

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**



TESIS

**LA OFERTA TURÍSTICA Y EL TURISMO INTERNO DE
LA PROVINCIA DE TOCACHE, SAN MARTÍN**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

LIZ KATHERIN RODRIGUEZ SANANCINO

TINGO MARÍA, PERÚ

2025



"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS N° 005/2025-EPA-FCEA-UNAS

En la ciudad universitaria, a los 13 días del mes de enero de 2025, siendo las 10:00 a.m., reunidos en el auditorio del Centro de Simulación de Negocios y Asesoría Empresarial de la Escuela Profesional de Administración, se instaló el jurado evaluador nombrado mediante Resolución Nro.590/2024-D-FCEA, de fecha 24 de diciembre de 2024, a fin de dar inicio a la sustentación de la tesis para optar el título de Licenciado en Administración denominado: **LA OFERTA TURISTICA Y EL TURISMO INTERNO DE LA PROVINCIA DE TOCACHE, SAN MARTIN**, presentado por la Bachiller en Ciencias Administrativas **LIZ KATHERIN RODRIGUEZ SANANCINO**.

Luego de la sustentación y absueltas las preguntas de rigor, se procedió a la respectiva calificación de conformidad con el Art. 53° del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, cuyo resultado se indica a continuación:

APROBADO POR : UNANIMIDAD

CALIFICATIVO : BUENO

Siendo las 11:15 a.m., se dio por culminado el acto público de sustentación de tesis, firmando a continuación los miembros del honorable jurado y su asesor, en señal de conformidad.

Tingo María, 13 de enero de 2025


Mag. **JUAN DIONICIO PAZ SOLDAN CHAVEZ**
Presidente


Dr. **WALTER EDUARDO MUCHA HUAMAN**
Miembro


Dra. **NEBENKA CARO POTOKAR**
Miembro


Dr. **INOCENTE FELICIANO SALAZAR ROJAS**
Asesor

Nota:

(Excelente = 19-20)
(Muy Bueno = 16, 17, y 18)
(Bueno = 13, 14, y 15)
(Regular = 11, 12,)
(Malo = 0, a 10)



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
DIRECCIÓN DE GESTIÓN DE INVESTIGACIÓN - DGI
REPOSITORIO INSTITUCIONAL - UNAS
Correo: repositorio@unas.edu.pe



"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

CERTIFICADO DE SIMILITUD T.I. N° 215 - 2025 - CS-RIDUNAS

El Director de la Dirección de Gestión de Investigación de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, quien suscribe,

CERTIFICA QUE:

El Trabajo de Investigación; aprobó el proceso de revisión a través del software TURNITIN, evidenciándose en el informe de originalidad un índice de similitud no mayor del 25% (Art. 3° - Resolución N° 466-2019-CU-R-UNAS).

Programa de Estudio:

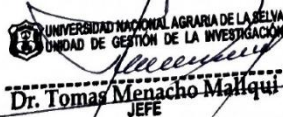
Administración

Tipo de documento:

Tesis	X	Trabajo de Suficiencia Profesional
-------	---	------------------------------------

TÍTULO	AUTOR	PORCENTAJE DE SIMILITUD
LA OFERTA TURÍSTICA Y EL TURISMO INTERNO DE LA PROVINCIA DE TOCACHE, SAN MARTÍN	LIZ KATHERIN RODRIGUEZ SANANCINO	22 % Veintidós

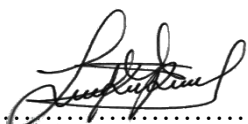
Tingo María, 02 de julio de 2025


UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
UNIDAD DE GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN
Dr. Tomas Menacho Mallqui
JEFE

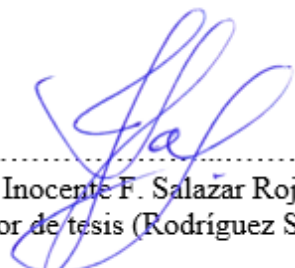
C.C. Archivo

REGISTRO DE TESIS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO UNIVERSITARIO (FIF)

Universidad	UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
Facultad	: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
Escuela profesional Académico	/Departamento : Administración
Título de Tesis:	: La oferta turística y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín.
Objetivo General:	: Determinar la relación de la oferta turística con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín.
Objetivos Específicos:	: Determinar si existe relación significativa entre la infraestructura y servicios con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín Determinar si existe relación significativa entre los recursos turísticos y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín. Determinar si existe relación significativa entre la seguridad turística y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín.
Autor	: Rodríguez Sanancino Liz Katherin
DNI	: 76830049
Correo Electrónico	: liz.rodriguez@unas.edu.pe
Asesores de Tesis	: 1.Dr. Inocente Salazar Rojas
Área de Investigación	: Gestión Integral de Organización
Grupo de Investigación	: Desarrollo empresarial
Línea (s) de investigación	: Desarrollo empresarial
Lugar de Ejecución	: Provincia de Tocache
Fecha Inicio	: 10-05-2023
Fecha Termino	: 6-3-2024
Financiamiento	: Propio (x) FIF () Eterno ()
Presupuesto	: S/4,335.00



 Bach. Liz Rodríguez Sanancino
 Tesista



 Dr. Inocente F. Salazar Rojas
 Asesor de tesis (Rodríguez S., L.K.)

DEDICATORIA

A Dios por darme la fuerza espiritual para afrontar este largo camino y la sabiduría para poder llegar a cumplir mis metas personales y profesionales, también se la dedico a mis padres Noemi y Leiton por su apoyo incondicional, por haberme forjado con los valores que hoy en día hacen de mi la persona que soy, por sus consejos, su paciencia y por su sacrificio que hicieron posible terminar la carrera y que pueda cumplir esta meta para seguir mejorando día a día como persona y como profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a la Universidad Nacional Agraria de la Selva por darme la oportunidad de poder culminar mis estudios superiores en sus aulas, así mismo agradecer a los docentes de la facultad por su apoyo, guías y consejos que hicieron que día a día mejore como profesional y como persona.

Asimismo, agradecer mi familia que siempre me brinda su apoyo incondicional en todos los aspectos de mi vida, agradecer también a mi compañero y amigo Rey Alvarez por su amistad y su apoyo en este trabajo de investigación, por último agradecer a mis compañeros que estuvieron presente desde el inicio de mi etapa universitaria y que al poco tiempo más que compañeros nos fuimos haciendo una familia al compartir días de alegría, tristeza, frustración, celebraciones y consejos, agradecerles por sus apoyo y sus palabras de motivación.

Agradecer a mi asesor de tesis el profesor Inocente Salazar Rojas por haberme guiado en este proyecto en base a su experiencia su guía, por su paciencia tiempo y apoyo en esta investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
RESUMEN	IX
ABSTRACT.....	¡Error! Marcador no definido.
INTRODUCCIÓN	X
CAPITULO I	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1. Antecedentes de la investigación	1
1.1.1. Antecedentes Internacional	1
1.1.2. Antecedentes Nacionales	3
1.2. Bases teóricas.....	5
1.2.1. La oferta turística	5
1.2.2. Importancia de la oferta turística	6
1.2.3. Dimensiones de la oferta turística.....	7
1.2.4. Infraestructura y Servicios	8
1.2.5. Factor Turístico.....	8
1.2.6. Seguridad Turística	9
1.2.7. Turismo Interno	10
1.2.8. Importancia del turismo interno.....	11
1.2.9. Dimensiones del Turismo Interno.....	12
1.3. Definición de términos.....	13
CAPÍTULO II.....	17
HIPÓTESIS Y VARIABLES	17
2.1. Hipótesis General.....	17
2.2. Hipótesis Específicas	17
CAPÍTULO III.....	20
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	20
3.1. Tipo de la investigación.....	20
3.2. Diseño de la investigación	20
3.3. Población y muestra.....	21
3.4. Técnicas de recolección de datos	22
3.5. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	23
3.6. Validez por juicio de expertos	23
3.7. Fiabilidad del instrumento	24
CAPÍTULO IV	26
RESULTADOS	26

4.1. Descripción de la muestra.....	26
4.2. Análisis de la Percepción de la Variable Oferta Turística	27
4.3. Niveles de Percepción según Dimensiones y en Porcentajes	29
4.4. Análisis de los datos ordinales de la Variable Oferta turística	29
4.5. Análisis de los datos nominales de la variable Oferta Turística	32
4.6. Análisis de la percepción de turismo interno.....	33
4.7. Análisis de los datos ordinales de la Variable Turismo Interno	35
4.8. Análisis de los datos nominales Variable Turismo Interno	36
4.9. Demostración de hipótesis	40
4.9.1. Hipótesis General.....	40
4.9.2. Hipótesis Especifica1	41
4.9.3. Hipótesis Especifica 2.....	42
4.9.4. Hipótesis Especifica 3.....	43
DISCUSIÓN	44
CONCLUSIONES	46
RECOMENDACIONES.....	48
BIBLIOGRAFÍA	50
ANEXOS	57

ÍNDICE DE TABLA

Tabla	Página
1 Validez por juicio de expertos de la investigación Oferta turística y Turismo interno	24
2 Análisis de confiabilidad Alfa de Cronbach	24
3 Característica de muestra	27
4 Niveles de percepción de la variable oferta turística.....	27
5 Percepción de la variable oferta turística con los datos demográficos.....	28
6 Percepción de la dimensiones de oferta turística	29
7 Frecuencias porcentuales de la dimensión factor infraestructura y servicios	30
8 Frecuencias porcentuales de la dimensión factor turístico.....	31
9 Frecuencias porcentuales de la dimensión seguridad turística.....	32
10 Actividades de viaje	32
11 Lugares de preferencia	33
12 Niveles de percepción de la variable turismo interno	34
13 Nivel de percepción de turismo interno con los datos demográficos.....	34
14 Frecuencia porcentual del turismo interno.....	35
15 Costo de viaje.....	36
16 Financiación de viaje	36
17 Ingresos	37
18 Grupo de viaje	37
19 Frecuencia de viaje	38
20 Tipo de transporte	39
21 Motivo de viaje	39
22 Correlación de Hipótesis General	40
23 Correlación de Hipótesis Especifica 1	41
24 Correlación de Hipótesis Especifica 2	42
25 Correlación de Hipótesis Especifica 3	43

ÍNDICE DE FIGURA

Figura	Pagina
1 Matriz de consistencia la oferta turística y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín	18
2 Operacionalización de variables	19
3 Diseño de la investigación	21

RESUMEN

El objetivo principal de este estudio fue “Determinar la relación de la oferta turística con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín”. Se utilizó una metodología de tipo aplicada, de nivel correlacional y con un diseño no experimental de corte transversal dado que no se manipularon las variables y se observó en su estado natural, la población estuvo conformada por 1394 turistas internos y nacionales y la muestra total fue de 209 turistas, a los que se aplicó el instrumento de recolección de datos el cual estuvo conformado por una encuesta para ambas variables, luego los resultados se interpretaron, compararon y discutieron con diversos autores. Se llegó a la conclusión que, la oferta turística guarda una estrecha relación con el turismo interno en la provincia de Tocache, San Martín. Esta afirmación se sustenta en un análisis estadístico que arrojó un p-valor bilateral inferior a 0,000, < de 0,01. Adicionalmente, el coeficiente de correlación de Spearman (Rho) alcanzó un valor de 0,732, lo que evidencia una correlación positiva muy alta entre ambas variables. En consecuencia, se puede concluir que la amplia oferta turística de la provincia de Tocache es un factor determinante en la afluencia de turismo interno.

Palabras clave: Turismo interno, oferta turística, recursos turísticos.

Abstract

The principal objective of the study was to, “Determine the relationship between the offer for tourists and the internal tourism in the Tocache province of San Martin, [Peru].” An applied type of methodology was used at a correlational level and with a non-experimental design, of a cross-sectional cut, given that the variables were not manipulated and the observation was done in its natural state. The population was made up of 1394 internal and national tourists and the total sample was of 209 tourists, to whom an instrument for the data collection was applied, which was made up of a survey for both variables. Later the results were interpreted, compared and discussed among diverse authors. The conclusion was reached that the offer for tourists maintains a close relationship with the internal tourism in the Tocache province of San Martin. This affirmation was supported by a statistical analysis that gave a bilateral p-value that was inferior to 0.000 < de 0.01. Additionally, the Spearman (Rho) correlation reached a value of 0.732, which evidenced a very high positive correlation between both variables. As a result, it could be concluded that the ample offer for tourists in the Tocache province was a determining factor in the affluence of the internal tourism.

Keywords: internal tourism, offer to tourists, touristic resources.

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial el turismo es fuente de ingreso económico y una de las mayores actividades productivas, para que esto suceda las entidades tanto públicas como privadas desarrollaron diferentes ofertas para poder mantener interesados en los bienes y servicios que ofrecen. La OMT (2023) menciona que a raíz del COVID 19 la recuperación del turismo internacional será lenta y gradual. Destaca que, a pesar del impacto negativo general, también hubo un impacto o tendencias positivas como el turismo interno, el cual aumentó en muchos países, ya que las personas no pudieron viajar al extranjero.

