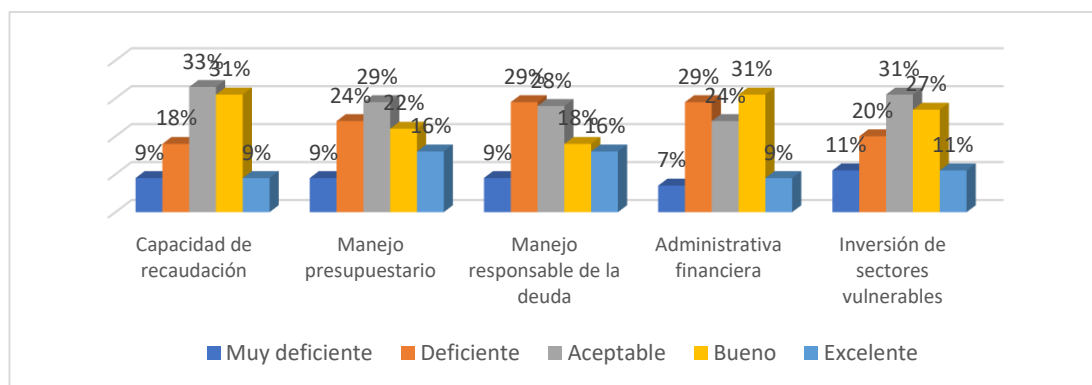
*Finanzas municipales*

	Md		D		A		B		E	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Capacidad de recaudación	4	9%	8	18%	15	33%	14	31%	4	9%
Manejo presupuestario	4	9%	11	24%	13	29%	10	22%	7	16%
Manejo responsable de la deuda	4	9%	13	29%	13	28%	8	18%	7	16%
Administrativa financiera	3	7%	13	29%	11	24%	14	31%	4	9%
Inversión de sectores vulnerables	5	11%	9	20%	14	31%	12	27%	5	11%

Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

Figura 3

*Finanzas municipales*



Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

En la tabla y figura 3, el 33% revela que la capacidad de potenciar y optimizar la recaudación municipal es aceptable. Igualmente, el 29% refiere que la capacidad de manejo presupuestario es aceptable. Sin embargo, el 29% de los encuestados manifiestan que la capacidad de manejo responsable de la deuda es deficiente. No obstante, el 31% considera que la capacidad administrativa financiera es buena. Mientras que, el 31% de los encuestados

revelan que la capacidad de orientar la Inversión a sectores de población vulnerables es aceptable.

Tabla 4

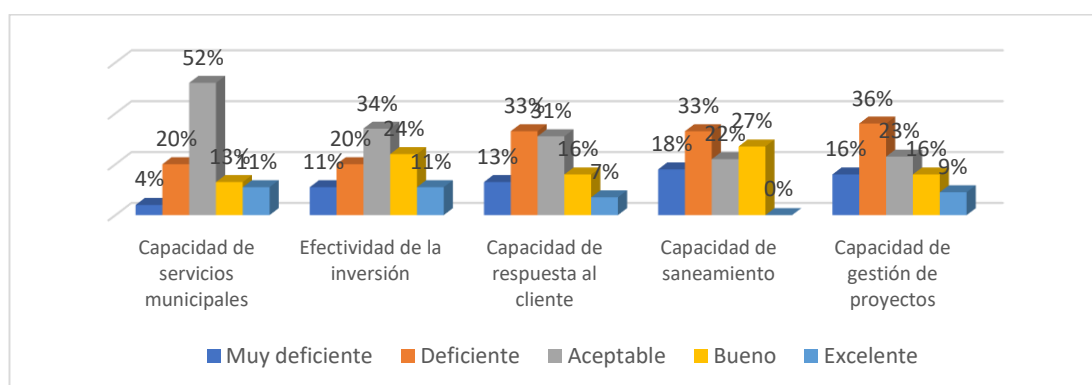
*Servicios y proyectos*

	Md		D		A		B		E	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Capacidad de servicios municipales	2	4%	9	20%	23	52%	6	13%	5	11%
Efectividad de la inversión	5	11%	9	20%	15	34%	11	24%	5	11%
Capacidad de respuesta al cliente	6	13%	15	33%	14	31%	7	16%	3	7%
Capacidad de saneamiento	8	18%	15	33%	10	22%	12	27%	0	0%
Capacidad de gestión de proyectos	7	16%	16	36%	11	23%	7	16%	4	9%

Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

Figura 4

*Servicios y proyectos*



Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

Asimismo, en esta dimensión se verifica que, el 52% de las personas encuestadas indican que la calidad de los servicios ofrecidos por la municipalidad es aceptable. Asimismo, el 34% de los encuestados refieren que la capacidad de diversificar y ampliar la inversión municipal es aceptable. No obstante, el 33% de los encuestados señalan que la gestión de resolución

de quejas y demandas de la población es deficiente. Como también, el 33% revela que es deficiente la capacidad de asegurar el saneamiento del municipio. Igualmente, el 36% de los encuestados mencionan que es deficiente la capacidad de contratar, monitorear y evaluar la ejecución de los proyectos.

Tabla 5

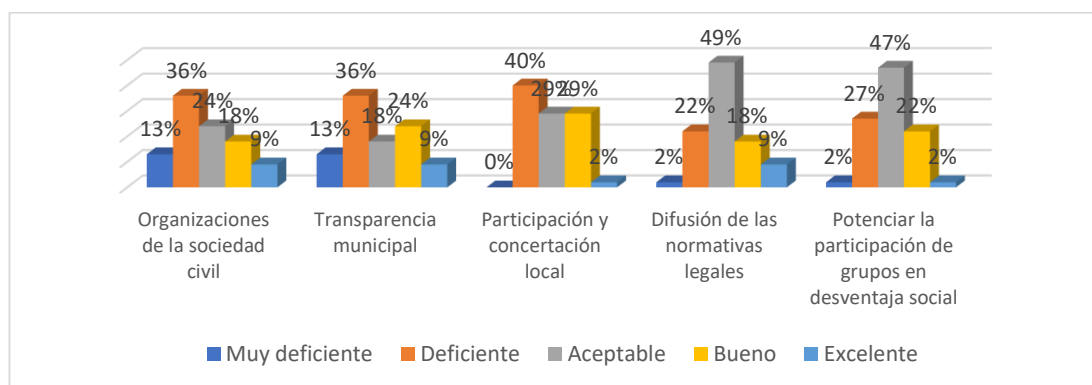
*Gobernabilidad democrática*

	Md		D		A		B		E	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Organizaciones de la sociedad civil	6	13%	16	36%	11	24%	8	18%	4	9%
Transparencia municipal	6	13%	16	36%	8	18%	11	24%	4	9%
Participación y concertación local	0	0%	18	40%	13	29%	13	29%	1	2%
Difusión de las normativas legales	1	2%	10	22%	22	49%	8	18%	4	9%
Potenciar la participación de grupos en desventaja social	1	2%	12	27%	21	47%	10	22%	1	2%

Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

Figura 5

*Gobernabilidad democrática*



Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

Para finalizar con la dimensión de la primera variable, el 36% de los encuestados sostienen que la capacidad de promover la organización de la sociedad civil es deficiente. Asimismo, el 36% de los encuestados revelaron que la capacidad de implementar la transparencia municipal es deficiente. Del mismo modo, el 40% de ellos señalan que la capacidad de promover la participación y concertación local es deficiente. Pero el 49% indica que es aceptable la capacidad de informar las normativas legales a la población. Como también, el 47% refiere que es aceptable la capacidad de potenciar la participación de grupos en desventaja social.

### Nivel de promoción turística

Tabla 6

#### *Promoción turística*

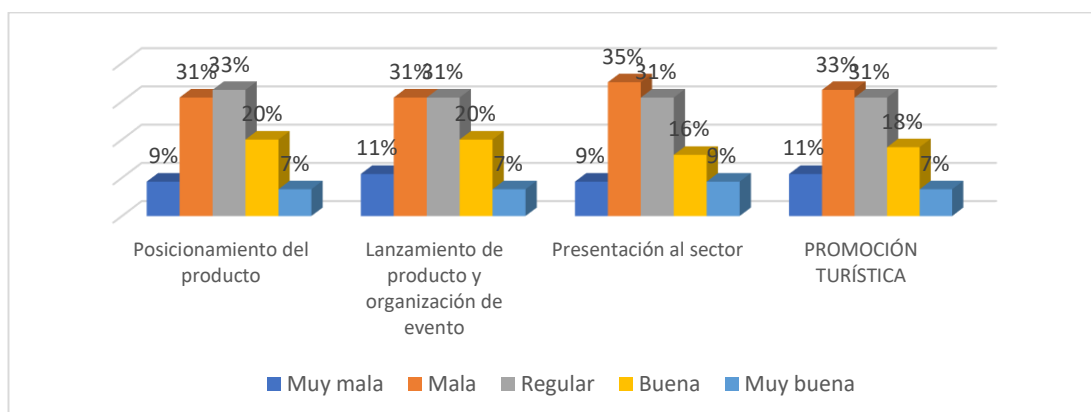
	Mm		M		R		B		Mb	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Posicionamiento del producto	4	9%	14	31%	15	33%	9	20%	3	7%
Lanzamiento de producto y organización de evento	5	11%	14	31%	14	31%	9	20%	3	7%
Presentación al sector	4	9%	16	35%	14	31%	7	16%	4	9%
<b>PROMOCIÓN TURÍSTICA</b>	<b>5</b>	<b>11%</b>	<b>15</b>	<b>33%</b>	<b>14</b>	<b>31%</b>	<b>8</b>	<b>18%</b>	<b>3</b>	<b>7%</b>

Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana



Figura 6

*Promoción turística*



Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

En cuanto a la segunda variable, se observa que el 33% de los encuestados consideran que el nivel de promoción turística es mala, seguido de un 31% que la cataloga como regular, y solo un 18% la califica como buena. Es importante profundizar en las distintas dimensiones que aborda esta variable, con el fin de obtener un mejor entendimiento y posterior análisis.

Tabla 7

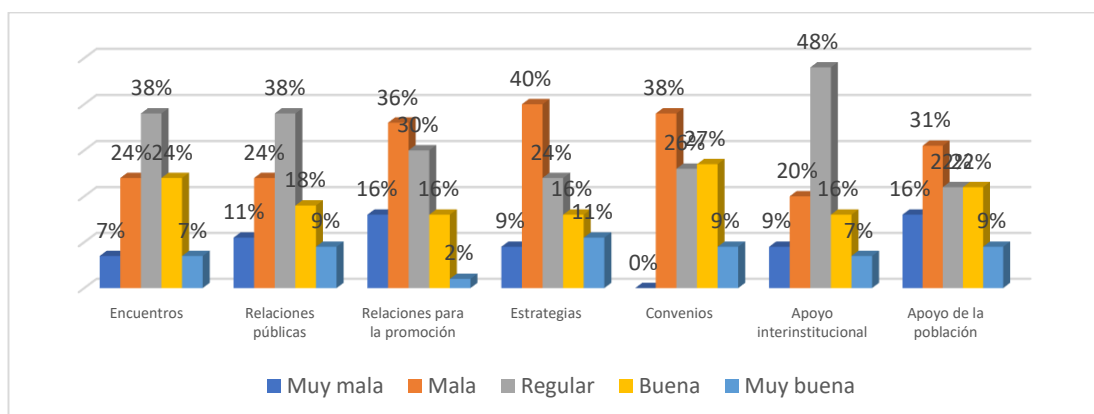
*Posicionamiento del producto*

	Mm		M		R		B		Mb	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Encuentros	3	7%	11	24%	17	38%	11	24%	3	7%
Relaciones públicas	5	11%	11	24%	17	38%	8	18%	4	9%
Relaciones para la promoción	7	16%	16	36%	14	30%	7	16%	1	2%
Estrategias	4	9%	18	40%	11	24%	7	16%	5	11%
Convenios	0	0%	17	38%	12	26%	12	27%	4	9%
Apoyo interinstitucional	4	9%	9	20%	22	48%	7	16%	3	7%
Apoyo de la población	7	16%	14	31%	10	22%	10	22%	4	9%

Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

Figura 7

*Posicionamiento del producto*



Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

Posteriormente, el 38% de los encuestados califican como regular a los encuentros de las actividades turísticas que realiza la Municipalidad Distrital de Punchana. Asimismo, el 38% considera que las relaciones públicas son regulares dentro de la gestión municipal. Mientras que, el 36% de los encuestados manifiestan que la promoción del turismo es mala mediante las relaciones públicas de la gestión municipal. Igualmente, el 40% refiere que las estrategias de posicionamiento realizadas por la municipalidad son malas en el manejo del turismo a nivel distrital. Del mismo modo, el 38% de los encuestados indican que los convenios que existe dentro de la gestión municipal son malos. No obstante, el 48% sostiene que el apoyo interinstitucional de otras instituciones ligadas al turismo es regular. Mientras que, el 31% de los encuestados refieren que el apoyo de la población es malo para hacer conocido al distrito como tal.

