



Esta obra está bajo una
[Licencia Creative Commons
Atribución - 4.0 Internacional \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)
Vea una copia de esta licencia en
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>





FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

Tesis

Gestión del Museo Regional de la Universidad Nacional de San Martín y Producto Turístico Cultural en San Martín

Para optar el título profesional de Licenciado en Turismo

Autores:

Andrea Estrella Saboya Sinarahua

<https://orcid.org/0000-0001-9119-4194>

Válery Pinedo Chuquipiondo

<https://orcid.org/0000-0002-5181-312x>

Asesora:

Lic. Mg. Very Rengifo Hidalgo

<https://orcid.org/0000-0001-8250-4103>

Co asesora:

Lic. Mtro. Leydi jhiordina Célis Cortez

<https://orcid.org/0000-0001-9435-6283>

Tarapoto, Perú

2025



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

Tesis

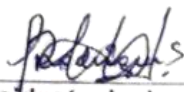
Gestión del Museo Regional de la Universidad Nacional de San Martín y Producto Turístico Cultural en San Martín

Para optar el título profesional de Licenciado en Turismo

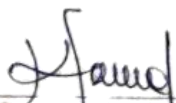
Autores:

Válery Pinedo Chuquipiondo
Andrea Estrella Saboya Sinarahua

Sustentado y aprobado el 29 de abril del 2025, por los siguientes jurados:



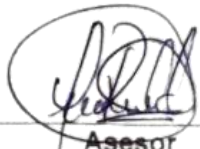
Presidente de Jurado
Lic. Dra. Jesús Rodríguez
Sánchez



Secretario de Jurado
Lic. Dra. Katty Álamo Larrañaga



Miembro de Jurado
Lic. Mtro Vanessa Solís Flores



Asesor
Lic. Mg Very Rengifo Hidalgo

Tarapoto, Perú

2025



**UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN**



**FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS**

DE AMBARRÓ A N.º 134 - CIUDAD UNIVERSITARIA - MOYBAYLÁN

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN CONDUCENTES A GRADOS Y TÍTULOS Nº 015

Jurado reconocido Resolución N° 060-2021-UNSM/FCE-CF; Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración en Turismo /Programa de pregrado.

En el auditorio de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín, siendo las **03:00 horas** del día **martes 29 de abril del año dos mil veinticinco**, inició al acto público de sustentación del trabajo de investigación denominado **"GESTION DEL MUSEO REGIONAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTIN Y PRODUCTO TURISTICO CULTURAL EN SAN MARTIN"**, para optar el título profesional de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO**, presentado por las bachilleres: **VÁLERY PINEDO CHUQUIPIONDO Y ANDREA ESTRELLA SABOYA SINARAHUA**, con la asesoría de la **Mg. Lic. VERY RENGIFO HIDALGO**.

Instalada la Mesa Directiva conformada por la: **Dra. JESÚS RODRÍGUEZ SÁNCHEZ**, (presidente del jurado) **Lic. Dra. Katty ÁLAMO LARRAÑAGA** (secretaria), **Lic. Adm. Tur. Mtro. VANESSA SOLÍS FLORES** (vocal), y acompañado por la **Lic. Tur. Mg. VERY RENGIFO HIDALGO**, (Asesora) y con la **Mtro. Lic. LEYDI JHIORDINA CÉLIZ CÓRTEZ** (co-asesor); el presidente del jurado dirigió brevemente unas palabras y a continuación la secretaria dio lectura a la **Resolución N° 060-2021-UNSM/FCE-CF** y la **Resolución N° 085-2023-UNSM/FCE-CF** con la cual se designa a la nueva secretaria.

Seguidamente las tesis expusieron su trabajo de investigación y el jurado realizó las preguntas pertinentes, respondidas por el sustentante y eventualmente, con la venia del jurado, por la asesora.

Una vez terminada la ronda de preguntas el jurado procedió a deliberar para determinar la calificación final, para lo cual dispuso un receso de quince (15) minutos, con la participación de la asesora con voz, pero sin voto; sin la presencia de las sustentantse y otros participantes del acto público.



Luego de aplicar los criterios de calificación con estricta observancia del principio de objetividad y de acuerdo con los puntajes en escala vigesimal (de 0 a 20), según el Anexo 4.2 del RG – CTI, la nota de sustentación otorgada resultante del promedio aritmético de los calificativos emitidos por cada uno de los miembros del jurado fue, **(14)**; tal como se deja constar.

De acuerdo con el Artículo 40° del RG – CTI, la nota obtenida es aprobatoria y correspondiente a la calificación de.....**Buena**..... Leído este resultado en presencia de todos los participantes del acto de sustentación, la secretaria dio lectura a las observaciones subsanables al informe final las autoras deberán corregir y alcanzar al jurado en un plazo máximo de treinta (30) días calendario.

Se deja constancia que la presente acta se inscribe en el Libro de Sustentaciones N° 001, de la Facultad de Ciencias Económicas.

Firman los integrantes del Jurado; las autoras del trabajo de investigación, la asesora, en señal de conformidad, dando por concluido el acto a las **16:00** horas, el mismo día.