Es por ello que la oferta turística es un elemento fundamental en el desarrollo económico y social de las regiones del Perú, especialmente en aquellas con un alto potencial turístico. La región San Martín, que se encuentra ubicada en la selva peruana, ha experimentado una evolución significativa en su oferta turística en los últimos años, destacándose por su diversidad natural y cultural. Durante el año 2023, la región San Martín contó con una oferta de 900 establecimientos de hospedaje, lo que plasma un aumento del 5,9% en comparación con el año anterior y un 8,6% más que en 2019. Asimismo, el aeropuerto Guillermo del Castillo Paredes de Tarapoto, también mostró un crecimiento significativo en el número de pasajeros, en el primer trimestre de 2024, el aeropuerto recibió 145,378 pasajeros, un aumento del 7,7% si se compara con el mismo periodo del año anterior y un 43,1% más que en 2019. Los principales atractivos turísticos de la región, como los Baños Termales de San Mateo y el Recreo Turístico Naciente de Tioyacu, han visto un aumento considerable en el número de visitantes. En el primer trimestre de 2024, los Baños Termales de San Mateo recibieron 204,480 visitas, lo que representa un incremento del 170,8% respecto al mismo

periodo de 2023 y un aumento del 160,5% en comparación con 2019, destacando que el 90% de los visitantes son nacionales. (MCT, 2024).

la importancia de seguir invirtiendo en infraestructura turística y de implementar estrategias de promoción y desarrollo sostenible para mantener y aumentar la atracción de turistas a la región. A través de una oferta turística diversificada y de calidad, San Martín puede consolidarse como un destino turístico de primer orden, contribuyendo al bienestar económico y social de sus habitantes.

La provincia de Tocache, ubicada en la región San Martín del Perú, posee un gran potencial turístico debido a sus diversos atractivos naturales y culturales. Sin embargo, a pesar de este potencial, el turismo en la zona aún no ha alcanzado el desarrollo deseado. Entre los principales desafíos que enfrenta el sector turístico en Tocache se encuentran la falta de infraestructura adecuada, la escasa promoción y difusión de los recursos turísticos, la necesidad de capacitar al personal involucrado y la percepción de inseguridad en algunas zonas.

Por lo mencionado se planteó como problema principal: ¿Cómo se relaciona la oferta turística con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín? y como problemas específicos: ¿El factor infraestructura y servicios se relaciona significativamente con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín?, ¿El factor turístico se relaciona significativamente con el turismo de la provincia de Tocache, San Martín? Y ¿El factor seguridad turística se relaciona significativamente con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín?

Este trabajo pretende recabar información valiosa para ayudar a las autoridades locales a abordar los diferentes desafíos turísticos. El estudio podrá identificar las brechas entre la oferta turística actual y las necesidades de los turistas internos.

Asimismo, propuestas para desarrollar nuevos productos y servicios turísticos que sean más atractivos para los turistas internos.

Se planteó como objetivo: Determinar la relación de la oferta turística con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín. Y los objetivos específicos: Determinar si existe relación significativa entre la infraestructura y servicios con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín. y Determinar si existe relación significativa entre los recursos turísticos y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín y Determinar si existe relación significativa entre los Factor turístico y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín

La hipótesis general del estudio menciona que: Existe relación significativa entre la oferta turística con el turismo interno de la provincia de Tocache-San Martín. Y las hipótesis secundarias son: El factor infraestructura y servicios se relaciona significativamente con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín. El factor turístico se relaciona significativamente con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín. Y Existe relación significativa entre el factor turístico y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1. Antecedentes Internacional

Zamora, Barril y Benavides (2019), para su investigación exploratoria, en la Universidad Austral de Chile, desarrollaron su investigación denominada “Turismo Interno: Percepción Prospectiva de Atractivos de la Región del Maule en la región Metropolitana”. El estudio buscó investigar los pensamientos de los habitantes de la ciudad de Santiago y proveedores de atractivos turísticos sobre el lugar turístico de Mule. Para realizar este estudio se utilizó el enfoque cualitativo. El estudio revela que el 59 por ciento de las personas viaja con su familia, el 26 por ciento con su pareja y el 14 por ciento con amigos, y solo una persona viaja sola. 78 afirma la necesidad de fomentar la inversión en infraestructura hotelera que sea a la vez de alta calidad y buen gusto, incluyendo hoteles de nivel internacional, incluidos los de 3 estrellas y superiores. 22 personas consideran que la señalización es fundamental para mejorar la accesibilidad de los distintos atractivos, mientras que 61 consideran que la incorporación de productos tradicionales es necesaria para diferenciar la región del maule. A pesar de la falta de conocimiento sobre la zona y sus atractivos, algunas áreas cercanas pueden usarse como base para futuras campañas de comunicación.

Daza et al. (2022) en su tesis titulada “Caracterización de la oferta turística del municipio de Villavicencio” el cual tuvo como objetivo general caracterizar la oferta turística del municipio de Villavicencio, departamento en torno a alojamiento, gastronomía y atractivos turísticos, para el cual se utilizó un estudio descriptivo de tipo

mixto, la muestra de la investigación estuvo conformada por 75 alojamientos, 99 restaurantes y 32 atractivos turísticos, se utilizó como instrumento y técnica de recolección de datos el formulario, la observación y el internet como motor de búsqueda de información. Con los resultados obtenidos se concluye que la oferta turística en el municipio de Villavicencio es variada, lo que permite satisfacer diferentes modalidades de turismo. Asimismo, se ha observado un creciente desplazamiento de los alojamientos hacia zonas rurales o campestres, lo cual está dando lugar a una nueva forma de oferta turística y con ellos también la oferta gastronómica y los atractivos turísticos están dispersos en las vías de acceso a la ciudad lo cual el visitante llega de forma más efectiva.

Gavilanes (2023) en tu tesis titulada “Productos Turísticos y Oferta Turística del cantón Chambo, provincia de Chimborazo, Ecuador” su objetivo general fue establecer la relación que existe entre los productos y la oferta turísticos del cantón Chambo, provincia de Chimborazo, se utilizó una metodología de enfoque cuantitativo y cualitativo, como instrumento se utilizó dos encuestas, para la primera variable Productos turísticos se aplicó a 245 turistas y para la segunda variable fueron 22 prestadores de servicios. El resultado mostró que el 41.63% de los encuestados prefieren consumir servicios turísticos relacionados con la aventura o deportes extremos. Sin embargo, se evidenció que no hay una relación clara entre los productos y la oferta turísticos del cantón Chambo, ya que no se observan nuevos productos en el mercado. Además, el diagnóstico situacional reveló que existen debilidades significativas en la oferta turística actual.

1.1.2. Antecedentes Nacionales

Quispe y Sanchez (2021) en su investigación titulada “Promoción turística y turismo interno en el Distrito de Quinua, Ayacucho, 2021” el cual tuvo como objetivo general el de determinar la relación entre la Promoción Turística y el Turismo Interno en el Distrito de Quinua, Ayacucho, en esta investigación se utilizó una metodología de tipo aplicativo, descriptivo – correlacional, para el cual se utilizó una muestra de 68 turistas al distrito realizados en el mes de febrero del 2021, se utilizó la encuesta de escala Likert como instrumento de recolección de datos. Como resultado se obtuvo un Pvalor= 0.000 y un coeficiente relación de Spearman = 691 el cual establece una relación entre las variables de estudio, por el cual se llegó a la siguiente conclusión: el fortalecimiento de la estrategia de promoción turística podría incrementar significativamente la decisión o predisposición del turista interno para realizar visitas a la localidad, fomentando un mayor interés y participación en las actividades turísticas ofrecida.

Campos y Pardo (2023) en su investigación denominada “Promoción turística orientada al turismo interno en el distrito de Catacaos, Piura, 2023” el cual tuvo como objetivo general identificar las estrategias de promoción turística orientadas al turismo interno de Catacaos, esta investigación utilizó una metodología de tipo descriptivo de enfoque cualitativo y con un diseño no experimental, para la recolección de datos se utilizó la encuesta de escala Likert en una muestra de 50 empresas de servicio turístico registrados en la municipalidad del distrito. Como resultado se obtuvo que el 78% de los encuestados siempre efectúan publicidad por redes sociales, asimismo el 40% menciona que siempre emplean descuentos especiales, también el 86% consideran que la promoción de venta personal es una estrategia importante para el éxito de su empresa, asimismo el 82% considera que las ferias locales son necesarias para dar a conocer sus servicios o productos, por lo cual el 58% de estos participa en las ferias turísticas brindadas por

empresas públicas o privadas. Se concluyó que el 78% de las empresas de servicios turísticos presentan un nivel medio en el uso de estrategias de promoción en el distrito de Catacaos.

Gutiérrez (2020) en su tesis “Turismo vivencial para diversificar la oferta turística en la comunidad de Picchamarca del distrito de Limatambo provincia Anta, Cusco-2022” investigación realizada para optar el título profesional de Licenciado en Turismo. El propósito principal de este estudio fue determinar cómo el turismo vivencial influye en la diversificación de la oferta turística en la Comunidad de Picchamarca, ubicada en el distrito de Limatambo, provincia de Anta, Cusco, durante el año 2020. La metodología aplicada fue de tipo correlacional, con un diseño no experimental, y se trabajó con una muestra conformada por 132 habitantes. Los resultados de la investigación revelan una relación significativa entre el turismo vivencial y la diversificación de la oferta turística, con un valor $p=0.771$. Sin embargo, se observa que en la comunidad de Picchamarca hay un bajo interés en la promoción del turismo vivencial, ya que los pobladores no suelen estar organizados para ofrecer un servicio turístico adecuado. Además, no transmiten su cultura de manera efectiva a los visitantes, al no integrar actividades relacionadas con sus costumbres o tradiciones que puedan atraer a los turistas. Igualmente, se percibe que los habitantes no valoran plenamente el entorno natural de su comunidad como un atractivo turístico.

Orozco (2023) en su tesis titulada “La infraestructura y la oferta turística en la Comunidad Campesina de Espíritu Santo, distrito de Antioquía – Perú, 2022”, investigación para obtener el Título de Licenciado de Administración en Turismo. El objetivo principal de esta investigación fue determinar la relación entre la infraestructura y la oferta turística en la Comunidad Campesina de Espíritu Santo, ubicada en el distrito de Antioquía, Perú, en el año 2023. La metodología empleada siguió un enfoque

cuantitativo, no experimental y transversal. La muestra estuvo compuesta por las empresas registradas en la gerencia de Comercio de la Municipalidad Distrital de Antioquía, que operan en la Comunidad Campesina. Los resultados indicaron una correlación positiva débil del 44.3% entre la infraestructura y la oferta turística. Este hallazgo se atribuye a que la infraestructura de la Comunidad presenta características regulares, con ciertas deficiencias que no logran satisfacer completamente las expectativas de la mayoría de los encuestados y tienden a colapsar en temporadas altas o en época de lluvias. Esto pone de manifiesto la falta de inversión en la mejora de estos activos, los cuales son fundamentales para el desarrollo económico de la localidad.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. La oferta turística

De acuerdo con Leiper (1990), la oferta turística se compone de tres elementos fundamentales: los atractivos, las actividades turísticas, y la planta y la infraestructura turísticas. Todos estos componentes están interrelacionados, y la ausencia de alguno de ellos puede obstaculizar o incluso impedir el desarrollo de la experiencia turística en su totalidad. No obstante, los atractivos son considerados el elemento que inicia todo el proceso (Leiva y Rivas, 1997).

La oferta turística se compone de diversos elementos que, en conjunto, constituyen el producto turístico. A este se le suma el desarrollo de un plan de promoción adecuado, dirigido para atraer a los posibles compradores. Además, es fundamental contar con un sistema de asignación del producto, que será gestionado por operadores turísticos, y establecer un monto que se ajuste a las características y demandas del mercado (MCET, 2014). Según Quesada (2007), la oferta turística engloba las facilidades y servicios que los turistas emplean para desplazarse, alojarse y disfrutar de su experiencia en el destino, en función de sus necesidades y deseos. En relación con los tipos de oferta turística,

Carbacos (2010) señala que existen dos principales. La oferta turística básica, que incluye los bienes y servicios dedicados exclusivamente al turismo, como los alojamientos, las agencias de viajes y los cruceros. Y la oferta turística está constituida por bienes que, aunque no son utilizados exclusivamente para el turismo, son demandados por los turistas y enriquecen su experiencia. Ejemplos de esta oferta incluyen actividades deportivas, el comercio o las carreteras.