Tabla 8

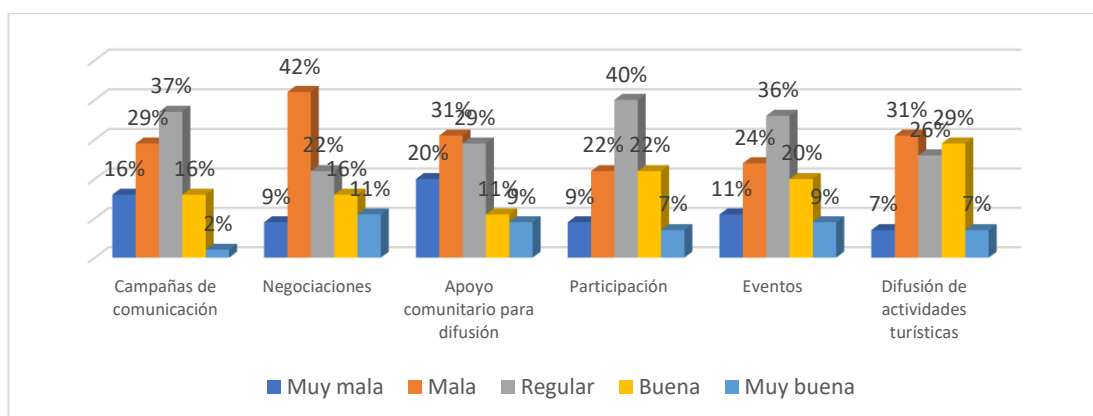
*Lanzamiento de producto y organización de evento*

	Mm		M		R		B		Mb	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Campañas de comunicación	7	16%	13	29%	17	37%	7	16%	1	2%
Negociaciones	4	9%	19	42%	10	22%	7	16%	5	11%
Apoyo comunitario para difusión	9	20%	14	31%	13	29%	5	11%	4	9%
Participación	4	9%	10	22%	18	40%	10	22%	3	7%
Eventos	5	11%	11	24%	16	36%	9	20%	4	9%
Difusión de actividades turísticas	3	7%	14	31%	12	26%	13	29%	3	7%

Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

Figura 8

*Lanzamiento de producto y organización de evento*



Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

En la tabla y figura 8, el 37% de los encuestados del sector turismo del Distrito de Punchana indican que los medios de comunicación empleadas es regular desde la gestión municipal para las campañas turísticas. Mientras que, el 42% de los encuestados manifiestan que es mala la promoción de las negociaciones de los atractivos turísticos. Asimismo, el 31% refiere que el apoyo comunitario de la municipalidad es malo con respecto a la información brindada (atractivos turísticos, empresas formales, etc.). Pero el 40% de ellos

califican la buena participación de entes turísticos al promocionar y buscar inversores como regular. Como también, el 36% de los encuestados revelan que la organización de eventos municipales es regular en el distrito. Además, el 31% de los empresarios del sector turismo señalan que la planificación y difusión de actividades turísticas es mala organizada por la municipalidad.

Tabla 9

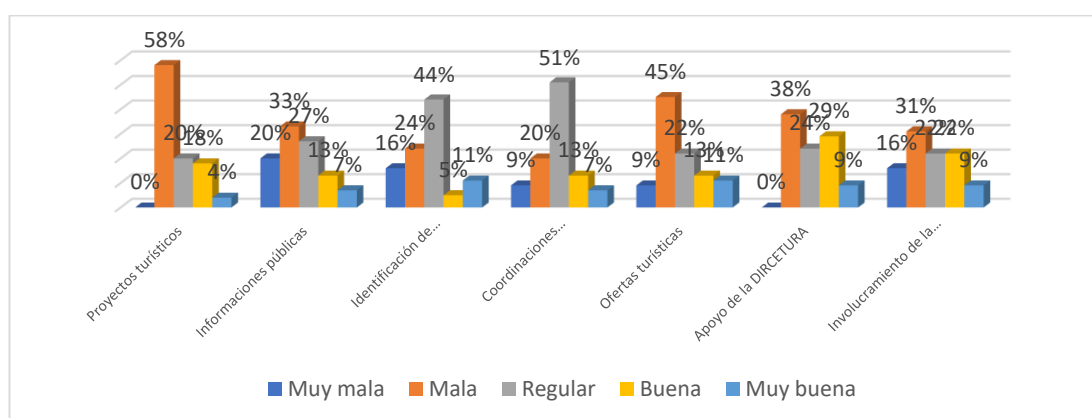
*Presentación al sector*

	Mm		M		R		B		Mb	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Proyectos turísticos	0	0%	26	58%	9	20%	8	18%	2	4%
Informaciones públicas	9	20%	15	33%	12	27%	6	13%	3	7%
Identificación de necesidades	7	16%	11	24%	20	44%	2	5%	5	11%
Coordinaciones interinstitucionales	4	9%	9	20%	23	51%	6	13%	3	7%
Ofertas turísticas	4	9%	20	45%	10	22%	6	13%	5	11%
Apoyo de la GERCETUR	0	0%	17	38%	11	24%	13	29%	4	9%
Involucramiento de la población	7	16%	14	31%	10	22%	10	22%	4	9%

Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

Figura 9

*Presentación al sector*



Fuente: encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana

Por último, el 58% de los encuestados del sector turismo mencionan que la Municipalidad contribuye de mala manera en los proyectos turísticos.

