



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución- NoComercial-Compartirigual 2.5 Perú](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/).

Vea una copia de esta licencia en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN – TARAPOTO
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA



**Sistema Web de atractivos turísticos de la región San Martín para mejorar la
planificación de visitas de los turistas**

Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero de Sistemas e Informática

AUTOR:

Ivan Carlos Rayco Valles

ASESOR:

Ing. Mg. Juan Carlos García Castro

Tarapoto - Perú

2020

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN – TARAPOTO
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA



**Sistema Web de atractivos turísticos de la región San Martín para mejorar la
planificación de visitas de los turistas**

AUTOR:
Ivan Carlos Rayco Valles

Sustentada y aprobada el 06 de enero del 2020, por los siguientes jurados:


.....
Ing. M. Sc. Pedro Antonio Gonzales Sánchez

Presidente


.....
Ing. Carlos Armando Ríos López
Secretario


.....
Lic. Edwin Augusto Hernández Torres
Vocal

Declaratoria de Autenticidad

Ivan Carlos Rayco Valles, con DNI N° 72490305, egresado de la Facultad de Ingeniería de Sistemas e Informática, Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas e Informática de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, con la Tesis titulada: **Sistema Web de atractivos turísticos de la región San Martín para mejorar la planificación de visitas de los turistas.**

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de mi autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencias de las fuentes bibliográficas consultadas.
3. Toda información que contiene la tesis no ha sido auto plagiada.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por lo tanto, la información de esta investigación debe considerarse como parte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumo bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de mi accionar, sometiéndome a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto.

Tarapoto, 02 de setiembre del 2020.



.....
Bach. Ivan Carlos Rayco Valles

DNI N° 72490305

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	Rayco Valles Ivan Carlos		
Código de alumno :	097140	Teléfono:	954162350
Correo electrónico :	Ivanca352@gmail.com	DNI:	72490305

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de:	Ingeniería de Sistemas e Informática
Escuela Profesional de:	Ingeniería de Sistemas e Informática

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	(X)	Trabajo de investigación	()
Trabajo de suficiencia profesional	()		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título :	Sistema web de atractivos turísticos de la Región San Martín para mejorar la planificación de visitas de los turistas.
Año de publicación:	2020

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	(X)	Embargo	()
Acceso restringido **	()		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

7. Otorgamiento de una licencia **CREATIVE COMMONS**

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI “**Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA**”.



Firma y huella del Autor

8. Para ser llenado en el Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto de la UNSM - T.

Fecha de recepción del documento.

22 / 02 / 2021



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - T.
Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e
Innovación de Acceso Abierto - UNSM-T.

Ing. M. Sc. Alfredo Ramos Perea
Responsable

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

**** Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

Dedicatoria

A Dios que en todo momento me brindo sabiduría y humildad para cumplir con mis metas trazadas.

A mi señora madre, quien trabajo mucho para que yo pueda dar este gran paso e hiciera realidad su anhelo, las cuales fueron mis motores para generar la fuerza y lograr alcanzar esta meta.

Agradecimiento

A la Universidad Nacional de San Martín, agradecimiento a los docentes de la Escuela Profesional por haber aportado con su valioso conocimiento en mi formación profesional.

Índice general

	Pág.
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vii
Índice general	viii
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xi
Resumen	xii
Abstract.....	xiii
Introducción.....	1
CAPÍTULO I REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	6
1.1. Antecedentes de la investigación.....	6
1.2. Bases teóricas.....	11
1.3. Definición de términos básicos.....	25
CAPÍTULO II MATERIAL Y MÉTODOS	26
2.1. Materiales.....	26
2.2. Métodos	29
CAPÍTULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN	30
3.1. Resultados.....	30
3.2. Discusión	57
CONCLUSIONES.....	62
RECOMENDACIONES	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
ANEXOS	67
Anexo 1. Instrumentos.....	68

Anexo 2. Matriz de consistencia.....	73
Anexo 3. Recolección de información	74
Anexo 4. Árbol de problema	75
Anexo 5. Distribución de t de student	76
Anexo 6. Tabla de distribución normal del valor de “z”	77
Anexo 7. Sistema Web	78
Anexo 8. Diagrama de Dominio.....	80
Anexo 9. Diagrama de caso de uso de negocio	81
Anexo 10. Diagrama de caso de uso de requerimiento seguridad.....	82
Anexo 11. Diagrama de caso de uso de requerimiento mantenimiento	83
Anexo 12. Diagrama de caso de uso de requerimiento agencias.....	84
Anexo 13. Diagrama de caso de uso de requerimiento bienvenidas	85
Anexo 14. Diagrama de caso de uso de requerimiento lugares.....	86
Anexo 15. Diagrama de caso de uso de requerimiento viajes	87
Anexo 16. Modelo objeto de negocio seguridad	88
Anexo 17. Modelo objeto de negocio mantenimiento.....	89
Anexo 18. Modelo objeto de negocio lugares	90
Anexo 19. Modelo objeto de negocio bienvenida	91
Anexo 20. Modelo objeto de negocio agencias	92
Anexo 21. Modelo objeto de negocio viajes	93
Anexo 22. Modelamiento de la base de datos	94

Índice de tablas

Tabla 1 Planificación de la vista del turista a la región San Martín antes del Sistema	
Web	30
Tabla 2 Tiempo.....	31
Tabla 3 Información obtenida.....	32
Tabla 4 Planificación de las fechas festivas	33
Tabla 5 Realización de un cronograma	33
Tabla 6 Información obtenida antes de realizar la visita	34
Tabla 7 Información obtenida sobre la región San Martín.....	35
Tabla 8 Información sobre los diferentes atractivos turísticos	36
Tabla 9 Información obtenida sobre los atractivos.....	36
Tabla 10 Información obtenida para la elección de alojamiento.....	37
Tabla 11 Información clara y precisa	38
Tabla 12 sistema web de atractivos turísticos	46
Tabla 13 Planificación de la vista del turista a la región San Martín después del Sistema	
Web	47
Tabla 14 Tiempo de retraso.....	48
Tabla 15 Información obtenida en el sistema Web.	49
Tabla 16 Acceso del sistema web al realizar una adecuada planificación	50
Tabla 17 El sistema web permite realizar un cronograma.....	50
Tabla 18 Información obtenida en el sistema web	51
Tabla 19 Información obtenida en la región san Martín.....	52
Tabla 20 Información sobre los diferentes atractivos.....	53
Tabla 21 Información obtenida en el sistema web	53
Tabla 22 Información a través del sistema web para la elección de un alojamiento.....	54
Tabla 23 Información a través del sistema web	55
Tabla 24 Prueba de t de student.....	56
Tabla 25 Contrastaste de hipótesis	57

Índice de figuras

Figura 1. Diagrama de Casos de Uso	15
Figura 2. Diagrama de Clases.....	15
Figura 3. Diagrama de secuencias	16
Figura 4. Proceso interactivo e incremento	17
Figura 5. Procesos de planificación del turismo.....	20
Figura 6 Planificación de la vista del turista a la región San Martín antes del Sistema Web	30
Figura 7 Tiempo	31
Figura 8 Información obtenida	32
Figura 9 Planificación de las fechas festivas	33
Figura 10 Realización de un cronograma	34
Figura 11 Información obtenida antes de realizar la visita.....	34
Figura 12 Información obtenida sobre la región San Martín.....	35
Figura 13 Información sobre los diferentes atractivos turísticos.....	36
Figura 14 Información obtenida sobre los atractivos	37
Figura 15 Información obtenida para la elección de alojamiento	37
Figura 16 Información clara y precisa.....	38
Figura 17 sistema web de atractivos turísticos	46
Figura 18 Planificación de la vista del turista a la región San Martín antes del Sistema Web	47
Figura 19 Tiempo de retraso.....	48
Figura 20 Información obtenida en el sistema Web.....	49
Figura 21 Acceso del sistema web al realizar una adecuada planificación	50
Figura 22 El sistema web permite realizar un cronograma	51
Figura 23 Información obtenida en el sistema web	51
Figura 24 Información obtenida en la región san Martín.....	52
Figura 25 Información sobre los diferentes atractivos	53
Figura 26 Información obtenida en el sistema web	54
Figura 27 Información a través del sistema web para la elección de un alojamiento	54
Figura 28 Información a través del sistema web	55
Figura 29 Campana de Gauss	57

Resumen

El presente estudio titulado sistema web de atractivos turísticos de la región San Martín para mejorar la planificación de visitas de los turistas, planteó como objetivo determinar la influencia de un sistema web de atractivos turísticos en la mejora de la planificación de la visita del turista a la región San Martín, para ello se tuvo un estudio aplicado, experimental con una muestra de 65 turistas, donde mediante el diseño del sistema web y la aplicación de los cuestionarios se llegó a concluir que la planificación de la visita turística en la región de San Martín antes de la implementación del sistema web fue regular en un 49% con tendencia a inadecuada en un 42% y adecuada sólo en un 9%, por cuanto los turistas utilizan gran parte de su tiempo revisando folletos poco efectivos debido a que carecen de información actualizada. Asimismo, la planificación de la visita turista después de la implementación del sistema web es adecuada en un 93%, regular en 3% e inadecuado sólo en un 1%, debido a que se ha mejorado significativamente los atractivos de la región. Finalmente, el sistema web “Paradise Verde” tiene una influencia positiva en la mejora de la planificación de la visita por parte los turistas, esto debido a que el valor de significancia bilateral es menor a 0.05, al igual que el valor de t_c (12,044) es mayor al t_t (1,671), permitiendo de esta manera aceptar la hipótesis de investigación.

Palabras clave: sistema web, planificación.

Abstract

The present study entitled "Web system of tourist attractions of the San Martin region to improve the planning of visits of tourists", aimed to determine the influence of a web system of tourist attractions in improving the planning of the tourist's visit to the region of San Martin, for this an applied, experimental study with a sample of 65 tourists was carried out. Through the design of the web system and the application of the questionnaires, it was concluded that the planning of the touristic visit in the region of San Martin before the implementation of the web system was regular in 49% with a tendency to inadequate in 42% and adequate in only 9%, since tourists spend most of their time reviewing ineffective brochures due to the lack of updated information. Likewise, the planning of the tourist visit after the implementation of the web system is adequate in 93%, regular in 3% and inadequate in only 1%, due to the fact that the attractions of the region have been significantly improved. Finally, the "Paradise Verde" web system has a positive influence on the improvement of tourists' visit planning, as the bilateral significance value is less than 0.05, as well as the tc value (12.044) is greater than the tt (1.671), which allows to accept the research hypothesis.

Key words: web system, planning.



Introducción

En el mundo del turismo se ha convertido en una de las actividades más importantes, pues ha permitido la reactivación económica de muchos países, la interacción de diversas culturas y ha generado mayores puestos de trabajo, por cuanto se ha evidenciado que el turismo crece y crece, tal como lo señala el Diario Noticias Bancarias (2018, enero 21) informa que el turismo a nivel mundial creció un 7% en el año 2017, alcanzando un 1.322 millones de viajeros, señalando a España como segundo país más visitado, sólo por detrás de Francia y por delante de los Estados Unidos. Asimismo, señala que desde el 2010 se viene incrementando el turismo, la cual España logró batir su récord con 82 millones de turistas extranjeros consolidándose como segunda potencia turística mundial, con un aumento del 9% y superando a Estados Unidos. Para 2018, se espera un aumento entre el 4% y el 5%, por encima de las expectativas para 2030, con un crecimiento sostenido, pero a un ritmo más moderado de entre 3% y el 4%, sin embargo, es necesario hacer hincapié de la intervención de los sistemas web en el turismo, pues se ha visto que con su utilización se ha mejorado la planificación de visitas de los turistas a diferentes partes del mundo y debido al comportamiento y preferencias de los viajeros se han implementado dichos sistemas permitiendo mayor información de los diversos destinos., así como también de las dinámicas aplicadas en cada lugar, debido a que estos sistemas han traspasado fronteras. Es así como el Diario Noticias Bancarias (2018, enero 21) manifiesta que el Concejal de Promoción Económica, Innovación y Turismo presentó una nueva plataforma web de turismo, pues la anterior página presentaba carencias pues no disponía de tecnología responsive, que permite la adaptación de los contenidos a los distintos dispositivos. La plataforma actual ha permitido mayor accesibilidad y más visibilidad, con imágenes atractivas y llamativas y con más recursos gráficos para mejorar la información que se ofrece al visitante. Así pues, el año pasado fueron 27.325 los usuarios únicos que accedieron al portal, la mayoría de España (91%), seguido por los ciudadanos de Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Brasil o Rusia, entonces se destaca la importancia de contar con una web para la difusión comunicativa del turismo.

El Perú es una potencia turística ya que cuenta con gran cantidad de atractivos turísticos, este se debe fundamentalmente a las acciones desarrolladas por el MINCETUR (2015) quien impulsa la llegada de más visitantes a nuestro país. Además de estas acciones se emprendió un trabajo permanente con la industria turística, gracias al apoyo de la Asociación de

Operadores Turísticos de Estados Unidos (USTOA por sus siglas en inglés), la Asociación de Comercialización de Viajes de Aventura (ATTA por sus siglas en inglés) y la red de comercialización Virtuoso, según la publicación del Diario El Peruano (2016, junio 27), actualmente el turismo en el Perú está desarrollándose de una manera acelerada, de acuerdo a las tasas de crecimiento registradas hasta abril del 2016, hemos crecido un 6.7%. la tasa de expansión de 2016 en comparación con lo observado en el 2011 reportó un avance de 43%, lo cual implica una tasa anual promedio de 7.5%; solo a fines del año 2013 llegaron a nuestro país 3 163 639 turistas extranjeros (ver anexo 3), como se corrobora, existe una tendencia al crecimiento de las visitas de turistas al Perú. Sin embargo, es necesario recalcar la importancia del uso de la tecnología que hoy en día se ha venido incorporando, como son el uso de los portales Webs, que ha permitido al turista mejorar la planificación de sus visitas a los diferentes atractivos turísticos del Perú. Tal es el caso que el Diario Portal de Turismo (2018, febrero 21) afirma que el avance de la tecnología ha generado nuevos modelos de promoción, gestión y comercialización en la industria turística exigiendo a los destinos y empresas del sector adaptar sus estrategias a la tendencia del mercado, como son la implementación de sitios webs que proporcionen información de confianza cuando el turista requiere hacer una planificación virtual de los atractivos turísticos que desea visitar.

La región San Martín no es ajena a esta realidad, puesto que se ha convertido en el destino preferido por los turistas gracias a sus atractivos turísticos ligados a la naturaleza y biodiversidad. Así, el Banco Central de Reserva del Perú señala que en julio del 2011 los visitantes fueron 31% más que el mismo periodo del año anterior, registrándose 53 383 arribos de turistas y 72 111 pernoctaciones, superiores en 31.5% y 28.9% con respecto al similar mes del año anterior (2010). El turismo interno conformado por 52 238 visitantes aumentó 31.2% y el receptivo conformado por 1 145 extranjeros creció 42.2%. En el periodo enero-julio de 2011, los arribos y pernoctaciones acumularon incrementos de 20.3% y 20.7%, más que el mismo periodo del año anterior (2010) (ver anexo 3).

A partir de este indicio y viendo que el turismo genera una cadena amplísima de servicios e ingresos en centros de hospedaje, restaurantes, agencias de viaje, entre otros. Hay un potencial enorme por desarrollar.

Entonces es necesario buscar un mejoramiento continuo. Por tal motivo, teniendo en cuenta el auge de nuestra región en el sector turismo y de las necesidades que a su vez estos aquejan a los turistas con respecto a la escasa información que se encuentra en la web sobre los

atractivos turísticos de la región, se hace evidente la necesidad de una herramienta que involucre los últimos avances tecnológicos, que brinde facilidad en su planificación turística y que sea un medio portable con toda la información necesaria en el instante que lo requiera el turista.

En la Región San Martín, el turismo está sujeto a constantes cambios provenientes de la evolución de la propia actividad, como del entorno en el que se desarrolla, las cuales han generado impactos económicos, socioculturales y medioambientales, así mismo, la región se ha visto marcado por el crecimiento de la afluencia turística, especialmente las vinculadas a la cultura, tradición, costumbres, paisajes, así como también los lugares paradisiacos que se vienen descubriendo en la majestuosidad de la selva, las mismas que han servido para desarrollar el turismo de aventura, el turismo vivencial, el etnoturismo, siendo estos tipos de turismo los que buscan realizar los turistas, y es ahí donde la planificación turística adquiere un papel importante, ya que sirve como estrategia para permitir al turista realizar un cronograma de actividades a realizar, así como también establecer límites de tiempos para realizar las visitas. Así mismo, se torna importante el uso de las páginas webs que brindan mayor información. Sin embargo, se ha observado que en la Región San Martín una de los problemas principales para desarrollar el turismo es la falta de planificación, pues el turista al momento de querer visitar los diferentes atractivos no información en las redes que sea de utilidad para realizar las visitas en tiempos oportunos, es decir, conocer las fechas festivas donde se puedan presenciar las costumbres y tradiciones de la región. Así también, se ha visto que existen páginas webs que brinden servicio de paquetes turísticos, pero estas se encuentran condicionadas por precios y reducidos lugares de visita, por lo que al turista no le permite realizar una adecuada planificación de lo que pretende conocer. Incluso se ha visto que el uso de los sistemas webs para dar a conocer los atractivos turísticos con los que cuenta la Región San Martín es poco accesible para el turista y esto se debe a la escasa difusión mediante los sistemas webs.

Además, se aprecia que los turistas no cuentan con la información necesaria para la debida planificación y de un recorrido turístico y deciden desarrollarla a la deriva, para lo que mayormente suelen recurrir a la información que le brindan los ciudadanos, sobre la ubicación y movilidad para llegar a su destino. El tiempo promedio que le demanda obtener dicha información es entre 10 a 15 minutos, por lo que estas situaciones generan incomodidad en el turista y que no recorran a cabalidad o que no lleguen a tiempo al destino previsto, así como también se encuentran expuestos a la inseguridad ciudadana al no contar

con una adecuada planificación. Muchos turistas antes de visitar la región desean conocer los costos en los que se incurre y dicha información no se encuentra en un sistema web con facilidad, y si se encuentra no es confiable, por lo que a través de la presente investigación se pretende desarrollar un sistema web que sea confiable y brinde la información necesaria para que un turista se sienta seguro al visitar la Región San Martín, teniendo ya un tour por realizar gracias a la información que encontrará en la página web.

Por los problemas evidenciados nace la necesidad de desarrollar esta investigación, así como también para mejorar la planificación de la visita del turista a la Región San Martín con la aplicación de un sistema web.

En el presente estudio se planteó como problema general, ¿Cómo mejorar la planificación de la visita del turista a la región San Martín con la aplicación del sistema?, de acuerdo al problema planteado se tiene el objetivo general: Mejorar la planificación de la visita del turista a la región San Martín con la aplicación de un sistema web, así mismo se presenta los objetivos específicos: Analizar la planificación de la visita del turista a la región San Martín antes de la implementación del sistema web, diseñar e implementar un sistema web de atractivos turísticos para la planificación turística, Analizar la planificación de la visita del turista a la región San Martín después de la implementación del sistema web, evaluar sistema web de atractivos turísticos para la planificación turística, finalmente se planteó como hipótesis “H₁: Con el uso del sistema se mejorara la planificación de visitas del turista en la región San Martín”.

Frente a esta realidad la investigación se justificó debido a que permitió conocer la importancia de realizar una planificación turística y el papel que juega en un sistema web, así mismo la presente investigación es de mucha importancia porque el sistema web funciona en las redes para que el turista pueda acceder y obtener la información que requiera de los diferentes atractivos turísticos, y fechas festivas de la Región San Martín y así poder asistir con una previa planificación, de igual manera se justifica de manera social puesto que habrá una mayor acogida de turistas en la Región San Martín, permitiendo así un mayor crecimiento económico, de igual manera permitirá la difusión de las costumbres y tradiciones de la Región, siendo los beneficiados las comunidades en su conjunto, también brinda información más detallada y utiliza un novedoso diseño con tecnología de posicionamiento web (SEO), a diferencia de las páginas web de las agencias de turismo que brindan información de la región, para lograr resolver los objetivos planteados se acudió a

la elaboración de instrumentos que sean capaces de medir la Variable I (Sistemas Web) para mejorar la Variable II (Planificación). Los instrumentos fueron elaborados, pero antes de su aplicación, evaluados a través del juicio de expertos. Los instrumentos utilizados para la investigación que se desarrolló fue el cuestionario para ambas variables, es decir, para la Variable I “Sistemas Web” y la “Planificación”.

Finalmente es importante indicar que la investigación realizada consta de los siguientes capítulos:

Capítulo I, se da a conocer la realidad problemática, antecedentes de la investigación, el fundamento teórico científico, la definición de términos básicos, sistema de variables y la operacionalización de variables.

Capítulo II, se presenta los materiales, tanto técnicas como instrumentos utilizados, el tipo y nivel de investigación, población y muestra.

Capítulo III, se muestran los resultados obtenidos en la investigación, así como la discusión de los resultados. Las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y los anexos.

CAPÍTULO I

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

1.1. Antecedentes de la investigación

A nivel internacional

Castillo, M. (2014) en su artículo *“La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas”* (Artículo científico). Estudios y perspectivas en turismo. Argentina. Tuvo como objetivo general recopilar y analizar los artículos sobre promoción turística publicado entre 2009 y 2014 en la base electrónica Scopus, identificando en ello, principalmente los instrumentos de promoción turística y los destinos turísticos estudiados. Llegó a concluir que el número de artículos hallados en la base de datos SCOPUS según los criterios de búsqueda y seleccionados según al abstract y la introducción, es de 13 artículos en cuatro años y en lo corrido del año 2014, el cual es un número bajo de publicaciones sobre el tema de promoción turística (6 artículos) y comunicación del marketing integrado (7 artículos) de los destinos turísticos, por lo menos en las revistas académicas asociadas a la base de datos utilizada. En la mayoría de los casos, los artículos que fueron descartados se enfocan en otros conceptos sobre el marketing turístico, pero no sobre la promoción turística de los destinos turísticos. En otros casos, la base de datos suministró artículos relacionados con la promoción turística de los hoteles, estos también fueron descartados.

López, A. y Molina, I. (2015) en su artículo *“Planificación y diseño de rutas turísticas con un sistema de información geográfica online: propuestas y aplicaciones educativas para Castilla y León”* (Artículo científico) Universidad de Zaragoza. Tuvo como objetivo determinar una planificación y diseño de rutas turísticas con un sistema de información geográfica online: propuestas y aplicaciones educativas para Castilla y León. Llegó a concluir que esta herramienta se revela como un medio eficaz para fomentar el uso de las tecnologías de la información geográfica en el aula y, en concreto, se plantea como un sistema válido para el diseño de rutas turísticas a través de la cartografía como elemento guía. El mapa ha sido siempre la referencia básica en la dinámica de exploración que todo viaje lleva consigo y la posibilidad de utilizar el storymap como esqueleto de conocimiento para una ruta turística abre un amplio abanico de desarrollo de propuestas en este sentido. El uso de la aplicación de ArGis online para este tipo de ejercicio se ha traducido, además, en una notable dinámica de mejora acumulativa, puesto que la construcción del storymap ha

despertado en el alumnado el interés por la cartografía en general y se ha detectado que buena parte del mismo ha realizado consultas sobre otros programas y aplicaciones similares y ha manifestado su interés por los SIG en general como herramienta para su futuro desarrollo profesional.

Legerén, E. (2010) en su artículo *“Diseño de un sistema de información mediante una Intranet corporativa: Propuesta de implementación de una empresa constructora de la provincia de Granada”* (Artículo científico). Tuvo como objetivo diseñar un prototipo de intranet corporativa como sistema de comunicación interno, de la empresa con proveedores, clientes, etc. Llegó a concluir que para la implantación de un Sistema de Gestión Integral (Enterprise resource planning, ERP), se favorecerá también la implementación de la intranet ya que podrá aprovechar la infraestructura creada para el ERP, convirtiéndose la intranet en un módulo del éste, ambos proyectos enmarcados en la estrategia de información de la empresa además que el software más adecuado para la implementación de la intranet es SharePoint Portal Server 2007, un producto de Microsoft al igual que el ERP, de forma que se asegura que el funcionamiento de una y otro sea compatible.

A nivel nacional

Medina, G. y Montalvo, G. (2017) en su artículo *“Mejora de la productividad mediante un sistema de gestión basado en Lean Six Sigma en el proceso productivo de Pallets en la Empresa Maderera Nuevo Perú S.A.C., 2017”* (Artículo científico). Revista Ingeniería. Perú. Tuvo como objetivo principal mejorar la productividad en el proceso productivo de Pallets en la empresa Maderera Nuevo Perú S.A.C. mediante un sistema de gestión basado en Lean Six Sigma. Llegó a concluir que se calculó de la productividad estimada de acuerdo a la propuesta del Sistema de Gestión basado en Lean Six Sigma, el cual se determinó por los modelos predominantes en la producción de pallets, como estimación se propone una mejora de 50% para cada factor de mano de obra, materia prima e insumos, maquinaria y equipos. Entonces se dice que la productividad estimada de mano de obra para el modelo A es de 3.07, modelo B es de 2.28 y para el modelo C es de 0.94 , con respecto a la productividad estimada de materia prima e insumos para el modelo A es de 2.19, modelo B es de 2.15y el modelo C es de 1.92 y por ultimo para la productividad estimada de maquinaria y equipos se lograría llegar en el modelo A de 4.63, modelo B es de 3.43 y el modelo C es de 1.418, dando un aumento de la productividad global estimada de 1.01 a 1.36.

Morillas, A. (2016), en su artículo "*Sistema de información Turístico Web Responsive para mejorar la promoción del turismo en la Región La Libertad*". (Artículo científico). Universidad César Vallejo. Trujillo, Perú. Tuvo como objetivo mejorar la promoción del turismo en la Región La Libertad. El estudio fue de tipo experimental, cuya muestra estuvo conformada por 96 turistas nacionales e internacionales, para la recolección de datos se empleó como técnica la entrevista y la encuesta y como instrumento la guía de entrevista profundizada y el cuestionario. Concluyó que el Sistema Web Responsive mejoró la promoción del turismo en la Región La Libertad, obteniendo resultados importantes en el nivel de satisfacción del turista, incrementando el nivel de satisfacción del turista encuestado en un 52.1%, respecto a la información percibida.

Alberca, F. (2013), en su artículo "*Implementación de una guía turística colaborativa virtual para mejorar la difusión de los lugares turísticos de la provincia de San Ignacio – Cajamarca*". (Artículo científico). Universidad César Vallejo. Tuvo como objetivo general mejorar la difusión de los lugares turísticos de la provincia de San Ignacio – Cajamarca, a través de la implementación de una guía turística colaborativa virtual. El estudio fue de tipo cuantitativo de diseño cuasi experimental, cuya muestra estuvo conformada por 153 turistas, para la recolección de datos se empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Concluyendo que la guía turística colaborativa virtual mejoró la difusión de los atractivos turísticos de la provincia de San Ignacio, con un nivel de satisfacción del 81%, 38% superior a la obtenida con las guías tradicionales, de igual forma, se evidencia que se reduce el tiempo y los costos promedios de búsqueda de información turística en un 44% y 36% respectivamente, finalmente, la prueba T Student mostró que existen diferencias significativas entre los resultados del pretest y postest respecto al nivel de satisfacción, costos y tiempo de búsqueda de la información turística, con un nivel de significancia del 5%.

Mendoza, O. (2017), en su artículo "*Diseño e implementación de un circuito turístico inteligente en la Región Puno mediante la metaheurística Búsqueda Tabú*". (Artículo científico). Universidad Peruana Unión. Juliaca, Perú. Tuvo como objetivo general diseñar e implementar un circuito turístico inteligente en la Región Puno mediante la metaheurística Búsqueda Tabú. El tipo de investigación fue aplicada. Concluyó que se desarrolló una aplicación web que integra a la metaheurística Búsqueda Tabú, dicha aplicación web se desplegó en un servidor de aplicación con un el dominio www.turismoruralcomunitario.pe

en donde se realizaron las pruebas de despliegue respectivas, en donde los emprendedores y diferentes actores validaron satisfactoriamente los resultados finales.