Gómez (2010) resalta que el atractivo es el componente principal del producto turístico, lo que adquiere una relevancia especial en este estudio. A menudo, los operadores turísticos se enfocan en el atractivo como si representara el producto en su totalidad, cuando en realidad es solo uno de sus elementos, aunque el más destacado. Por ello, es esencial conocer todos los componentes para desarrollar un producto turístico integral. En este contexto, la oferta turística se entiende como el conjunto de productos y servicios turísticos, infraestructura y otros recursos que se presentan al público mediante el marketing, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y motivaciones de viaje. Así, el producto forma parte de la oferta, pero no son iguales.

Por su parte, Flores y Barroso (2011), describe a las empresas turísticas y a los empresarios como aquellos que proporcionan la mayor parte de sus productos y servicios a los turistas. Por lo tanto, el análisis del impacto del emprendimiento turístico local se vuelve fundamental para comprender de manera más profunda la economía, la sociedad y la política en las comunidades que están enfocadas en el turismo.

1.2.2. Importancia de la oferta turística

En el mundo del turismo, la clave del éxito radica en la difusión efectiva de los atractivos y servicios que ofrece un destino. Es imprescindible que el potencial turístico conozca lo que tiene para ofrecer, despertando en ellos un interés genuino que se

transforme en deseo y, finalmente, en una necesidad irresistible de visitarlo. (Entorno Turístico, 2017).

La oferta turística es importante para que el turista consiga una experiencia memorable. Es la base sobre la cual se construye la satisfacción del viajero, determinando en gran medida el éxito de cualquier sitio turístico. Una oferta turística atractiva se caracteriza por la belleza del lugar, la riqueza de sus recursos, precios competitivos y, sobre todo, por su diferenciación, diversificación y singularidad. (Arroyo, 2018).

La belleza natural, histórica o cultural de un destino constituye la materia prima del turismo. Sin embargo, estos atractivos no son el único elemento que impulsa el desarrollo turístico. La clave reside en explorar y aprovechar al máximo todas las posibilidades que ofrece un lugar, convirtiéndolas en experiencias únicas que cautiven a los visitantes. (Arroyo, 2018).

El concepto de oferta turística va más allá de la simple promoción de un destino. Se trata de una iniciativa colaborativa que involucra a todos los sectores, desde aquellos que ofrecen servicios básicos como alimentación, alojamiento y guías turísticos, hasta las instituciones públicas como secretarías y fideicomisos. El objetivo común es convertir el turismo en un motor de desarrollo económico que beneficie a toda la región. (Veladez y Conde, 2011)

1.2.3. Dimensiones de la oferta turística

El análisis de la situación turística de una zona determinada comienza con un examen exhaustivo de la oferta disponible. Esta evaluación implica la realización de un inventario detallado, lo más completo posible, de todos los elementos que configuran la oferta turística en su sentido más amplio, abarcando tanto productos como servicios turísticos (Calderón, 2005)

Para comprender mejor la oferta turística, es necesario analizarla como un sistema interconectado, donde cada componente desempeña un papel fundamental. A continuación, se propone una enumeración de los principales componentes que configuran la oferta turística:

1.2.4. Infraestructura y Servicios

La infraestructura turística, definida por Páez (2020) como el conjunto de instalaciones físicas, bienes y servicios de un país o región destinados a atender visitantes extranjeros, nacionales y locales, constituye un elemento fundamental para el desarrollo turístico. De acuerdo con Blanco (2008), la infraestructura turística se refiere al conjunto de bienes y servicios que posee un territorio para apoyar sus estructuras sociales y productivas, lo que influye directamente en el desarrollo del turismo. En este contexto, la infraestructura turística está formada por diversos elementos que permiten la sostenibilidad y crecimiento de las actividades turísticas:

- Infraestructura: vía, transporte y comunicación
- Equipamientos: agua, suministros energéticos, tratamiento de residuos.
- Servicios: atención sanitaria, salud, comercios, profesionales, personales.

1.2.5. Factor Turístico

El segmento de análisis más relevante debe centrarse en los aspectos relacionados con la actividad turística en la región (Zimmer & Grassmann, 1996).

- Oferta de alojamientos: refieren a la variación en la cantidad y calidad de los servicios turísticos disponibles. Esto incluye la distribución de los establecimientos según su tamaño, ubicación, tipo, nivel de calidad, precios y modalidades turísticas ofrecida.
- Oferta de restauración: abarca el crecimiento y desarrollo de los servicios disponibles, así como la capacidad global de estos. Asimismo, incluye la

distribución de los establecimientos en función de su tamaño, calidad, ubicación, tipo y rango de precios.

- Empresa turística: se refiere a las características y particularidades de las empresas del sector, incluyendo los servicios que ofrecen, el volumen de negocio que generan y su distribución geográfica.
- Comercialización turística: se refiere a cómo las empresas definen y ajustan sus productos turísticos y tarifas para atraer a los consumidores. Esto incluye los canales de distribución que utilizan para comercializar sus servicios, así como los medios de comunicación empleados, que pueden abarcar publicidad.

1.2.6. Seguridad Turística

Como bien lo expresa Soto (2016), la seguridad es la piedra angular sobre la que se erige la tranquilidad familiar, la integridad personal y patrimonial, y la ansiada paz social. Su ausencia genera un efecto dominó, dando paso al desorden, la delincuencia y, en última instancia, a la inseguridad.

En el contexto turístico, La seguridad se entiende como la protección integral de la vida, la salud y la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, así como de los prestadores de servicios y los miembros de las comunidades que reciben a los turistas (Fundación Turismo para todos, 2002). Esta protección abarca desde la prevención de delitos hasta la atención oportuna en caso de emergencias, pasando por la garantía de un entorno libre de riesgos y amenazas.

La Organización Mundial del Turismo (2020) coincide en que la seguridad es un factor determinante en la elección de un destino turístico. Entre las principales necesidades del visitante, tanto conscientes como inconscientes, se encuentran la originalidad de la oferta, la calidad, el precio y, en primer lugar, la seguridad. Un destino

que no garantice la seguridad de sus visitantes se encuentra en desventaja competitiva y corre el riesgo de perder la confianza y el interés de este importante sector.

Para lograr una seguridad turística efectiva, es necesario considerar diversos aspectos

- Niveles de peligro, niveles crimen. Chantajes.
- Capacidad de respuesta de las autoridades gubernamentales.
- Vigilancia para proteger de la sociedad civil.

1.2.7. Turismo Interno

El turismo interno se define como el uso y consumo de servicios turísticos que realizan residentes, nacionales o extranjeros dentro del territorio nacional, fuera de su domicilio habitual, por un periodo que excede las 24 horas, y menor a 90 días. Su propósito puede ser distintos, excepto aquellos que impliquen laborar en el lugar o lugares de destino (Boullón, 2003).

El turismo interno ofrece un escenario de análisis perfecto para estudiar el dinamismo turístico desde una visión geográfica. Este enfoque reemplaza la tradicional visión productiva por una más integradora y transversal, centrada en el territorio. El turismo interno no constituye un producto turístico en sí mismo, sino que representa la combinación de múltiples modalidades y formas recreativo-turísticas. Así, conviven productos tradicionales vinculados al entorno rural y natural con otros productos turísticos que, de manera forzada, se han trasladado desde las zonas costeras, junto con nuevos productos emergentes que están siendo introducidos gradualmente en el ámbito rural. (Diez, 2012)

El turismo interno tiene un concepto muy extenso donde tiene cavidad lo rural, pero también lo natural y lo urbano. En este sentido Valenzuela (2012, como se citó en Díez, 2012) desde una perspectiva geográfica permite comprender su riqueza y potencial

para el desarrollo de diferentes regiones y comunidades. La heterogeneidad de sus modalidades y la inclusión de nuevos productos emergentes lo convierten en un sector dinámico y en constante evolución.

1.2.8. Importancia del turismo interno

La importancia del turismo interno radica en su capacidad para contribuir al desarrollo económico y social de un país, promoviendo la redistribución de ingresos, fortaleciendo la identidad nacional, generando empleo y evitando la migración a grandes ciudades. Según la Declaración de Manila sobre el turismo mundial (1980), el turismo interno también permite a los habitantes conocer su propio entorno, reafirmar su conciencia nacional y solidaridad con sus compatriotas, y reconocer su pertenencia a una cultura y pueblo.

(Guzmán, 2014) el turismo interno es un pilar fundamental para el desarrollo económico, social y cultural de los países, generando beneficios tangibles e intangibles para sus residentes. Su fomento debe ser una prioridad en las políticas públicas de turismo porque contribuye al desarrollo de las comunidades locales y la creación de negocios directos e indirectos relacionados con la actividad turística lo que fomentará la inversión en infraestructuras y servicios turísticos, mejorando la calidad de vida de la población.

1.2.9. Dimensiones del Turismo Interno

1.2.9.1. Turismo Social. El turismo social es una modalidad de turismo que busca facilitar el acceso a vacaciones y ocio a grupos de población con menores recursos económicos o en situación de vulnerabilidad social. (IEBS School of Business, 2023)

El turismo social se configura como una herramienta fundamental para la cohesión social, la inclusión y la redistribución de la riqueza, permitiendo a los sectores más desfavorecidos acceder a los beneficios del turismo y disfrutar de sus derechos fundamentales al ocio, descanso y cultura (OEI, 2023)

1.2.9.2. Turismo subvencionado. El turismo subvencionado no debe confundirse con la socialización del turismo, ya que esta es una propuesta de índole política que solamente sería viable siempre y cuando el Estado crea una estructura capaz de hacer accesible el turismo a todas las clases sociales. El turismo subvencionado surge precisamente para beneficiar a sectores de la población que, de otro modo, no tendrían acceso a esta actividad. Este subsidio implica que alguna entidad gubernamental cubra, total o parcialmente, los costos de un viaje turístico mediante el presupuesto estatal. Dicho pago puede realizarse a través de terceros o cubrir los costos operativos de los servicios estatales, cuando se utilizan medios de transporte y alojamiento proporcionados por empresas públicas, como la combinación de autobuses del Ministerio de Educación con hoteles o albergues de las empresas nacionales hoteleras o de la infraestructura destinada al turismo social (si existe). (Boullón, 2003).

1.2.9.3. Turismo popular. El turismo popular es una modalidad turística que se caracteriza por la participación de las clases populares en actividades turísticas, generalmente de manera autónoma y fuera de los circuitos turísticos convencionales. Se asocia con la búsqueda de experiencias de ocio y recreación accesibles y cercanas al entorno habitual de residencia de los turistas. (Muñoz, 2020)

1.3. Definición de términos

a) Atención al turista.

La atención al turista es un servicio gratuito que ofrece a los viajeros, tanto nacionales como extranjeros, información oportuna, completa, veraz y actualizada. Además, proporciona asistencia en casos donde los servicios turísticos recibidos no cumplen con lo acordado en el contrato. (PROMPERÚ, 2000).

b) Cantidad de personas.

Se define como la parte de una magnitud o el número específico de individuo (Perez y Gardey, 2013).

c) Capacidad de acción.

Este componente se enfoca en brindar apoyo a todas las personas para que desarrollen las habilidades necesarias que les permitan resolver los problemas actuales y prevenir la aparición de dificultades futuras. (Soldi, 2018).

d) Capacidad de respuesta.

Es la agrupación de acciones que muestra la rapidez y la gestión con las que se implementan y se revisan de manera periódica las medidas adoptadas (Demuner y Ibarra, 2018).

e) Comercialización turística.

Dominar los fundamentos del mercado tradicional y poseer un profundo conocimiento de las particularidades del mercado turístico, abarcando aspectos como el perfil de la demanda, las características de la oferta, el entorno competitivo y el análisis de los medios de apoyo (Escuela de ciencias sociales y humanidades , 2017).

f) Equipamientos.

Es el acto y el resultado de proveer o suministrar lo necesario a una persona para que pueda llevar a cabo una acción, o de dotar a algo con los elementos esenciales para su correcto funcionamiento (Pérez, 2021).

g) Financiamiento del viaje.

La financiación es el proceso mediante el cual una persona o empresa obtiene fondos, los cuales pueden ser utilizados para cubrir la adquisición de bienes o servicios, o para llevar a cabo diversas inversiones (Westreicher, 2020).

h) Frecuencia de retorno.

Se define como el período de tiempo que transcurre antes de que un turista regrese a un destino turístico previamente visitado. Esta frecuencia está influenciada en gran medida por los motivos del viaje y el nivel de satisfacción que el turista experimenta durante su visita (Guerrero, 2018)

i) Infraestructura turística.

Se refiere al conjunto de elementos esenciales requeridos para el adecuado funcionamiento de un centro poblado, ya sea urbano o rural, cuya existencia es fundamental para el desarrollo del turismo. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2010)

j) Intención de recomendación a terceros.

Las recomendaciones de terceros son fundamentales para moldear la percepción de tus clientes potenciales. Se refiere a la disposición o probabilidad de que un individuo o

cliente recomiende un producto, servicio o marca a otras personas de su entorno (Roberto y Carlos, 2018).

k) Intención de retorno.