Asimismo, el 33% de los encuestados manifiestan que el distrito de Punchana es mala en obtener informaciones públicas para la inversión turística. Pero, el 44% de los encuestados indican que la identificación de necesidades de proyectos turísticos en la gestión municipal es regular. Igualmente, el 51% señala que las coordinaciones interinstitucionales brindadas por la municipalidad provincial son regulares. Sin embargo, el 45% de ellos indican que las estrategias de las ofertas de zonas turísticas y atractivos turísticos proporcionados por el gobierno municipal son calificadas como mala. También, el 38% de los encuestados refiere que el apoyo de la GERCETUR es malo para promocionar los principales atractivos del distrito. De igual modo, el 31% sostiene que el involucramiento de las actividades turísticas es malo.

## RESULTADOS INFERENCIALES

Tabla 10

### *Prueba de normalidad*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión municipal	.905	45	.001
Promoción turística	.960	45	.122

Fuente: datos procesados en el programa SPSS

Los resultados de la prueba de normalidad de datos Shapiro-Wilk, presentan una significancia de 0.001 para los datos de la variable gestión municipal y 0.122 para los datos de la variable promoción turística. Entonces tomando el criterio que uno de ellos es menor a 0.05 se establece que los datos no mantienen una distribución normal, ante ello, fue necesario utilizar una prueba no paramétrica como es el Rho de Spearman.

Tabla 11

Determinar la relación que existe entre la gestión municipal y promoción turística

		Rho de Spearman
Gestión municipal	Coeficiente de correlación	.604**
Promoción turística	Sig. (bilateral)	.000
	N	45

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

Fuente: datos procesados en el programa SPSS

Los resultados de la prueba Rho de Spearman indican que existe una correlación positiva moderada entre la gestión municipal y la promoción turística en el Distrito de Punchana. El coeficiente de correlación obtenido es 0.604, lo cual indica que existe una relación significativa entre ambas variables. La significancia obtenida es de 0.000, lo que significa que la probabilidad de obtener este resultado por azar es muy baja. Por lo tanto, se confirma la veracidad de la hipótesis de investigación, que afirma que existe una relación significativa entre la gestión municipal y la promoción turística en el 2023.

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

La gestión municipal eficaz y la promoción turística son dos componentes cruciales para el desarrollo sostenible y la revitalización económica de cualquier territorio. El Distrito de Punchana, situado en el corazón de la Región Loreto, ha experimentado una serie de transformaciones en los últimos años, en particular durante el año 2023. Con el turismo emergiendo como una fuerza motriz potencial para la economía local, es imperativo examinar cómo la gestión municipal ha influido en la promoción turística de este distrito. La presente discusión de resultados se centra en desentrañar las iniciativas adoptadas, los desafíos enfrentados y los resultados obtenidos en el marco de la interacción entre la gestión municipal y la promoción turística de Punchana durante el año en cuestión. A través de este análisis, buscamos ofrecer una visión holística y comprensiva que permita a las partes interesadas tomar decisiones informadas para el futuro del distrito.

Los resultados de la encuesta indican que un 31% de los encuestados percibe el nivel de gestión municipal como aceptable, mientras que el 29% lo ve deficiente y solo el 22% lo califica de bueno. Aunque la percepción de aceptabilidad es alta, es esencial abordar las áreas de mejora identificadas. Al analizar detalladamente los indicadores, se evidenció una evaluación deficiente en áreas como la operatividad basada en objetivos y metas, la formación del personal, el manejo responsable de deudas, la resolución de quejas y la promoción de la participación local. Sin embargo, la inversión en sectores vulnerables y la calidad de los servicios ofrecidos se calificaron como aceptables. Sorprendentemente, la capacidad de informar sobre normativas

legales fue el único aspecto considerado como bueno. Estos hallazgos se alinean con investigaciones previas, como el estudio de Casiano y Cueva (2020), que también encontró que la gestión municipal en la región tenía un nivel deficiente. Los resultados de dicho estudio reflejan la discrepancia entre las expectativas de la población y la realidad de los servicios prestados por el gobierno local, destacando la necesidad urgente de cerrar las brechas en áreas críticas como la infraestructura vial, el ordenamiento urbano y el saneamiento ambiental.

Además, el estudio de Cotrina-Coral y Flores-Ramírez (2022) en Tarapoto, una región cercana, arrojó resultados similares, con un 48% de calificación media en cuanto a la gestión municipal. Esta calificación media se atribuye en parte al bajo nivel de desarrollo turístico por parte de los gestores municipales, lo que sugiere que el crecimiento turístico podría ser una vía importante para mejorar la calidad de la gestión municipal y, en última instancia, el bienestar de la comunidad. La confluencia de estos resultados señala un panorama en el cual, si bien existen esfuerzos en la gestión municipal, aún persisten áreas que requieren ser reforzadas. La demanda por mejorar los servicios básicos y el turismo, en particular, destaca como una prioridad en la percepción ciudadana.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los gerentes y empresarios del Distrito de Punchana, se puede observar que el nivel de promoción turística en este lugar es mayormente percibido como mala por el 33%, seguido un 31% la cataloga como regular, y solo un 18% la califica como buena. Estos datos porcentuales se deben a diversos factores, entre



ellos, la gestión municipal cuenta con relaciones públicas regulares, lo cual afecta negativamente la promoción del turismo en la zona. Además, los empresarios encuestados señalaron que los convenios existentes con la gestión municipal son de baja calidad y la promoción de los atractivos turísticos es insuficiente. Asimismo, la participación de los entes turísticos en la búsqueda y promoción de inversores es considerada como regular y la identificación de necesidades en las estrategias de oferta de zonas turísticas y atractivos es percibida como deficiente por parte del gobierno municipal. En conclusión, el enfoque en la promoción turística por parte de la gestión municipal de Punchana es considerado como insuficiente y necesita mejoras significativas en todas las áreas mencionadas. La literatura reciente refleja hallazgos similares en otros lugares. Gonzales y Saavedra (2022) encontraron que, en Huarmey un considerable 58% de los encuestados calificó la promoción turística como muy deficiente. Esta cifra es alarmante y sugiere que los desafíos en la promoción turística no son exclusivos de Punchana. Además, Cotrina-Coral y Flores-Ramírez (2022) subrayan un problema adicional en la estrategia de promoción, ya que un 52% calificó la promoción turística como baja. Según estos autores, esta situación se debe, en parte, a la subutilización de plataformas digitales, como Facebook e Instagram, que, a pesar de ser herramientas poderosas para campañas turísticas, no se han aprovechado al máximo para destacar la rica diversidad turística de los distritos en cuestión.