Chuquilin, J. (2015), en su artículo "*Sistema de información hotelera y turística Vía Web y Móvil, para mejorar la atención al cliente en el Gran Bolívar Hotel S.A, de la Ciudad de Trujillo*". (Artículo científico). Universidad César Vallejo. Trujillo – Perú. Tuvo como objetivo general mejorar el nivel de atención al cliente mediante el desarrollo de un sistema de información hotelero vía web y móvil. El tipo de investigación fue aplicada de diseño experimental, asimismo para la recolección de datos se empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Concluyó que con la implementación del sistema vía web y móvil de información hotelera y turística se incrementó el número de visitantes turistas en un 29.8%, logrando de esa manera mejorar significativamente el nivel de atención al cliente en el Gran Bolívar Hotel S.A., y la calidad turística de la ciudad de Trujillo.

A nivel local

Aranda, C. (2019), en su investigación "*Implementación de una aplicación móvil Android para mejorar la difusión de información turística en la ciudad de Tarapoto*". Universidad Nacional de San Martín. Tarapoto, Perú. Tuvo como objetivo general mejorar la difusión de información turística de la ciudad de Tarapoto mediante la implementación de una aplicación móvil Android. El tipo de investigación fue aplicada, de nivel experimental y diseño pre experimental, cuya muestra estuvo conformada por 335 nacionales y extranjeros, asimismo, para la recolección de datos se empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Concluyó que el uso de la aplicación móvil Android Scapate tuvo una gran influencia en la difusión de la información turística de la ciudad de Tarapoto, pues al realizar la prueba de t-student de contrastación de hipótesis se encontró que $-t_c < -t_t$ ($-3.213 < -1.645$), lo que permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa a un nivel de significancia de 0.05 esto confirmó que la implementación de la aplicación móvil Android mejorará significativamente la difusión de la información turística de la ciudad de Tarapoto.

Calderón, Y. (2018) en su tesis titulada "*Diseño de un Sistema Web de seguimiento a las capacitaciones financieras a microempresarios de la Financiera Edyficar Moyobamba*" (Tesis de Grado). Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú. Tuvo como objetivo diseñar un sistema web para el seguimiento de las capacitaciones financieras a los microempresarios de la Financiera Edyficar Moyobamba. Siendo la investigación de tipo aplicada con un diseño experimental, usando como instrumentos la guía de entrevista, tuvo

como muestra a 89 clientes de la empresa Financiera Edyficar. Llegó a la siguiente conclusión: Mediante el prototipo del Sistema Web de SISCIFI se logró realizar una vista general de las funcionalidades del Sistema para su futura implementación. Así mismo, el uso del SISCIFI servirá como herramienta de auto evaluación y seguimiento a los empresarios (p.107).

Reátegui, F. (2014) en su tesis titulada “*Implementación de un Sistema de Información Web para el control de ventas en la empresa Verdal R.S.M. Perú S.A.C.*” (Tesis de Grado). Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú. Tuvo como objetivo optimizar el control de ventas en la empresa Verdal R.S.M. Perú S.A.C. mediante la implementación de un sistema de información web. La investigación fue de tipo aplicada con un diseño cuasi experimental, el instrumento utilizado fue el cuestionario y la guía de análisis documental, siendo la muestra de 56 clientes. Llegó a la siguiente conclusión: Con la implementación del sistema web se obtuvo la fidelización de la cartera de clientes, notando claramente en las órdenes de ventas constatare de las cuales son actores, llegando a un 83% de los procesos automatizados desarrollados con el sistema y la utilización de menos tiempo y menos recursos con mayor número de atenciones, esto conllevó a mejorar en 53% el servicio de atención al cliente, el reclamo por error de comprobante se redujo en un 100% realiza la impresión con datos reales. La implantación de un sistema de información web para optimizar el control de ventas en la empresa ha influido en la satisfacción del usuario final por el fácil uso y su interactividad, de tal forma que el 87% se identifican con el sistema lo mismo que se refleja a la hora de realizar los procesos. Por otro lado, el porcentaje de cobranzas mejoró en un 31.39%, esto es atribuible a los plazos y fecha de cobranza establecidos en la venta acompañada de un historial de pagos logrando conocer la deuda restante por cliente y la deuda cancelada, asimismo el cliente es alertado de las deudas pendientes para no presentar atrasos en el proceso de cobranza (p.190).

Villegas, C. (2015) en su tesis titulada “*Implementación de un sistema de información para la gestión de historiales médicos en la Clínica San Camilo Salud, Tarapoto*” (Tesis de Grado). Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú. Tuvo como objetivo implementar un sistema de información para optimizar la gestión de los historiales médicos en la Clínica San Camilo Salud, Tarapoto. El diseño de la investigación fue preexperimental. Los instrumentos utilizados fueron los reportes y el cuestionario., estando la muestra conformada por el Personal, Directivo y Jefatura de Especialidades que ofrece la Clínica San Camilo Salud que son un total de 26 personas. Llegó a la siguiente conclusión: Mediante la

implementación del sistema de información basado en PHP y PostgreSQL (software) en la Clínica San Camilo Salud se resolvieron varios problemas que eran influyentes para la gestión de historiales médicos lo cual generó fiabilidad para que así el Director General pueda tomar decisiones acerca de los historiales de los pacientes (p.148).

1.2.Bases teóricas

1.2.1. Sistema web

Definición

Gutiérrez (2008) señala que:

Los términos web, red e internet se usan intercambiamente. Desde el punto de vista técnico, son objetos completamente diferentes. Internet hace referencia a la red física que conecta diferentes computadoras y lugares. Sus preocupaciones son protocolos de transmisión de datos (TCP IP), manejo de nombres de dominio, etc. La web hace referencia a la arquitectura lógica de la información que ha sido posible construir sobre esa red física (p.18).

Tipos de Sistemas

Los sistemas se pueden clasificar de una forma general en sistemas abiertos y cerrados:

- **Los sistemas abiertos:** Son aquellos que mantienen una relación con su entorno interno e influyen sobre estos y también reciben influencias del entorno externo. Además, hace referencia a un sistema que interactúa con su medio ambiente. Así mismo, se puede establecer que en un sistema abierto existe la utilización de diversas plataformas tecnológicas, para el buen y mejor funcionamiento del mismo.
- **Los sistemas cerrados:** Son sistemas que carecen de relación con el entorno externo y son estudiados por la física clásica, los mismo que se estudian aislados de su entorno, casi en la realidad no existen, pues estamos formados por sistemas y a la vez formamos parte de un sistema más complejo.

Bases lógicas de la Web

Gutiérrez (2008) señala que, desde el punto de vista técnico, los tres pilares básicos sobre los que se sustenta la arquitectura lógica de la Web son:

1. Identificadores únicos (URI): En un mundo ideal, la suposición básica necesaria para poder referirse (referenciar) y hablar de (describir) todos los objetos, es que éstos tengan su nombre propio, que en términos técnicos se llaman identificador. En la Web estos nombres técnicos se llaman Identificadores Universales de Recursos (URI por sus siglas inglesas). Una versión más elemental de URI es la URL (Localizador Universal de Recursos por sus siglas inglesas) que corresponde a una dirección en la web. La dirección es una de las formas de identificar un objeto, pero es bueno señalar que la noción de identificador es más amplia que la de dirección por ejemplo para recursos móviles que no tienen dirección fija.
2. Leguaje universal para describir HTML: Otra suposición básica para la comunicación universal es un lenguaje único, entendible por todos. Tim Berners-Lee diseñó el lenguaje HTML (siglas del inglés Hyper Text Markup Language que, a sus características de simplicidad de uso, suma una característica clave el ser un lenguaje de hipertexto, es decir, que tiene una forma de anclar o redirigir al lector desde un punto cualquiera de texto a otro lugar. Estos son los famosos links o enlaces en la web.

Metodología UML

Cualquier rama de ingeniería o arquitectura ha encontrado útil desde hace mucho tiempo la representación de los diseños de forma gráfica. Desde los inicios de la informática se han estado utilizando distintas formas de representar los diseños de una forma más bien personal o con algún modelo gráfico. La falta de estandarización en la manera de representar gráficamente un modelo impedía que los diseños gráficos realizados se pudieran compartir fácilmente entre distintos diseñadores.

Se necesitaba por tanto un lenguaje no sólo para comunicar las ideas a otros desarrolladores sino también para servir de apoyo en los procesos de análisis de un problema. Con este objetivo se creó el Lenguaje Unificado de Modelado (UML: Unified Modeling Language). UML se ha convertido en ese estándar tan ansiado para representar y modelar la información con la que se trabaja en las fases de análisis y, especialmente, de diseño.

El lenguaje UML tiene una notación grafica muy expresiva que permite representar en mayor o menor medida todas las fases de un proyecto informativo: desde el análisis con los casos de uso, el diseño con los diagramas de clases, objetos, etc., hasta la implementación y configuración con los diagramas de despliegue.

¿Qué es UML?

UML es ante todo un lenguaje. Un lenguaje proporciona un vocabulario y unas reglas para permitir una comunicación. En este caso, este lenguaje se centra en la representación gráfica de un sistema.

Este lenguaje nos indica cómo crear y leer los modelos, pero no dice cómo crearlos. Esto último es el objetivo de las metodologías de desarrollo.

Objetivos del UML

- Visualizar: UML permite expresar de una forma gráfica un sistema de forma que otro lo pueda entender.
- Especificar: UML permite especificar cuáles son las características de un sistema antes de construcción.
- Construir: A partir de los modelos especificados se pueden construir los sistemas diseñados.
- Documentar: Los propios elementos gráficos sirven como documentación del sistema desarrollado que pueden servir para su futura revisión.

Aunque UML está pensado para modelar sistemas complejos con gran cantidad de software, el lenguaje es lo suficientemente expresivo como para modelar sistemas que no son informáticos, como flujos de trabajo (workflow) en una empresa, diseño de la estructura de una organización y por supuesto, en el diseño de hardware.

Un modelo de UML está compuesto por tres clases de bloques de construcción:

- Elementos: Los elementos son abstracciones de cosas reales o ficticias (objetos, acciones, etc.).
- Relaciones: Relacionan los elementos entre sí.
- Diagramas: Son colecciones de elementos con sus relaciones.

Diagramas UML

Un diagrama es la representación gráfica de un conjunto de elementos con sus relaciones. En concreto, un diagrama ofrece una vista del sistema a modelar. Para poder representar correctamente un sistema, UML ofrece una amplia variedad de diagramas para visualizar el sistema desde varias perspectivas. UML incluye los siguientes diagramas:

- Diagrama de casos de uso.
- Diagrama de clases.
- Diagrama de objetos.
- Diagrama de secuencia.
- Diagrama de actividades.
- Diagrama de componentes.
- Diagrama de despliegue.
- Diagrama de estados.
- Diagrama de colaboración.

Los diagramas más interesantes (y los más usados) son los de casos de uso, clases y secuencia, por lo que nos centraremos en éstos. Para ello se utilizará ejemplos de un sistema de venta de entradas de cine por internet.

El *diagrama de casos de usos* representa gráficamente los casos de uso que tiene un sistema. Se define un caso de uso como cada interacción supuesta con el sistema a desarrollar, donde se representan los requisitos funcionales. Es decir, se está diciendo lo que tiene que hacer un sistema y cómo. En la figura 3 se muestra un ejemplo de casos de uso, donde se muestran tres actores (los clientes, los taquilleros y los jefes de taquilla) y las operaciones que puedan realizar (sus roles).

El *diagrama de clases* muestra un conjunto de clases, interfaces y sus relaciones, Éste es el diagrama más común a la hora de describir el diseño de los sistemas orientados a objetos. En la figura 4 se muestran las clases globales, sus atributos y las relaciones de una posible solución al problema de la venta de entradas.

En el *diagrama de secuencia* se muestra la interacción de los objetos que componen un sistema de forma temporal. Siguiendo el ejemplo de venta de entradas, la figura 5 muestra la interacción de crear una nueva sala para un espectáculo.

El resto de diagramas muestran distintos aspectos del sistema a modelar. Para modelar el comportamiento dinámico del sistema están los de interacción, colaboración, estados y actividades. Los diagramas de componentes y despliegue están enfocados a la implementación del sistema.

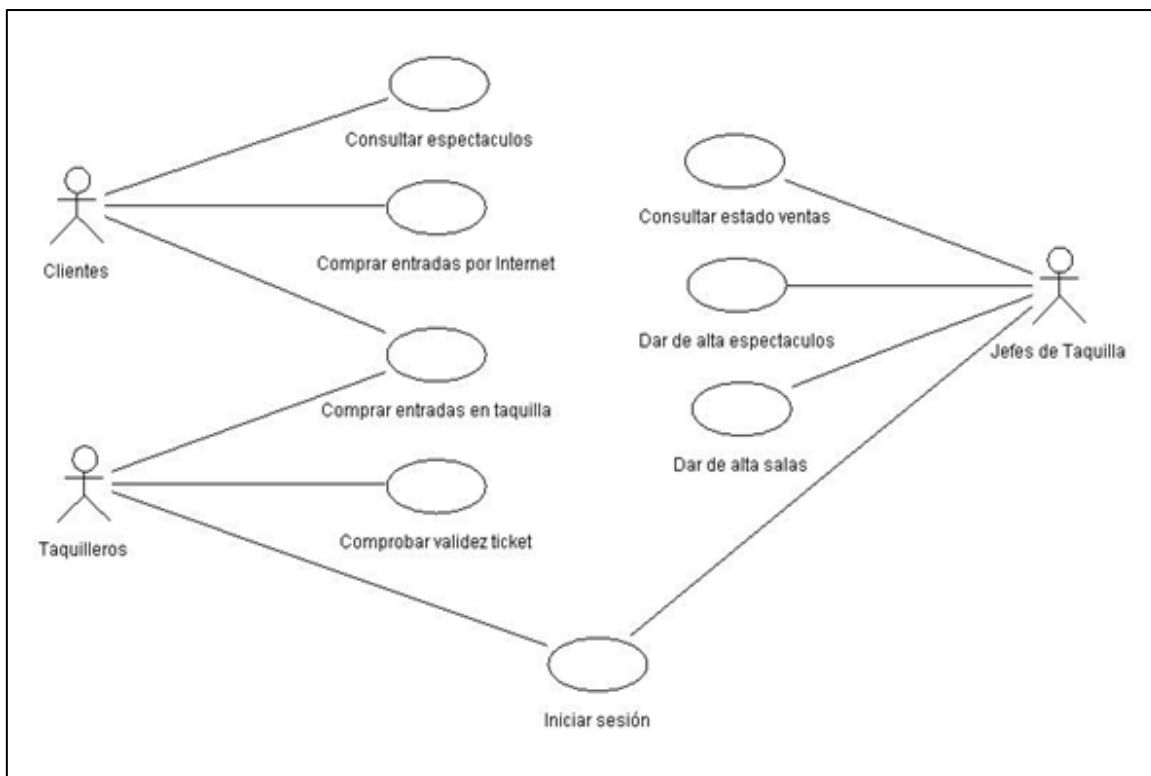


Figura 1. Diagrama de Casos de Uso. (Fuente: Recolección de datos).

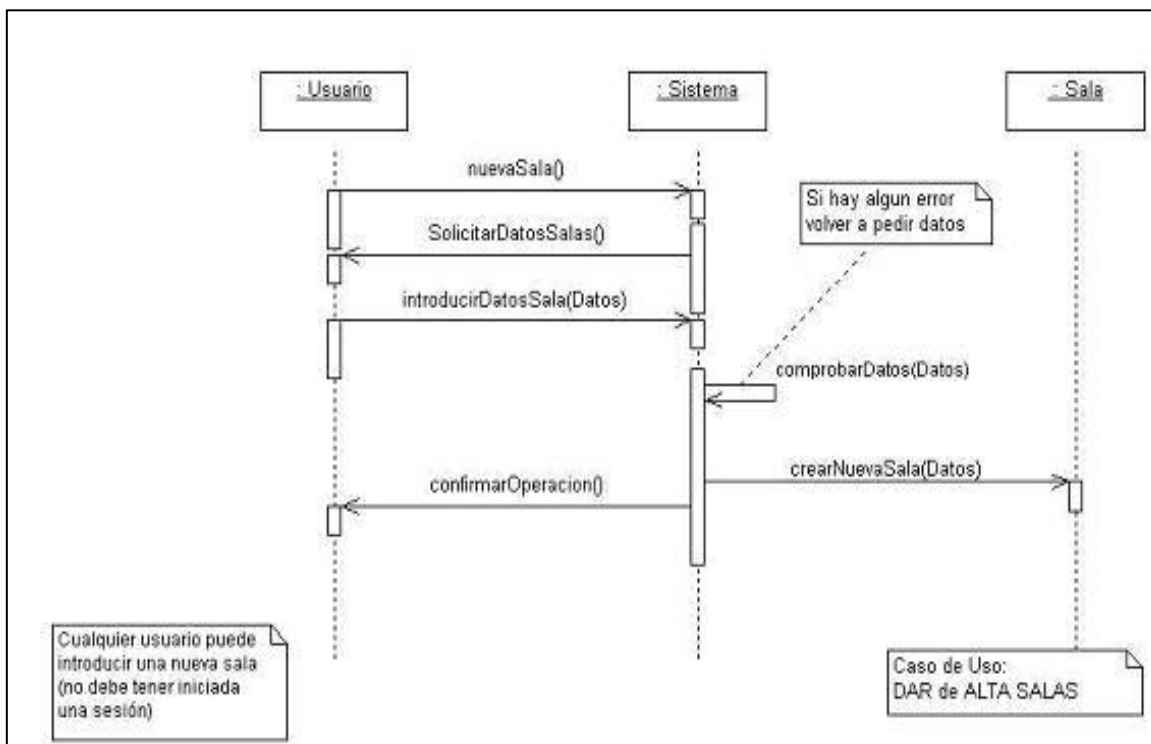


Figura 2. Diagrama de Clases. (Fuente: Recolección de información).

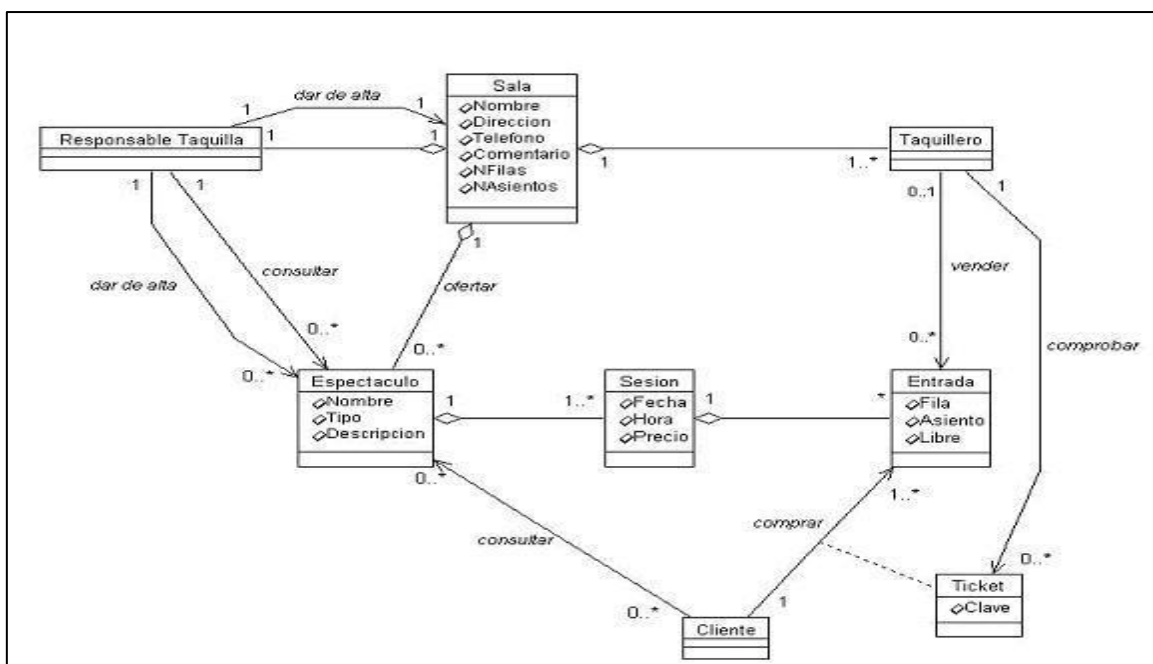


Figura 3. Diagrama de secuencias. (Fuente: Recolección de información).

Proceso Unificado de Desarrollo

El proceso unificado está basado en componentes, lo cual quiere decir que el sistema software en construcción está formado por componentes software interconectados a través de interfaces bien definidos. Además, el Proceso Unificado utiliza el UML para expresar gráficamente todos los esquemas de un sistema software. Pero, realmente, los aspectos que definen este Proceso Unificado son tres: Es iterativo e incremental, dirigido por casos de uso y centrado en la arquitectura:

- **Dirigidos por casos de uso:** Basándose en los casos de uso, los desarrolladores crean una serie de modelos de diseño e implementación que los llevan a cabo. Además, estos modelos se validan para que sean conformes a los casos de uso. Finalmente, los casos de uso también sirven para realizar las pruebas sobre los componentes desarrollados.
- **Centrado en la arquitectura:** En la arquitectura de la construcción, antes de construir un edificio éste se contempla desde varios puntos de vista: estructura, conducciones eléctricas, fontanería, etc. Cada uno de estos aspectos está representado por un gráfico con su notación correspondiente. Siguiendo este ejemplo, el concepto de arquitectura software incluye los aspectos estáticos y dinámicos más significativos del sistema.
- **Iterativo e incremental:** Todo sistema informático complejo supone un gran esfuerzo que puede durar desde varios meses hasta años. Por lo tanto, lo más práctico es dividir un proyecto en varias fases. Actualmente se suele hablar de ciclos de vida en los que se

realizan varios recorridos por todas las fases. Cada recorrido por las fases se denomina iteración en el proyecto en las que se realizan varios tipos de trabajo (denominados flujos). Además, cada iteración parte de la anterior incrementando o revisando la funcionalidad implementada. Se suele denominar proceso.

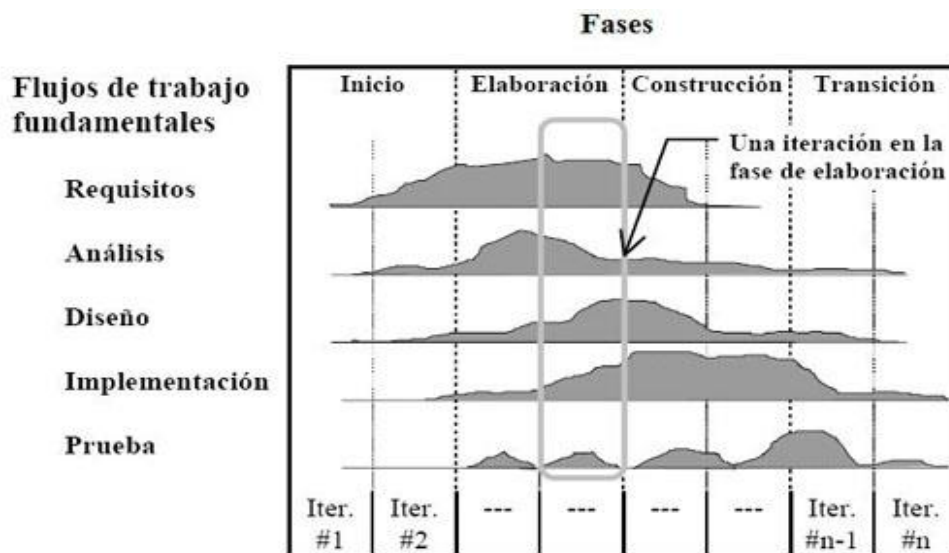


Figura 4. Proceso interactivo e incremento. (Fuente: Recolección de información).

Fases del Desarrollo de un Sistema

Las fases del desarrollo de sistemas que soporta UML son Análisis de requerimientos, Análisis, Diseño, Programación y Pruebas.

a) *Análisis de requerimientos*

UML tiene casos de uso (use-cases) para capturar los requerimientos del cliente. A través del modelado de casos de uso, los actores externos que tienen interés en el sistema son modelados con la funcionalidad que ellos requieren del sistema (los casos de uso). Los actores y los casos de uso son modelados con relaciones y tienen asociaciones entre ellos o éstas son divididas en jerarquía. Los actores y casos de uso son descritos en un diagrama use-case. Cada use-case es descrito en texto y especifica los requerimientos del cliente, lo que él (o ella) espera del sistema sin considerar la funcionalidad que se implementará. Un análisis de requerimientos puede ser realizado también para procesos de negocios, no solamente para sistemas de software.

b) *Análisis*

La fase de análisis abarca las abstracciones primarias (clases y objetos) y mecanismos que están presente en el dominio del problema. Las clases que se modelan son identificadas con

sus relaciones y descritas en un diagrama de clases. Las colaboraciones entre las clases para ejecutar los casos de uso también se consideran en esta fase a través de los modelos dinámicos en UML. Es importante notar que sólo se consideran clases que están en el dominio del problema (conceptos del mundo real) y todavía no se consideran clases que definen detalles y soluciones en el sistema de software, tales como clases para interfaces de usuarios, bases de datos, comunicaciones, concurrencia, etc.

c) Diseño

En la fase de diseño, el resultado del análisis es expandido a una solución técnica. Se agregan nuevas clases que proveen de la infraestructura técnica: interfaces de usuarios, manejo de bases de datos para almacenar objetos en una base de datos, comunicaciones con otros sistemas, etc. Las clases de dominio del problema del análisis son agregadas en esta fase. El diseño resulta en especificaciones detalladas para la fase de programación.

d) Programación

En esta fase las clases del diseño son convertidas a código en un lenguaje de programación orientado a objetos. Cuando se crean los modelos de análisis y diseño en UML, lo más aconsejable es trasladar mentalmente esos modelos a código.

e) Pruebas

Normalmente, un sistema es tratado en pruebas de unidades, pruebas de integración, pruebas de sistema, pruebas de aceptación, etc. Las pruebas de unidades se realizan a clases individuales o a un grupo de clases y son típicamente ejecutadas por el programador. Las pruebas de integración integran componentes y clases en orden para verificar que se ejecuten como se especificó. Las pruebas de sistema ven al sistema como una “caja negra” y validan que el sistema tenga la funcionalidad final que el usuario final espera. Las pruebas de aceptación conducidas por el cliente verifican que el sistema satisfaga los requerimientos y son similares a las pruebas de sistema.

Planificación

Ricaurte (2012) señala que “La planificación es comúnmente entendida como un proceso en que se definen metas y los medios necesarios para alcanzarlas, así como también la planificación debería proveer la información necesaria para la toma de decisiones apropiada, democrática e informada” (p.5).

Toro (2012) manifiesta que:

La planificación es la primera función administrativa porque sirve de base para las demás funciones. Esta función determina por anticipado cuáles son los objetivos que deben cumplirse y qué debe hacerse para alcanzarlos; por tanto, es un modelo teórico para actuar en el futuro. La planificación comienza por establecer los objetivos y detallar los planes necesarios para alcanzarlos de la mejor manera posible. La planificación determina donde se pretende llegar, que debe hacerse, cómo, cuándo y en qué orden debe hacerse (p.2).

Planificación Turística

Osorio (2012) define a la planificación turística como “El proceso racional u ordenado para alcanzar el crecimiento o desarrollo” (p.4).

Para Getz (2002) citado por Ricaurte (2012) “La planificación turística debe ser un proceso basado en estudios, investigaciones y análisis, que busque optimizar la contribución del turismo al bienestar social y a la conservación medioambiental”.

Por su parte, la OMT (2014) sostiene que “La planificación turística en diferentes escalas, internacional, nacional, regional, local y de sitio es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad” (p.5).

Enfoques de la planificación turística

De acuerdo a Osorio (2012) citado por Ivars (2003) señala que se puede distinguir cuatro enfoques con relación a la planificación turística: desarrollista, económico, físico y comunitario, los mismos que se detallan a continuación:

- Enfoque desarrollista: Se refiere a la tradición dominante de la planificación turística y se caracteriza por tener una posición favorable y acrítica del turismo; ofrece previsiones de demanda turística con fines fundamentalmente promocionales.
- Enfoque económico: Concibe al turismo como actividad exportadora, con potencial contribución para el crecimiento económico, el desarrollo regional y la reestructuración productiva; otorga prioridad a los fines económicos por sobre los ambientales y sociales sin analizar cómo se distribuye socialmente los beneficios del turismo.
- Enfoque físico, urbanístico u espacial: Incorpora la dimensión territorial para alcanzar una adecuada distribución de las actividades turísticas en el espacio y lograr usos

racionales del suelo; examina los aspectos ambientales, aunque ha desatinado los sociales y culturales.