La intención de regresar a un destino turístico específico es el resultado del nivel de satisfacción que el individuo experimenta durante su estadía. Esta intención de repetir la visita depende del grado de satisfacción percibido, del valor que el turista otorga a su experiencia y de su comportamiento previo en la elección de destinos turísticos (Assaker y Hallak, 2012).

l) Motivo del viaje.

la principal razón por la que los turistas vienen es explorar nuevas culturas y tener una idea del aire libre Es importante señalar que esto puede variar dependiendo del tipo de turista que observemos, ya que existen numerosos factores que influyen en ello, como la demográfica y los productos (Araujo y Gosling, 2017).

m) Nivel de ingresos.

Se refiere al ingreso neto total que reciben todos los miembros de una familia, independientemente de si aportan ese ingreso o parte de él para cubrir gastos. (Eustat, 2020)

n) Nivel de seguridad.

Se trata de un sistema que permite la libre circulación de turistas por el destino, reduciendo así el porcentaje de situaciones conflictivas, principalmente delitos penales - casos de robo y hurto- y accidentes. (Grunewald, 2012)

o) Oferta de alojamiento.

Es cualquier lugar que brinde hospedaje a personas de manera profesional y habitual, a cambio de un precio, con o sin servicios adicionales. (Apuntes de turismo, 2021).

p) Oferta de restauración.

Los servicios de restauración son esenciales para proporcionar una estancia agradable a los huéspedes. Cada año se renuevan mediante la combinación de conceptos y ofertas complementarias, adaptándose a las tendencias y demandas del cliente para brindar una experiencia inolvidable. (Hosteltur, 2019).

q) Servicios turísticos.

Los Servicios Turísticos consisten en acciones y actividades dirigidas a satisfacer las necesidades del turista y facilitar su acceso y disfrute de los bienes turísticos. (OMT, 1980)

r) Tipo de transporte.

Define el transporte turístico como cualquier medio que lleva al turista a la oferta turística. Este factor es crucial para el crecimiento del turismo, ya que enlaza al turista con una variedad de servicios como hoteles y restaurantes. (Camposano y Tapia, 2016).

CAPÍTULO II

HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Hipótesis General

Existe relación significativa entre la oferta turística y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín.

2.2. Hipótesis Específicas

Hipótesis específica 1

Existe relación significativa entre el factor infraestructura y servicios con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín.

Hipótesis específica 2

Existe relación significativa entre el factor turístico y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín.

Hipótesis específica 3

Existe relación significativa entre la seguridad turística y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín.

Figura 1

Matriz de consistencia la oferta turística y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín.

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	MÉTODO
<p>Interrogante General</p> <p>¿Cómo se relaciona la oferta turística con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación de la oferta turística con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín</p>	<p>Hipótesis Principal</p> <p>Existe relación significativa entre la oferta turística con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín</p>	<p>Variable X:</p> <p>Oferta Turística</p>	<p>Tipo de estudio Es aplicada, con nivel de estudio es relacional.</p> <p>Diseño Relacional y transversal.</p> <p>Población y muestra La población está compuesta por 1394 turistas de la provincia de Tocache, con una muestra de 209 turistas</p> <p>Téc. Recolección de datos Se aplicará un cuestionario anónimo con escala de Likert y ordinal. También se empleará el análisis documental y bibliográfico, la cual permitirá revisar y analizar bibliografías con la finalidad de profundizar en la discusión de los resultados que se obtendrán</p> <p>Téc. Procesamiento de la información Kolmogorov - Smirnov (KS) y prueba de correlación de Pearson</p>
<p><u>INTERROGANTES ESPECÍFICAS</u></p> <p>¿El factor infraestructura y servicios se relaciona significativamente con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín?</p> <p>¿El factor turístico se relaciona significativamente con el turismo de la provincia de Tocache, San Martín?</p> <p>¿El factor seguridad turística se relaciona significativamente con el turismo de la provincia de Tocache, San Martín?</p>	<p><u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar si el factor infraestructura y servicios se relaciona significativamente con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín • Determinar si el factor turístico se relaciona significativamente con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín. • Determinar si el factor seguridad turística se relaciona significativamente con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín 	<p><u>HIPÓTESIS SECUNDARIAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • El factor infraestructura y servicios se relaciona significativamente con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín. • El factor turístico se relaciona significativamente con el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín. • Existe relación significativa entre el factor seguridad turística y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín 	<p>Variable Y:</p> <p>Turismo Interno</p>	

Figura 2*Operacionalización de variables*

Variables	Definición	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Nº de Ítems
Variable Asociada Oferta Turística	Según Quesada (2007), la oferta turística se define como el “conjunto de facilidades y servicios que los turistas utilizan para desplazarse, permanecer y llevar a cabo en el destino todas sus expectativas, en función de sus necesidades y motivaciones.	Es el conjunto de productos y servicios que un destino pone a disposición de los turistas para satisfacer sus necesidades y expectativas. Incluye tanto los recursos turísticos naturales y culturales como los productos y servicios turísticos creados por el hombre, como hoteles, restaurantes, transporte, actividades de ocio, etc	Factor Infraestructura y servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura • Equipamientos • Servicios turísticos 	Cuestionario (Anexo 1)	1 2 3
			Factor turístico	<ul style="list-style-type: none"> • oferta de alojamiento • oferta de restauración • Atención al turista • Comercialización turística 		4, 5, 6, 7 8, 9 10, 11, 12 13, 14
			Factor seguridad turística	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de seguridad • Capacidad de respuesta • Capacidad de acción 		15 16 17
Variable Supervisión Turismo Interno	El turismo interno se define como el uso y consumo de servicios turísticos por parte de los residentes nacionales en un país, fuera de su lugar de residencia habitual, pero dentro del territorio nacional, durante un período que excede las 24 horas y que no supera los 90 días (Boullón, 2003). Este fenómeno se observa en la afluencia de nacionales hacia Tocache, San Martín, con el propósito de realizar actividades turísticas.	Se define como el conjunto de actividades turísticas que llevan a cabo los residentes de un país dentro de su propio territorio, con el objetivo de ocio, descanso, negocios u otros motivos	Turismo Social	<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento del viaje • Nivel de ingresos 		18 19
			Turismo Subvencionado	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de personas • Intención de retorno • Frecuencia de retorno • Intención de recomendación a 3º 		20 21 22 23
			Turismo Popular	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de transporte • Motivo del viaje • Gasto aproximado 		24 25 26

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

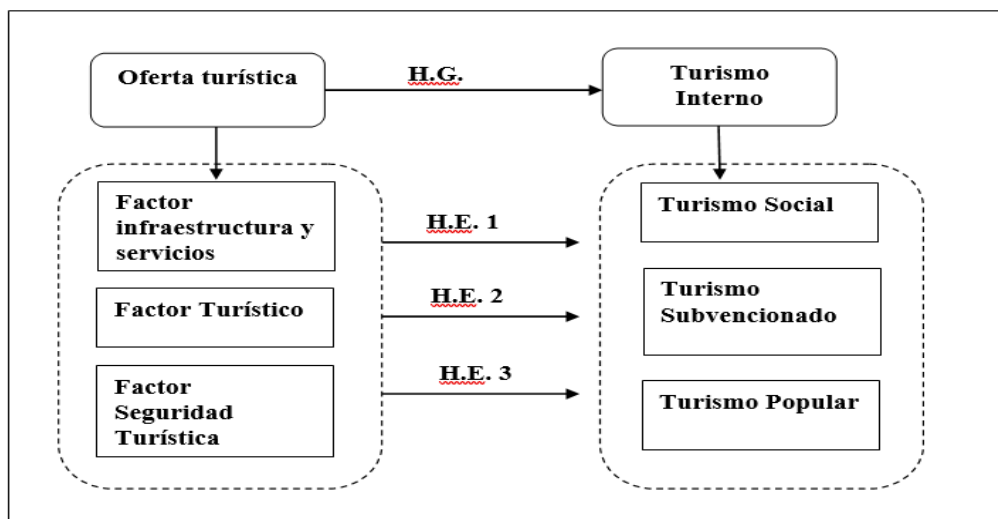
3.1. Tipo de la investigación

Una investigación básica se caracteriza por su objetivo de generar conocimientos teóricos y ampliar la comprensión de fenómenos o problemas, sin enfocarse de manera específica en su aplicación práctica o inmediata. Este tipo de estudio tiene como meta el desarrollo de teorías y conceptos que contribuyan al avance científico en un área particular del conocimiento. (Hernández et al., 2014).

El nivel de la investigación es correlacional, ya que el objetivo fue establecer la relación entre las variables de estudio mediante la predicción e identificación de las interacciones que se presentan entre ellas. Además, se trata de una investigación cuantitativa debido al tipo de información que se recopiló, para lo cual fue necesaria una muestra representativa de la población o fenómeno en estudio (Tamayo, 2007).

3.2. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental, porque no se tocó las variables y se tomó en su estado natural. El diseño de la investigación fue no experimental y de corte transversal, ya que se midió y se obtuvo información en un único momento y en una fecha específica (Hernandez et al., 2014)

Figura 3*Diseño de la investigación*

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

La población en estudio estará constituida 1394 turistas internos y nacionales de la provincia de Tocache, región San Martín según la base de datos de la oficina de Turismo de la Municipalidad Provincial de Tocache en el año 2021 (Municipalidad Provincial de Tocache, 2021).

3.3.2. Muestra

Para determinar la muestra del total de los turistas internos y nacionales a encuestar, se utilizará la fórmula estadística para universos finitos.

$$n = \frac{K^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + K^2 * p * q}$$

Donde:

Nivel de confianza (K)	= 1.96
Probabilidad de éxito (p)	= 0.80
Probabilidad de fracaso (q)	= 0.20
Margen de error (e)	= 0.05
Población (N)	= 209 turistas

$$n = \frac{(1.96)^2(0.80)(0.20)(1394)}{[(0.05)^2 \times (1394 - 1)] + (1.96)^2 (0.80)(0.20)}$$

$$n = 209$$

Remplazando la fórmula se estima una muestra de 209 turistas locales y nacionales a quienes se encuestará en un determinado momento, en la provincia de Tocache, San Martín.

3.4. Técnicas de recolección de datos

Se empleó lo siguiente:

- a. **Encuesta.** Para el estudio se planteó un instrumento de 36 preguntas con alternativas de escala Likert y preguntas ordinales.

Se consideraron las siguientes dimensiones de cada una de las variables

Para la variable oferta turística se tiene las siguientes dimensiones:

- **Factor infraestructura y servicios**, que comprende las pregunta 1 a 3.
- **Factor turístico**, y comprende las preguntas 4 al 14.
- **Factor seguridad**, que comprende las preguntas 15 al 17.

Para la variable turismo interno se consideró las siguientes dimensiones:

- **Turismo social**, comprende las preguntas 1 a 2.
- **Turismo subvencionado**, comprende de las preguntas 3 a 6.
- **Turismo popular**, compre las preguntas de 7 a 9.

- b. **Revisión documental.** Para recopilar, complementar y analizar la información existente del tema de documentos relevantes.

3.5. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

a. Estadística descriptiva.

Se utilizó la Estadística descriptiva para describir el comportamiento de las variables asignadas con el uso de frecuencias y/o gráficas con diagrama de barras.

b. Estadística inferencial.

Los datos de la investigación fueron procesados utilizando el programa estadístico SPSS versión 25, con el objetivo de llevar a cabo un análisis correlacional. Este tipo de análisis, según lo mencionado por Hernández et al. (2014), es adecuado para investigaciones cuantitativas que buscan establecer relaciones entre variables. A través de este análisis, se pretende alcanzar los objetivos establecidos en la investigación. Para esta investigación se utilizó la prueba de Rho Spearman para determinar la relación entre la variable asociada y la variable de supervisión.

Fórmula de Spearman:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

3.6. Validez por juicio de expertos

Para garantizar la validez del instrumento de investigación, se realizó una evaluación por parte de tres expertos en la materia, todos ellos personal de la Municipalidad Provincial de Tocache y un docente de la facultad de la especialidad de Administración con amplia experiencia en el tema y dominio tanto de las variables y de sus dimensiones. Se solicitó a los expertos que revisaran el instrumento y valoraran su contenido, claridad, pertinencia y representatividad de las variables e indicadores. Para ello, se les proporcionó un formulario de evaluación con una escala Likert de cinco puntos, donde 1 era "Totalmente en desacuerdo" y 5 era "Totalmente de acuerdo". El instrumento alcanzó una puntuación media de 90, lo que indica un alto nivel de acuerdo

entre los expertos en cuanto a la consistencia del instrumento y la factibilidad de los indicadores propuestos para este estudio.