En definitiva, los resultados de la prueba Rho de Spearman revelan una relación significativa ( $p = 0.000$ ) entre la gestión municipal y la promoción turística en el Distrito de Punchana durante el año 2023. La clasificación

positiva de magnitud moderada ( $r = 0.604$ ) encontrada sugiere que, en el contexto actual, una gestión municipal deficiente puede afectar de manera similar el desempeño de la promoción turística. Este hallazgo se alinea con investigaciones previas, como la de Gonzales y Saavedra (2022), que también identificaron una relación positiva altamente significativa, respaldada por un coeficiente de 0.948 y un valor p de 0.000. Además, Cotrina-Coral y Flores-Ramírez (2022) sostienen que existe una correlación significativa entre la gestión municipal y la promoción turística, respaldada por un valor de  $r = 0.870$  y un valor p de 0.000. Estos hallazgos resaltan la importancia de una gestión eficiente y efectiva por parte de las autoridades locales para impulsar el desarrollo turístico en el distrito

## CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

Habiendo analizado los resultados, se determinó que la gestión municipal es aceptable por un 31%, debido a que la capacidad de contar con personal formado adecuadamente es deficiente; pero la capacidad administrativa financiera es buena; además, la calidad de los servicios ofrecidos por la municipalidad es aceptable y la capacidad de informar las normativas legales a la población.

De la misma forma, se determinó que el nivel de promoción turística es calificado como mala por un 33%, esto se debe a que el apoyo interinstitucional de otras instituciones ligadas al turismo es regular; no obstante, la promoción de las negociaciones de los atractivos turísticos es mala; así como la Municipalidad contribuye de mala manera en los proyectos turísticos.

La prueba Rho de Spearman reveló una evaluación positiva moderada (0.604) entre la gestión municipal y la promoción turística en Punchana. Dado que la significancia es de 0.000, es improbable que esta evaluación sea aleatoria, confirmando así la hipótesis que relaciona ambas variables.

## **CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES**

A los Gerentes del Distrito de Punchana se le realizar alianzas estratégicas con los empresarios del sector privado y organizaciones locales para la promoción turística del Distrito de Punchana, estas alianzas pueden incluir convenios de trabajo conjunto, campañas de publicidad conjunta y participación en ferias y eventos turísticos a nivel regional, nacional e internacional.

Se le sugiere al Gerente municipal del Distrito de Punchana establecer un sistema de transparencia activa, es decir, elaborar y publicar de manera accesible y comprensible la información relevante sobre el funcionamiento del gobierno local, como presupuestos, contratos, planificación estratégica, entre otros, permitiendo que los ciudadanos conozcan y puedan fiscalizar la gestión pública.

A los empresarios prestadores de servicios turísticos, se les recomienda crear un sitio web atractivo y actualizado con información sobre los atractivos turísticos, servicios de hospedaje, gastronomía y actividades disponibles en el Distrito de Punchana, aprovechando las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter para difundir contenido interesante, promociones especiales y generar interacción con los posibles visitantes.

## CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN

Alvarez, N., y Delgado, J. (2020). Desarrollo organizacional en la gestión municipal. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 955-971. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v4i2.133](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.133)

Aparicio, V. L. (2021). Turismo y Desarrollo Local: un Estudio de Caso en el Distrito de Pisac - Cusco. *Comuni@cción*, 12(4), 296-309. <http://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.587>

Araújo, N., Cardoso, L., y De Araújo, A. (2019). La Comunicación 2.0 en el Sector Turístico Español: Análisis de las webs oficiales de promoción turística. *Revista Internacional de Marketing, Comunicación y Nuevos Medios*, 5(1), 5-25. <http://u3isjournal.isvouga.pt/index.php/ijmcm/article/view/366/197>

Araújo, N., Fraiz, J., & De carlos, P. (2020). Film tourism in Spain: Destination awareness and visit motivation as determinants to visit places seen in TV series. *European research*, 1(1), 1-11. <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2444883420303168?token=D77CE F9FC3DF8A92C38FF3767DDAE02292A5FE1535E3033988F7CD33100BAB BABE6EA9626B54FAF5D18EAD434A080BC5&originRegion=us-east-1&originCreation=20230224203608>

Arellano-Herman, J., y Yáñez-Andrade, J. C. (2021). Gobernanza de un destino turístico municipal. El caso de la Mesa Técnica de Turismo de Viña del Mar, Chile. *Revista Comunicación, Cultura y Política*, 12, 1-26. <https://doi.org/10.21158/21451494.v12.2021.3054>

- Arias, J. L., y Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Lima, Perú: Enfoques Consulting EIRL. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Cabezuelo-Lorenzo, Francisco, Miranda-Galbe, J., y Gutiérrez-Jiménez, B. (2020). La promoción turística de Sicilia a través de la saga audiovisual de “El Comisario Montalbano”. *Communication Papers Media Literacy & Gender Studies*, 9(19), 65-78. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692379>
- Casiano, D., y Cueva, E. (2020). Gestión municipal, niveles de percepción y confianza: el caso para el distrito de Chachapoyas, Amazonas (Perú) 2019. *Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 7(2), 157-165. <http://dx.doi.org/10.30545/academo.2020.jul-dic.6>
- Chávez, A., Auqui, J., Soria, L., Teves, J., y Huanuni, S. (2019). Gestión municipal y participación vecinal en los pobladores representados del Distrito de Chilca – Huancayo. 3(3), 12-17. <https://doi.org/10.37292/riccva.v3i03.115>
- Chinchay-Villarreyes, S. S., Cango, J. I., Aldana, A. A., y Seminario, R. S. (2020). Estrategias de promoción para el fomento del turismo religioso en Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3). <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519020/28063519020.pdf>
- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. (2018). *Reglamento de calificación, clasificación y registro de los investigadores del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica - Reglamento Renacyt*. Lima. [https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento\\_renacyt\\_version\\_final.pdf](https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf)

Córdova-Ortiz, A., Vera-Santos, E., y Noblecilla-Grunauer, M. (2021). Análisis de la promoción turística los espacios naturales y culturales, del cantón Zaruma. *Digital Publisher CEIT*, 6(6), 71-82.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8149601>

Cotrina-Coral, G., y Flores-Ramírez, R. (2022). Gestión municipal y promoción turística de Tarapoto. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*, 1(2), 1-10.