- Enfoque comunitario: Promueve un control local del desarrollo turístico con el fin de que la población sea la beneficiaria, haciendo énfasis en desarrollos de abajo-arriba, no obstante, a la fecha su operación ha mostrado dificultades prácticas. (p.5)

Proceso de planificación turística

De la revisión de planes y metodologías se puede inferir que, de manera general, un proceso de planificación incluye las etapas de diagnóstico, análisis y propuesta. A este plan básico se le puede agregar etapas complementarias, por ejemplo, la OMT (2004) citado por Ricaurte (2012) propone un proceso de 7 etapas secuenciales que pueden modificarse según el enfoque de planificación y las condiciones locales, los mismos que se presentan a continuación:

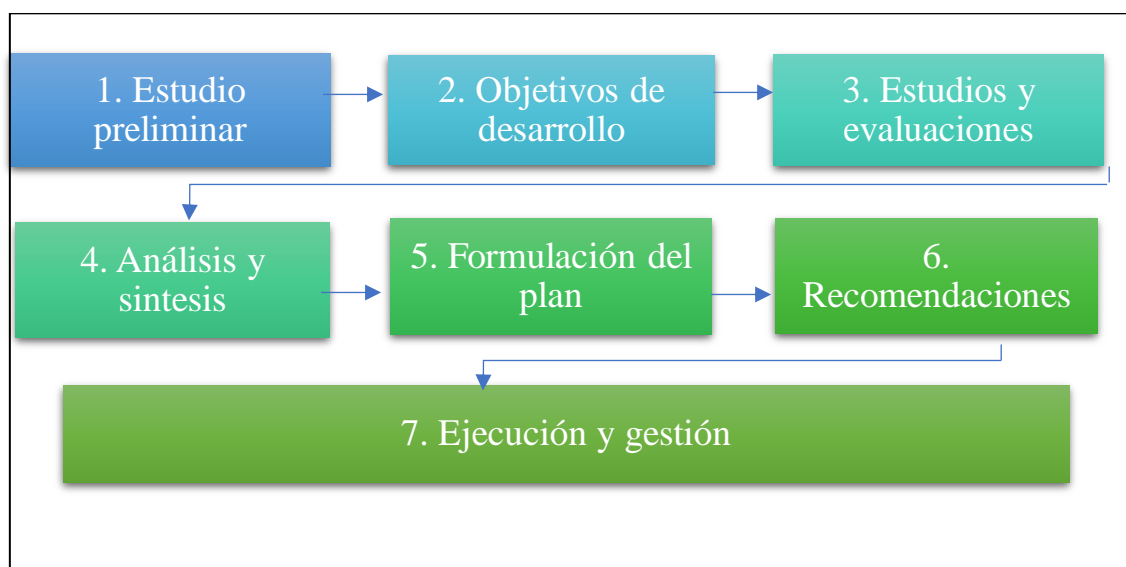


Figura 5. Procesos de planificación del turismo. (Fuente: Recolección de información)

1. **Estudio preliminar o de previabilidad:** Esta primera etapa consiste en la visita del lugar, observación de recursos, determinación de la tenencia de la tierra, identificación de potencialidades de desarrollo y productos potenciales. Se establece el enfoque de la planificación de acuerdo a la escala (nacional, regional, de destino, de sitio) y al tipo de espacio turístico (natural, rural, urbano o costero). Si la planificación es considerada viable, entonces se formula el perfil de proyecto de planificación turística y se selecciona el equipo de trabajo.

2. **Definición de objetivos de desarrollo turístico:** Se determinan los objetivos de desarrollo turístico, de acuerdo con el enfoque y la potencialidad del espacio. Posteriormente estos objetivos se irán afinando en función de la información recogida durante el proceso de planificación. Con el fin de garantizar la acogida y continuidad del plan, es prudente formular los objetivos de manera participativa, en conjunto con la comunidad receptora y sus dirigentes, así como las autoridades locales y otros actores sociales del turismo.
3. **Estudios y evaluaciones:** Se recoge información referente al sistema turístico local y sus elementos como la planta de servicios, gobernanza, atractivos, comunidad receptora, demanda e infraestructura. Este paso en conjunto con el siguiente, constituyen el diagnóstico, estudio de situación actual o línea base y son el objeto del presente manual, por lo tanto, serán ampliamente expuestos más adelante.
4. **Análisis y síntesis:** Se analiza de forma integrada e interrelacionada todos los elementos del sistema con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direccionamiento del plan y la toma de decisiones.

Junto con el paso anterior conforman el diagnóstico en el que se identifican las principales oportunidades y limitaciones para el desarrollo, tanto de los elementos del sistema turístico, como de los aspectos sociales, económicos, políticos y ambientales externos al sistema.

1. **Formulación del plan:** Se formula la política y se elabora la propuesta de desarrollo turístico, cuya estructura puede variar de acuerdo con los objetivos, el enfoque y la escala de planificación. Se precisa una secuencia lógica de desarrollo (fases o etapas) de ejecución con proyectos y programas prioritarios. Debido a que un plan de turismo puede tener diferente escala y también puede tener diferentes enfoques, la propuesta no siempre tendrá la misma estructura. Si el plan se hace por ejemplo bajo un enfoque estratégico, la estructura del plan estará dada por las estrategias, programas y proyectos.
2. **Ejecución y gestión:** Se conforma organismos o comités de seguimiento público y privados con el fin de realizar una revisión periódica o programar modificaciones del plan en función de las nuevas situaciones del entorno y nuevas tendencias del turismo. Se define indicadores de éxito o de desarrollo y se realiza la medición periódica de avances. (OMT (2004) citado por Ricaurte (2012) p.9)

Tipo de Turismo

Muchas veces cuando nos referimos al turismo cometemos el grave error de no poder diferenciar las diversas ramificaciones que esta palabra puede contener. No es lo mismo estar hablando de turismo vacacional que turismo de aventura, sin lugar a dudas si lo que quieres es poder relajarte no te gustará la idea de escalar una montaña o realizar expediciones en selvas.

A continuación, te presento algunas de las tantas subdivisiones que contiene el turismo, cabe decir que cada año aparecen nuevas formas debido al crecimiento de diversas aficiones entre los turistas.

- **Turismo de Descanso.** - El turismo de descanso o convencional es propio de la sociedad urbana e industrial, que se caracteriza por ser un turismo de gran escala y masificado. Es el tipo de turismo que suele hacerse en las playas, montañas y bosques de todo el mundo, está enfocado al ocio y descanso del turista.
- **Turismo cultural.** - En el enfoque que tienen el turista, gira en torno a la adquisición y conocimiento de la cultura, puede estar enfocado a aspectos histórico, geográficos, arquitectónicos, artísticos, o en cuestiones culturales de regiones específicas.
- **Arquitectónico o Monumental.** - Vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos, abarcando viajes específicos a edificaciones antiguas o de importancia histórica, como catedrales, castillos, ciudades antiguas, iglesias, mezquitas, palacios y edificaciones en general que, por su antigüedad, importancia histórica o cultural, magnificencia o estilo, atraen la atención de los viajeros.
- **Arqueológico.** - Está vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos, tales como los hallazgos jurásicos y las cuevas pertenecientes a la edad de piedra, monumentos antiguos, como las pirámides de Egipto, la muralla china o la ciudad de Teotihuacán, ciudades como Herculano y Pompeya, etc., es decir, es un turismo cultural enfocado en la arqueología.
- **Funerario.** - Se enfoca en necrópolis antiguas y cementerios, en donde o bien hay tumbas de personajes famosos o las mismas fueron realizadas por arquitectos de renombre.
- **De compras relacionadas con la cultura.** - En este tipo de turismo el turista busca la adquisición de artículos culturales y artísticos (pinturas, esculturas, libros, instrumentos

musicales.), así como de artesanías propias del lugar visitado, incluyendo gran variedad de productos artesanales, tales como ollas, vasijas, jarras, figurillas, joyería, orfebrería, ropa, etc.

- **Gastronómico.** -Es el que está enfocado a la degustación de los platillos típicos del lugar que se visita, en este tipo de turismo el turista suele buscar lugares en donde se pueda comer alimentos típicos, ya sea en establecimientos formales especializados, familiares que no sean muy comerciales, o incluso lugares como los puestos callejeros en donde se sirven alimentos típicos del lugar.
- **Enológico.** -Es una variante del turismo anterior, pero se diferencia en que este tipo, se enfoca en la degustación de vino de la zona que es visitada. Aunque los licores no son vinos, también se cuentan de igual manera dentro de esta categoría el turismo enfocado a las bebidas alcohólicas de determinada zona.
- **Creativo.** -Es el que se encuentra vinculado a la realización de actividades artísticas y creativas en el lugar de destino, pudiendo ser actividades como el dibujo, pintura, escultura, etc.
- **Literario.** -Se enfoca en recorrer los lugares que son descritos en alguna obra literaria, o en los lugares que frecuentó su autor, por ejemplo los lugares mencionados por autores de la época victoriana o por autores de la época de los “Luisés”, que son visitados con frecuencia por personas que gustan de leer obras basadas en hechos sucedidos en esas locaciones o que fueron escritas en ese ambiente y lugar, también se cuenta en este grupo el turismo motivado por eventos de carácter literario o bibliográfico.
- **Idiomático.** -se encuentra vinculado a los estudios lingüísticos, fundamentalmente a los de idiomas en las zonas en que son hablados, particularmente idiomas propios de zonas específicas o de idiomas poco hablados por el escaso número de hablantes como en algunas zonas de África, Asia y América, así mismo sucede con personas que pretenden aprender un idioma hablado en otro país y usan el turismo como herramienta lingüística, entrando en contacto con hablantes del idioma en cuestión.
- **Turismo científico.** -Es el turismo cuya motivación es el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas en lugares especiales como estaciones biológicas, yacimientos arqueológicos, e incluso en zonas industriales. Se destaca que el turismo científico se realiza de forma individual o en pequeños grupos para evitar alterar el objeto de estudio en un entorno natural.

- **Etnográfico.** - Está relacionado con las costumbres y tradiciones de los pueblos, es un subtipo del turismo científico y cultural.
- **Eco turismo.** - Se encuentra enfocado en los viajes a zonas ecológicas (bosques, selvas, montaña, zonas marinas y lacustres), de una manera responsable, de forma que se conservan el entorno y se sostienen el bienestar del ecosistema local. Es apoyado por varios gobiernos, así como por asociaciones civiles de tendencias ecológicas y científicas
- **Turismo de Aventura.** - El turismo de aventura es una modalidad que busca dar emociones a los turistas, mediante excursiones boscosas, de montaña, selváticas, desérticas y demás, con diversas adaptaciones al turismo, tales como alpinismo, rapel, viajes en balsas por los ríos rápidos, etc.
- **Urbano.** - Es el que se desarrolla mediante la atracción que brindan las ciudades, en especial aquellas que poseen un patrimonio cultural amplio, ya sea un patrimonio cultural de tipo histórico, como en los casos de ciudades como Roma, México, París, Kioto, Moscú, Hamburgo, mediante monumentos, edificaciones, museos, teatros y centros de entretenimiento y diversiones, o mediante la atracción que brindan para otros tipos de ocio, como, por ejemplo, las vegas o Mónaco.
- **Rural.** - Es desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el medio rural, ya sea que este se desenvuelva en el entorno agrícola, pecuario, de montaña o forestal.
- **Turismo religioso.** - Se centra en torno a los lugares sagrados de las religiones, teniendo como principal motivación la fe religiosa. Este tipo de turismo tiene un muy amplio mercado, pues cada año llegan millones de turistas (peregrinos), a los lugares que cada religión considera sagrados. Son ejemplo de ello varias ciudades y lugares considerados sagrados por algunas religiones, como los varios templos existentes en la india (hinduismo), la ciudad de la meca (islamismo), Jerusalén (judaísmo, islamismo y cristianismo), Roma (catolicismo), Santiago de Compostela (cristianismo), basílica de Guadalupe en México (catolicismo), Catedral de Notre Dame (catolicismo), lugares que cada año reciben a millones de turistas en torno a ellos.

1.3. Definición de términos básicos

- **Turismo:** “El turismo es: el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia de las personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto dicha permanencia y desplazamiento no estén motivados por una actividad lucrativa”. (Ramírez, 1981, p.184)
- **Sistema:** “Un conjunto de entidades caracterizadas por ciertos atributos, que tienen relaciones entre sí y están localizadas en un cierto ambiente, de acuerdo con un cierto objetivo”. (Puleo, 1985, p.198)
- **Información:** La información como un mensaje, generalmente en forma de documento o de comunicación audible o visible, que tiene una organización con algún propósito; debe tener un emisor y un receptor que, a raíz del mensaje, modifica la manera en que percibe, su criterio y su conducta. (Davenport y Prusak, 2001, p.21)
- **Atractivo Turístico:** “Los atractivos turísticos conforman la materia prima que permite que la planta turística (equipamiento e instalaciones) opere”. (Boullón, 1985, p. 44)
- **Recurso Turístico:** Según la Organización Mundial del turismo (OMT). Recurso turístico son todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta, hacen posible la actividad turística y la satisfacción de las necesidades de la demanda. (p.34)

CAPÍTULO II

MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Materiales

2.1.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación fue Aplicada, puesto que, según Valderrama (2016) se requiere la aplicación de descubrimientos y aportes teóricos existentes, de tal manera que genere beneficios y bienestar a la sociedad, logrando así dar solución a los problemas que se presentan en la realidad. (p.39). Asimismo, la investigación presenta un conocimiento más completo a través de la comprensión de los aspectos fundamentales de los fenómenos, de los hechos observables o de las relaciones que establecen los entes a través de la realidad, es así como se llegó a analizar las variables “Sistema Web” y “Planificación”.

2.1.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación es de Nivel Relacional. “En decir se busca entender la relación causal entre dos variables”. Aporta indicios sobre las posibles causas del fenómeno, son estudios de asociación sin dependencia entre variables.

2.1.3. Diseño de investigación

La investigación fue de tipo Experimental, con una preprueba y posprueba con un solo grupo, es decir a un grupo se le aplica una prueba previa al estímulo o tratamiento, después se le administra el tratamiento y finalmente se le aplica una prueba posterior al estímulo. Específicamente se realizó una prueba antes y después de la aplicación del sistema Web, con respecto a la planificación.

En la presente investigación se utilizará la modalidad de estudio de caso preprueba y posprueba con un solo grupo.

G: O₁ X O₂
--

Donde:

O₁: Planificación turística antes de la aplicación del Sistema Web.

X: Aplicación del sistema web.

O₂: Planificación turística después de la aplicación del sistema web.

2.1.4. Población y muestra

Población

En cuanto a la población se ha considerado a 23,513 turistas ya sea internacionales, nacionales o locales, que visitaron a la región de San Martín en una determinada semana correspondientes al año 2016, tras información proporcionada por PromPeru.

Muestra

Es una parte o fragmento representativo de la población. (Valderrama, 2016, p.184). Para determinar la cantidad exacta de elementos que conforman la muestra fue necesario emplear el muestreo probabilístico aleatorio simple por medio del cálculo de la fórmula presentada a continuación:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1)E^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

N	Tamaño de la población	23,513
n	Tamaño de la muestra	?
Z	Desviación normal, límite de confianza	
p	Probabilidad de éxito en obtener la información	0.5
q	1 – p: Probabilidad de fracaso en obtener la información	0.5
E	Margen de error estándar	

En primer lugar, se calculó el valor de cada uno de los datos presentados en la fórmula:

➤ Margen de error estándar (E)

A fin de determinar el valor se ha considerado fundamental reconocer el nivel de confianza, por lo que para la presente investigación se trabajó con un 90%, después se procedió a reemplazar tal valor en la siguiente fórmula:

$$E = 1 - \alpha$$

$$E = 1 - 90\%$$

$$E = 1 - 0.90$$

$$E = 0.1$$

➤ Desviación normal, límite de confianza (Z)

Con el propósito de calcular el valor de Z fue necesario utilizar la Tabla de distribución normal del valor de “z” (Anexo 7) comprendida por filas y columnas, en donde la fila está

comprendida por valores que van desde 0.00 hasta 0.09, mientras que en la columna se encuentran valores que van desde 0.0 hasta 3.8.

A continuación, se ha dividido el coeficiente del nivel de confianza sobre dos (0.90/2), el cual nos da como resultado 0.45

Finalmente, ubicamos en la Tabla de distribución normal del valor de “z” (Anexo 7), el valor obtenido (0.45) dentro de la misma, en donde al no encontrarse el valor exacto se procede a seleccionar un valor cercano a este (0.4495), en el que la fila y columna nos brindan valores de 1.6 y 0.04 respectivamente, cuya sumatoria es 1.64.

➤ Cálculo de la muestra

Reemplazando los valores obtenidos en la fórmula correspondiente tenemos lo siguiente:

$$n = \frac{1.64^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 23513}{((23513 - 1)0.1^2) + 1.64^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{(2.6896) \times 0.5 \times 0.5 \times 23513}{((23512)0.1^2) + 2.6896 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{1.3448 \times 0.5 \times 23513}{((23512)0.01) + 2.6896 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{0.6724 \times 23513}{235.12 + 2.6896 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{0.6724 \times 23513}{235.12 + 2.6896 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{15,810.14}{235.12 + 0.6724}$$

$$n = \frac{15,810.14}{235.7924}$$

$$n = 67.0511$$

$$n = 67$$

En tal sentido, la muestra estuvo conformada por 67 turistas internacionales, nacionales o locales que visitaron la región de San Martín en una determinada semana correspondiente al año 2016.

2.2. Métodos

2.2.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Carrasco (2015) señala que la encuesta es una técnica por excelencia, pues es útil, versátil, sencillo y muy objetiva, debido a que permite la obtención de datos necesarios para la investigación. (p.314). En la presente investigación se utilizó como técnica la encuesta para ambas variables, es decir para la variable I “Sistema Web” y para la variable II “Planificación”.

Instrumentos

Carrasco (2015) menciona que los cuestionarios cumplen roles muy importantes ya que hacen posible recopilar datos para posteriormente ser procesados y convertirse en conocimientos verdaderos con carácter rigurosos y general y se aplican según la naturaleza y características del problema y la intencionalidad del objeto de estudio. (p.334). En este sentido se planteó como instrumento el cuestionario tanto para la Variable I “Sistema Web” como para la Variable II” Planificación”.

2.2.2. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para mayor precisión, los datos obtenidos fueron ordenados y procesados con la ayuda del software estadístico SPSS, se elaboró tablas y figuras descriptivos para presentar los datos obtenidos en el experimental por cada variable e indicador antes y después de la experimentación. (Ver Anexo 1)

Además, se confeccionaron cuadros comparativos de estadígrafos con los resultados de los indicadores principales de la muestra antes y después el mismo que permitió su medición de los cambios obtenidos en cuanto a su homogeneidad.

Los datos contenidos fueron utilizados para la respectiva contrastación de la hipótesis de trabajo, haciendo uso de la prueba estadística análisis de varianza, T de student pues es la más indicada y conveniente para mediciones menores o iguales a treinta.

Análisis e interpretación de datos y resultados

Para llevar a cabo el análisis e interpretación de datos y resultados se hizo un análisis de cada uno de las tablas para su respectiva interpretación de los datos obtenidos en aplicación de los instrumentos y técnicas aplicadas a la verificación de la hipótesis. (Gamarra. Et al, 2015, 267)

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados

Planificación de la visita del turista a la región San Martín antes de la implementación del sistema web.

Tabla 1

Planificación de la vista del turista a la región San Martín antes del Sistema Web

Escala	Frecuencia	%
Inadecuada	28	42%
Regular	33	49%
Adecuada	6	9%
Total	67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

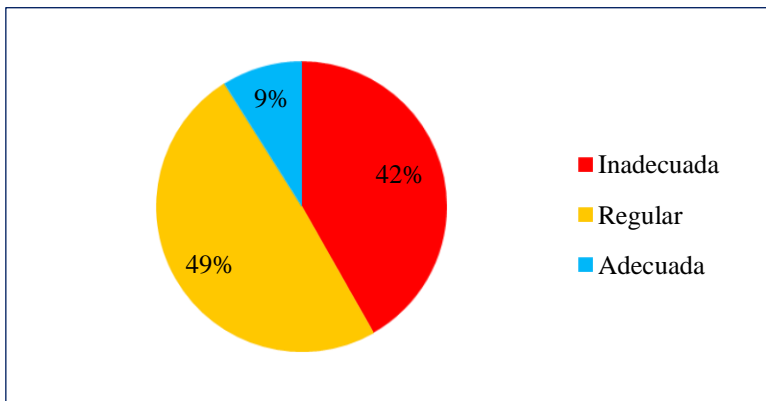


Figura 6. Planificación de la vista del turista a la región San Martín antes del Sistema Web. (Fuente: Tabla 1).

Interpretación

De acuerdo a la tabla 1 se observa que la planificación de la visita turística en la región de San Martín antes de la implementación del sistema web fue regular en un 49% con tendencia a inadecuada en un 42% y adecuada sólo en un 9%, por cuanto los turistas utilizan gran parte de su tiempo revisando folletos poco efectivos debido a que carecen de información actualizada, generando poca confianza y seguridad al momento de decidir, por otro lado los visitantes no toman medidas de contingencia previa a su planificación, donde llegan en fechas en que no son festivas para el desarrollo de un turismo más vivencial, esto debido a que la información no está detallada apropiadamente en las páginas de servicios, de igual

manera no se tiene a la mano cronograma de rutas a visitar o efectuar durante la estadía, y los guías solo se centran en productos turísticos recurrentes, si bien cada uno de los visitantes tiene un presupuesto asignado, estos no tienen idea acerca de los costos promedios de estadía, alimentación, y otros servicios, por esta razón no tiene establecido al menos 3 lugares a visitar, porque efectúan planeación de sus gastos a la deriva, finalmente es importante destacar la información en cuanto a los atractivos que no permitían establecer tiempo que puede durar la estadía o la distancia del mismo, donde muchos suelen desanimarse, de igual manera el desconocimiento de las páginas principales de hoteles no ha permitido una segmentación en cuanto a precios y donde alojarse, debido a que muchos tenían un presupuesto y luego termino superando.

Así también, se ha tenido importante describir a cada una de las preguntas con su respectivo indicador, las cuales se muestran de la siguiente manera:

Planificación de visitas antes del uso del Sistema Web

P1. ¿El tiempo que tarda en conocer los atractivos turísticos en los folletos, revistas e internet le permite realizar una planificación de visita a la Región San Martín adecuada y segura?

Tabla 2

Tiempo

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	60	89,6%
	Si	7	10,4 %
	Total	67	100 %

Fuente: Aplicación del instrumento

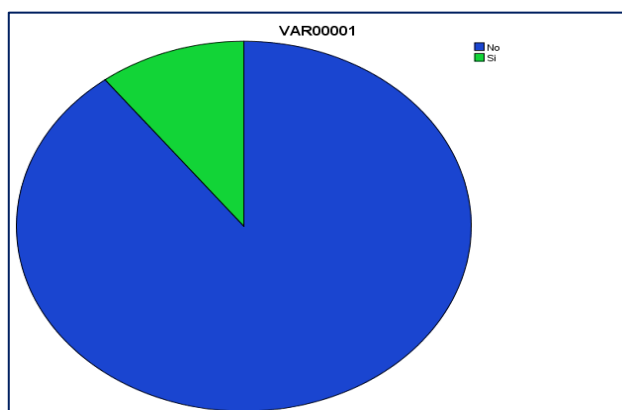


Figura 7. Tiempo. (Fuente: Aplicación del instrumento)

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 2 y figura 7, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿El tiempo que tarda en conocer los atractivos turísticos en los folletos, revistas e internet le permite realizar una planificación de visita a la Región San Martín adecuada y segura?, el 89,6% respondió con un “No” y el otro 10,4% con un “Si”

P2. ¿La información que obtuvo le permitió conocer hoteles, bosques, recursos históricos y entender las características y potencial turístico que tiene la Región San Martín?

Tabla 3*Información obtenida*

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	18	26,9%
	Si	49	73,1%
	Total	67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

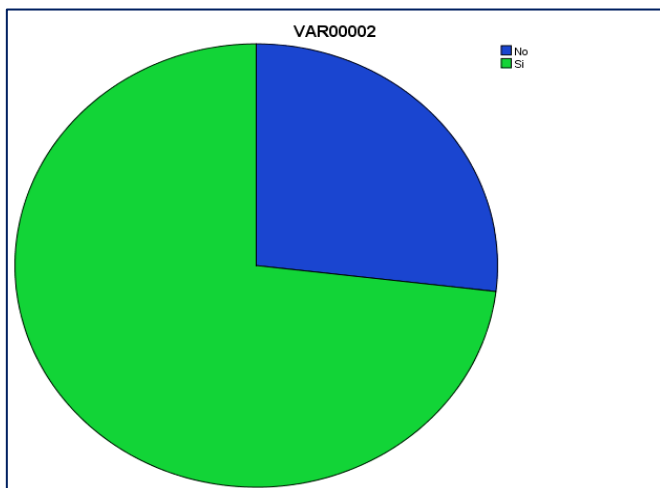


Figura 8. Información obtenida. (Fuente: Aplicación del instrumento)

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 3 y figura 8, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿La información que obtuvo le permitió conocer hoteles, bosques, recursos históricos y entender las características y potencial turístico que tiene la Región San Martín?, el 26,9% respondió con un “No” y el otro 73,1% con un “Si”.

P3. ¿Para viajar a la Región San Martín realizó una adecuada planificación de las fechas festivas más importantes?

Tabla 4

Planificación de las fechas festivas

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	55	82,1
	Si	12	17,9
	Total	67	100,0

Fuente: Aplicación del instrumento

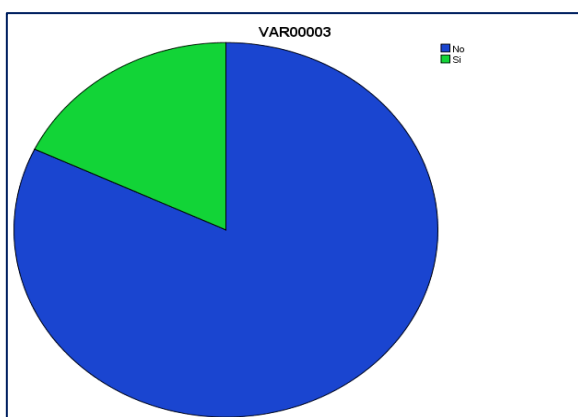


Figura 9. Planificación de las fechas festivas.
(Fuente: Aplicación del instrumento).

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 4 y figura 9, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿Para viajar a la Región San Martín realizó una adecuada planificación de las fechas festivas más importantes?, el 82.1% respondió con un “No” y el otro 17.9% con un “Si”.

P4. ¿Antes de venir a la Región San Martín pudo realizar un cronograma de actividades de los atractivos turísticos que desean visitar?

Tabla 5

Realización de un cronograma

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	60	89,6%
	Si	7	10,4%
	Total	67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

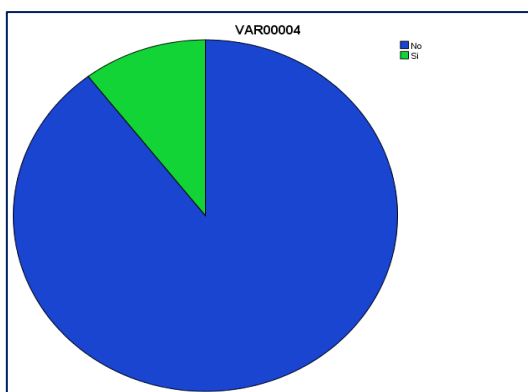


Figura 10. Realización de un cronograma.
(Fuente: Aplicación del instrumento).