Tabla 1

Validez por juicio de expertos de la investigación Oferta turística y Turismo interno

N	Criterios de valoración	Puntaje de expertos		
		E1	E2	E3
1	Los ítems son claros y están apropiado al grupo de estudio	90	90	95
2	Los ítems ayudan a describir conductas	90	90	90
3	Los ítems presentan consistencia con el marco teórico vigente	90	95	85
4	Los ítems tienen coherencia con la composición de indicadores y dimensiones	90	90	90
5	La cantidad de ítems son suficientes por cada indicador	85	90	85
6	La organización de los ítems tiene una secuencia lógica.	90	95	90
7	El instrumento es útil para el estudio propuesto	90	90	90
	Promedio parcial	89.3	91.4	89.3
	Promedio total		90	

3.7. Fiabilidad del instrumento

Se obtuvo un alfa de Cronbach de 0.981 para la variable Oferta turística y para la variable Turismo interno se obtuvo un alfa de 0.961, lo cual, según el criterio de Hernández et al. (2014), se considera un valor altamente confiable.

Tabla 2

Análisis de confiabilidad Alfa de Cronbach

Variable	Alfa de Cronbach	N de elementos
Oferta Turística	,981	26
Turismo Interno	,962	26

3.8. Prueba de normalidad

Ho: Los datos tienen una distribución normal > 0.05

Ha: Los datos no tienen una distribución normal < 0.05

Dado que el valor de significancia $p=0.00 \leq 0.05$, se rechaza la hipótesis nula (Ho). Por lo cual esto indica que existe suficiente evidencia estadística para concluir que los datos no siguen una distribución normal por consiguiente el uso de estadísticas no paramétricas.

Tabla 3

Prueba de normalidad de los datos

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Oferta Turística	0.138	209	0.000
Turismo Interno	0.170	209	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Descripción de la muestra

La muestra estuvo conformada por turistas nacionales e internacionales que visitan los lugares turísticos de la provincia de Tocache, San Martín entre ellas se encuentran Poza hermosa – caserío de Mariátegui, Catarata San Pedro - caserío San Pedro, Catara de Ishanga - caserío Ishanga, Catarata velo de plata – Uchiza, Sajinero - caserío Pushurumbo, Catarata Atusparia - caserío Atusparia, El manantial - Progreso, Cerro la chuncha - caserío Yacusisa, Puente colgante - Los rosales, Piedras Petrográficas – caserío Shunte, principales sitios con mayor afluencia de visitantes donde se pudo recolectar la opinión de estas personas (n= 209).

Se aprecia una mayor presencia del sexo masculino (63%) debido a que la provincia ofrece servicios turísticos de aventura y fuerza por lo cual capta la atención de más personas del sexo masculino, la mayor parte de los encuestados se encuentran en el rango de edad de 18 a 25 años (30%) ya que los jóvenes cuentan con el tiempo y energía para hacer las diversas actividades y visitar los diferentes sitios turísticos ya que se encuentran influenciados por las redes sociales, en donde encuentran nuevos destinos o servicios turísticos que son de su interés.

Tabla 4*Característica de muestra*

Variable	Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Sexo	Masculino	131	63%
	Femenino	78	37%
Edad	18 a 25 años	63	30%
	26 a 35 años	57	27%
	36 a 45 años	51	24%
	46 a 55 años	29	14%
	56 a 65 años	9	4%
Total		209	100%

*Nota: Encuesta elaborada a turistas de la Provincia de Tocache, 2023.***4.2. Análisis de la Percepción de la Variable Oferta Turística**

En la tabla 5 se puede observar que el nivel de percepción en la variable oferta turística es de nivel alto entre los encuestados siendo un total de 67% esto se debe a que actualmente las autoridades se han enfocado en sensibilizar a la población para brindar un buen servicio al turista, hacer que los precios de los servicios sean competitivos y brindarles seguridad para ellos.

Tabla 5*Niveles de percepción de la variable Oferta turística*

Nivel	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	15 - 35	24	11%
Medio	36 - 55	46	22%
Alto	56 - 75	139	67%
Total		209	100%

Nota: Encuesta elaborada a turistas de la Provincia de Tocache, 2023

De acuerdo con el análisis de los datos descriptivo se afirma que del género masculino 39.7% tienen una alta percepción sobre la oferta turística esto puede deberse a que suelen tener mayor interés en las actividades que se realizan como oferta turística en Tocache, por mencionar deportes como la pesca, deportes de aventura, etc., en cuanto a la edad los jóvenes entre las edades de 18 a 25 años le dan mayor valoración a la oferta turística probablemente se debe a que tienen presupuesto limitado o poco tiempo por lo que prefieren el turismo interno, también están más influenciados por las redes sociales donde comparten sus experiencias y promueven el lugar con fotos y videos de los atractivos turísticos y actividades que se encuentran en la localidad, ya sea por la existencia de lugares turísticos, centros recreativos, ferias, festivales, etc.

Tabla 6

Percepción de la variable oferta turística con los datos demográficos

			Bajo	Medio	Alto	Total
Sexo	Masculino	% del total	8.60%	14.40%	39.70%	62.70%
	Femenino	% del total	2.90%	7.70%	26.80%	37.30%
Edad	18 a 25 años	% del total	0.00%	1.40%	28.70%	30.10%
	26 a 35 años	% del total	1.90%	10.50%	14.80%	27.30%
	36 a 45 años	% del total	5.70%	7.20%	11.50%	24.40%
	46 a 55 años	% del total	2.40%	2.90%	8.60%	13.90%
	56 a más años	% del total	1.40%	0.00%	2.90%	4.30%

Nota: Encuesta elaborada a turistas de la Provincia de Tocache, 2023

4.3. Niveles de Percepción según Dimensiones y en Porcentajes

La Tabla 7 presenta la percepción de oferta turística según dimensiones expresada en porcentajes. La mayoría de los participantes expresa que la oferta turística de la Municipalidad Provincial de Tocache tiene un nivel alto, en la mayoría de sus dimensiones: Factor turístico (67%) y factor seguridad turística (64%) y en la dimensión Factor infraestructura y servicios (46%) tiene una percepción media teniendo esta también un porcentaje menor, pero con gran relevancia con un (42%) con una percepción alta.

Tabla 7

Percepción de la Dimensiones de Oferta turística

Dimensiones	Bajo	Medio	Alto	n
Factor infraestructura y servicios	12%	46%	42%	209
Factor turístico	10%	23%	67%	209
Factor seguridad turística	9%	28%	64%	209

4.4. Análisis de los datos ordinales de la Variable Oferta turística

Como se puede apreciar en la tabla 8 sobre la dimensión factor infraestructura y servicios se puede apreciar que un 46% se muestra indiferente sobre la conservación de la infraestructura turística en la provincia por lo cual se puede decir que no tienen conciencia del impacto que esto tiene en la economía local e imagen de la provincia, así mismo se puede ver que un 42% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo con los servicios turísticos de la provincia ya que los servicios son cada vez más amplia y diversificada, lo que permite a los turistas encontrar opciones que se adapten a sus gustos y presupuestos.

Tabla 8

Frecuencias porcentuales de la Dimensión Factor Infraestructura y Servicios

Afirmaciones	Opciones de respuesta					N
	TD	ED	IND	DA	TDA	
P1 La infraestructura de los lugares turísticos de la provincia de Tocache se encuentra bien conservados.	6%	8%	46%	13%	28%	209
P2 Los lugares turísticos de la provincia de Tocache cuentan con el equipamiento adecuado (luz, agua, tachos de basura)	4%	8%	20%	37%	32%	209
P3 Los servicios turísticos que brindan en la provincia de Tocache satisfacen sus necesidades (Guías turísticos, transporte, información turística, etc.)	9%	10%	12%	27%	42%	209

Como se puede apreciar en la tabla 9 sobre la dimensión factor turístico se puede apreciar que un 57% se muestra totalmente de acuerdo sobre el uso de los medios de comunicación sobre la difusión turística que permiten llegar a una gran cantidad de personas de manera rápida y eficiente, tanto a los residentes de Tocache como a visitantes potenciales, así mismo se puede ver que un 49% de los encuestados están totalmente de acuerdo con la calidad de servicio brindada por los restaurantes esto puede deberse a que existe un precio regular en cuanto a la comida y a su servicio ya que la municipalidad da charlas gratuitas de atención al cliente y demás, además se puede apreciar que el 39% de los encuestados manifiestan que el servicio hotelero se acomoda a sus necesidades, esto puede deberse a que existe una variedad de opciones en el sector hotelero.

Tabla 9*Frecuencias porcentuales de la Dimensión Factor Turístico*

Afirmaciones	Opciones de respuesta					N
	TD	ED	IND	DA	TDA	
P4. Los hoteles brindan un buen servicio	2%	14%	27%	37%	20%	209
P5 Los hoteles brindan una buena calidad	7%	8%	21%	36%	28%	209
P6 Los hoteles brindan un buen precio	4%	9%	20%	29%	38%	209
P7 Los hoteles se acomodan a la necesidad del cliente	6%	9%	18%	39%	28%	209
P8 Los restaurantes brindan un servicio de calidad	3%	5%	19%	25%	49%	209
P9 Los precios de los restaurantes son adecuados	2%	7%	12%	35%	44%	209
P10 Existen programas turísticos que incentivan la visita la provincia de Tocache	6%	6%	20%	31%	37%	209
P11 La municipalidad provincial de Tocache promociona	3%	7%	13%	30%	47%	209
P12 a municipalidad provincial de Tocache hace uso de los medios de	0%	4%	9%	31%	57%	209

En la Tabla 10, que analiza la dimensión de seguridad turística, se observa que el 45% de los encuestados está totalmente de acuerdo con la afirmación de que la municipalidad posee una adecuada capacidad de respuesta ante cualquier eventualidad. Esto se atribuye a la relación cercana que la municipalidad mantiene con la comunidad local, lo que facilita la identificación y resolución rápida de las necesidades. Además, un 44% de los encuestados manifestó estar de acuerdo en que la seguridad en Tocache es adecuada, y confían en que, ante cualquier incidente, recibirían atención oportuna.

Tabla 10*Frecuencias porcentuales de la Dimensión Seguridad Turística*

Afirmaciones	Opciones de respuesta					N
	TD	ED	IND	DA	TDA	
P15 En cuanto a seguridad, usted cree que el distrito de Tocache es	4%	9%	14%	44%	29%	209
P16 Cree que si ocurriera algún inconveniente como un robo atenderían	3%	5%	17%	44%	31%	209
P17 La municipalidad provincial de Tocache tiene capacidad de acción ante algún inconveniente que se presente en algún lugar turístico	6%	8%	23%	45%	19%	209

*Nota: Encuesta elaborada a turistas de la Provincia de Tocache, 2023***4.5. Análisis de los datos nominales de la variable Oferta Turística**

En relación con la pregunta: "¿Qué actividades te gusta realizar cuando sales de viaje?". Los resultados observados en la tabla 11, revelan que el camping es la actividad más popular entre los encuestados. Este hecho sugiere que los emprendedores podrían aprovechar esta tendencia ofreciendo servicios que faciliten la realización de dichas actividades en entornos seguros, orientados a satisfacer la demanda turística de quienes disfrutan del contacto con la naturaleza.

Tabla 11*Actividades de viaje*

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Camping	59	28.2%
Trekking	26	12.4%
Caminata	36	17.2%
Natación	37	17.7%
Pesca	51	24.4%
Total	209	100%

Nota: Encuesta elaborada a turistas de la Provincia de Tocache, 2023

En relación con la pregunta: "¿Cuál es el tipo de lugar que prefieres visitar al salir de vacaciones?". Los resultados observados en la tabla 12, indican que la mayoría de los encuestados prefieren destinos que incluyan ríos y campos, recursos naturales que la provincia posee. Por tanto, resulta esencial implementar medidas de conservación y fomentar la conciencia ciudadana sobre la importancia de proteger estos entornos para garantizar su sostenibilidad y aprovechamiento turístico responsable.

Tabla 12

Lugares de preferencia

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Campo	46	22.0%
Playa	37	17.7%
Nevados	32	15.3%
Desiertos	38	18.2%
Ríos	56	26.8%
Total	209	100%

Nota: Encuesta elaborada a turistas de la Provincia de Tocache, 2023

4.6. Análisis de la percepción de turismo interno

En la tabla 13 se puede observar que el nivel de percepción en la variable Turismo interno es de nivel medio entre los encuestados siendo un total de 45% esto se debe a que actualmente existe una variedad de atractivos naturales y socioculturales a lo cual pueden acceder los turistas locales, nacionales e internacionales con muy poca inversión económica sin embargo no llegan a cumplir con las expectativas que estos tenían, esto podría deberse a ciertos factores como dificultad de accesibilidad a algunos lugares turísticos, mantenimiento de las infraestructuras y demás cosas de acuerdo a su experiencia.