<https://doi.org/10.51252/race.v1i2.348>

García-Ponce, S. H., Rubín-Robles, A. M., Calderón-Cahue, J. J., Solorzano-Trujillo, A. C., Ponciano-Anchante, N. L., Contreras-Yalan, A., y Janampa-Grados, A. N. (2023). Los proyectos de inversión pública y su relación con el desarrollo de la actividad turística. *Investigación Valdizana*, 17(1), 25–31.

<https://doi.org/10.33554/riv.17.1.1455>

Giraldo, C., López, L., y Palmas, Y. (2019). Modelos turísticos desde la teoría general de sistemas. *SSRN*, 1(1), 1-37.

<https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=948094085101101112102101086090005112050056057015048070089079086127005085102027071111035039121014039099118096083123005089026064018080026002036083113111121022024001029058086021025026015066109075102031097104098091>

Gonzales, S., y Saavedra, V. (2022). *Gestión Municipal y promoción turística del destino huarmey, año 2018*. Tesis pregrado, Universidad Nacional José

Faustino Sánchez Carrión, Huacho.

<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/3446/Patricio%20y%20Saavedra.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

Hurtado, O. V., Auris, A. F., y Rubio, R. R. (2022). Gestión municipal en el compromiso organizacional en la municipalidad distrital de los Olivos, 2022. República de Perú. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(5), 3692-3709. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i5.3349](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3349)

Lopez, J., Aquije, M., Garay, L., Guzmán, M., Vásquez, J., y Mavila, J. (2021). La gestión municipal y su impacto en la gobernabilidad en los. *Revista Ciencia Latina*, 5(5), 7278-7301. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i5.845](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i5.845)

Marín, J., y Delgado, J. (2020). Desempeño Laboral en la Gestión Municipal 2020. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 1139-1159. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v4i2.145](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.145)

Ochoa, L., Estrella, F., y Barahona, L. (2021). Aplicación web como mejora para la promoción turística del cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 8(51), 1-21. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2733>

Pérez, L., y Echarri, M. (2021). Retos y Perspectivas de los Sistemas de Información en Destinos Turísticos. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio. RITUREM*, 5(1), 125-146. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7989251>

Ramos, N., Fernández, A., y Almodóvar González, M. (2020). El uso de estrategias de marketing digital para la promoción turística de las comunidades autónomas españolas. *Revistas de investigación internacional de comunicacion*, 21(21), 28-47. <https://revistasinvestigacion.esic.edu/adresearch/index.php/adresearch/articulo/view/131/288>



- Rogerson, C. M., & Rogerson, J. M. (2020). Inclusive tourism and municipal assets: Evidence from Overstrand local municipality, South Africa. *Development Southern Africa*, 37(5), 840–854. <https://doi.org/10.1080/0376835X.2020.1796597>
- Ruggel, D. E., y Torrejon, L. P. (2021). Promoción turística de los atractivos naturales del alto mayo para incrementar la demanda turística de la tercera edad. *Revista Horizonte Empresarial*, 8(2), 646-656. <https://doi.org/10.26495/rce.v8i2.2028>
- Seminario, F., y Delgado, J. (2020). Evaluación según modernización del Estado en la gestión municipal,. *Revista Ciencia latina*, 4(2), 914-935. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v4i2.131](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.131)
- Vargas, F. (2021). Estado Peruano: ¿gestión por objetivos o por procesos? *Revista de la Escuela de Posgrado*, 1(1), 11-18. <http://revistas.uigv.edu.pe/index.php/exegetis/article/view/623/547>

# **ANEXOS**

## 1. Matriz de consistencia

Título de la investigación	Pregunta de investigación	Objetivos de la investigación	Hipótesis	Tipo y diseño de estudio	Población de estudio y procesamiento	Instrumento de recolección
Gestión Municipal y promoción turística del Distrito de Punchana, 2023	<p><b>Problema general</b> ¿Cuál es la relación entre la gestión municipal y promoción turística del Distrito de Punchana, 2023?</p> <p><b>Problemas específicos</b> 1. ¿Cuál es el nivel de gestión municipal del Distrito de Punchana, 2023? 2. ¿Cuál es el nivel de promoción turística del Distrito de Punchana, 2023?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar la relación que existe entre la gestión municipal y promoción turística del Distrito de Punchana, 2023.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> 1. Conocer el nivel de gestión municipal del Distrito de Punchana, 2023. 2. Conocer el nivel de promoción turística del Distrito de Punchana, 2023.</p>	<p><b>Hipótesis general</b> <b>Hi:</b> Existe relación significativa entre la gestión municipal y promoción turística del Distrito de Punchana, 2023.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b> <b>Hi<sub>1</sub>:</b> El nivel de gestión municipal del Distrito de Punchana 2023, es bajo. <b>Hi<sub>2</sub>:</b> El nivel de promoción turística del Distrito de Punchana 2023, es bajo.</p>	<p><b>Tipo de estudio:</b> Aplicada Nivel descriptivo-correlacional</p> <p><b>Diseño de estudio:</b> No experimental</p>	<p><b>Población:</b> Conformada por 45 personas.</p> <p><b>Muestra:</b> Conformada por 13 gerentes y 32 empresarios, es decir la totalidad de la población las 45 personas.</p> <p><b>Procesamiento de datos:</b> Excel SPSS</p>	<p><b>Instrumento:</b> El cuestionario</p>

## 2. Instrumento de recolección de datos

### ENCUESTA SOBRE GESTIÓN MUNICIPAL

Con la finalidad de conocer el nivel de la gestión municipal del Distrito de Punchana, se aplica el siguiente cuestionario de preguntas, para la cual se les pide responder de acuerdo a la escala de medición con las opciones de respuesta:

1	Muy deficiente
2	Deficiente
3	Aceptable
4	Bueno
5	Excelente

Nº	Dimensiones	Escala de medición				
	Desarrollo organizacional					
1	¿Cómo califica la capacidad de la municipalidad de operar de acuerdo a objetivos y metas?	1	2	3	4	5
2	¿Cómo califica la capacidad de la municipalidad de ordenar el territorio?	1	2	3	4	5
3	¿Cómo califica la capacidad de contar con personal formado adecuadamente?	1	2	3	4	5
4	¿Cómo califica la capacidad de implementar sistemas mecanizados?	1	2	3	4	5
5	¿Cómo califica la implementación de equidad de género en la contratación de personal?	1	2	3	4	5
<b>Nº</b>	<b>Finanzas municipales</b>					
6	¿Cómo califica la capacidad de potenciar y optimizar la recaudación municipal?	1	2	3	4	5
7	¿Cómo califica la capacidad de manejo presupuestario?	1	2	3	4	5
8	¿Cómo califica la capacidad de manejo responsable de la deuda?	1	2	3	4	5
9	¿Cómo califica la capacidad administrativa financiera?	1	2	3	4	5
10	¿Cómo califica la capacidad de orientar la Inversión a sectores de población vulnerables?	1	2	3	4	5
<b>Nº</b>	<b>Servicios y proyectos</b>					
11	¿Cómo califica la calidad de los servicios ofrecidos por la municipalidad?	1	2	3	4	5
12	¿Cómo califica la capacidad de diversificar y ampliar la inversión municipal?	1	2	3	4	5
13	¿Cómo califica la gestión de resolución de quejas y demandas de la población?	1	2	3	4	5
14	¿Cómo califica la capacidad de asegurar el saneamiento del municipio?	1	2	3	4	5

15	¿Cómo califica la capacidad de contratar, monitorear y evaluar la ejecución de los proyectos?	1	2	3	4	5
<b>Nº</b>	<b>Gobernabilidad democrática</b>					
16	¿Cómo califica la capacidad de promover la organización de la sociedad civil?	1	2	3	4	5
17	¿Cómo califica la capacidad de implementar la transparencia municipal?	1	2	3	4	5
18	¿Cómo califica la capacidad de promover la participación y concertación local?	1	2	3	4	5
19	¿Cómo califica la capacidad de informar las normativas legales a la población?	1	2	3	4	5
20	¿Cómo califica la capacidad de potenciar la participación de grupos en desventaja social?	1	2	3	4	5

## ENCUESTA SOBRE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Con la finalidad de conocer el nivel de la promoción turística del Distrito de Punchana, se aplica el siguiente cuestionario de preguntas, para la cual se les pide responder de acuerdo a la escala de medición con las opciones de respuesta:

1	Muy mala
2	Mala
3	Regular
4	Buena
5	Muy buena

Nº	Dimensiones	Escala de medición				
	Posicionamiento del producto	1	2	3	4	5
1	¿Cómo califica los encuentros de las actividades turísticas que realiza la Municipalidad Distrital de Punchana?	1	2	3	4	5
2	¿Cómo considera las relaciones publicas dentro de la gestión municipal?	1	2	3	4	5
3	¿Cómo califica la promoción del turismo mediante las relaciones públicas de la gestión municipal?	1	2	3	4	5
4	¿Cómo califica las estrategias de posicionamiento realizadas por la municipalidad en el manejo del turismo a nivel distrital?	1	2	3	4	5
5	¿Cómo califica usted los convenios que existe dentro de la gestión municipal?	1	2	3	4	5
6	¿Cómo califica el apoyo interinstitucional de otras instituciones ligadas al turismo?	1	2	3	4	5
7	¿Cómo califica el apoyo de la población para hacer conocido al distrito como tal?	1	2	3	4	5
	<b>Lanzamiento de producto y organización de evento</b>					
8	¿Cómo califica a los medios de comunicación empleadas desde la gestión municipal para las campañas turísticas?	1	2	3	4	5
9	¿Cómo califica la promoción de las negociaciones de los atractivos turísticos?	1	2	3	4	5
10	¿Cómo califica el apoyo comunitario de la municipalidad con respecto a la información brindada (atractivos turísticos, empresas formales, etc.)?	1	2	3	4	5
11	¿Como califica la buena participación de entes turísticos al promocionar y buscar inversores?	1	2	3	4	5
12	¿Como califica la organización de eventos municipales en el distrito?	1	2	3	4	5
13	¿Cómo califica la planificación y difusión de actividades turísticas organizadas por la municipalidad?	1	2	3	4	5
	<b>Presentación al sector</b>					
14	¿En qué nivel la Municipalidad contribuye en los proyectos turísticos	1	2	3	4	5

15	¿Cómo califica el distrito de Punchana en obtener informaciones públicas para la inversión turística?	1	2	3	4	5
16	¿Cómo califica la identificación de necesidades de proyectos turísticos en la gestión municipal?	1	2	3	4	5
17	¿Cómo califica las coordinaciones interinstitucionales brindadas por la municipalidad provincial?	1	2	3	4	5
18	¿Cómo califica las estrategias de las ofertas de zonas turísticas y atractivos turísticos proporcionados por el gobierno municipal?	1	2	3	4	5
19	¿Cómo califica el apoyo de la GERCETUR para promocionar los principales atractivos del distrito?	1	2	3	4	5
20	¿Cómo califica el involucramiento de las actividades turísticas?	1	2	3	4	5

### 3. Estadística complementaria

#### Escala: Gestión municipal

##### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	45	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	45	100,0

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

##### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,962	20

#### Escala: Promoción turística

##### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	45	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	45	100,0

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

##### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,978	20



#### 4. Consentimiento informado

Por la presente declaro que he leído cuestionario de la investigación titulada:

.....  
.....  
....., del Sr. .... tiene  
como objetivo medir .....

He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

Consiento voluntariamente participar en esta investigación como participante.

**Nombre del participante:**

.....

Su participación en este estudio no implica ningún riesgo de daño físico ni psicológico para usted. Es así que todos los datos que se recojan, serán estrictamente **anónimos y de carácter privados**. Asimismo, los datos entregados serán absolutamente **confidenciales** y sólo se usarán para los fines científicos de la investigación. El responsable de esto, en calidad de **custodio de los datos**, será el Investigador Responsable del proyecto, quien tomará todas las medidas necesarias para cautelar el adecuado tratamiento de los datos, el resguardo de la información registrada y la correcta custodia de estos.