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 5 y figura 10, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿Antes de venir a la Región San Martín pudo realizar un cronograma de actividades de los atractivos turísticos que desean visitar?, el 89.6% respondió con un “No” y el otro 10.4% con un “Si”.

P5. ¿La información que obtuvo antes de realizar la visita a la Región San Martín le permitió conocer un aproximado de los gastos que va a realizar?

Tabla 6

Información obtenida antes de realizar la visita

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	58	86,6%
	Si	9	13,4%
	Total	67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

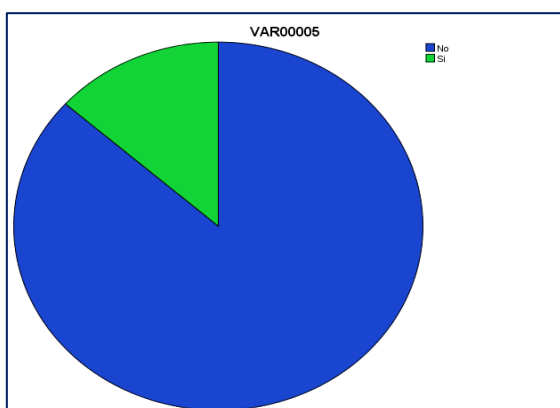


Figura 11. Información obtenida antes de realizar la visita. (Fuente: Aplicación del instrumento).

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 6 y figura 11, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿La información que obtuvo antes de realizar la visita a la Región San Martín le permitió conocer un aproximado de los gastos que va a realizar?, el 86.6% respondió con un “No” y el otro 13.4% con un “Si”.

P6. ¿La información que obtuvo sobre la Región San Martín le permitió al menos elegir 3 sitios que le gustaría visitar?

Tabla 7

Información obtenida sobre la región San Martín

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	60	89,6%
	Si	7	10,4%
	Total	67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

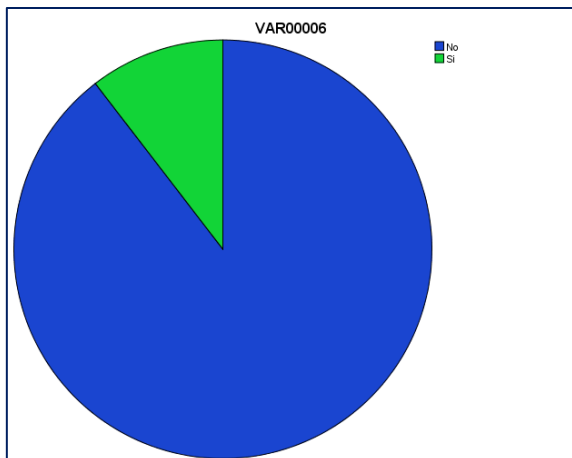


Figura 12. Información obtenida sobre la región San Martín. (Fuente: Aplicación del instrumento).

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 7 y figura 12, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿La información que obtuvo sobre la Región San Martín le permitió al menos elegir 3 sitios que le gustaría visitar?, el 89.6% respondió con un “No” y el otro 10.4% con un “Si”.

P7. ¿La información sobre los diferentes atractivos turísticos de la Región San Martín le permitió conocer que actividades le gustaría realizar una vez que esté aquí?

Tabla 8

Información sobre los diferentes atractivos turísticos

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	17	25,4%
	Si	50	74,6%
	Total	67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

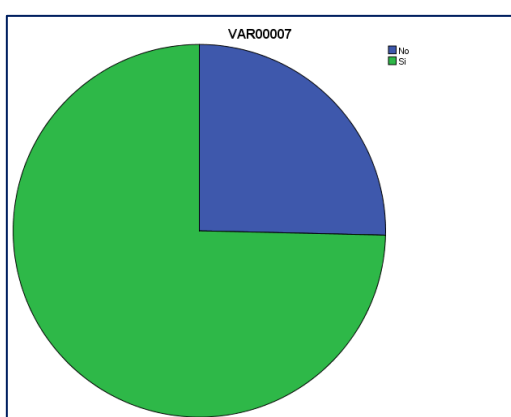


Figura 13 Información sobre los diferentes atractivos turísticos. (Fuente: Aplicación del instrumento)

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 8 y figura 13, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿La información sobre los diferentes atractivos turísticos de la Región San Martín le permitió conocer que actividades le gustaría realizar una vez que esté aquí?, el 25,4% respondió con un “No” y el otro 74,6% con un “Si”.

P8. ¿La información que obtuvo acerca de los atractivos turísticos le permitió establecer un tiempo determinado para visitar cada lugar en la Región San Martín?

Tabla 9

Información obtenida sobre los atractivos

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	56	83,6%
	Si	11	16,4%
	Total	67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

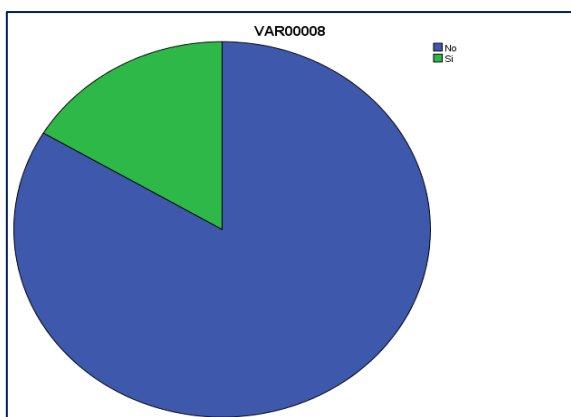


Figura 14. Información obtenida sobre los atractivos. (Fuente: Aplicación del instrumento).

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 9 y figura 14, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿La información que obtuvo acerca de los atractivos turísticos le permitió establecer un tiempo determinado para visitar cada lugar en la Región San Martín?, el 83,6% respondió con un “No” y el otro 16,4% con un “Si”.

P9. ¿La información que obtuvo le permitió determinar el tipo de Hotel en el que desea alojarse?

Tabla 10

Información obtenida para la elección de alojamiento

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	35	52,2
	Si	31	46,3
	11	1	1,5
	Total	67	100,0

Fuente: Aplicación del instrumento

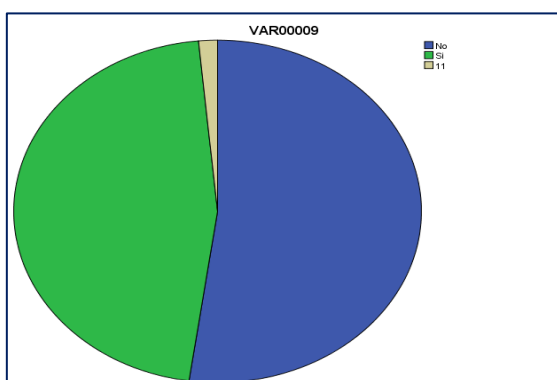


Figura 15. Información obtenida para la elección de alojamiento. (Fuente: Aplicación del instrumento)

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 10 y figura 15, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿La información que obtuvo le permitió determinar el tipo de Hotel en el que desea alojarse?, el 52,2% respondió con un “No” y el otro 47,8% con un “Si”.

P10. ¿La información que obtuvo para informarse de los diferentes atractivos de la Región San Martín fue clara y precisa?

Tabla 11*Información clara y precisa*

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	48	71,6
	Si	19	28,4
	Total	67	100,0

Fuente: Aplicación del instrumento

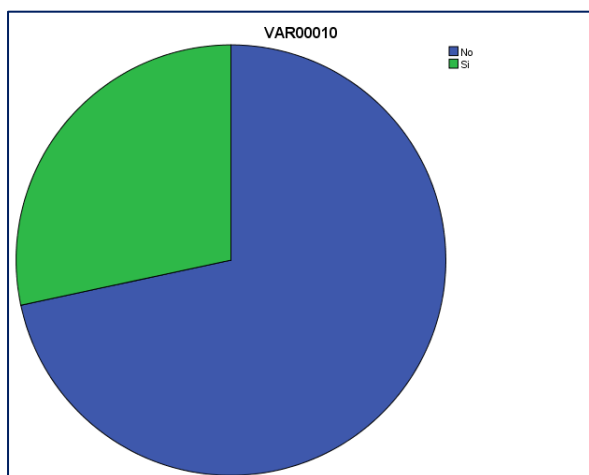


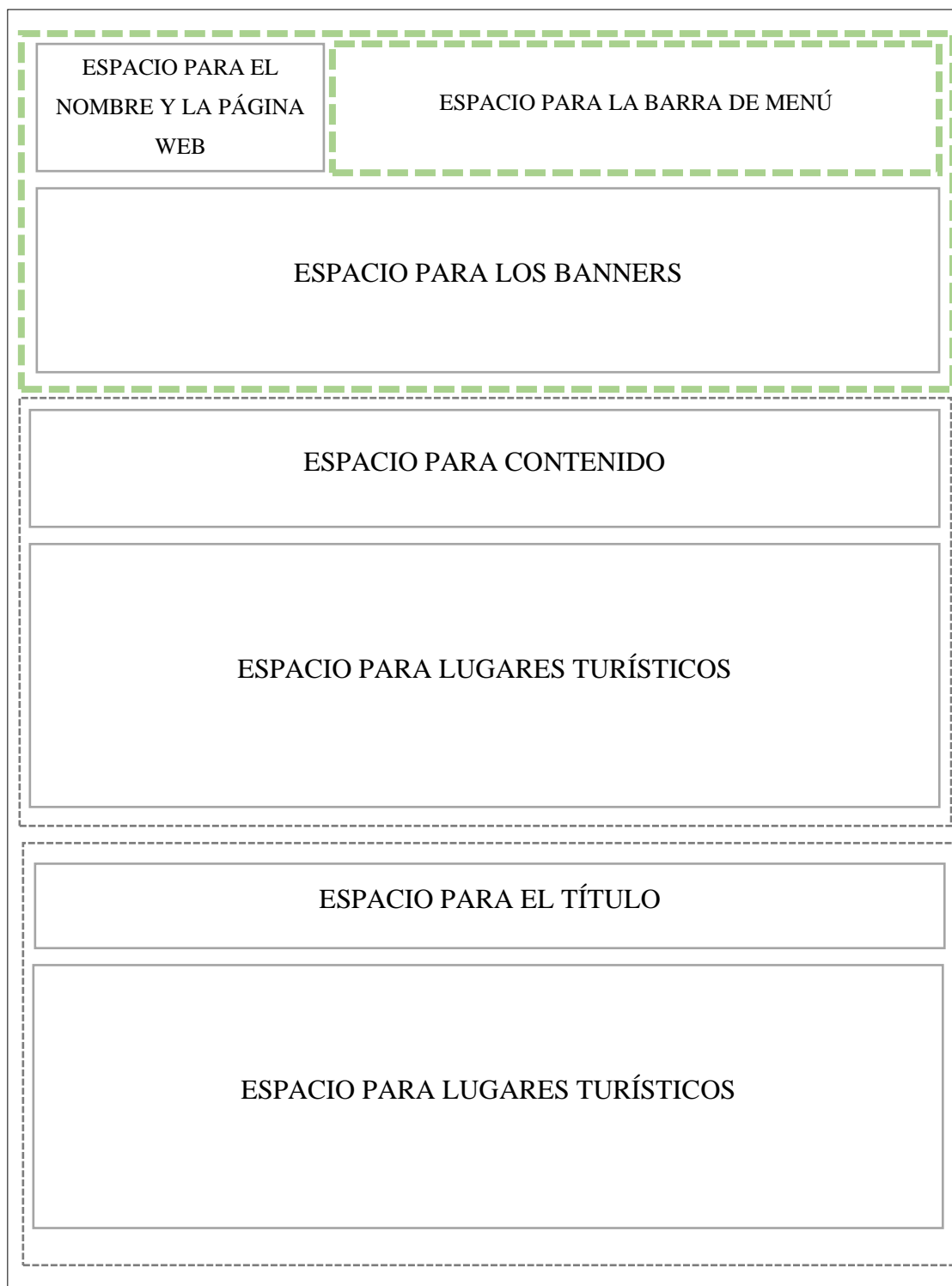
Figura 16. Información clara y precisa. (Fuente: Aplicación del instrumento).

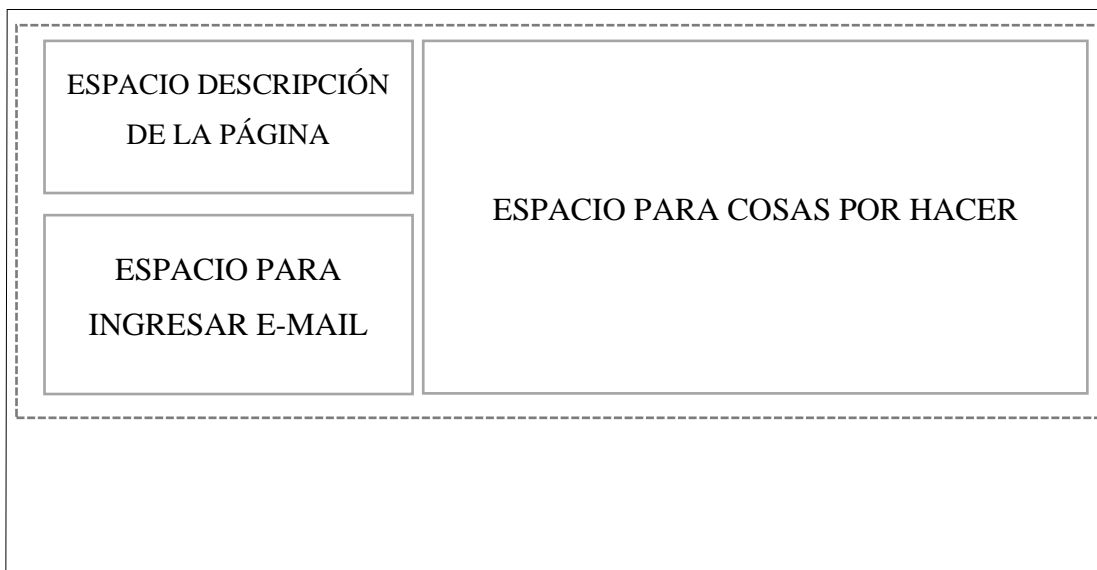
Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 11 y figura 16, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿La información que obtuvo para informarse de los diferentes atractivos de la Región San Martín fue clara y precisa?, el 71,6% respondió con un “No” y el otro 28,4% con un “Si”.

Diseño del sistema web de atractivos turísticos “Paradise Verde” para la planificación turística

1. Diseño de la plantilla o Esquema de la Pagina Web





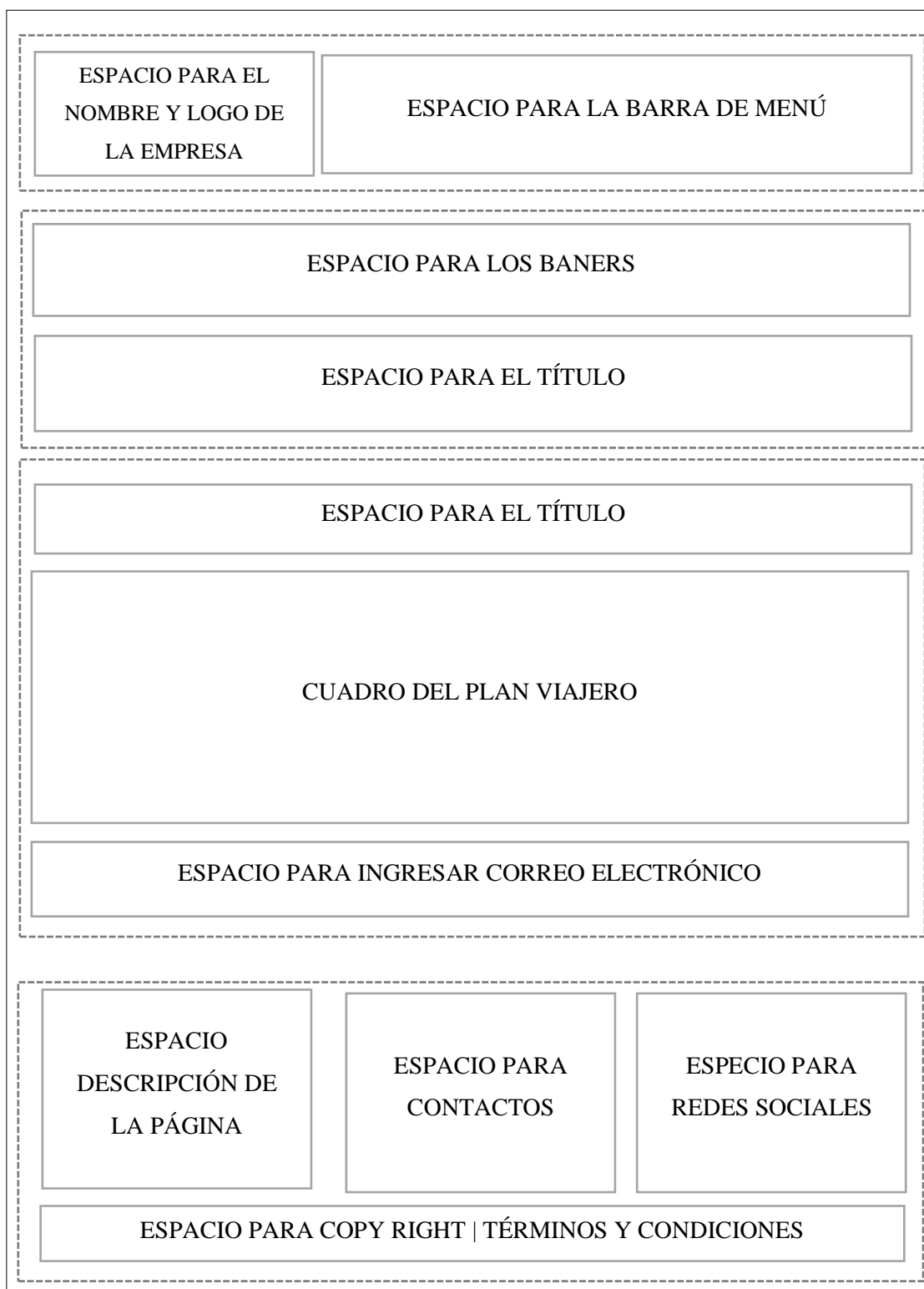
Esquema de Organización de la Pantalla Principal del Sitio Web. (Fuente: Elaboración propia).



Esquema de Organización Lugares para Visitar. (Fuente: Elaboración propia).



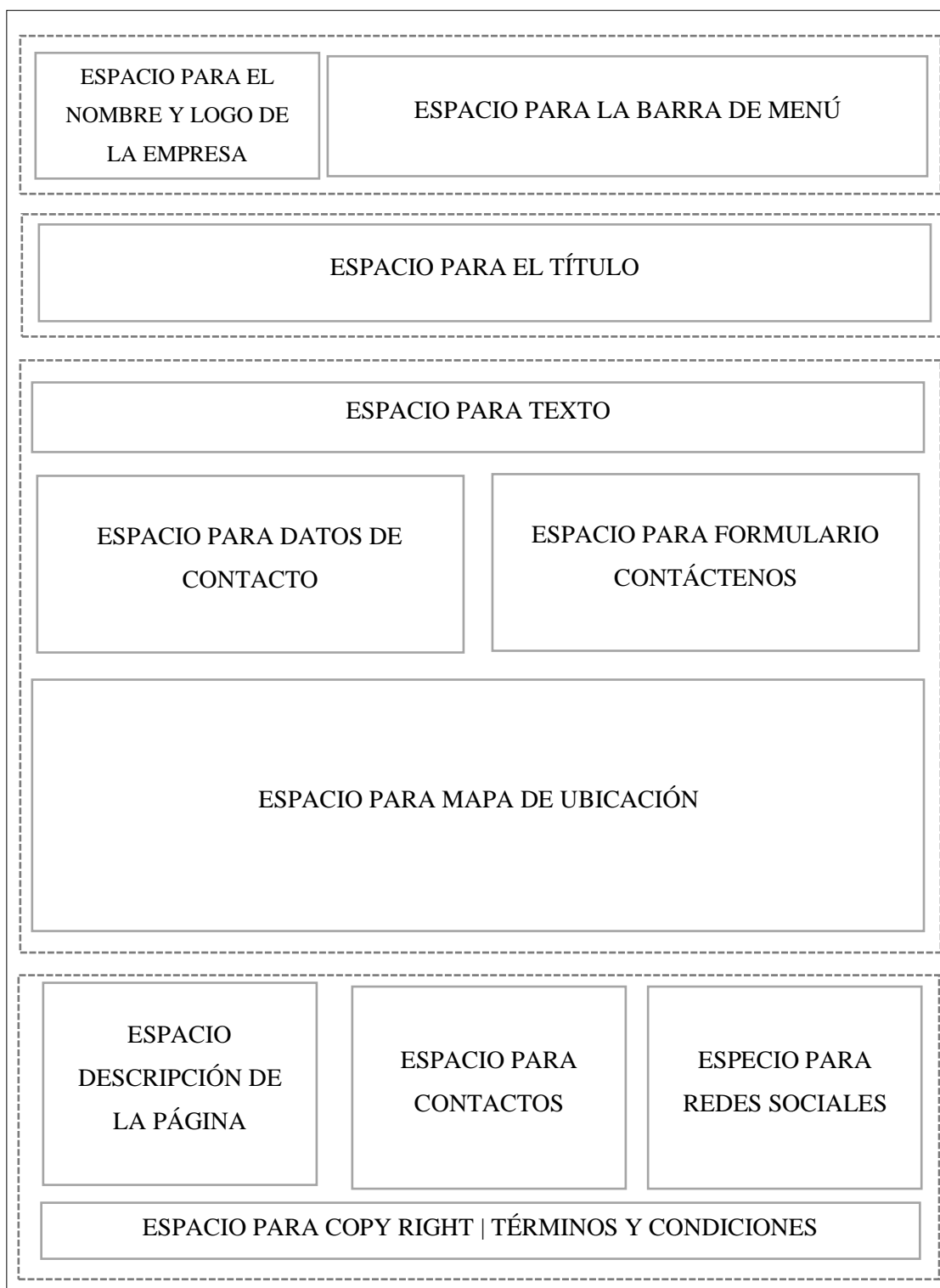
Esquema de Organización de Cosas que Hacer. (Fuente: Elaboración propia).



Esquema de Organización de Plan Viajero. (Fuente: Elaboración propia).



Esquema de Organización de Galería de Imágenes. (Fuente: Elaboración propia).



Esquema de Organización de Contacto. (Fuente: Elaboración propia).

2. Mapa de Navegación

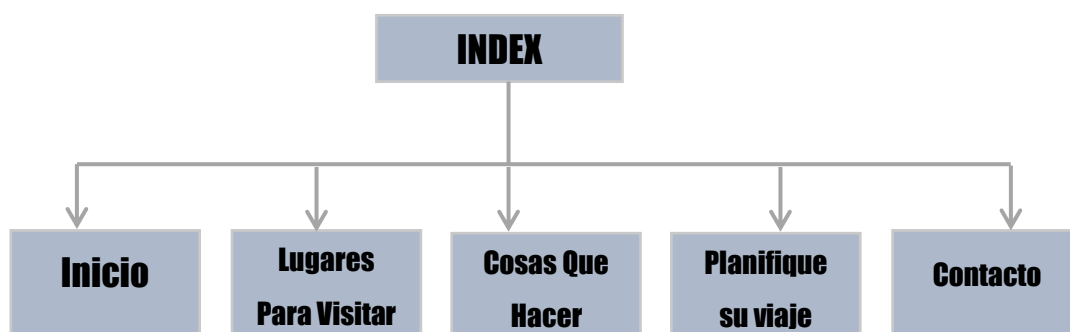


Imagen: Mapa de navegación. (Fuente: Elaboración propia).

Interpretación

El diseño del sistema es apropiado para el mejoramiento tanto de la navegación como para alcanzar información asertiva.

Evaluación del sistema web de atractivos turísticos para la planificación turística

Tabla 12

Sistema web de atractivos turísticos

Escala	Frecuencia	%
Inadecuada	0	0%
Regular	8	12%
Adecuada	59	88%
Total	67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

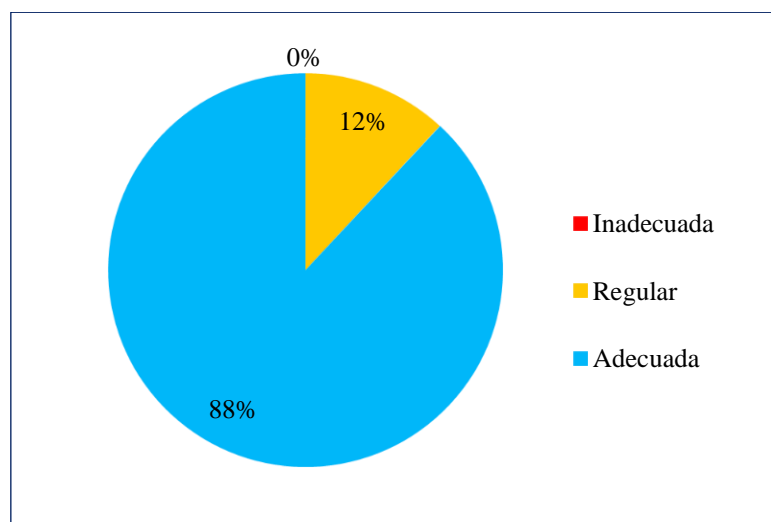


Figura 17. sistema web de atractivos turísticos. (Fuente: Tabla 12)

Interpretación

El sistema web de atractivos turísticos para la planificación turística es adecuado en un 88%, debido a que su diseño es llamativo y acorde a la ubicación geográfica, de igual manera los menús y submenús son entendibles y también proporciona información confiable y actualizada sobre las actividades y eventos importantes que se realizan en los lugares turísticos como las fiestas patronales. Otro de los componentes importantes es su fácil distribución mediante correos, Facebook, Instagram y demás redes sociales, el mismo que garantiza la satisfacción de los turistas para aprovechar al máximo su visita a la región.

Planificación de la visita del turista a la región San Martín después de la implementación del sistema web

Tabla 13

Planificación de la vista del turista a la región San Martín después del Sistema Web

Escala	Frecuencia	%
Inadecuada	1	1%
Regular	4	6%
Adecuada	62	93%
Total	67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

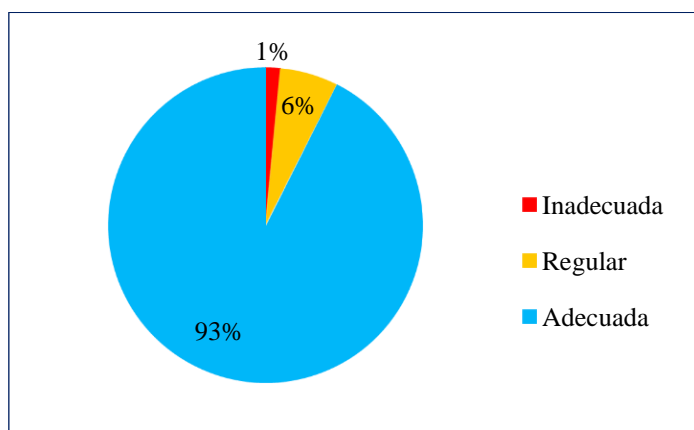


Figura 18. Planificación de la vista del turista a la región San Martín antes del Sistema Web. (Fuente: Tabla 13).

Interpretación

De acuerdo a la tabla 3 y figura 8 se observa que la planificación de la visita turística después de la implementación del sistema web es adecuada en un 93%, regular en 3% e inadecuado sólo en un 1%, debido a que se ha mejorado significativamente los atractivos de la región en cuanto a su ubicación, desarrollo de actividades y el costo respectivamente, además de ello

se ha hecho uso de las programaciones “planifica tu viaje” en la que de manera inmediata se pueden conocer las rutas que se debe seguir para cada sitio a visitar.

Finalmente, la información permitió tomar decisiones en cuanto a los distrito o recursos a visitar, sin la presencia de inconvenientes, además de mostrar una gama de posibilidades para mejorar la estadía del turista, conjuntamente con el tiempo de llegada a cada uno de los atractivos, finalmente también se evidencian las tarifas de los hoteles donde se puedan quedar cada individuo.