Tabla 13*Niveles de percepción de la variable Turismo interno*

Nivel	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3 – 7	34	16.3%
Medio	8 – 11	94	45%
Alto	12 - 15	81	39%
Total		209	100%

*Nota: Encuesta elaborada a turistas de la Provincia de Tocache,2023***4.6.1. Análisis de la percepción de turismo interno con los datos demográficos**

De acuerdo con el análisis se puede observar que el género masculino 29.70% tiene una alta percepción sobre el turismo interno en la provincia de Tocache esto podría ser posible que este grupo valore experiencias auténticas, inmersivas y aventureras, lo que podría explicar su interés en el turismo interno, asimismo en cuanto a edad los jóvenes entre 18 a 25 años su percepción alta (28.20%) del turismo interno sugiere que tienen experiencias positivas y satisfactorias, También podrían estar motivados por razones económicas, ya que viajar dentro del país puede ser más accesible que viajar al extranjero.

Tabla 14*Nivel de percepción de Turismo interno con los datos demográficos*

		Bajo	Medio	Alto	Total
Sexo	Masculino	12.0%	29.70%	21.10%	62.70%
	Femenino	4.30%	15.30%	17.70%	37.30%
Edad	18 a 25 años	0.50%	1.40%	28.20%	30.10%
	26 a 35 años	2.40%	16.30%	8.60%	27.30%
	36 a 45 años	7.70%	15.30%	1.40%	24.44%
	46 a 55 años	4.30%	9.60%	0.00%	13.90%
	56 a más años	1.40%	2.40%	0.50%	4.30%

Nota: Encuesta elaborada a turistas de la Provincia de Tocache,2023

4.7. Análisis de los datos ordinales de la Variable Turismo Interno

En la tabla 15 se observa que el 50.7% de los encuestados está completamente de acuerdo en regresar de visita, mientras que un 33.0% se muestra de acuerdo y un 16.3% se declara indiferente. Esto sugiere que la mayoría de los visitantes tiene la intención de volver, lo que refleja el impacto positivo de las estrategias turísticas implementadas. Además, se destaca que el 70.4% de los encuestados recomendaría la provincia como destino turístico. Este alto porcentaje puede atribuirse a factores como la riqueza de sus recursos naturales, que son un atractivo importante para los visitantes, y la percepción de Tocache como un lugar seguro para el turismo.

Tabla 15 Frecuencia porcentual del Turismo interno

Afirmaciones	Opciones de respuesta					N
	TD	ED	IND	DA	TDA	
P4 Regresaría de visita al distrito de Tocache	0.0%	0.0%	16.3%	33.0%	50.7%	209
P6 Recomendaría a la provincia de Tocache como destino turístico	1.0%	9.1%	19.6%	31.6%	38.8%	209

Nota: Encuesta elaborada a turistas de la Provincia de Tocache, 2023

En relación con la pregunta: "¿Cuál fue el gasto aproximado durante su visita a la provincia de Tocache?", los resultados observados en la tabla 16, reflejan una importante contribución del turismo a la economía local, especialmente por parte de aquellos visitantes cuyo gasto superó los 900 soles. Este elevado nivel de gasto puede atribuirse, en gran medida, a los grupos familiares que viajaron con niños, lo que naturalmente incrementa los costos asociados a transporte, alimentación y alojamiento, generando así un impacto económico positivo en la provincia.

Tabla 16*Costo de viaje*

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
100-300	24	11.5%
300-600	27	12.9%
600-900	54	25.8%
900 a más	104	49.8%
Total	209	100%

*Nota: Encuesta elaborada a turistas de la Provincia de Tocache, 2023***4.8. Análisis de los datos nominales Variable Turismo Interno**

En relación con la pregunta: "¿Cómo financió su viaje a la provincia de Tocache?". Los resultados observados en la tabla 17, indican que la mayoría de los turistas financiaron su viaje mediante préstamos bancarios y una parte significativa utilizó ahorros personales o familiares. Esto sugiere que muchos visitantes realizaron un gasto planificado en los bienes y servicios ofrecidos en la provincia de Tocache, lo que también refuerza la idea de que, en su mayoría, los viajes fueron planeados con antelación ya que la encuesta se realizó previas a la fiesta de San Juan y muchos de los visitantes no solo llegaron a hacer turismo, sino también vinieron por negocio.

Tabla 17*Financiación de viaje*

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Papás	18	8.6%
Papás y ahorros	56	26.8%
Ahorros	42	20.1%
Préstamo	19	9.1%
Ahorros y préstamos	74	35.4%
Total	209	100%

Nota: Encuesta elaborada a turistas de la Provincia de Tocache, 2023

En relación con la pregunta: "¿Cuál es su ingreso promedio mensual?". Los encuestados observados en la tabla 18, se evidencian que la llegada de turistas a la provincia de Tocache genera ingresos para las empresas locales, lo que no solo incrementa la recaudación fiscal para el gobierno, sino que también crea empleos directos e indirectos. Además, el turismo contribuye a la diversificación de la economía local, fomentando un entorno de desarrollo económico más amplio y sostenible.

Tabla 18

Ingresos

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
>300	16	7.7%
300-500	26	12.4%
500-930	67	32.1%
930-1500	58	27.8%
1500 a más	42	20.1%
Total	209	100%

Nota: Encuesta elaborada a turistas de la Provincia de Tocache, 2023

En relación con la pregunta: "¿Cómo estuvo conformado su grupo de viaje?". Los resultados observados en la tabla 19, revelan que la mayoría de los encuestados viajó con su núcleo familiar directo. Este resultado puede ser aprovechado para desarrollar promociones turísticas enfocadas en familias, así como para mejorar y diversificar los servicios ofrecidos, orientándolos tanto a grupos familiares como a otros tipos de viajeros, con el fin de incentivar un mayor flujo de turistas hacia la provincia.

Tabla 19

Grupo de viaje

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Solo	27	13%
Pareja	58	28%
Grupo familiar directo	76	36%
Amigos o familiares sin niños	29	14%

Amigos o familiares con niños	19	9%
Total	209	100%

Nota: Encuesta elaborada a turistas de la Provincia de Tocache, 2023

En relación con la pregunta: "¿Con qué frecuencia viaja usted?". Los resultados observados en la tabla 20, evidencian que una parte significativa de los encuestados son probablemente turistas locales o de áreas cercanas a la provincia de Tocache, dado que la frecuencia de sus viajes es alta. Además, es razonable asumir que muchos de estos viajeros son personas que trabajan fuera de la provincia y deben trasladarse con regularidad, lo que podría indicar una interacción continua entre Tocache y otras localidades cercanas, tanto en términos laborales como turísticos.

Tabla 20

Frecuencia de viaje

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Anual	55	26.3%
Semestral	74	35.4%
Mensual	40	19.1%
Quincenal	33	15.8%
Semanal	7	3.3%
Total	209	100%

Nota: Encuesta elaborada a turistas de la Provincia de Tocache, 2023

En relación con la pregunta: "¿Qué tipo de transporte utilizó para realizar el viaje?", los resultados observados en la tabla 21, evidencia que la mayoría de los encuestados que se desplazaron en autobús provenían de fuera de la provincia o incluso del departamento, de igual manera que los que viajaron en combi. Por otro lado, las personas que mencionaron haber utilizado otro tipo de vehículo, como motocicletas o trimóviles, son predominantemente residentes de zonas cercanas o de la misma provincia de Tocache. Esto sugiere una relación entre el tipo de transporte utilizado y la procedencia geográfica de los visitantes.

Tabla 21*Tipo de transporte*

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Bus	73	35%
Combi	81	39%
Auto particular	23	11%
otro vehiculo	32	15%
Total	209	100%

Nota: Encuesta elaborada a turistas de la Provincia de Tocache, 2023

En relación con la pregunta: "¿Cuál fue el motivo de su viaje?", los resultados observados en la tabla 22, indica que la mayoría de los visitantes llegaron a la provincia de Tocache por motivos vacacionales, principalmente en el contexto de las festividades de San Juan. Asimismo, un porcentaje menor señaló que su presencia en la provincia estaba relacionada con cuestiones de salud. Estos datos permiten inferir que Tocache es percibido como un destino turístico, al menos para aquellos que aprovecharon los recursos naturales y eventos socioculturales.

Tabla 22*Motivo de viaje*

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones	93	44.5%
trabajo	31	14.8%
salud	25	12.0%
visita a un familiar	60	28.7%
Total	209	100%

Nota: Encuesta elaborada a turistas de la Provincia de Tocache, 2023

4.9. Demostración de hipótesis

4.9.1. Hipótesis General

Ha: Existe relación significativa entre la oferta turística y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín

Ho: No existe relación significativa entre la oferta turística y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín

Tabla 23

Correlación de hipótesis general

			Oferta Turística	Turismo Interno
Rho de Spearman	Oferta Turística	Coefficiente de correlación	1,000	,732**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	209	209
	Turismo Interno	Coefficiente de correlación	,732**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	209	209

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

Teniendo en cuenta la hipótesis general planteada, se ha analizado la oferta turística y el turismo interno en la provincia de Tocache, San Martín. Los resultados obtenidos indican un valor de significancia menor al 5% ($P < 0.05$), lo que permite rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis alternativa (H_1). Este hallazgo evidencia una correlación de Spearman de 0,944, la cual se clasifica como positiva muy alta.

4.9.2. Hipótesis Específica 1

Ha: Existe relación significativa entre el factor infraestructura y el turismo interno de la provincia de Tucumán, San Martín

Ho: No existe relación significativa entre el factor infraestructura y el turismo interno de la provincia de Tucumán, San Martín

Tabla 24

Correlación de hipótesis específica 1

			Factor Infraestructura	Turismo Interno
Rho de Spearman	Factor Infraestructura	Coefficiente de correlación	1,000	,873**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	209	209
	Turismo Interno	Coefficiente de correlación	,873**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	209	209

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

Teniendo en cuenta la hipótesis específica 1 planteada, se comprueba que existe una relación significativa entre el factor infraestructura y servicios con el turismo interno en la provincia de Tucumán, San Martín. dado que se obtuvo que el valor de significancia es menor del 5% ($P < 0.05$) por lo cual se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a), resultado que muestra una correlación de Spearman es de 0,950 considerado como positivo muy alto.

4.9.3. Hipótesis Específica 2

Ha: Existe relación significativa entre el factor turístico y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín

Ho: No existe relación significativa entre el factor turístico y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín

Tabla 25

Correlación de hipótesis específica 2

			Factor Turístico	Turismo Interno
Rho de Spearman	Factor Turístico	Coefficiente de correlación	1,000	,902**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	209	209
	Turismo Interno	Coefficiente de correlación	,902**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	209	209

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

Teniendo en cuenta la hipótesis específica 2 planteada, se comprueba la existencia de una relación significativa entre el factor turístico y el turismo interno en la provincia de Tocache, San Martín. Esto se corrobora al obtener un valor de significancia menor al 5% ($P < 0.05$), lo que implica el rechazo de la hipótesis nula (H_0) y la aceptación de la hipótesis alternativa (H_1). Este resultado se ve reforzado por la correlación de Spearman de 0,941, clasificada como una relación positiva muy alta.

4.9.4. Hipótesis Específica 3

Ha: Existe relación significativa entre el factor seguridad turística y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín

Ho: No existe relación significativa entre el factor seguridad turística y el turismo interno de la provincia de Tocache, San Martín

Tabla 26

Correlación de hipótesis específica 3

			Factor Seguridad Turística	Turismo Interno
Rho de Spearman	Factor Seguridad Turística	Coefficiente de correlación	1,000	,840**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	209	209
	Turismo Interno	Coefficiente de correlación	,840**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	209	209

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

Teniendo en cuenta la hipótesis específica 3 planteada, por el coeficiente de correlación de Spearman es 0.840, lo que indica una correlación positiva muy fuerte entre el factor de seguridad turística y el turismo interno. Esto significa que, a medida que mejora la percepción de seguridad en el ámbito turístico, también se incrementa el turismo interno, y viceversa. Esto se corrobora al obtener un valor de significancia menor al 5% ($P < 0.05$), lo que implica el rechazo de la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1).

DISCUSIÓN

Los resultados de la investigación confirmaron la hipótesis principal, al establecer una relación positiva y altamente significativa (Rho de Spearman = 0.732; Sig < 0.01) entre la oferta turística y el turismo interno. Esto indica que, a mayor oferta turística, mayor será el turismo interno en la provincia.