Desde ya le agradecemos su participación.

.....

NOMBRE

Investigador Responsable

## FICHA DE VALIDACION DE INSTRUMENTO

### I. Información General

1.1 Nombres y apellidos validador (a) : Roberto Carlos Purcell Carr. Mg.

1.2 Institución : Universidad Nacional de la Amazonia Peruana

1.3 Título de la Investigación : "GESTIÓN MUNICIPAL Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO DE PUNCHANA, 2023"

1.4 Denominación Instrumento : Cuestionario

### II. Aspectos de Validación

Indicar si los ítems del instrumento cumplen con los criterios y marcar con un (x) según corresponda.

1. Deficiente (si menos del 30% de preguntas cumple con el indicador)
2. Regular (si entre el 31% y el 70% de preguntas cumple con el indicador)
3. Buena (si mas del 70% de las preguntas cumplen con el indicador)

Aspectos a validar		Deficiente	Regular	Buena	Observaciones o sugerencias
Criterio	Indicadores				
Pertinencia	Mide lo provisto en los objetivos de investigación		X		
Coherencia	Responde lo que debe medir la variable y dimensiones			X	
Congruencia	Existe congruencia entre ítems y con el concepto que miden			X	
Suficiencia	La cantidad de ítems son suficientes para medir la variable		X		
Objetividad	Expresa comportamiento y acciones observable		X		
Consistencia	Existe concordancia con los fundamentos teóricos de la variable			X	
Organización	Existe secuencia y distribución según dimensiones e indicadores			X	
Claridad	Lenguaje entendible para los individuos a evaluar		X		
Formato	Presenta un formato adecuado en relación a tamaño, tipo de letra y nitidez		X		
Estructura	Se presentan instrucciones y opciones de respuesta bien definidas		X		
<b>Puntuación</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
<b>Conteo General</b>			12	12	24

Coefficiente de Validez

**Conteo Total**  
30

= 0,8

### III. Calificación

Señale el coeficiente de validez obtenido en el intervalo

Validez Buena

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez Nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

Iquitos, 22 de 09 de 2023.

Firma :

Experto

Roberto Carlos Purcell Carr. Mg.

## FICHA DE VALIDACION DE INSTRUMENTO

### I. Información General

1.1 Nombres y apellidos validador (a) : Janeth Laiche Bardales

1.2 Institución : Universidad Nacional de la Amazonia Peruana

1.3 Titulo de la Investigación : "GESTIÓN MUNICIPAL Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO DE PUNCHANA, 2023"

1.4 Denominación Instrumento : Cuestionario

### II. Aspectos de Validación

Indicar si los ítems del instrumento cumplen con los criterios y marcar con un (x) según corresponda.

1. Deficiente (si menos del 30% de preguntas cumple con el indicador)
2. Regular (si entre el 31% y el 70% de preguntas cumple con el indicador)
3. Buena (si mas del 70% de las preguntas cumplen con el indicador)

Aspectos a validar		Deficiente	Regular	Buena	Observaciones o sugerencias
Criterio	Indicadores				
Pertinencia	Mide lo provisto en los objetivos de investigación			X	
Coherencia	Responde lo que debe medir la variable y dimensiones			X	
Congruencia	Existe congruencia entre ítems y con el concepto que miden		X		
Suficiencia	La cantidad de ítems son suficientes para medir la variable			X	
Objetividad	Expresa comportamiento y acciones observable		X		
Consistencia	Existe concordancia con los fundamentos teóricos de la variable			X	
Organización	Existe secuencia y distribución según dimensiones e indicadores		X		
Claridad	Lenguaje entendible para los individuos a evaluar			X	
Formato	Presenta un formato adecuado en relación a tamaño, tipo de letra y nitidez		X		
Estructura	Se presentan instrucciones y opciones de respuesta bien definidas			X	
<b>Puntuación</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
<b>Conteo General</b>			<b>8</b>	<b>18</b>	<b>26</b>

Coefficiente de Validez

**Conteo Total**  
30

= 0,86

### III. Calificación

Señale el coeficiente de validez obtenido en el intervalo

Validez Buena.

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez Nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

Iquitos, 22 de 09 de 2023.

Firma :

Experto :

Janeth Laiche Bardales  
Lic. Turismo y Hoteleria



## FICHA DE VALIDACION DE INSTRUMENTO

### I. Información General

1.1 Nombres y apellidos validador (a) : Gilbert Roland Alvarado Arbilde

1.2 Institución : Universidad Nacional de la Amazonia Peruana

1.3 Título de la Investigación : "GESTIÓN MUNICIPAL Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO DE PUNCHANA, 2023"

1.4 Denominación Instrumento : Cuestionario

### II. Aspectos de Validación

Indicar si los ítems del instrumento cumplen con los criterios y marcar con un (x) según corresponda.

1. Deficiente (si menos del 30% de preguntas cumple con el indicador)
2. Regular (si entre el 31% y el 70% de preguntas cumple con el indicador)
3. Buena (si mas del 70% de las preguntas cumplen con el indicador)

Aspectos a validar		Deficiente	Regular	Buena	Observaciones o sugerencias
Criterio	Indicadores				
Pertinencia	Mide lo provisto en los objetivos de investigación			X	
Coherencia	Responde lo que debe medir la variable y dimensiones			X	
Congruencia	Existe congruencia entre ítems y con el concepto que miden		X		
Suficiencia	La cantidad de ítems son suficientes para medir la variable			X	
Objetividad	Expresa comportamiento y acciones observable		X		
Consistencia	Existe concordancia con los fundamentos teóricos de la variable		X		
Organización	Existe secuencia y distribución según dimensiones e indicadores		X		
Claridad	Lenguaje entendible para los individuos a evaluar		X		
Formato	Presenta un formato adecuado en relación a tamaño, tipo de letra y nitidez			X	
Estructura	Se presentan instrucciones y opciones de respuesta bien definidas			X	
<b>Puntuación</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
<b>Conteo General</b>			10	15	25

Coeficiente de Validez

**Conteo Total**  
30

= 0.83

### III. Calificación

Señale el coeficiente de validez obtenido en el intervalo

Validez Buena.

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez Nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

Iquitos, 22 de 09 de 2023.

Firma :

Experto: Dr. Gilbert Roland Alvarado Arbilde