Así también, se ha tenido importante describir a cada una de las preguntas con su respectivo indicador, las cuales se muestran de la siguiente manera:

P1. ¿El tiempo que tardó en conocer los atractivos turísticos en el Sistema Web le permitió realizar una planificación de visita a la Región San Martín adecuada y segura?

Tabla 14

Tiempo de retraso

		Frecuencia	Porcentaje
	No	7	10,4%
Válidos	Si	60	89,6%
	Total	67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

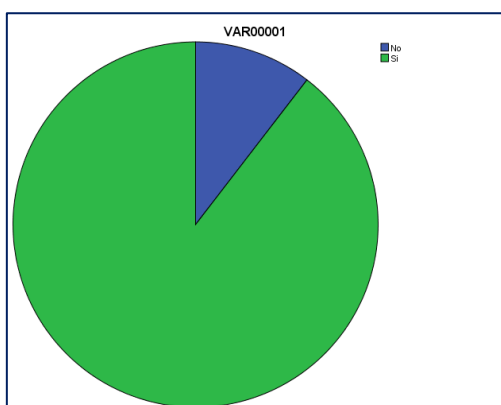


Figura 19. Tiempo de retraso. (Fuente: Aplicación del instrumento).

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 14 y figura 19, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿El tiempo que tardó en conocer los

atractivos turísticos en el Sistema Web le permitió realizar una planificación de visita a la Región San Martín adecuada y segura?, el 10,4% respondió con un “No” y el otro 89,6% con un “Si”.

P2. ¿La información que obtuvo en el Sistema Web le permitió conocer hoteles, bosques, recursos históricos y entender las características y potencial turístico que tiene la Región San Martín?

Tabla 15

Información obtenida en el sistema Web.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	18	26,9%
	Si	49	73,1%
	Total	67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

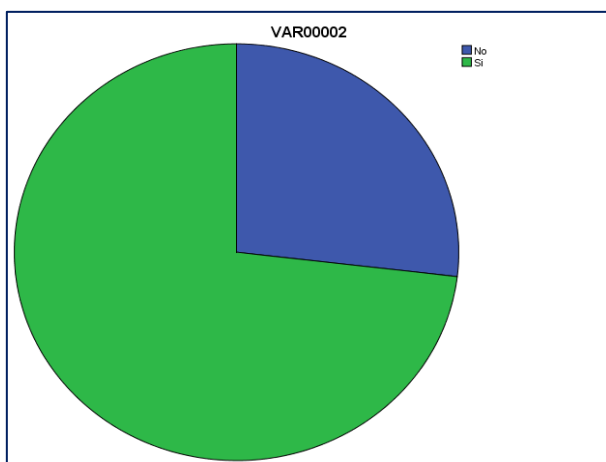


Figura 20. Información obtenida en el sistema Web.
(Fuente: Aplicación del instrumento)

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 15 y figura 20, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿La información que obtuvo en el Sistema Web le permitió conocer hoteles, bosques, recursos históricos y entender las características y potencial turístico que tiene la Región San Martín?, el 26,9% respondió con un “No” y el otro 73,1% con un “Si”.

P3. ¿El Sistema Web le permitió realizar una adecuada planificación de las fechas festivas más importantes en la Región San Martín?

Tabla 16

Acceso del sistema web al realizar una adecuada planificación

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	12	17,9%
	Si	55	82,1%
Total		67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

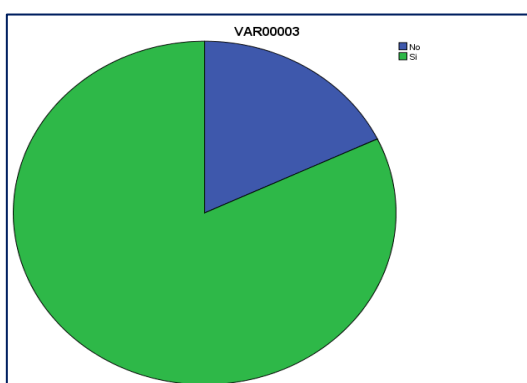


Figura 21. Acceso del sistema web al realizar una adecuada planificación. (Fuente: Aplicación del instrumento).

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 16 y figura 21, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿El Sistema Web le permitió realizar una adecuada planificación de las fechas festivas más importantes en la Región San Martín?, el 17,9% respondió con un “No” y el otro 82,1% con un “Si”.

P4. ¿El Sistema Web le permitió realizar un cronograma de actividades de los atractivos turísticos que desean visitar en la Región San Martín?

Tabla 17

El sistema web permite realizar un cronograma

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	7	10,4%
	Si	60	89,6%
Total		67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

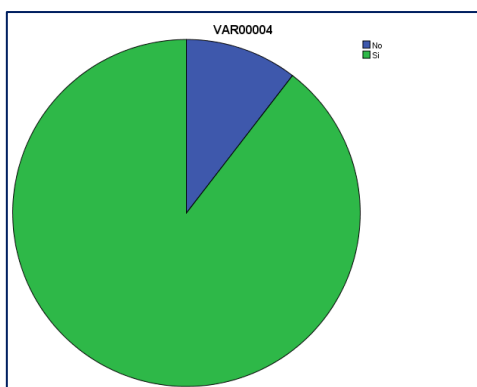


Figura 22. El sistema web permite realizar un cronograma. (Fuente: Aplicación del instrumento).

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 17 y figura 22, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿El Sistema Web le permitió realizar un cronograma de actividades de los atractivos turísticos que desean visitar en la Región San Martín?, el 10,4% respondió con un “No” y el otro 89,6% con un “Si”.

P5. ¿La información que obtuvo en el Sistema Web le permitió conocer un aproximado de los gastos que va a realizar al visitar la Región San Martín?

Tabla 18

Información obtenida en el sistema web

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	9	13,4%
	Si	58	86,6%
	Total	67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

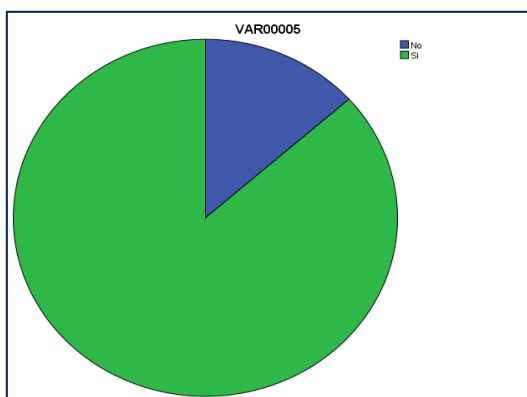


Figura 23. Información obtenida en el sistema web. (Fuente: Aplicación del instrumento).

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 18 y figura 23, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿La información que obtuvo en el Sistema Web le permitió conocer un aproximado de los gastos que va a realizar al visitar la Región San Martín?, el 13,4% respondió con un “No” y el otro 86,6% con un “Si”.

P6. ¿La información que obtuvo sobre la Región San Martín en el Sistema Web le permitió al menos elegir 3 sitios que le gustaría visitar?

Tabla 19

Información obtenida en la región san martin

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	7	10,4%
	Si	60	89,6%
	Total	67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

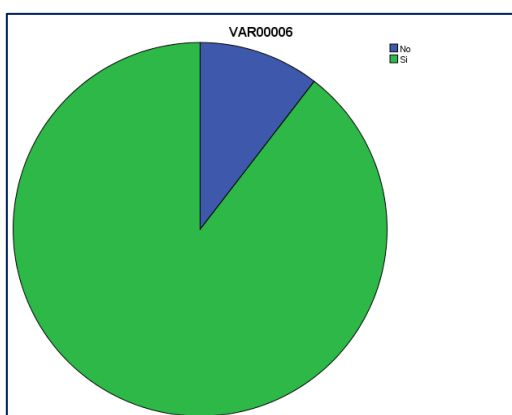


Figura 24. Información obtenida en la región san martin. (Fuente: Aplicación del instrumento).

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 19 y figura 24, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿La información que obtuvo sobre la Región San Martín en el Sistema Web le permitió al menos elegir 3 sitios que le gustaría visitar?, el 10,4% respondió con un “No” y el otro 89,6% con un “Si”.

P7. ¿La información sobre los diferentes atractivos turísticos de la Región San Martín en el Sistema Web le permitió conocer que actividades le gustaría realizar una vez que esté aquí?

Tabla 20

Información sobre los diferentes atractivos

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	17	25,4%
	Si	50	74,6%
	Total	67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

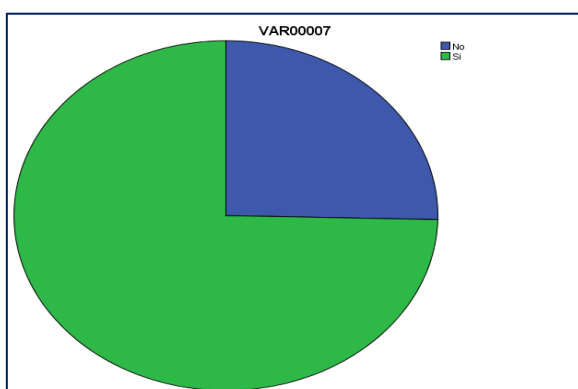


Figura 25. Información sobre los diferentes atractivos. (Fuente: Aplicación del instrumento).

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 20 y figura 25, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿La información sobre los diferentes atractivos turísticos de la Región San Martín en el Sistema Web le permitió conocer que actividades le gustaría realizar una vez que esté aquí?, el 25,4% respondió con un “No” y el otro 74,6% con un “Si”.

P8. ¿La información que obtuvo en el Sistema Web acerca de los atractivos turísticos le permitió establecer un tiempo determinado para visitar cada lugar en la Región San Martín?

Tabla 21 *Información obtenida en el sistema web*

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	11	16,4
	Si	56	83,6
	Total	67	100,0

Fuente: Aplicación del instrumento

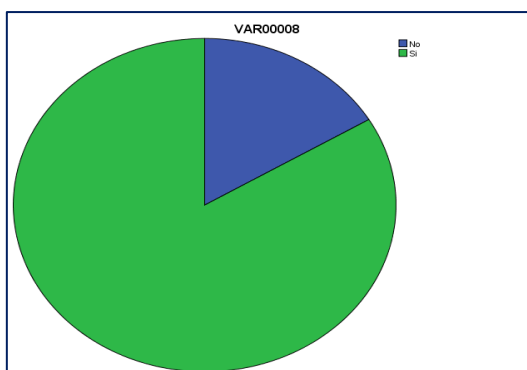


Figura 26. Información obtenida en el sistema web. (Fuente: Aplicación del instrumento).

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 21 y figura 26, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿La información que obtuvo en el Sistema Web acerca de los atractivos turísticos le permitió establecer un tiempo determinado para visitar cada lugar en la Región San Martín?, el 16,4% respondió con un “No” y el otro 83,6% con un “Si”.

P9. ¿La información que obtuvo en el Sistema Web le permitió determinar el tipo de Hotel en el que desea alojarse?

Tabla 22

Información a través del sistema web para la elección de un alojamiento

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	32	47,8%
	Si	35	52,2%
	Total	67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

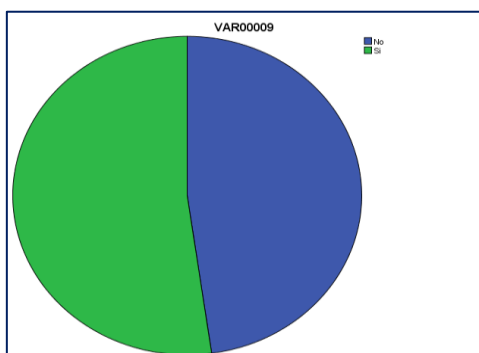


Figura 27. Información a través del sistema web para la elección de un alojamiento. (Fuente: Aplicación del instrumento)

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 22 y figura 27, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿La información que obtuvo en el Sistema Web le permitió determinar el tipo de Hotel en el que desea alojarse?, el 47,8% respondió con un “No” y el otro 52,2% con un “Si”.

P10. ¿La información que obtuvo en el Sistema Web para informarse de los diferentes atractivos de la Región San Martín fue clara y precisa?

Tabla 23

Información a través del sistema web

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	19	28,4%
	Si	48	71,6%
	Total	67	100%

Fuente: Aplicación del instrumento

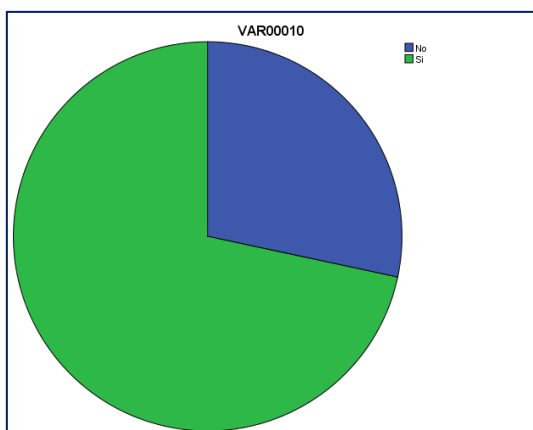


Figura 28. Información a través del sistema web
(Fuente: Aplicación del instrumento)

Interpretación:

Tal y como lo indica la tabla 22 y figura 28, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿La información que obtuvo en el Sistema Web para informarse de los diferentes atractivos de la Región San Martín fue clara y precisa?, el 28,4% respondió con un “No” y el otro 71,6% con un “Si”.

Mejora de la planificación de la visita del turista a la región San Martín con la aplicación de un sistema

Tabla 24

Prueba de t de student

		Diferencias relacionadas					tc	gl	Sig. (bilateral)
Planificación de la visita	Después - Antes	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia				
					Inferior	Superior			
		4,746	3,226	,394	3,959	5,533	12,044	66	,000

Fuente: SPSS 21 – T de Student

Interpretación

Mediante la aplicación del análisis estadístico se llegó a identificar que el sistema web “Paradise Verde” tiene una influencia positiva en la mejora de la planificación de la visita por parte los turistas, esto debido a que el valor de significancia bilateral es menor a 0.05; es decir fue 0.000, además se tuvo como media: 4,746, desviación típ: 3,226 y error de la media: 0,294, contando con un 95% de intervalo de confianza para la diferencia Inferior (3,959) y superior (5,533) permitiendo de esta manera aceptar la hipótesis de investigación.

Contrastación de hipótesis

Sí: $t_c > t_i$; Existe influencia de la Variable independiente sobre la dependiente (H_1)

Sí: $t_c < t_i$; No existe influencia de la Variable independiente sobre la dependiente (H_0)

Nivel de significancia

0.95 = 95%

Estadístico de Prueba

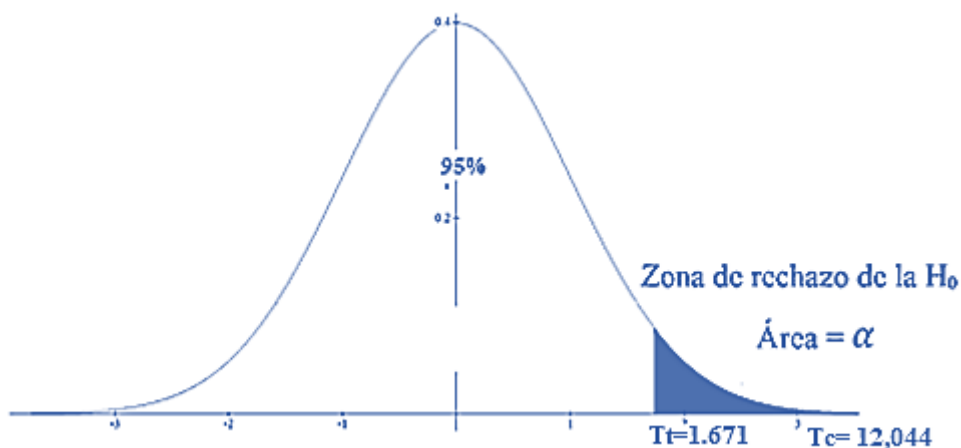
Prueba t

Valor P o Significancia

P= 0.000

Tabla 25*Contrastaste de hipótesis*

Sistema	web	gl	t Tabular	Nivel de Significancia $1-\alpha$	t Calcular	Decisión
Planificación		66	1.671	0.95	12,044	Acepta la Hi.

Fuente: SPSS-21**Figura 29.** Campana de Gauss. (Fuente: SPSS – 21).

De acuerdo a la distribución de t de student (Ver anexo 6) se evidencia que el t_c (12,044) es superior a t_t (1,671), permitiendo de esta manera aceptar la hipótesis de investigación, finalmente el sistema logró alcanzar un mayor nivel de aceptación y satisfacer las necesidades de los usuarios (turistas), generando de esta manera una mejor expectativa y planificación de su estadía en la región.

3.2. Discusión

En cuanto a la planificación de la visita del turista a la región San Martín antes de la implementación del sistema web, se conoció que fue regular en un 49% con tendencia a inadecuada que alcanzó un 42%, donde superan más del 50%, y solo un 9% fue adecuado, esto debido a que el tiempo en que se toma para poder conocer los atractivos es un problema que genera un alto nivel de pérdida en el tiempo, ya que los folletos muchas veces carecen de información actualizada generando inseguridad al momento de decidir, por otro lado los visitantes no toman medidas de contingencia previa a su planificación, donde llegan en fechas en que no son festivas para el desarrollo de un turismo más vivencial, esto debido a

que la información no está detallada apropiadamente en las páginas de servicios, de igual manera no se tiene a la mano cronograma de rutas a visitar o efectuar durante la estadía, y los guías solo se centran en productos turísticos recurrentes, si bien cada uno de los visitantes tiene un presupuesto asignado, estos no tienen idea acerca de los costos promedios de estadía, alimentación, y otros servicios, por esta razón no tiene establecido al menos 3 lugares a visitar, porque efectúan planeación de sus gastos a la deriva, finalmente es importante destacar la información en cuanto a los atractivos que no permitían establecer tiempo que puede durar la estadía o la distancia del mismo, donde muchos suelen desanimarse, de igual manera el desconocimiento de las páginas principales de hoteles no ha permitido una segmentación en cuanto a precios y donde alojarse, debido a que muchos tenían un presupuesto y luego termino superando. Así también, se ha tenido importante describir a cada una de las preguntas con su respectivo indicador, donde se empleó preguntas a 67 turistas en la región San Martín, se conoció que en la pregunta: ¿El tiempo que tarda en conocer los atractivos turísticos en los folletos, revistas e internet le permite realizar una planificación de visita a la Región San Martín adecuada y segura?, el 89,6% respondió con un “No” y el otro 10,4% con un “Si”; en la pregunta: ¿La información que obtuvo le permitió conocer hoteles, bosques, recursos históricos y entender las características y potencial turístico que tiene la Región San Martín?, el 26,9% respondió con un “No” y el otro 73,1% con un “Si”; en la pregunta: ¿Para viajar a la Región San Martín realizó una adecuada planificación de las fechas festivas más importantes?, el 82,1% respondió con un “No” y el otro 17,9% con un “Si”; en la pregunta: ¿Antes de venir a la Región San Martín pudo realizar un cronograma de actividades de los atractivos turísticos que desean visitar?, el 89,6% respondió con un “No” y el otro 10,4% con un “Si”; se conoció que en la pregunta: ¿La información que obtuvo antes de realizar la visita a la Región San Martín le permitió conocer un aproximado de los gastos que va a realizar?, el 86,6% respondió con un “No” y el otro 13,4% con un “Si”. En la pregunta: ¿La información que obtuvo antes de realizar la visita a la Región San Martín le permitió conocer un aproximado de los gastos que va a realizar?, el 86,6% respondió con un “No” y el otro 13,4% con un “Si”. En la pregunta: ¿La información que obtuvo sobre la Región San Martín le permitió al menos elegir 3 sitios que le gustaría visitar?, el 89,6% respondió con un “No” y el otro 10,4% con un “Si”. En la pregunta: ¿La información sobre los diferentes atractivos turísticos de la Región San Martín le permitió conocer que actividades le gustaría realizar una vez que esté aquí?, el 25,4% respondió con un “No” y el otro 74,6% con un “Si”. En la pregunta: ¿La información que obtuvo acerca de los atractivos turísticos le permitió establecer un tiempo determinado para visitar cada lugar

en la Región San Martín?, el 83,6% respondió con un “No” y el otro 16,4% con un “Si”. En la pregunta: ¿La información que obtuvo le permitió determinar el tipo de Hotel en el que desea alojarse?, el 52,2% respondió con un “No” y el otro 47,8% con un “Si” y finalmente en la pregunta: ¿La información que obtuvo para informarse de los diferentes atractivos de la Región San Martín fue clara y precisa?, el 71,6% respondió con un “No” y el otro 28,4% con un “Si”. En un contexto internacional guarda relación con lo planteado por Reategui (2014) quien mencionó en su conclusión que la implantación de un sistema de información web para optimizar el control de ventas en la empresa ha influido en la satisfacción del usuario final por el fácil uso y su interactividad, de tal forma que el 87% se identifican con el sistema lo mismo que se refleja a la hora de realizar los procesos

Con respecto al diseño del sistema web de atractivos turísticos “Paradise Verde” para la planificación turística, se ha considerado que el diseño del sistema es apropiado para el mejoramiento tanto de la navegación como para alcanzar información asertiva. De la misma manera Villegas (2015) considera que mediante la implementación del sistema de información se resolvieron varios problemas que eran influyentes para la gestión de historiales médicos lo cual generó fiabilidad para que así el Director General pueda tomar decisiones acerca de los historiales de los pacientes.

En la evaluación del sistema web de atractivos turísticos para la planificación turística es adecuado en un 88%, debido a que su diseño es llamativo y acorde a la ubicación geográfica, de igual manera los menús y submenús son entendibles y también proporciona información confiable y actualizada sobre las actividades y eventos importantes que se realizan en los lugares turísticos como las fiestas patronales. Otro de los componentes importantes es su fácil distribución mediante correos, Facebook, Instagram y demás redes sociales, el mismo que garantiza la satisfacción de los turistas para aprovechar al máximo su visita a la región. El autor Mendoza (2017) en su investigación concluyó que el desarrollo de una aplicación web integra a la metaheurística Búsqueda Tabú, dicha aplicación web se desplegó en un servidor de aplicación con un el dominio www.turismoruralcomunitario.pe en donde se realizaron las pruebas de despliegue respectivas, en donde los emprendedores y diferentes actores validaron satisfactoriamente los resultados finales.

Asimismo, la planificación de la visita turista después de la implementación del sistema web es adecuada en un 93%, regular en 3% e inadecuado sólo en un 1%, debido a que se ha mejorado significativamente los atractivos de la región en cuanto a su ubicación, desarrollo

de actividades y el costo respectivamente, además de ello se ha hecho uso de las programaciones “planifica tu viaje” en la que de manera inmediata se pueden conocer las rutas que se debe seguir para cada sitio a visitar. Finalmente, la información permitió tomar decisiones en cuanto a los distrito o recursos a visitar, sin la presencia de inconvenientes, además de mostrar una gama de posibilidades para mejorar la estadía del turista, conjuntamente con el tiempo de llegada a cada uno de los atractivos, finalmente también se evidencian las tarifas de los hoteles donde se puedan quedar cada individuo. Así también, se ha tenido importante describir a cada una de las preguntas con su respectivo indicador, en la pregunta: ¿El tiempo que tardó en conocer los atractivos turísticos en el Sistema Web le permitió realizar una planificación de visita a la Región San Martín adecuada y segura?, el 10,4% respondió con un “No” y el otro 89,6% con un “Si”. En la pregunta: ¿La información que obtuvo en el Sistema Web le permitió conocer hoteles, bosques, recursos históricos y entender las características y potencial turístico que tiene la Región San Martín?, el 26,9% respondió con un “No” y el otro 73,1% con un “Si”. En la pregunta: ¿El Sistema Web le permitió realizar una adecuada planificación de las fechas festivas más importantes en la Región San Martín?, el 17,9% respondió con un “No” y el otro 82,1% con un “Si”. En la pregunta: ¿El Sistema Web le permitió realizar un cronograma de actividades de los atractivos turísticos que desean visitar en la Región San Martín?, el 10,4% respondió con un “No” y el otro 89,6% con un “Si”. En la pregunta: ¿La información que obtuvo en el Sistema Web le permitió conocer un aproximado de los gastos que va a realizar al visitar la Región San Martín?, el 13,4% respondió con un “No” y el otro 86,6% con un “Si”. En la pregunta: ¿La información que obtuvo sobre la Región San Martín en el Sistema Web le permitió al menos elegir 3 sitios que le gustaría visitar?, el 10,4% respondió con un “No” y el otro 89,6% con un “Si”. En la pregunta: ¿La información sobre los diferentes atractivos turísticos de la Región San Martín en el Sistema Web le permitió conocer que actividades le gustaría realizar una vez que esté aquí?, el 25,4% respondió con un “No” y el otro 74,6% con un “Si”. En la pregunta: ¿La información que obtuvo en el Sistema Web acerca de los atractivos turísticos le permitió establecer un tiempo determinado para visitar cada lugar en la Región San Martín?, el 16,4% respondió con un “No” y el otro 83,6% con un “Si”. En la pregunta: ¿La información que obtuvo en el Sistema Web le permitió determinar el tipo de Hotel en el que desea alojarse?, el 47,8% respondió con un “No” y el otro 52,2% con un “Si”. Finalmente, en la pregunta: ¿La información que obtuvo en el Sistema Web para informarse de los diferentes atractivos de la Región San Martín fue clara y precisa?, el 28,4% respondió con un “No” y el otro 71,6% con un “Si”. Los resultados tienen una relación cercana con Morillas

(2016) quien concluye que el Sistema Web Responsive mejoró la promoción del turismo en la Región La Libertad, obteniendo resultados importantes en el nivel de satisfacción del turista, incrementando el nivel de satisfacción del turista encuestado en un 52.1%, respecto a la información percibida. El autor Chiquilin (2015) llegó a concluir que con la implementación del sistema vía web y móvil de información hotelera y turística se incrementó el número de visitantes turistas en un 29.8%, logrando de esa manera mejorar significativamente el nivel de atención al cliente en el Gran Bolívar Hotel S.A., y la calidad turística de la ciudad de Trujillo.

En cuanto al objetivo general; se llegó a identificar que el sistema web “Paradise Verde” tiene una influencia positiva en la mejora de la planificación de la visita por parte los turistas, esto debido a que el valor de significancia bilateral es menor a 0.05, permitiendo de esta manera aceptar la hipótesis de investigación. El autor Aranda (2019) en su investigación concluye que el uso de la aplicación móvil Android Scapate tuvo una gran influencia en la difusión de la información turística de la ciudad de Tarapoto, pues al realizar la prueba de t-student de contrastación de hipótesis se encontró que $-t_c < -t_t$ ($-3.213 < -1.645$), lo que permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa a un nivel de significancia de 0.05 esto confirmó que la implementación de la aplicación móvil Android mejorará significativamente la difusión de la información turística de la ciudad de Tarapoto.

CONCLUSIONES

La planificación de la visita turística en la región de San Martín antes de la implementación del sistema web fue regular en un 49% con tendencia a inadecuada en un 42% y adecuada sólo en un 9%, por cuanto los turistas utilizan gran parte de su tiempo revisando folletos poco efectivos debido a que carecen de información actualizada, generando poca confianza y seguridad al momento de decidir.

El diseño del sistema web cuenta con todos los estándares de accesibilidad para su correcto uso por parte los turistas, lo cual permite que se sientan satisfechos con la obtención de información actualizada, además Paradise verde, cuenta con un sistema de respuesta a la “planificación del viaje”, permitiendo que se vuelva confiable y pueda ser manejado con mucha facilidad.

La planificación de la visita turista después de la implementación del sistema web es adecuada en un 93%, regular en 3% e inadecuado sólo en un 1%, debido a que se ha mejorado significativamente los atractivos de la región en cuanto a su ubicación, desarrollo de actividades y el costo respectivamente, además de ello se ha hecho uso de las programaciones “planifica tu viaje” en la que de manera inmediata se pueden conocer las rutas que se debe seguir para cada sitio a visitar.

El sistema web de atractivos turísticos para la planificación turística es adecuado en un 88%, debido a que su diseño es llamativo y acorde a la ubicación geográfica, de igual manera los menús y submenús son entendibles y también proporciona información confiable y actualizada sobre las actividades y eventos importantes que se realizan en los lugares turísticos como las fiestas patronales.