En cuanto a las hipótesis específicas, ambas también fueron confirmadas. La primera hipótesis específica, que la dimensión infraestructura y servicios influye positivamente en el turismo interno, se verificó mediante la prueba de correlación de Spearman (Rho de Spearman = 0.873; Sig = 0.000 < α = 0.01). La segunda hipótesis específica, que la dimensión recursos turísticos también se relaciona positivamente con el turismo interno, se corroboró con la prueba de correlación de Spearman (Rho de Spearman = 0.902; Sig = 0.000 < α = 0.01). Y de igual manera la tercera hipótesis específica de la dimensión seguridad turística se relaciona significativamente con la variable Turismo interno con un grado de relación de Rho Spearman = 0,840. Los resultados obtenidos coinciden con los autores Quispe y Sanchez (2021), en su investigación indica que se existe una relación moderada con Rho Spearman de 691 y un Pvalor = 0.000 entre las variables estudiadas, por lo cual fortalecer la estrategia de promoción turística aumentaría la decisión o predisposición del turista interno a la realización de visitas regulares a la localidad. Por otra parte, Campos y Pardo (2023) mencionan que para mejorar el turismo interno es necesario implementar estrategias de ventas personales dentro de ferias locales en las que se dará a conocer los servicios o productos que se ofrecen, también que la publicidad constante por redes sociales puede llegar a ser más efectiva en la actualidad para captar clientes locales, nacionales e internacionales.

En contraste con la investigación de Gavilanes (2023), que no encontró relación entre productos turísticos y la oferta turística, su estudio destaca la importancia de la

diversificación de la oferta para satisfacer las demandas de los turistas. Cabe señalar que las preferencias por servicios de aventura o deportes extremos, podrían ser una oportunidad para el desarrollo turístico de la provincia. Respecto a la dimensión infraestructura y servicios, el MEF (2020) menciona que es un conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural. También se menciona que, sin la existencia y adecuación de estos elementos básicos como alojamiento, gastronomía y servicios básicos para el desarrollo del turismo, no podrá hablarse de desarrollo turístico. En este sentido coincide con la investigación previa de Daza et al. (2022) el cual manifiesta que la oferta turística debe ser diversa para que pueda cubrir diferentes tipos de turismo asimismo el turista no tenga la necesidad de desplazarse a puntos diferentes solo para obtener los servicios básicos como alojamiento, gastronomía y atractivos turísticos, facilitando así el aumento del turismo en general a la localidad. Asimismo, Figuerola (2020) dice que, si bien se establece las exigencias en cuanto a la infraestructura de hospedaje, necesaria para llevar a cabo la actividad turística (D. S. N° 029-2004-Mincetur), no existen criterios para edificaciones que se lleven a cabo específicamente dentro de la provincia en cuanto a los lugares turísticos o áreas protegidas. Por lo cual se destaca la necesidad de establecer criterios e indicadores de calidad para la infraestructura turística, especialmente en áreas protegidas (Adreu, 2020).

Respecto a la dimensión de recursos turísticos, Zimmermann (1957, citado por Arnandis, 2019), lo define como los elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales, que mediante una adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico. La riqueza natural y cultural de la provincia de Tocache representa un potencial significativo para el desarrollo del turismo interno.

CONCLUSIONES

1. Se ha comprobado que la oferta turística guarda una estrecha relación con el turismo interno en la provincia de Tocache, San Martín. Esta afirmación se sustenta en un análisis estadístico que arrojó un p-valor bilateral inferior a 0,000, $<$ de 0,01. Adicionalmente, el coeficiente de correlación de Spearman (Rho) alcanzó un valor de 0,732, lo que evidencia una correlación positiva muy alta entre ambas variables. En consecuencia, se puede concluir que la amplia oferta turística de la provincia de Tocache es un factor determinante en la afluencia de turismo interno.
2. Se ha comprobado que la infraestructura y los servicios guardan una estrecha relación con el turismo interno en la provincia de Tocache, San Martín. Esto se evidencia en la Tabla 24, donde se observa una significancia bilateral con un P-valor inferior a 0,000 $<$ 0,01, se obtiene un coeficiente de correlación de Spearman de $r=0,873$. Este valor indica una correlación positiva muy alta, lo que significa que la infraestructura y los servicios son elementos indispensables para impulsar el turismo tanto interno como externo en la región.
3. Se ha comprobado que existe una correlación significativa entre la disponibilidad de recursos turísticos y el turismo interno en la provincia de Tocache, San Martín. La tabla 25 muestra una significancia bilateral con un valor de p inferior a 0,000, lo que confirma la relación. Considerando el criterio de decisión de un valor de p menor a 0,01 y de acuerdo con la tabla de niveles de significancia, se obtiene un coeficiente de correlación de Spearman de $r=0,902$. Este valor indica una relación positiva muy alta, lo que significa que, a mayor cantidad de recursos turísticos en la provincia, mayor será el turismo interno.

4. Se ha comprobado que existe una correlación significativa entre la seguridad turística y el turismo interno en la provincia de Tucumán, San Martín. La tabla 26 muestra que existe una significancia bilateral de 0,00 la cual establece relación entre la dimensión y la variable Turismo interno, con un grado de relación de Pearson = 0,840 la cual indica que a medida que mejora la percepción de seguridad en el ámbito turístico, también se incrementa el turismo interno, y viceversa.

RECOMENDACIONES

1. Explorar nuevas fuentes de atractivos naturales que se encuentran en localidades alejadas del centro de la provincia, mejorando los accesos a las diferentes localidades, esto dará mayores opciones de turismo interno, y ayudará económicamente a estas localidades. Mejorar la accesibilidad a los sitios turísticos sin dañar el medioambiente, es decir, con opciones eco amigables ya que estos son los lugares más apreciados por los turistas, implementar servicios turísticos en tendencias como el canopy, columpio extremo, etc.
2. Hacer promociones de marketing en cuanto a turismo en la provincia de Tocache, por los diferentes medios o redes sociales, haciendo participe al turista que visita los lugares, ya sea repostando una foto de estos en alguna de las redes sociales, con ello aumentará el desplazamiento local a los diferentes lugares turísticos. También hacer la promoción por medio tradicionales como la televisión con reportajes de los lugares turísticos y actividades que se puedan realizar dentro de la provincia, agregando algunos consejos y pautas que se pueda necesitar para estos lugares.
3. Brindar asesoramiento y capacitaciones a los empresarios del rubro de hotelería y restaurantes, para aumentar la calidad de servicios hoteleros, implementar planes de desarrollo que incluya a estos empresarios y a la población en general con el fin de mejorar el servicio a los turistas. También buscar alianzas con las diferentes empresas de turismo, transporte, hotelería, restaurantes, entre otros que permitan gestionar el desarrollo sostenible perdurable en el tiempo a través del turismo.

4. Establecer un Plan Integral de Seguridad Turística (PIST) que incluya la formación del personal en gestión de crisis y protección al turista, así como mejoras en la infraestructura, como la instalación de cámaras de vigilancia y una señalización adecuada. También es fundamental fomentar la colaboración entre las autoridades, los operadores turísticos y las fuerzas del orden, además de crear una línea directa o una aplicación móvil para emergencias. Se sugiere, además, sensibilizar a las comunidades locales sobre la relevancia de la seguridad y llevar a cabo auditorías periódicas para detectar vulnerabilidades. Estas medidas ayudarán a fortalecer la confianza en los destinos y a promover el turismo tanto interno como externo.

BIBLIOGRAFÍA

- Amer. (2009). *Emprendedores turísticos locales y su intermediación en la esfera de las políticas*. Pasos Revista de Turismo y Patrimonio cultural.
- Andrade Ollague, N. M. (2015). *Plan de promoción turística para la comunidad Punta Diamante de la Parroquia Chongon del canton de Guayaquil*. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8291/1/TESIS%20ORIGINAL%20NANCY.pdf>
- Apuntes de turismo. (2021). *la oferta de alojamiento turístico*. <https://apuntes-turismo.blogspot.com/2013/09/la-oferta-de-alojamiento-turistico.html>
- Araujo y Gosling. (2017). *Los viajeros y sus motivaciones*. Estudios y perspectivas en turismo.
- Arnandis, R. (2019). *¿QUÉ ES UN RECURSO TURÍSTICO?* <file:///C:/Users/MIGUEL%20ALVAREZ%20SH/Downloads/Dialnet-QueEsUnRecursoTuristico-6913962.pdf>
- Arroyo. (2018). *Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí*. <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Recus/article/view/1284>
- Assaker & Hallak. (2012). *European traveler's return likelihood and satisfaction with mediterranean sun - and- sand destinations: A chi-square automaticidentification dtector-based segmentation approach*. Journal of vacation marketing.
- Ávila. (2001). *Guía para elaborar la tesis: metodología de la investigación; cómo elaborar la tesis y/o investigación, ejemplo de diseño de tesis y/o investigación*. Ediciones RA.
- Boullón. (2003). *Las actividades turísticas y recreacionales. El hombre como protagonista*. Editorial Trillas.
- Buhalis, D. &. (2008). *Progress in Tourism Marketing*. London: Routledge.
- Calderón. (2005). *El distrito turístico rural un modelo teorico desde la perspectiva de la oferta. especial referencia al caso Andaluz*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Campos, M., & Pardo, R. (2023). *Promoción turística orientada al turismo interno en el distrito de Catacaos, Piura, 2023*. <https://repositorio.unf.edu.pe/server/api/core/bitstreams/433ac3b3-3dc4-4438-8d1b-f23d2a3ceae7/content>

- Camposano y Tapia. (2016). *Manual operativo de procesos para empresas de transporte turístico, caso Cotratudosa*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Carbacos. (2010). *Promoción y venta de servicios turísticos: comercialización de servicios turísticos*.
https://books.google.com.pe/books?id=GDIxq8Zsj_0C&pg=PT17&hl=es
- Cruz y Ordinola. (2019). *Nivel de satisfacción de los turistas ecuatorianos sobre la seguridad turística en el distrito de Tumbes*. Universidad Nacional de Tumbes.
- Dachary, A. [y] Burne, S. M. A. (2008). *EL DESARROLLO TURÍSTICO, DIMENSIONES Y ALCANCES*.
<http://www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal8/Geografiasocioeconomica/Geografiaturistica/17.pdf>
- Daza, K., Martínez, C., & Muñoz, A. (2022).
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/43932/2022keirythdaza.pdf?sequence=11&isAllowed=y>
- De Luna Fiallo, J. A. (2012). *Turismo rural en el municipio de Tecate: factor de desarrollo local*. <https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2014/03/TESIS-De-Luna-Fiallo-Jos%C3%A9-Alberto-MDR.pdf>
- Demuner y Ibarra. (2018). *Capacidad de respuesta y capacidad de absorción. Estudio de empresas manufactureras en México*. Ciudad Juárez: Noesis Revista de ciencias sociales. 1990.
- Diez. (2012). *Política turística*. España: Editorial Tirant lo Balnch.
- Entorno Turístico. (2017). *Importancia de la oferta turística*.
<https://www.entornoturistico.com/promocion-turistica-importancia-los-destinos-turisticos/>
- Escuela de ciencias sociales y humanidades . (2017). *Comercialización turística global*. Universidad Estatal a Distancia .
- Flores y Barroso. (2011). *Delimitación de la empresa turística desde diferentes enfoques de análisis de la economía del turismo*. XIII Reunión de Economía Mundial, San Sebastián.
- Fundación Turismo para todos. (2002). *Definición de Seguridad Turística*. Nueva York.

- Gavilanes, M. (2023). *Productos Turísticos y Oferta Turística del cantón Chambo, provincia de Chimborazo*.
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/11022/1/Gavilanes%20Molina%202c%20M.%20%282023%29%20Productos%20Tur%c3%adsticos%20y%20Oferta%20Tur%c3%adstica%20del%20Cant%c3%b3n%20Chambo%2c%20provincia%20de%20Chimborazo..pdf>
- Gómez. (2010). *Conciencia turística*. Caracas, Carabobo.
- Gonzales, Y., & Soro, E. (2011). *Turismo y patrimonio cultural: nuevos retos, nuevas oportunidades*.
- Grunewald. (2012). *Qué es la seguridad turística*.
https://www.gestiondelriesgo.com/artic/discipl/disc_4054.htm
- Guerrero. (2018). *Planificar el cronograma. Definición y orden de las actividades*. Piura: Universidad de Piura.
- Gutiérrez, E. (2020). *Turismo vivencial para diversificar la oferta turística en la comunidad de Picchumarca del distrito de Limatambo provincia Anta, Cusco-2022*.
https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4397/Edith_Tesis_bachiller_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Guzmán, E. (2014). *El turismo interno como alternativa creciente de desarrollo turístico del Ecuador*. <https://www.eumed.net/rev/turydes/17/turismo-interno.html>
- Hernandez Sampieri, R. (2003). *Metodología de la investigación*.
- Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (McGraw-Hill., Ed.)
<https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Methodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hernández, Fernández & Baptista. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hosteltur. (2019). *La innovación triunfa en la oferta de restauración en España*.
https://www.hosteltur.com/130923_la-innovacion-triunfa-en-la-oferta-de-restauracion-en-espana.html

- IEBS School of Business. (2023). *Qué es el turismo social y qué beneficios tiene?*
<https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-turismo-social-y-que-beneficios-tiene-marketing-digital/>
- Kerlinger, F., & Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales.*
- Leiper. (1990). *Tourism system. Department of management systems.* Massey University.
- Leiva y Rivas. (1997). *Turismo y gestión municipal.* Santiago de Chile: Editorial municipios.
- Luz Saavedra y Hamilton Rabanal. (2006). *Informe Final - Evaluación de potencial turístico.*
- Maco y San Juan. (2016). *Zonificación ecológica y económica de Tocache.* Municipalidad Provincial de Tocache.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2014). *Conceptos fundamentales del turismo.* Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior:
http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amaz
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MCT. (2024). *Reporte Regional de Turismo: Región San Martín.*
<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/colecciones/9025-reportes-de-turismo-reporte-regional-de-turismo>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2010). *Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación social caso: Turismo.* Ministerio de Economía y Finanzas:
https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/capacidades/capac_1_01/Aspectos_Conceptuales_de_Turismo_y_Mdulo_deIdentificaci.pdf
- Municipalidad Provincial de Tocache. (2021). *Base de datos de los Turistas en la provincia de Tocache año 2021.* Tocache: Municipalidad Provincial de Tocache .
- Muñoz, E. (2020). *Turismo popular un nuevo concepto de turismo interno. Turismo popular, una nueva modalidad para el desarrollo de turismo.* Estudio de caso: circuitos turísticos populares para la provincia de Chimborazo – Ecuador:

https://www.academia.edu/27572883/TURISMO_POPULAR_UN_NUEVO_CONCEPTO_DE_TURISMO_INTERNO_TURISMO_POPULAR_UNA_NUEVA_MODALIDAD_PARA_EL_DESARROLLO_DE_TURISMO_ESTUDIO_DE_CASO_CIRCUITOS_TUR%3%8DSTICOS_POPULARES_PARA_LA_PROVINCIA_DE_CHIMBORAZO_ECUADOR

- Murillo, W. (2008). *La investigación científica*.
<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/8767/3396396.2011.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Navarro, D. (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- OMT. (2019). *Panorama del turismo internacional*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- Organización Iberoamericana de Economía y Cooperación (OEI). (2023). Turismo Social: ¿Qué es? Definición y varios ejemplos. Retrieved 2023, from <https://reportelobby.info/investigacion/2023/04/17/turismo-social/>
- Organización Mundial de Turismo. (1980). *Los servicios turísticos*. <https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>
- Organización Mundial de Turismo. (1994). *La Calidad, un Reto para el Turismo*. <https://docplayer.es/50006-Introduccion-al-turismo.html>
- Organización Mundial de Turismo. (2020). *Seguridad Turística*. Organización Mundial de Turismo.
- Organización Mundial del Turismo OMT. (2024). *Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism*. <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>
- Páez. (2020). *Infraestructura Turística*. <https://economipedia.com/definiciones/infraestructura-turistica.html>
- Pérez. (2021). *Definición de equipamiento*. <https://definicion.de/equipamiento/>
- Perez y Gardey. (2013). *Definición de Cantidad de personas*. <https://definicion.de/cantidad/>
- PROMPERÚ. (2000). *Información y atención al turista*. https://www.go2peru.com/spa/guia_viajes/tips/iperu.htm

- Quesada. (2007). *Elementos del turismo*.
<https://books.google.com.pe/books?id=z8SgCXUIsGUC&pg=PA125&dq=coque%20y%20servicios%20utilizados%20por%20los%20turistas%2C%20par>
- Quispe, E., & Sanchez, L. (2021). *Promoción turística y turismo interno en el Distrito de Quinua, Ayacucho, 2021*.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/114133/Quispe_QEY-Sanchez_CLK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Roberto & Carlos Consultores SL. (2018). *La recomendación a terceros*.
<https://mybusiness-up.es/2018/05/14/reviews/#:~:text=mybusiness%2Dup.es,La%20recomendaciones%20de%20terceros%3A%20pieza%20vital%20para%20influir%20en,opini%C3%B3n%20de%20tus%20clientes%20potenciales&text=El%20aut%C3%A9ntico%20valor%20de%20tus,de%20tus%2>
- Soldi. (2018). *La capacidad de acción es la llave del éxito*.
<https://liderazgoymercadeo.co/la-capacidad-de-accion-es-la-llave-del-exito/>
- Soto. (2016). *Estado actual de la seguridad del turismo en Lima, Callao y propuesta de lineamientos estratégicos multisectoriales para la seguridad Turística*. Lima - Perú: Universidad san martín de Porres.
- Tamayo. (2007). *Metodología cuantitativa*. https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html
- Tello, R. y. (2018). *Seguridad Turística y la calidad de servicios turísticos en el distrito de Sauce, provincia y región San Martín, año 2018*. Universidad Nacional de San Martín.
- Veladez y Conde. (2011). *La integración de la oferta turística a partir del capital Intelectual*.
<https://www.eumed.net/rev/turedes/11/vgcp.html#:~:text=La%20oferta%20tur%C3%ADstica%20es%20fundamental,precauciones%20que%20debe%20tomar%2C%20etc>.
- Westreicher. (2020). *Financiación o financiamiento*.
<https://economipedia.com/definiciones/financiacion-o-financiamiento.html>
- Zamora, J; Barril, E y Benavides, E. (2019). *Turismo interno: Percepción prospectiva de atractivos de la región del Maule en la región Metropolitana*. Valdivia - Chile: Universidad Austral de Chile.
- Zimmer & Grassmann. (1996). *Análisis del Potencial Turístico*. Leader II.

ANEXOS

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

ENCUESTA ANÓNIMA

INSTRUCCIONES:

Estimado Sr(a), como residente en este distrito, mucho agradecemos su colaboración en responder el presente cuestionario de investigación, cuyo objetivo es determinar la relación de la oferta turística y el turismo interno en la provincia de Tocache, san Martín. En relación a las preguntas no existen respuestas correctas ni incorrectas, sólo interesa obtener una opinión objetiva que realmente refleje su opinión sobre las preguntas formuladas. Por favor lea cuidadosamente cada una de las alternativas y elija la respuesta que cree conveniente y marque con un aspa (x).

Datos de control

Sexo:

Edad:

Variable independiente: Oferta turística	T. de acuerdo	de acue rdo	indif erent e	desacu erdo	t. desac uerdo
	1	2	3	4	5
Dimensión 1: Factor infraestructura y servicios					
1. La infraestructura de los lugares turísticos de la provincia de Tocache se encuentra bien conservados					
2. Los lugares turísticos de la provincia de Tocache cuentan con el equipamiento adecuado (luz, agua, tachos de basura)					
3. Los servicios turísticos que brindan en la provincia de Tocache satisfacen sus necesidades (Guías turísticos, transporte, información turística, etc.)					
Dimensión 2: Factor turístico					
4. Los hoteles brindan un buen servicio					
5. Los hoteles brindan una buena calidad					
6. Los hoteles brindan un buen precio					
7. Los hoteles se acomodan a la necesidad del cliente					
8. Los restaurantes brindan un servicio de calidad					
9. Los precios de los restaurantes son adecuados					

10. Existen programas turísticos que incentivan la visita al distrito de Tocache					
11. La municipalidad provincial de Tocache promociona adecuadamente los lugares turísticos					
12. La municipalidad provincial de Tocache hace uso de los medios de comunicación para la difusión de esta misma					

	Campi ng	Trekki ng	Camin ata	Natació n	Pesc a
13. Que actividades te gusta realizar cuando sales de viaje					
	Camp o	Playa	Nevad os	Tropical es	Cálid os
14. Cuál es el tipo de lugar que prefieres visitar al salir de vacaciones					

Dimensión 3: Factor seguridad turística	T. de acuer do	de acue rdo	indif eren te	desa cuer do	t. desac uerdo
15. En cuanto a seguridad, usted cree que el distrito de Tocache es seguro para hacer turismo					
16. Cree que si ocurriera algún inconveniente como un robo atenderían su caso de inmediato					
17. La municipalidad provincial de Tocache tiene capacidad de acción ante algún inconveniente que se presente en algún lugar turístico					

Variable Dependiente: Turismo Interno					
Dimensión 1: Turismo social					
1. Como financió su viaje a la provincia de Tocache	Papás	Papás y ahorros	Ahorros	Préstamo	Ahorros y préstamo
2. Cuanto es su ingreso promedio mensual	>300	300-500	500-930	930-1500	1500 a más
Dimensión 2: Turismo subvencionado					
3. Cómo estuvo conformada su grupo de viaje	Solo	Pareja	Grupo familiar directo	Amigos o familiares sin niños	Amigos o familiares con niños
4. Regresaría de visita al distrito de Tocache	T. de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	desacuerdo	T. desacuerdo
5. Con qué frecuencia viaja usted	Anual	Semestral	Mensual	Quincenal	Semanal
6. Recomendaría la provincia de Tocache como destino turístico	T. de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	desacuerdo	T. desacuerdo
Dimensión 3: Turismo popular					
7. Qué tipo de transporte usó para hacer el viaje	Bus	Combi	Auto particular	Autopropio	Otro vehículo
8. Cuál fue el motivo de su viaje	Vacaciones	Salud	Visita a un Familiar	Visita a Amigos	Trabajo
9. Cuál fue el gasto aproximado en su visita a la provincia de Tocache	>100	100-300	300-600	600-900	900 a más

*DATOS SPSS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

19 : V2 4,00 Visible: 34 de 34 variables

	Sexo	Edad	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13
1	1	35	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	3
2	1	39	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3
3	2	19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	2	24	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	44	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4
7	1	18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	34	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2
9	2	25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	45	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4
11	2	25	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2
12	1	50	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3
13	1	22	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	2	31	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	5
15	1	26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	29	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	3
17	1	32	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	4
18	1	42	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
19	1	26	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	4
20	2	43	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
21	1	36	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3
22	1	23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	1	31	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	5

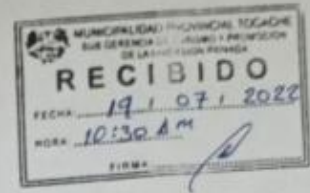
Vista de datos Vista de variables

*DATOS SPSS.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
13	P11	N Numérico	8	0	La municipalida...	{1, T. de ac...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
14	P12	N Numérico	8	0	La municipalida...	{1, T. de ac...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
15	P13	N Numérico	8	0	Que actividade...	{1, Camping...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	P14	N Numérico	8	0	Cuál es el tipo ...	{1, Campo}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	P15	N Numérico	8	0	En cuanto a se...	{1, T. de ac...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
18	P16	N Numérico	8	0	Cree que si ocu...	{1, T. de ac...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
19	P17	N Numérico	8	0	La municipalida...	{1, T. de ac...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
20	P18	N Numérico	8	0	Como financi ...	{1, Propio}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
21	P19	N Numérico	8	0	Cuanto es su in...	{1, >300}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
22	P20	N Numérico	8	0	Cómo estuvo c...	{1, Solo}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
23	P21	N Numérico	8	0	Regresaría de v...	{1, T. de ac...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
24	P22	N Numérico	8	0	Con qué frecue...	{1, Anual}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
25	P23	N Numérico	8	0	Recomendaría ...	{1, T. de ac...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
26	P24	N Numérico	8	0	Qué tipo de tra...	{1, Bus}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
27	P25	N Numérico	8	0	Cuál fue el moti...	{1, Vacacio...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
28	P26	N Numérico	8	0	Cuál fue el gast...	{1, >100}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
29	Edad1	N Numérico	8	2	Edad	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Nominal	Entrada
30	V1	N Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
31	V2	N Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
32	D1	N Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
33	D2	N Numérico	8	2		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Escala	Entrada
34	Variable1	N Numérico	5	0	V1 (Agrupada)	{1, Bajo}...	Ninguno	11	Derecha	Ordinal	Entrada
35											
36											

Vista de datos Vista de variables



"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional".

**SOLICITO: DATOS ESTADISTICOS DE LOS TURISTAS
DENTRO DE LA PROVINCIA DE TOCACHE.**

Señora.

Lic. CINTHIA YOLANDA REYES CONTRERAS

Sub Gerente de Turismo y Promoción de la Inversión Privada

Yo, **Liz Katherin Rodríguez Sanancino**, identificada con DNI N° **76830049**, con domicilio legal en el Jr. Julio Arévalo cdra. 5, Distrito de Tocache, Provincia de Tocache Departamento de San Martín, siendo Bachiller de Administración de Empresas de la Universidad Agraria de la Selva y realizando mi Proyecto de Tesis que lleva como título "**LA OFERTA TURISTICA Y EL TURISMO INTERNO DE LA PROVINCIA DE TOCACHE, SAN MARTIN**", ante Ud. Con el debido respeto me presento y solicito lo siguiente:

1. Información de los datos estadísticos de los turistas locales y foráneos que visitas la ciudad de Tocache de los años 2019, 2020 y 2021.

Sin otro particular me suscribo de usted atentamente;

Tocache, 19 de julio del 2022