El sistema web “Paradise Verde” tiene una influencia positiva en la mejora de la planificación de la visita por parte los turistas en la región de San Martín, esto debido a que el valor de significancia bilateral es menor a 0.05; es decir, 0.000, al igual que el valor de t_c (12,044) es mayor al t_t (1,671), permitiendo de esta manera aceptar la hipótesis de investigación, donde indica que una variable influye sobre otra, logrando alcanzar un mayor nivel de aceptación y satisfacer las necesidades de los usuarios (turistas), generando de esta manera una mejor expectativa y planificación de su estadía en la región.

RECOMENDACIONES

El sistema web debe estar en constante actualización de la información para incrementar la interacción del turista, permitiendo de esta manera su sostenibilidad en el tiempo al igual que económica.

El diseño del sistema web cuenta con todos los estándares de accesibilidad para su correcto uso por parte los turistas, lo cual permite que se sientan satisfechos con la obtención de información actualizada, además Paradise verde, cuenta con un sistema de respuesta a la “planificación del viaje”, permitiendo que se vuelva confiable y pueda ser manejado con mucha facilidad.

Mantener los diferentes patrones de calidad en cuanto a imagen, actualización y rapidez en los procesos de búsqueda de datos para las diferentes actividades que se realizan en los distritos de la región San Martín.

Impulsar el sistema web con la cámara de comercio de San Martín, debido a que estos desarrollan constantemente actividades turísticas y tiene un constante control de las agencias de viajes, para mejorar el servicio.

Capacitar a las agencias de servicios turísticos en el uso del sistema web “Paradise Verde” con la finalidad de que el turista pueda tener una información más clara en cuanto a los lugares a visitar, por otro lado, promocionarlo mediante las redes sociales para su mayor interacción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alberca, F. (2013). *Implementación de una guía turística colaborativa virtual para mejorar la difusión de los lugares turísticos de la provincia de San Ignacio – Cajamarca*. (Artículo científico). Universidad César Vallejo. Recuperado de: <http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/CIENTIFI-K/article/view/346/234>
- Alfaro, L. (2010) “*Elaboración de rubricas para la evaluación basada en proyectos*”. México: Lopealfa.
- Análisis de resultados de las encuestas realizadas a visitantes Nacionales y extranjeros para medir el nivel de satisfacción San Martín, marzo 2009, 20 de noviembre de 2017: 10:12 pm.
- Aranda, C. (2019). *Implementación de una aplicación móvil Android para mejorar la difusión de información turística en la ciudad de Tarapoto*. Universidad Nacional de San Martín. Tarapoto, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3353/FISI%20-%20Carlos%20Ritter%20Aranda%20Manchay.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Banco Central De Reserva (2011). *El turismo y el Crecimiento económico de la Región San Martín*. Perú: BCR. Recuperado de: <http://www.yacumama.com.pe/es/noticias/turismo/el-turismo-y-el-crecimiento-economico-de-la-region-san-martin.html>
- Castillo, M. (2014) “*La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas*” (Artículo científico). Estudios y perspectivas en turismo. Argentina. Vol. 24 (3). Pp. 737-757.
- Chuquilin, J. (2015). “*Sistema de información hotelera y turística Vía Web y Móvil, para mejorar la atención al cliente en el Gran Bolívar Hotel S.A, de la Ciudad de Trujillo*”. (Artículo científico). Universidad César Vallejo. Trujillo – Perú. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/11717>
- Diario Portal de Turismo (2018, febrero 21). *Congreso Nacional de Turismo: “Innovación en la herramienta clave para el desarrollo turístico*”. Perú: Diario Portal de Turismo. Recuperado de <https://portaldeturismo.pe/noticia/congreso-nacional-de-turismo-innovacion-es-la-herramienta-clave-para-desarrollo-turistico>

- DIRCETUR San Martín (2014). *Perfil del visitante nacional y extranjero que arriba a San Martín*, 20 noviembre 2017, 10:30 pm.
- Dirección Nacional de Turismo argentina (1970). *Recursos Turísticos Y Atractivos Turísticos: Conceptualización, Clasificación Y Valoración I*. Recuperado de: revistas.um.es/turismo/article/download/221641/173171, 06 de junio de 2017; 09:12 pm.
- El día de Córdoba (2018, mayo 31). *Turismo actualiza su web y la adapta a todos los dispositivos*. Argentina-Córdoba: El día de Córdoba.
- Gamarra, G. et al. (2015) *Estadística e investigación con aplicaciones de SPSS* (2° ed.) Perú: San Marcos.
- Hernández Orallo, E. *El Lenguaje Unificado De Modelado (Uml)*. Recuperado de: <http://www.disca.upv.es/enheror/pdf/ActaUML.PDF>. 10 de junio de 2017; 10:05 am.
- Hernández Sampieri, R (2014). *Metodología de la Investigación*. 6ta Edición.
- Julca Rodríguez, L, M. (2005) *Tecnologías De Información Aplicables Al Sector Turismo En El Perú*.
- La Organización Mundial del Turismo (1991). *Significado de Turismo*. Recuperado de <https://www.significados.com/turismo/>. 6 de junio 2017, 22:13.
- Legerén, E. (2010) “*Diseño de un sistema de información mediante una Intranet corporativa: Propuesta de implementación de una empresa constructora de la provincia de Granada*” (Artículo científico). Granada – España. Pp.
- López, A. y Molina, I. (2015) “*Planificación y diseño de rutas turísticas con un sistema de información geográfica online: propuestas y aplicaciones educativas para Castilla y León*” (Artículo científico) Universidad de Zaragoza. Vol. 95 (8). Pp. 798 – 877.
- Medina, G. y Montalvo, G. (2017) “*Mejora de la productividad mediante un sistema de gestión basado en Lean Six Sigma en el proceso productivo de Pallets en la Empresa Maderera Nuevo Perú S.A.C., 2017*” (Artículo científico). Revista Ingeniería. Perú.
- Mendoza, O. (2017). “*Diseño e implementación de un circuito turístico inteligente en la Región Puno mediante la metaheurística Búsqueda Tabú*”. (Artículo científico). Universidad Peruana Unión. Juliaca, Perú. Recuperado de:

https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/899/Oscar_Mendoza_Bachiller_2017.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Morillas, A. (2016). *Sistema de información Turístico Web Responsive para mejorar la promoción del turismo en la Región La Libertad*. (Artículo científico). Universidad César Vallejo. Trujillo, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/11731>

Noticias Bancarias (2018, enero 21). *OMT: el turismo mundial crece un 7% en 2017*. España: NB.

Puleo (1985). *Concepto de Sistema y Teoría General de Sistemas*. Recuperado de <http://gepsea.tripod.com/sistema.htm>, 06 de junio de 2017; 10:12 pm.

Ráfales, E. *Metodología de la Investigación técnico-científica*. Edit Rubiños, Moscú.

Ramírez (1981). *Turismo*. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/medina_v_bs/capitulo2.pdf, 06 junio de 2017, 09:12 pm.

Real Academia Española (2010). *La teoría general de sistemas*. Recuperado de: <http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0012sistemas.htm>.

Roberto. B (1985: 44). *Recursos Turísticos Y Atractivos Turísticos: Conceptualización, Clasificación Y Valoración*. Recuperado de: revistas.um.es/turismo/article/download/221641/173171, 06 de junio de 2017; 09:12 pm.

Temas Especiales De Computación. *El lenguaje unificado de modelado (UML)*. Recuperado de: <http://profesores.fi-b.unam.mx/carlos/aydoo/uml.html>. 16 de junio de 2017; 07:12 pm.

Tipos de Turismo. Recuperado de: <http://10tipos.com/tipos-de-turismo/>, 10 de junio de 2017; 07:12 pm.

Tipos de Turismo: *¿Qué Clases de Turismo Existen?* Recuperado de: <http://www.blogitravel.com/2009/11/tipos-de-turismo-%C2%BFque-clases-de-turismo-existen/> 10 de junio de 2017; 07:12 pm

Weiers, R. M. (2006) *Introducción a la estadística para negocios*. México: Cengage Learning

ANEXOS

Anexo 1.**Instrumentos****Cuestionario sobre el Sistema Web de Atractivos Turísticos**

Buenos días, el presente cuestionario tiene por objetivo evaluar el uso de un sistema web para mejorar la planificación de visitas turísticas a la Región San Martín. Para lo cual se le pide que conteste de manera objetiva las preguntas indicadas, marcando con una (X) en el recuadro que crea conveniente, teniendo en cuenta la siguiente escala:

Escala de Medición	
Totalmente desacuerdo	1
Desacuerdo	2
Indiferente	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Sistema Web de Atractivos Turísticos		Escala valorativa				
		1	2	3	4	5
1	¿El Sistema Web muestra un diseño llamativo e interesante?					
2	¿Los distintos menús y sub-menús son claros y facilitan el acceso a la información?					
3	¿Es fácil encontrar la información que está buscando en el Sistema Web?					
4	¿El Sistema Web contiene información que está actualizada?					
5	¿La información está disponible en distintos idiomas en el Sistema Web?					
6	El tipo de letra utilizado, así como el tamaño de la misma ¿Crees que son los correctos?					
7	¿El sistema web tiene la facilidad para compartir información?					
8	¿Encuentra diariamente nuevas noticias y novedades en la página web?					
9	¿Crees que los elementos multimedia utilizados en esta web facilitan el proceso de planificación?					
10	¿Crees que el uso de un sistema web de planificación puede ayudar a una mejor planificación de su visita?					
11	¿La organización de la información del sistema web es la apropiada?					
12	¿El sistema web carga los elementos con rapidez?					

Proceso de evaluación

En la investigación, se ha visto importante tener en consideración elaborar un procedimiento de medición de acuerdo a la escala de Likert, para ello se dio un valor de totalmente desacuerdo (1), desacuerdo (2), indiferente (3), de acuerdo (4), totalmente de acuerdo (5), quienes evidenciaran las respuestas de cada turista de acuerdo a sus criterios sobre el sistema web atractivos turísticos de la región San Martín para mejorar la planificación de visitas de los turistas, dado que se tiene en cuenta al autor Alfaro (2010) ; en el cual dicho proceso de evaluación se describirá de la siguiente manera:

Escala de medición instrumento	Escala de medición variable	Desde	Hasta
Totalmente desacuerdo	Inadecuada	0	2
Desacuerdo			
Indiferente	Regular	3	5
De acuerdo	Adecuada	6	10
Totalmente de acuerdo			

Cuestionario sobre la planificación de visitas de los turistas antes del uso del Sistema Web

Buenos días, el presente cuestionario tiene por objetivo conocer antes y después del uso de un sistema web como es la planificación de visitas que realiza el turista a la región San Martín. Para lo cual se le pide que conteste de manera objetiva las preguntas indicadas, marcando con una (X) si considera que es SI o NO.

1. Sexo:Edad:

2. Procedencia

a. Extranjero ()

b. Nacional ()

c. Local ()

Planificación de visitas antes del uso del Sistema Web		Escala valorativa	
		SI	NO
1	¿El tiempo que tarda en conocer los atractivos turísticos en los folletos, revistas e internet le permite realizar una planificación de visita a la Región San Martín adecuada y segura?		
2	¿La información que obtuvo le permitió conocer hoteles, bosques, recursos históricos y entender las características y potencial turístico que tiene la Región San Martín?		
3	¿Para viajar a la Región San Martín realizó una adecuada planificación de las fechas festivas más importantes?		
4	¿Antes de venir a la Región San Martín pudo realizar un cronograma de actividades de los atractivos turísticos que desean visitar?		
5	¿La información que obtuvo antes de realizar la visita a la Región San Martín le permitió conocer un aproximado de los gastos que va a realizar?		
6	¿La información que obtuvo sobre la Región San Martín le permitió al menos elegir 3 sitios que le gustaría visitar?		
7	¿La información sobre los diferentes atractivos turísticos de la Región San Martín le permitió conocer que actividades le gustaría realizar una vez que esté aquí?		
8	¿La información que obtuvo acerca de los atractivos turísticos le permitió establecer un tiempo determinado para visitar cada lugar en la Región San Martín?		
9	¿La información que obtuvo le permitió determinar el tipo de Hotel en el que desea alojarse?		
10	¿La información que obtuvo para informarse de los diferentes atractivos de la Región San Martín fue clara y precisa?		

Cuestionario sobre la planificación de visitas de los turistas después del uso del Sistema Web

Buenos días, el presente cuestionario tiene por objetivo conocer antes y después del uso de un sistema web como es la planificación de visitas que realiza el turista a la región San Martín. Para lo cual se le pide que conteste de manera objetiva las preguntas indicadas, marcando con una (X) en el recuadro si considera que es SI o NO

Planificación de visitas después del uso del Sistema Web		Escala valorativa	
		SI	NO
1	¿El tiempo que tardó en conocer los atractivos turísticos en el Sistema Web le permitió realizar una planificación de visita a la Región San Martín adecuada y segura?		
2	¿La información que obtuvo en el Sistema Web le permitió conocer hoteles, bosques, recursos históricos y entender las características y potencial turístico que tiene la Región San Martín?		
3	¿El Sistema Web le permitió realizar una adecuada planificación de las fechas festivas más importantes en la Región San Martín?		
4	¿El Sistema Web le permitió realizar un cronograma de actividades de los atractivos turísticos que desean visitar en la Región San Martín?		
5	¿La información que obtuvo en el Sistema Web le permitió conocer un aproximado de los gastos que va a realizar al visitar la Región San Martín?		
6	¿La información que obtuvo sobre la Región San Martín en el Sistema Web le permitió al menos elegir 3 sitios que le gustaría visitar?		
7	¿La información sobre los diferentes atractivos turísticos de la Región San Martín en el Sistema Web le permitió conocer que actividades le gustaría realizar una vez que esté aquí?		
8	¿La información que obtuvo en el Sistema Web acerca de los atractivos turísticos le permitió establecer un tiempo determinado para visitar cada lugar en la Región San Martín?		
9	¿La información que obtuvo en el Sistema Web le permitió determinar el tipo de Hotel en el que desea alojarse?		
10	¿La información que obtuvo en el Sistema Web para informarse de los diferentes atractivos de la Región San Martín fue clara y precisa?		

Proceso de evaluación

En la investigación, se ha visto importante tener en consideración elaborar un procedimiento de medición de acuerdo a la escala de Likert, para ello se dio un valor a No (0) y a Si (1), quienes evidenciaran las respuestas de cada turista de acuerdo a sus criterios sobre el sistema web atractivos turísticos de la región San Martín para mejorar la planificación de visitas de los turistas, dado que se tiene en cuenta al autor Alfaro (2010); en el cual dicho proceso de evaluación se describirá de la siguiente manera:

Escala de medición instrumento		Escala de medición variable	Desde	Hasta
No (0); Si (1)	=	Inadecuada	0	2
	=	Regular	3	5
	=	Adecuada	6	10

Anexo 2.

Matriz de consistencia

Determinación del problema			
<p>Muchos turistas antes de visitar la región desean conocer los costos en los que se incurre y dicha información no se encuentra en un sistema web con facilidad, y si se encuentra no es confiable, por lo que a través de la presente investigación se pretende desarrollar un sistema web que sea confiable y brinde la información necesaria para que un turista se sienta seguro al visitar la Región San Martín, teniendo ya un tour por realizar gracias a la información que encontrará en la página web.</p>			
Formulación del problema	Hipótesis	Objetivos	
<p>¿Cómo mejorar la planificación de la visita del turista a la región San Martín con la aplicación del sistema?</p>	<p>H₁: Con el uso del sistema se mejorara la planificación de visitas del turista en la región San Martín</p>	<p>Objetivo general Mejorar la planificación de la visita del turista a la región San Martín con la aplicación de un sistema Web.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analizar la planificación de la visita del turista a la región San Martín antes de la implementación del sistema web. - Diseñar e implementar un sistema web de atractivos turísticos para la planificación turística. - Analizar la planificación de la visita del turista a la región San Martín después de la implementación del sistema web. - Evaluar sistema web de atractivos turísticos para la planificación turística. 	
Diseño de investigación	VARIABLES DE ESTUDIO	Población y muestra	Instrumentos de recolección de datos
<p>Experimental Pre experimental</p>	<p>Sistema web de atractivos turísticos</p> <p>Número de visitas Número de usuarios Valoración de encuesta Nivel de satisfacción del manejo del sistema web</p> <p>Planificación de visitas</p> <p>Calidad de información del atractivo turístico Calidad de información de la ruta Calidad de información hospedaje Disponibilidad de la información turística brindada por la web</p>	<p>La población estuvo conformada por los turistas internacionales, nacionales y locales que visitan la Región San Martín en una semana, es decir, 23513 turistas que visitan la Región San Martín.</p> <p>Muestra n = 67 turistas</p>	<p>Cuestionario Observación</p>

Anexo 3.**Recolección de información**

Llegada mensual de turistas al Perú

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Enero	178 584	179 817	205 578	228 313	246 858	255 983
Febrero	184 045	180 674	181 769	211 765	241 127	263 144
Marzo	168 463	171 702	166 503	206 020	228 614	253 180
Abril	155 412	162 388	164 353	196 464	215 975	236 237
Mayo	164 605	158 088	180 127	194 701	215 592	256 187
Junio	173 881	172 915	185 399	204 188	225 468	258 511
Julio	207 437	199 608	227 724	255 468	268 788	302 309
Agosto	187 349	184 093	202 606	229 943	242 986	276 730
Septiembre	164 052	169 396	182 353	205 185	234 605	249 413
Octubre	162 033	186 144	204 456	227 418	244 308	282 419
Noviembre	143 569	181 462	191 979	210 450	238 813	258 735
Diciembre	168 190	193 674	206 340	227 888	242 921	270 991
Total	2 057 620	2 139 961	2 299 187	2 597 803	2 846 055	3 163 839

Fuente: (MINCETUR, 2014)

Arribos y Pernoctaciones

	Julio		Var %	Enero - Julio		Var %
	2010	2011		2010	2011	
<u>Arribos</u>	40 609	53 383	31.50%	253 638	305 224	20.30%
Nacionales	39 804	52 238	31.20%	250 053	299 666	19.80%
Extranjeros	805	1 145	42.20%	3 585	5 558	55%
<u>Pernoctaciones</u>	55 943	72 111	28.90%	341 930	412 588	20.70%
Nacionales	54 352	69 612	28.10%	334 109	401 191	20.10%
Extranjeros	1 591	2 499	57.10%	7 821	11 397	45.70%

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de San Martín

Anexo 4.**Árbol de problema**

Fuente: Elaboración propia

Anexo 5.

Distribución de t de student

342

Estadística e investigación con aplicaciones de SPSS

TABLA 4: Distribución de t Student

Los valores enumerados en la tabla son los valores críticos de t para los grados de libertad dados (columna de la izquierda) y el nivel alfa (encabezado de la columna). Para los niveles alfa de dos colas, t_{crit} es + y -. Para ser significativo, $|t_{obs}| \geq |t_{crit}|$.

gl	Nivel de significado para la prueba de una cola \Rightarrow <i>Una hipótesis alternativa</i>					
	.10	.05	.025	.01	.005	.0005
	Nivel de significado para la prueba de dos colas \Rightarrow <i>Una hipótesis alterna</i>					
	.20	.10	.05	.02	.01	.001
1	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657	636.619
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	31.598
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	12.941
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	8.610
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	6.859
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	5.959
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	5.405
8	1.397	1.860	2.306	2.986	3.355	5.041
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.781
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.587
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.437
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	4.318
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	4.221
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	4.140
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	4.073
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	4.015
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.965
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.922
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.883
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	3.850
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	3.819
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.792
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	3.767
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	3.745
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.725
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	3.707
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.690
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	3.674
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.659
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	3.646
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.551
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	3.460
120	1.289	1.658	1.980	2.358	2.617	3.373
∞	1.282	1.645	1.960	2.326	2.576	3.291

Fuente: Elaboración propia

Anexo 6.

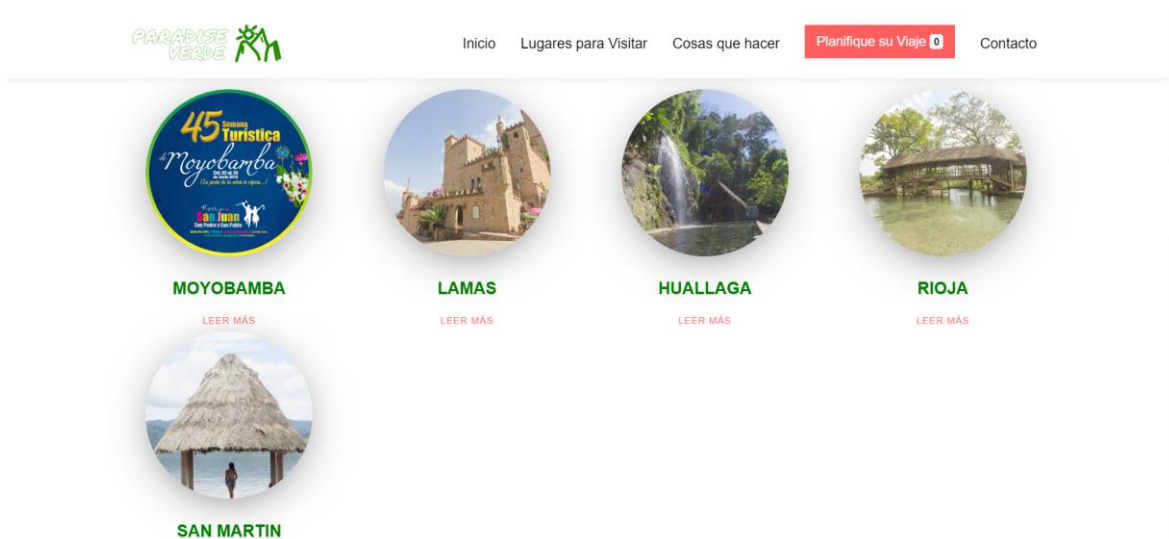
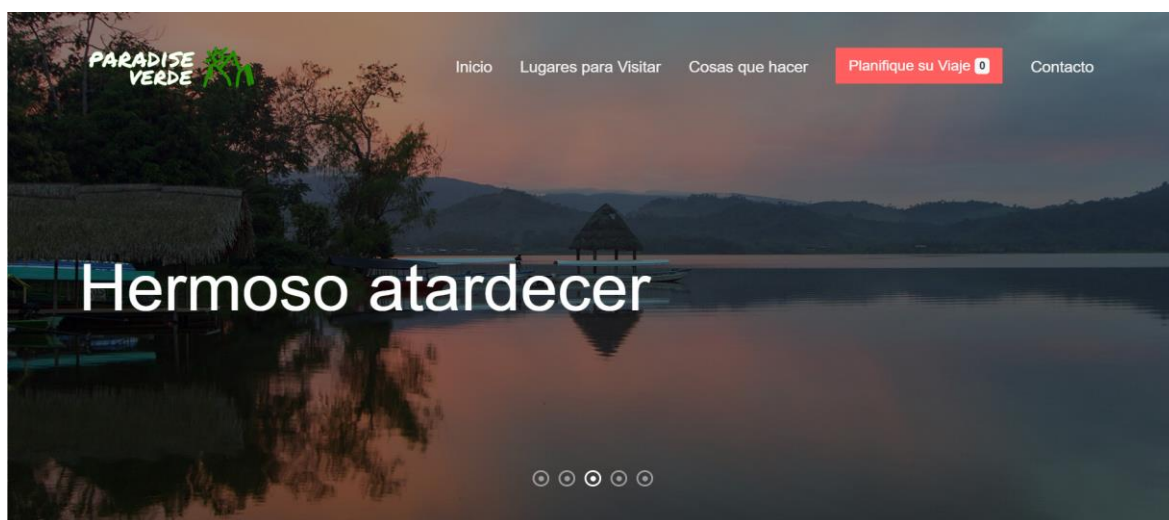
Tabla de distribución normal del valor de “z”

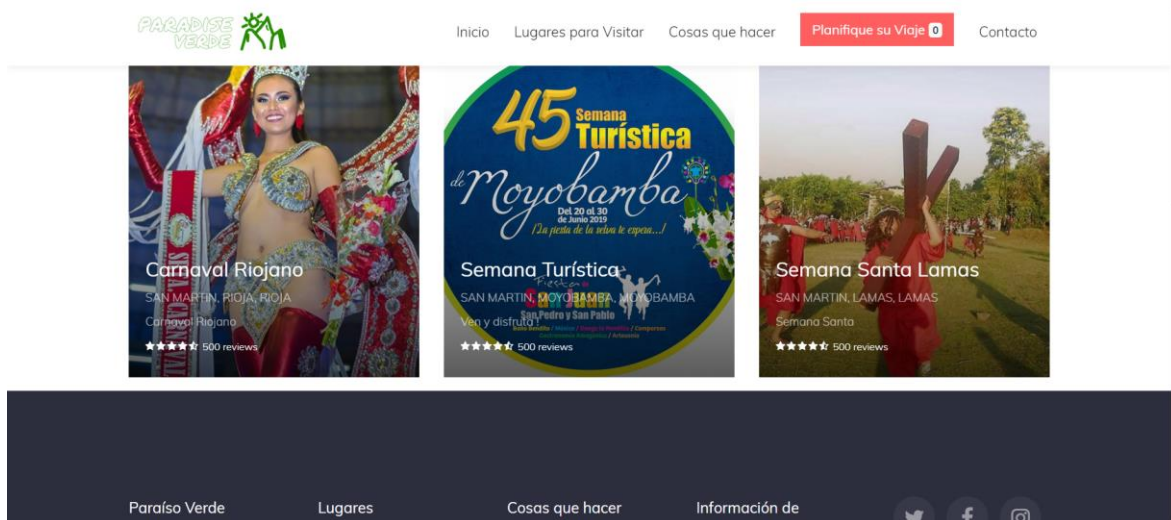
Z	0	0.01	0.02	0.03	0.04	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09
0	0	0.004	0.008	0.012	0.016	0.0199	0.0239	0.0279	0.0319	0.0359
0.1	0.0398	0.0438	0.0478	0.0517	0.0557	0.0596	0.0636	0.0675	0.0714	0.0753
0.2	0.0793	0.0832	0.0871	0.091	0.0948	0.0987	0.1026	0.1064	0.1103	0.1141
0.3	0.1179	0.1217	0.1255	0.1293	0.1331	0.1368	0.1406	0.1443	0.148	0.1517
0.4	0.1554	0.1591	0.1628	0.1664	0.17	0.1736	0.1772	0.1808	0.1844	0.1879
0.5	0.1915	0.195	0.1985	0.2019	0.2054	0.2088	0.2123	0.2157	0.219	0.2224
0.6	0.2257	0.2291	0.2324	0.2357	0.2389	0.2422	0.2454	0.2486	0.2517	0.2549
0.7	0.258	0.2611	0.2642	0.2673	0.2704	0.2734	0.2764	0.2794	0.2823	0.2852
0.8	0.2881	0.291	0.2939	0.2967	0.2995	0.3023	0.3051	0.3078	0.3106	0.3133
0.9	0.3159	0.3186	0.3212	0.3238	0.3264	0.3289	0.3315	0.334	0.3365	0.3389
1	0.3413	0.3438	0.3461	0.3485	0.3508	0.3531	0.3554	0.3577	0.3599	0.3621
1.1	0.3643	0.3665	0.3686	0.3708	0.3729	0.3749	0.377	0.379	0.381	0.383
1.2	0.3849	0.3869	0.3888	0.3907	0.3925	0.3944	0.3962	0.398	0.3997	0.4015
1.3	0.4032	0.4049	0.4066	0.4082	0.4099	0.4115	0.4131	0.4147	0.4162	0.4177
1.4	0.4192	0.4207	0.4222	0.4236	0.4251	0.4265	0.4279	0.4292	0.4306	0.4319
1.5	0.4332	0.4345	0.4357	0.437	0.4382	0.4394	0.4406	0.4418	0.4429	0.4441
1.6	0.4452	0.4463	0.4474	0.4484	0.4495	0.4505	0.4515	0.4525	0.4535	0.4545
1.7	0.4554	0.4564	0.4573	0.4582	0.4591	0.4599	0.4608	0.4616	0.4625	0.4633
1.8	0.4641	0.4649	0.4656	0.4664	0.4671	0.4678	0.4686	0.4693	0.4699	0.4706
1.9	0.4713	0.4719	0.4726	0.4732	0.4738	0.4744	0.475	0.4756	0.4761	0.4767
2	0.4772	0.4778	0.4783	0.4788	0.4793	0.4798	0.4803	0.4808	0.4812	0.4817
2.1	0.4821	0.4826	0.483	0.4834	0.4838	0.4842	0.4846	0.485	0.4854	0.4857
2.2	0.4861	0.4864	0.4868	0.4871	0.4875	0.4878	0.4881	0.4884	0.4887	0.489
2.3	0.4893	0.4896	0.4898	0.4901	0.4904	0.4906	0.4909	0.4911	0.4913	0.4916
2.4	0.4918	0.492	0.4922	0.4925	0.4927	0.4929	0.4931	0.4932	0.4934	0.4936
2.5	0.4938	0.494	0.4941	0.4943	0.4945	0.4946	0.4948	0.4949	0.4951	0.4952
2.6	0.4953	0.4955	0.4956	0.4957	0.4959	0.496	0.4961	0.4962	0.4963	0.4964
2.7	0.4965	0.4966	0.4967	0.4968	0.4969	0.497	0.4971	0.4972	0.4973	0.4974
2.8	0.4974	0.4975	0.4976	0.4977	0.4977	0.4978	0.4979	0.4979	0.498	0.4981
2.9	0.4981	0.4982	0.4982	0.4983	0.4984	0.4984	0.4985	0.4985	0.4986	0.4986
3	0.4987	0.4987	0.4987	0.4988	0.4988	0.4989	0.4989	0.4989	0.499	0.499
3.1	0.499	0.4991	0.4991	0.4991	0.4992	0.4992	0.4992	0.4992	0.4993	0.4993
3.2	0.4993	0.4993	0.4994	0.4994	0.4994	0.4994	0.4994	0.4995	0.4995	0.4995
3.3	0.4995	0.4995	0.4995	0.4996	0.4996	0.4996	0.4996	0.4996	0.4996	0.4997
3.4	0.4997	0.4997	0.4997	0.4997	0.4997	0.4997	0.4997	0.4997	0.4997	0.4998
3.5	0.4998	0.4998	0.4998	0.4998	0.4998	0.4998	0.4998	0.4998	0.4998	0.4998
3.6	0.4998	0.4998	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999
3.7	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999
3.8	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999	0.4999

Fuente: Elaboración propia

Anexo 7.

Sistema Web

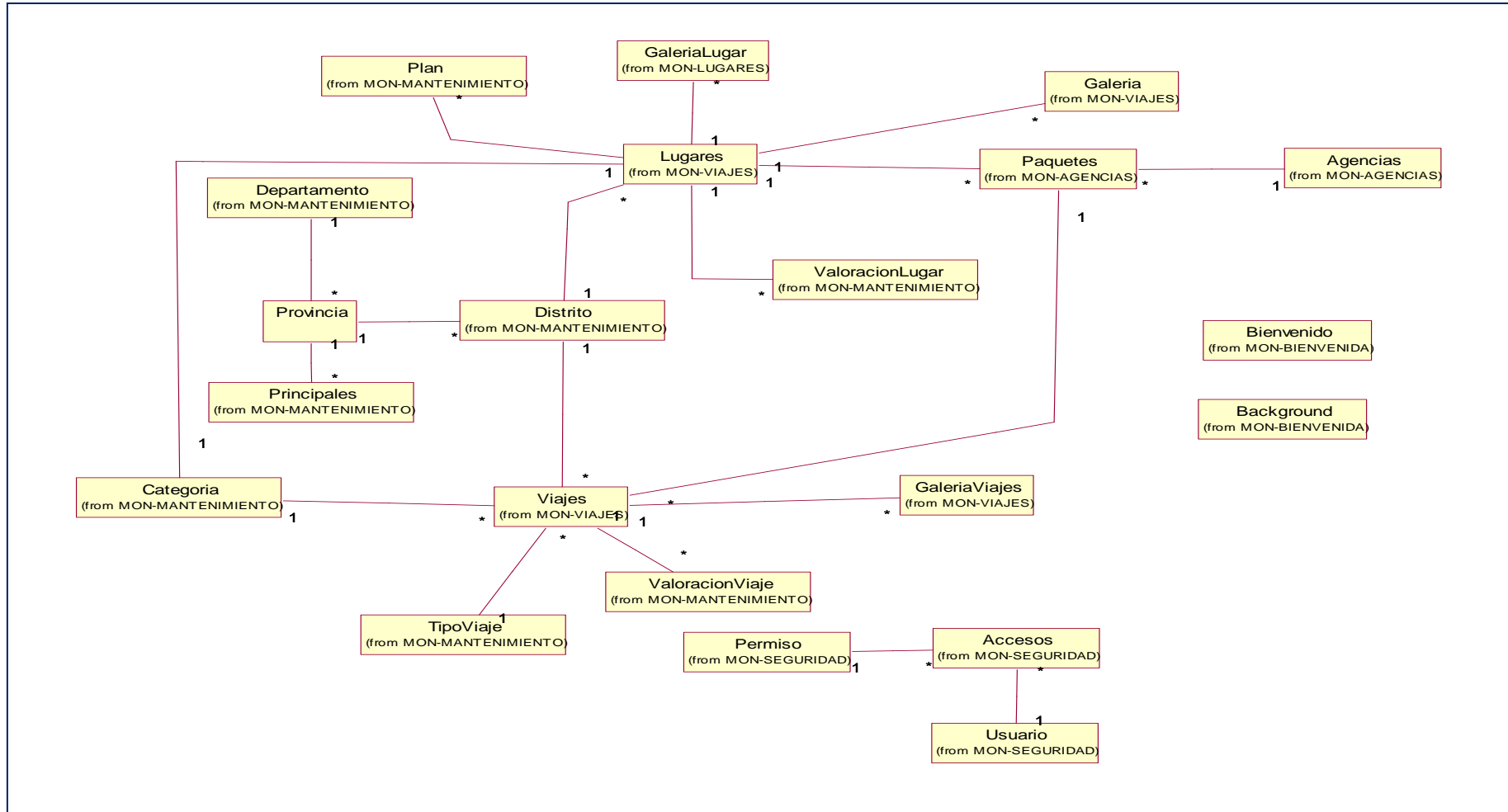




Fuente: Elaboración propia

Anexo 8.

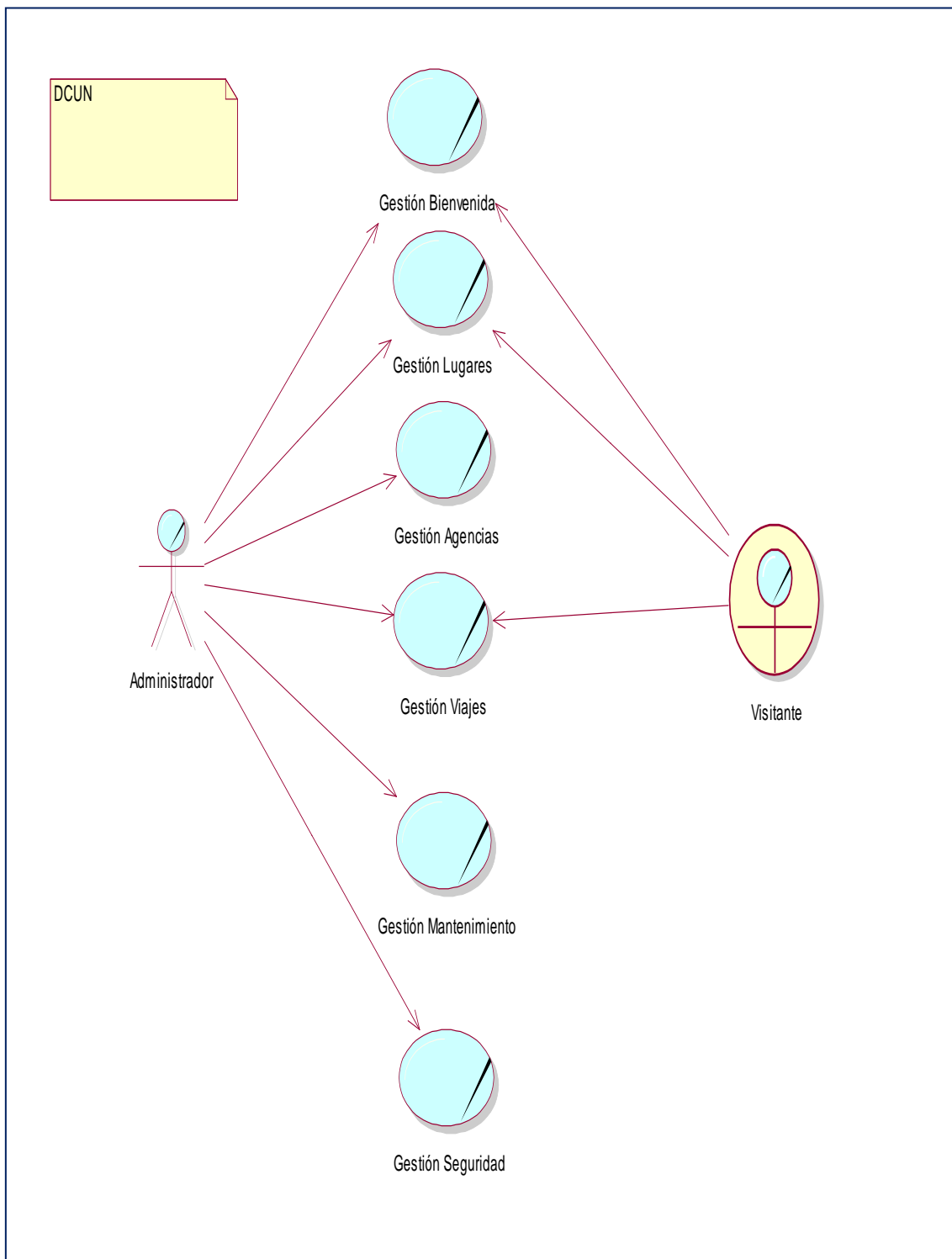
Diagrama de Dominio



Fuente: Elaboración propia

Anexo 9.

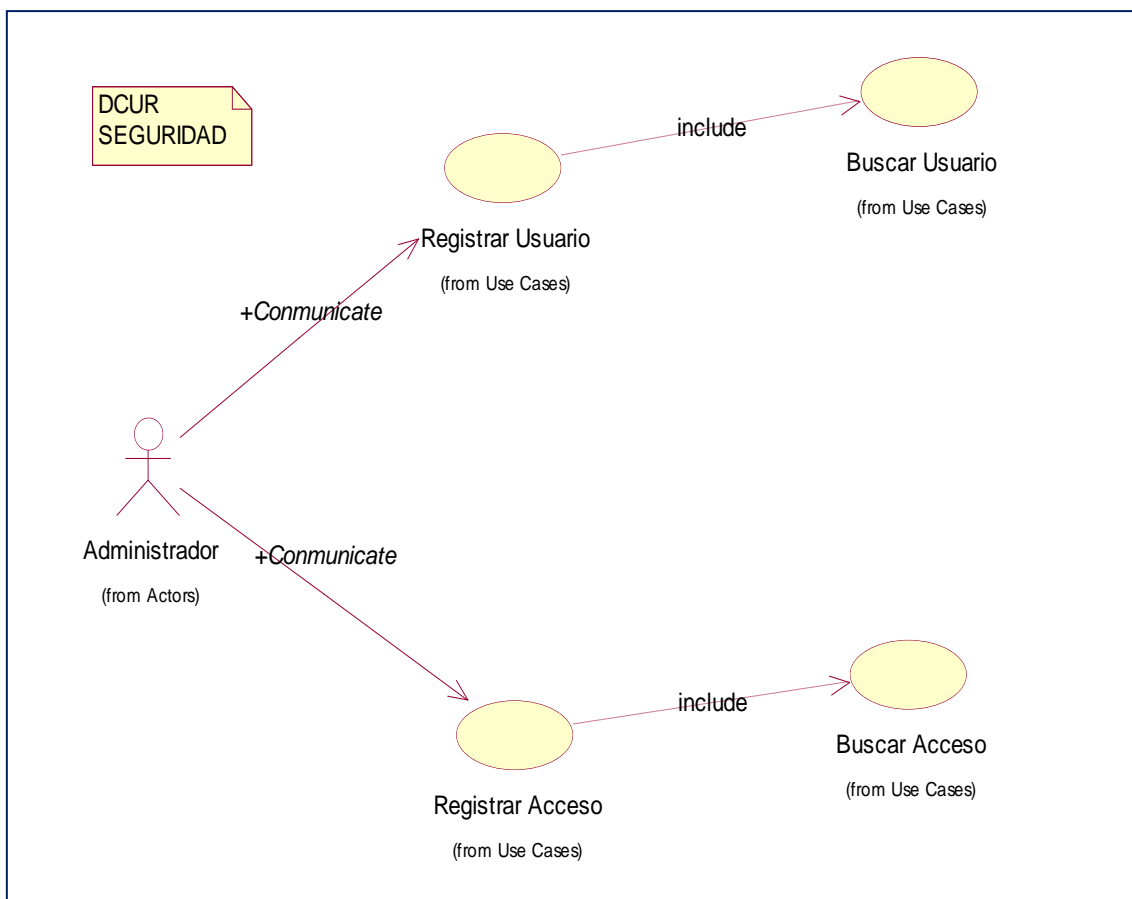
Diagrama de caso de uso de negocio



Fuente: Elaboración propia

Anexo 10.

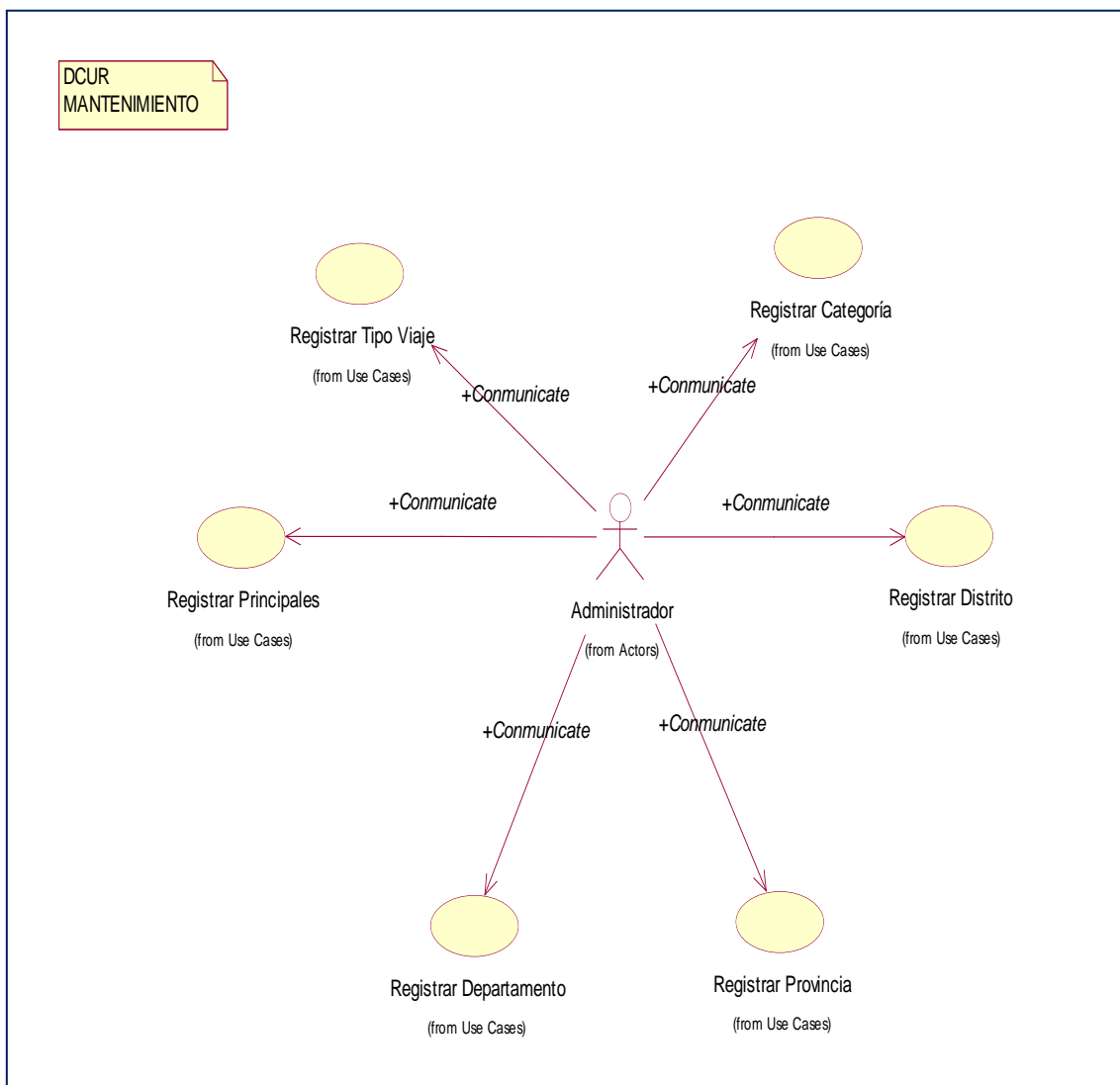
Diagrama de caso de uso de requerimiento seguridad



Fuente: Elaboración propia

Anexo 11.

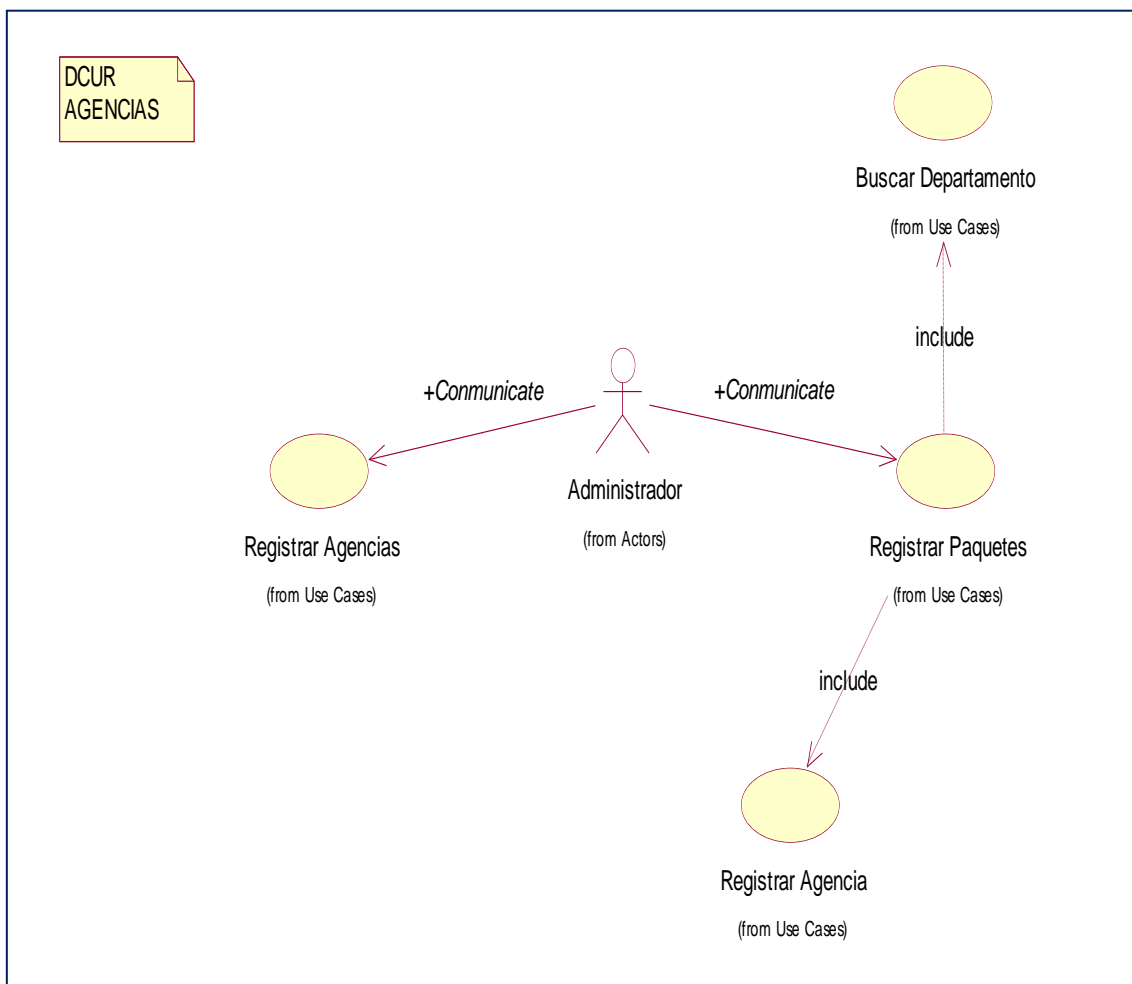
Diagrama de caso de uso de requerimiento mantenimiento



Fuente: Elaboración propia

Anexo 12.

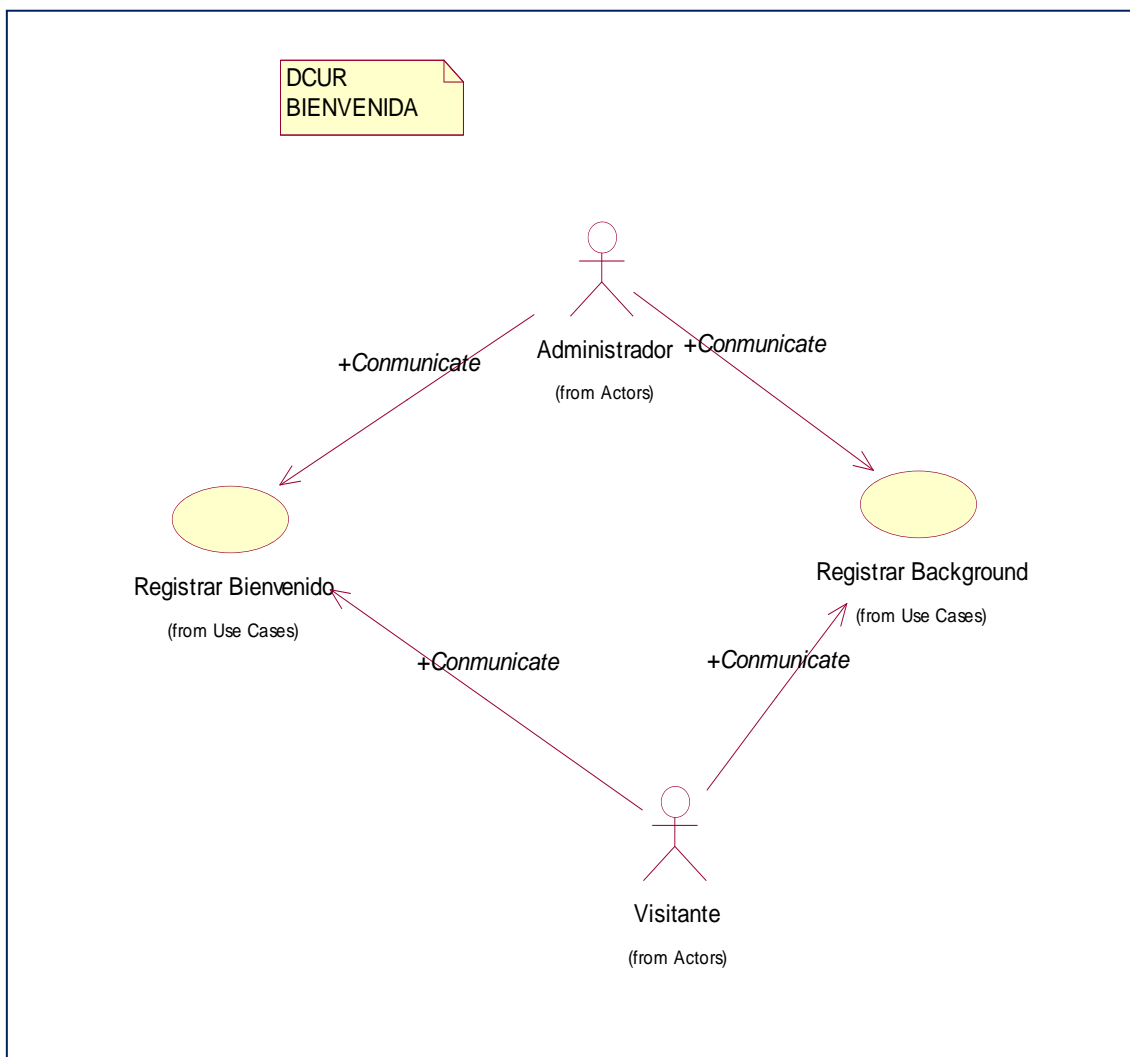
Diagrama de caso de uso de requerimiento agencias



Fuente: Elaboración propia

Anexo 13.

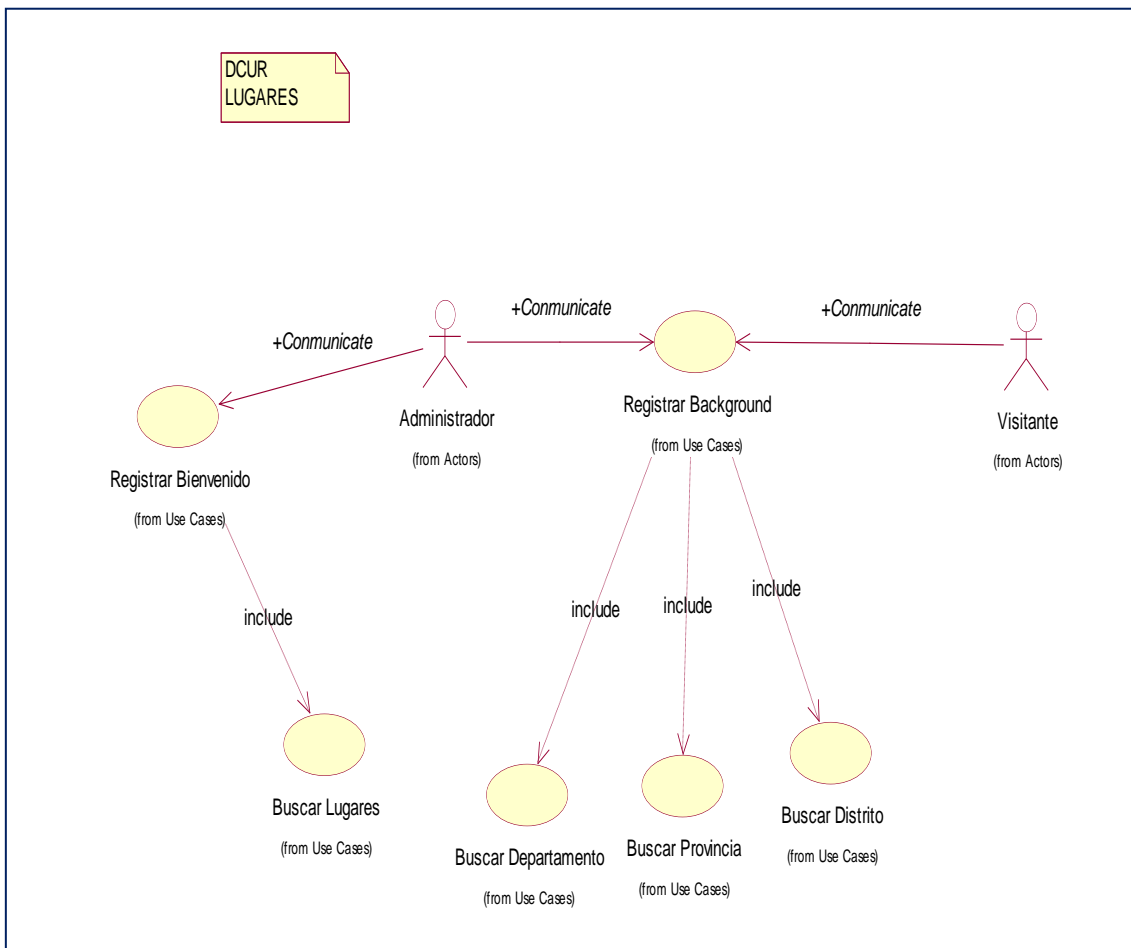
Diagrama de caso de uso de requerimiento bienvenidas



Fuente: Elaboración propia

Anexo 14.

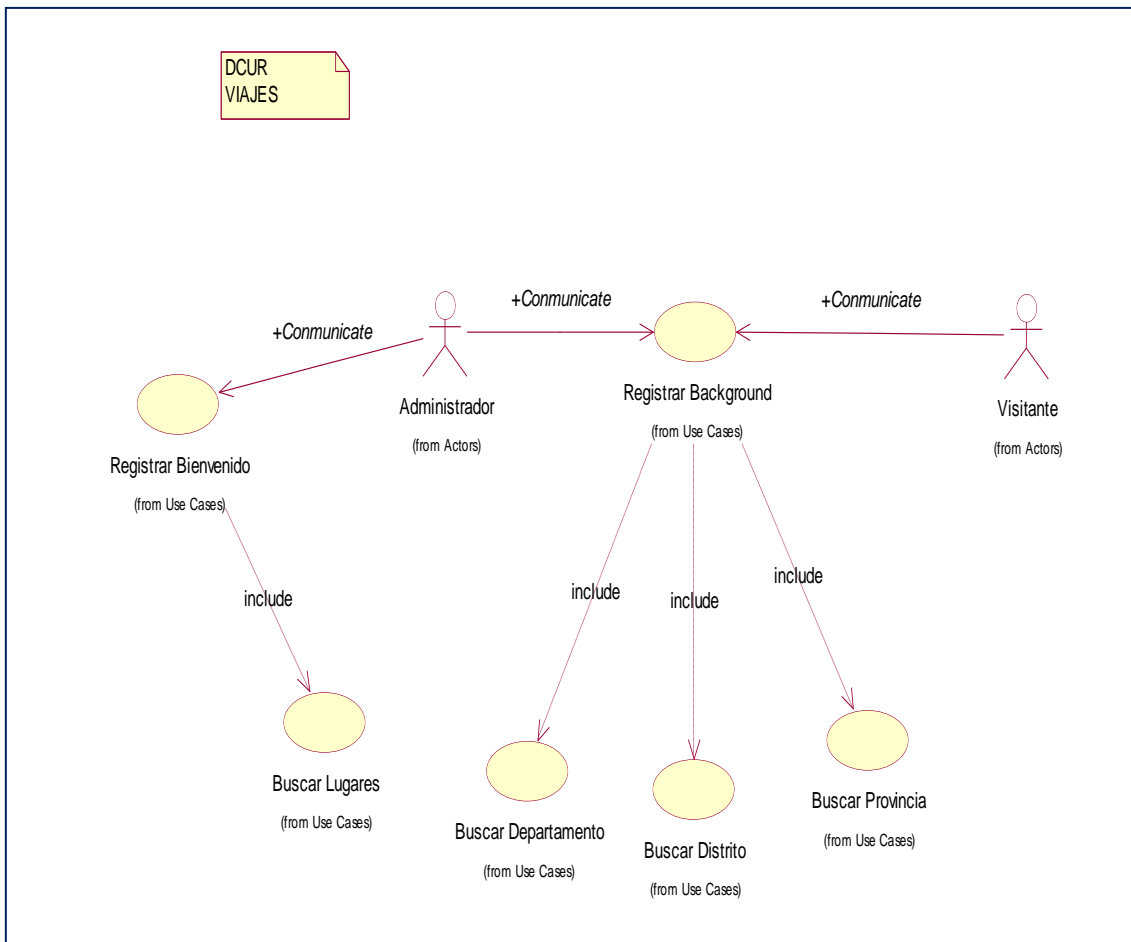
Diagrama de caso de uso de requerimiento lugares



Fuente: Elaboración propia

Anexo 15.

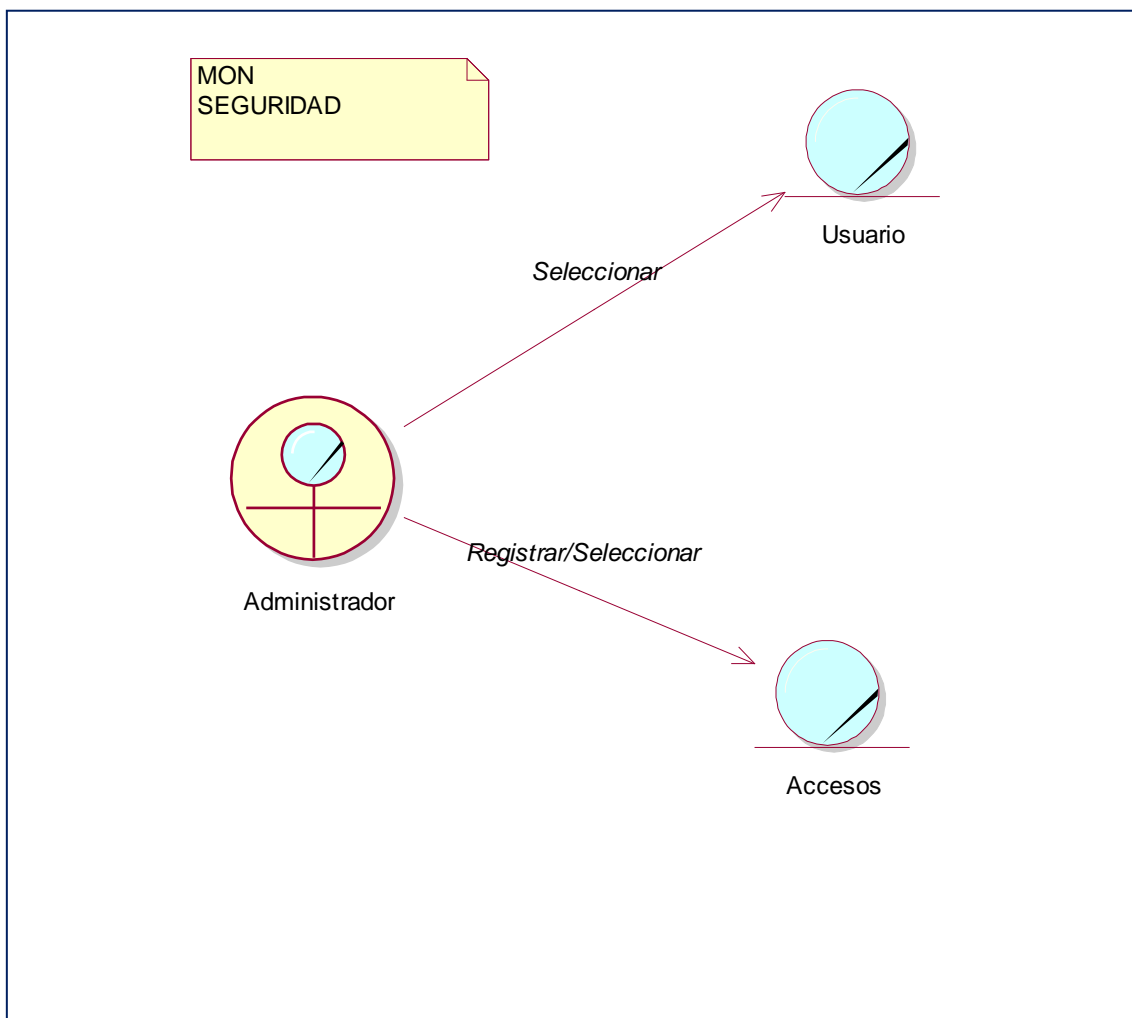
Diagrama de caso de uso de requerimiento viajes



Fuente: Elaboración propia

Anexo 16.

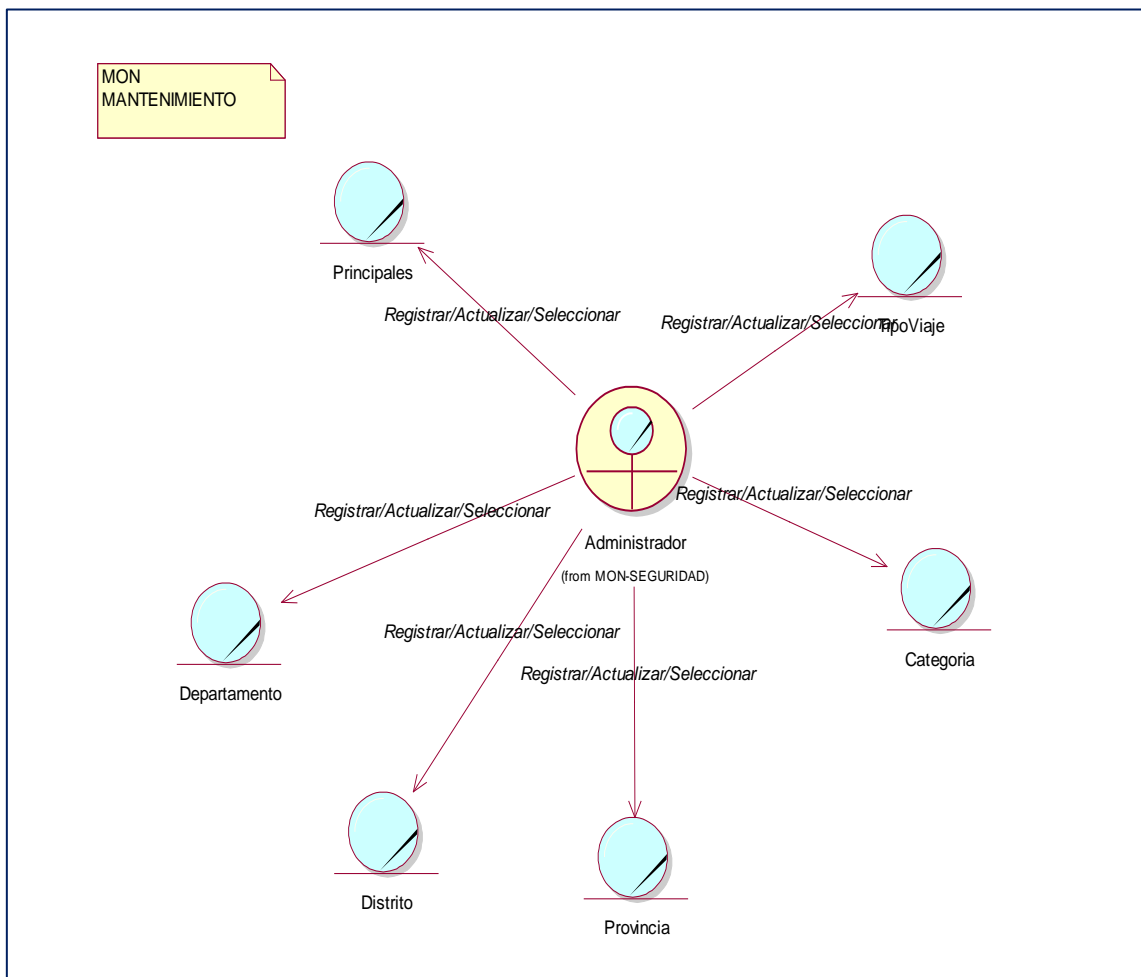
Modelo objeto de negocio seguridad



Fuente: Elaboración propia

Anexo 17.

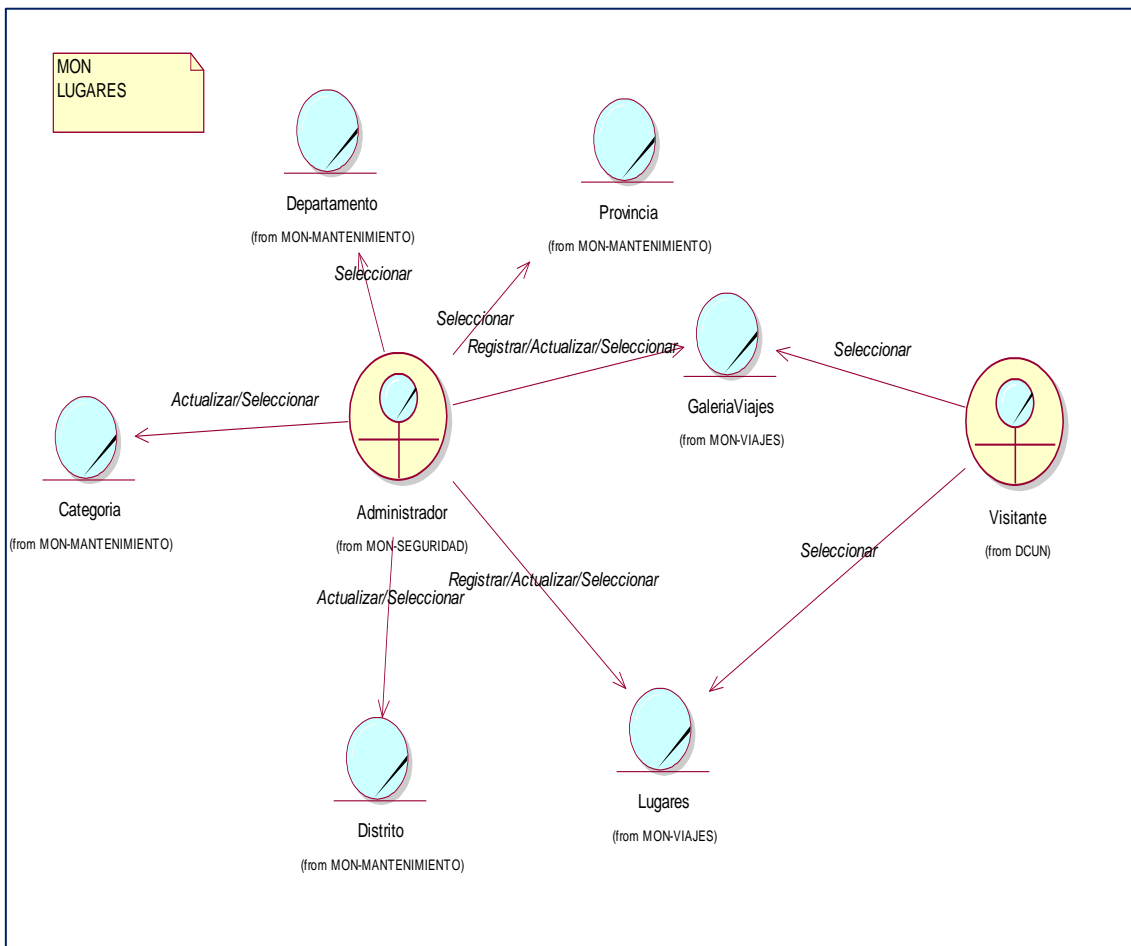
Modelo objeto de negocio mantenimiento



Fuente: Elaboración propia

Anexo 18.

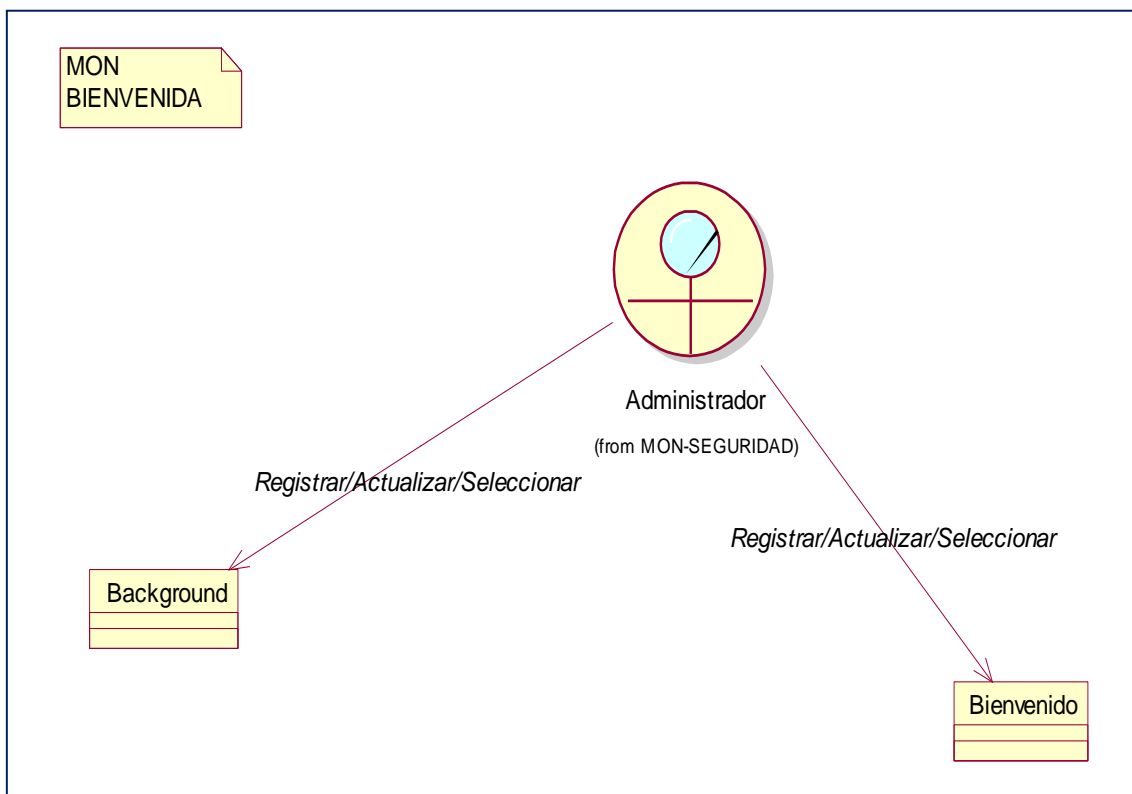
Modelo objeto de negocio lugares



Fuente: Elaboración propia

Anexo 19.

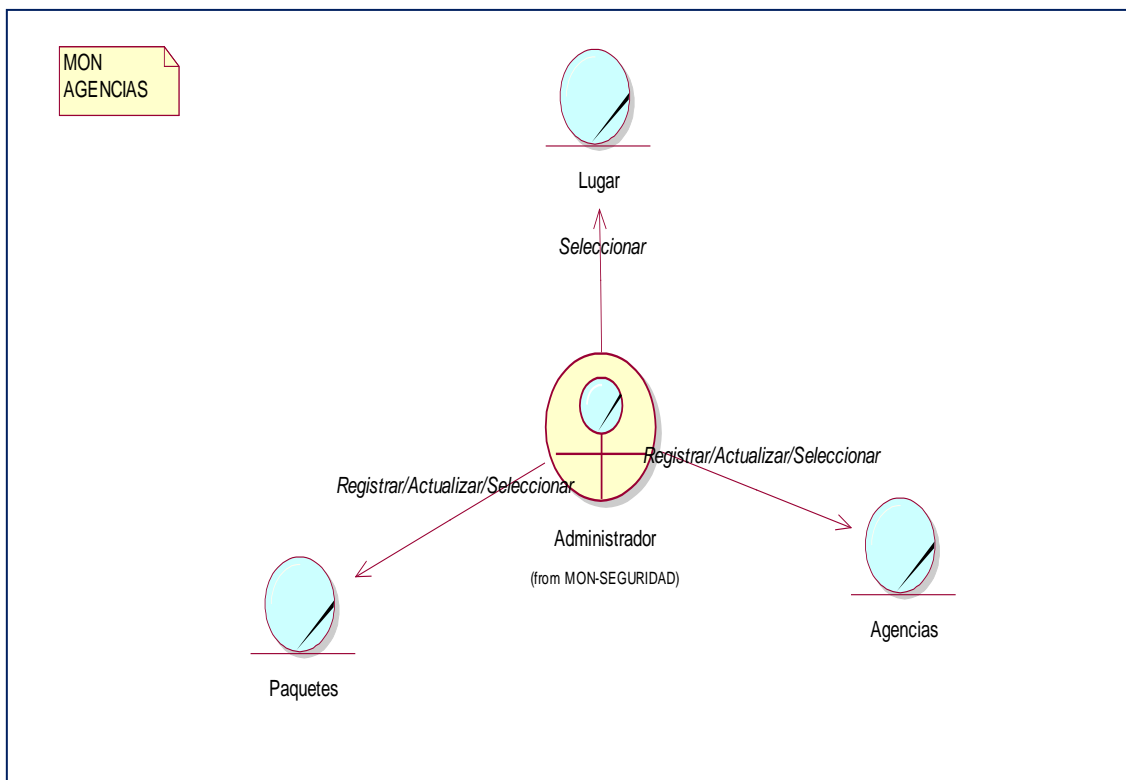
Modelo objeto de negocio bienvenida



Fuente: Elaboración propia

Anexo 20.

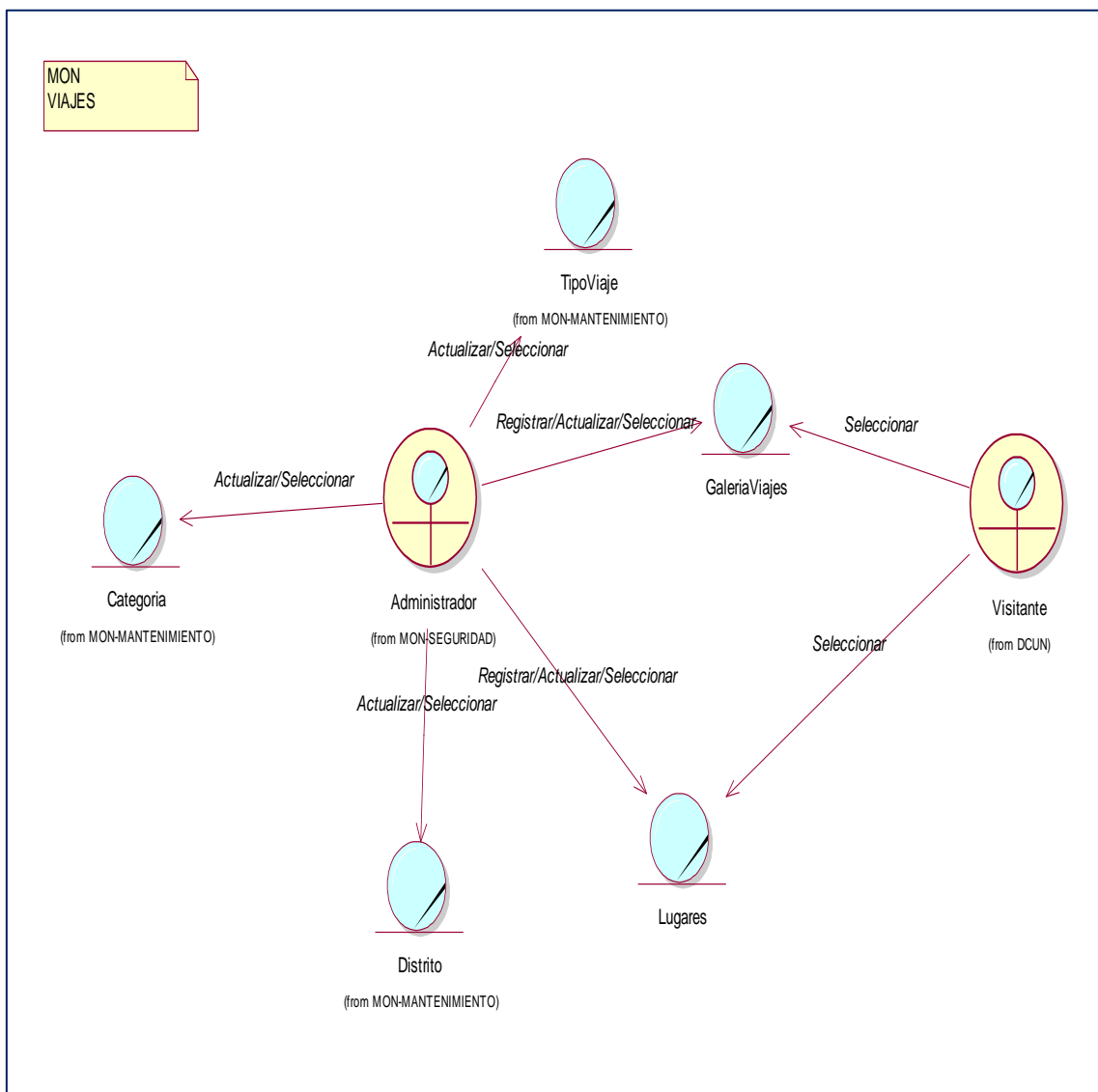
Modelo objeto de negocio agencias



Fuente: Elaboración propia

Anexo 21.

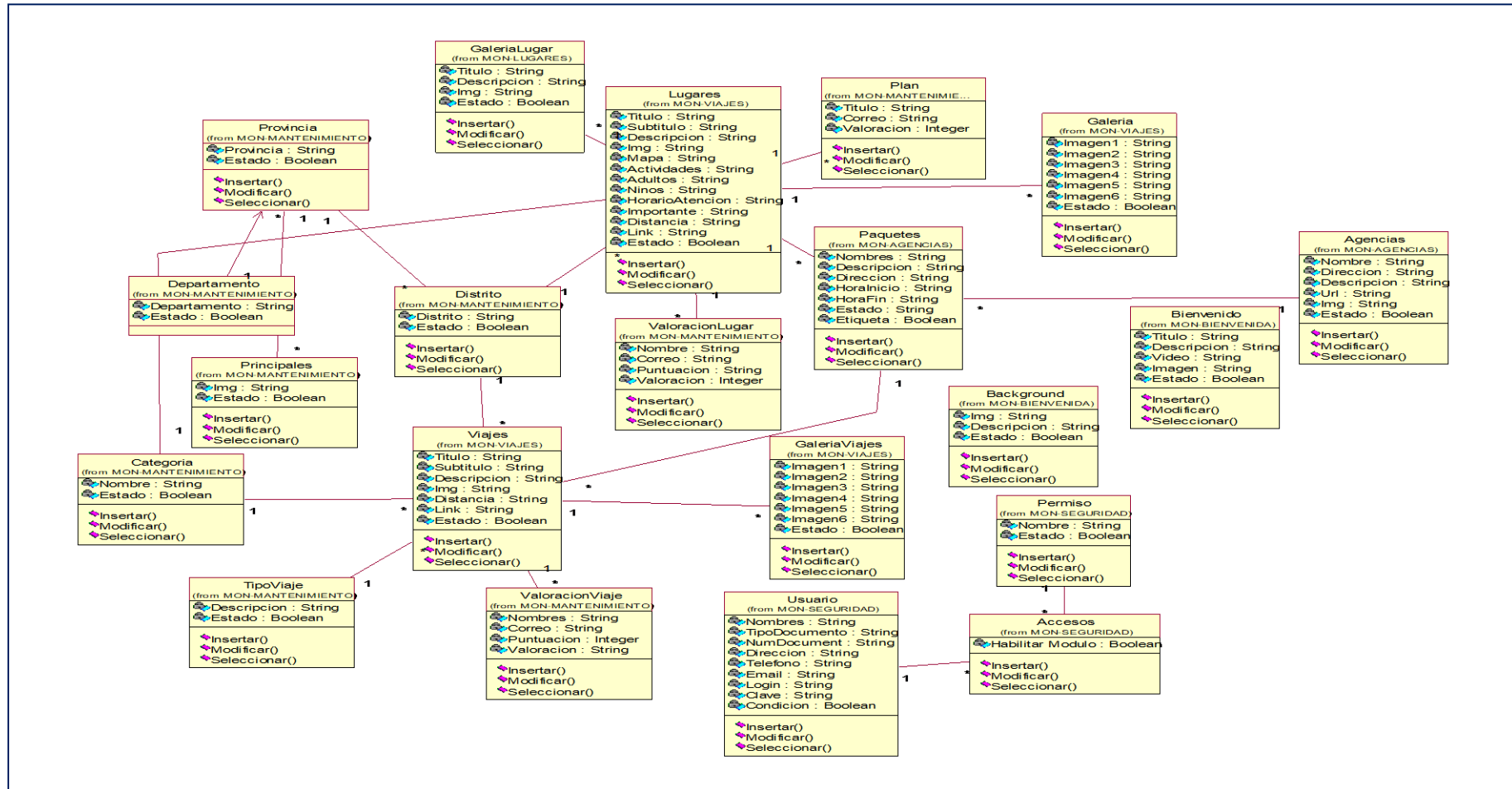
Modelo objeto de negocio viajes



Fuente: Elaboración propia

Anexo 22.

Modelamiento de la base de datos



Fuente: Elaboración propia