Dra. JESÚS RODRÍGUEZ SÁNCHEZ
Presidente


Dra. KATTY ÁLAMO LARRAÑAGA
Secretaria


Lic. Adm. Tur. Mtro. VANESSA SOLÍS FLORES
Vocal


VÁLERY PINEDO CHUQUIPIONDO
Autora 1


ANDREA ESTRELLA SABOYA SINARAHUA
Autora 2


Lic. Tur. Mg. VERY RENGIFO HIDALGO
Asesora


Lic. Adm. Tur. Mtra. LEYDI JHIORDINA CÉLIZ CORTÉZ
Co-Asesora

Declaratoria de autenticidad


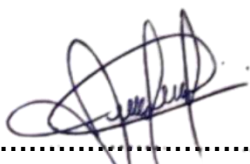
Válery Pinedo Chuquipiondo, con DNI N° **70996622** y **Andrea Estrella Saboya Sinarahua**, con DNI N° **73960180**, egresadas de la Escuela Profesional de Turismo, Facultad de Ciencias económicas de la Universidad Nacional de San Martín, autores de la tesis titulada: **Management of the Regional Museum of the National University of San Martín and Cultural Tourism Product in San Martín.**

Declaramos bajo juramento que:


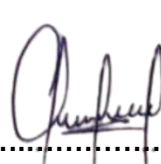
1. La redacción fue realizada respetando las citas y referencia de las fuentes bibliográficas consultadas, siguiendo las normas APA actuales
2. Toda información que contiene la tesis no ha sido plagiada;
3. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumimos bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de nuestro accionar, sometiéndonos a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 29 de abril de 2025.



.....
Válery Pinedo Chuquipiondo
DNI. N° 70996622



.....
Andrea Estrella Saboya Sinarahua
DNI. N° 73960180

Ficha de identificación

<p>Título: Gestión del Museo Regional de la Universidad Nacional de San Martín y Producto Turístico Cultural en San Martín</p>	<p>Área de investigación: Ciencias Sociales Línea de investigación: Gestión Turística Sublínea de investigación: Gestión e innovación en organizaciones turísticas Grupo de investigación: Gestores Turísticos (Resolución N° 1394-2023-UNSM/CU-R) Tipo de investigación: Básica <input checked="" type="checkbox"/>, Aplicada <input type="checkbox"/>, Desarrollo experimental <input type="checkbox"/></p>
<p>Autores: Andrea Estrella Saboya Sinarahua Válery Pinedo Chuquipiondo</p>	<p>Facultad de Ciencias Económicas Escuela Profesional de Turismo https://orcid.org/0000-0001-9119-4194 https://orcid.org/0000-0002-5181-312</p>
<p>Asesora: Lic. Mg. Very Rengifo Hidalgo</p>	<p>Dependencia local de soporte: Facultad de Ciencias Económicas Escuela Profesional de Administración Unidad o Laboratorio Turismo https://orcid.org/0000-0001-8250-4103</p>
<p>CO asesora: Lic. Mtro. Leydi Jhiordina Céliz Cortez</p>	<p>Dependencia local de soporte: Facultad de Ciencias Económicas Escuela Profesional de Administración Unidad o Laboratorio Turismo https://orcid.org/0000-0001-9435-6283</p>

Dedicatoria

A mis abuelos que han logrado moldearme con positivas emociones, costumbres y principios, lo que me ha permitido continuar en los momentos más complicados.

A mi papá por haber estado pendiente de mí, en todo el proceso de mis estudios, por su apoyo incondicional en lo económico y moral.

Andrea Estrella Saboya Sinarahua.

A mis padres, debido a su apoyo incondicional durante todo el proceso universitario, paciencia, amor, cuidado, apoyo de todo ámbito, valores, principios, fortaleza muchas veces y el ejemplo de perseverancia que me dan en el día a día. Sin duda alguna, todo es un conjunto de cosas que, sin haberlos tenido, no habría funcionado correctamente para culminar no solo la Universidad, no solo la tesis, sino también la persona que formaron en mí, que me ayuda en cada aspecto de mi vida. Gracias a Dios por todo, este logro es por y para él.

Válery Pinedo Chuquipiondo

Agradecimiento

A Dios porque sin su bendición, todo esto no se hubiera podido culminar, por la salud, por ser guía en nuestras vidas porque todo es por y para él, quien nos guía y nos da fortaleza para seguir adelante.

A nuestros padres, por todo el amor y paciencia durante todo este tiempo, que siempre nos han brindado su apoyo incondicional, para poder cumplir nuestros objetivos personales y académicos, brindándonos el soporte material y económico, para culminar los estudios y nunca abandonar la carrera profesional.

A los docentes que han sido parte de nuestro camino universitario, por transmitirnos y enriquecernos de conocimientos necesarios que nos han permitido aprender. Además, de las personas que dieron su tiempo para realizar las entrevistas, visitas, reuniones virtuales todo esto ayudó a culminar todo este objetivo.

Los autores.

Índice general

Ficha de identificación	6
Dedicatoria	7
Agradecimiento.....	8
Índice general.....	9
Índice de tablas	11
Índice de figuras	12
RESUMEN	13
ABSTRACT	14
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN	15
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	18
2.1. Antecedentes de la investigación	18
2.2. Fundamentos teóricos	20
2.2.1. Gestión de museo	20
2.2.2. Producto turístico cultural.....	24
CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS	30
3.1. Ámbito y condiciones de la investigación	30
3.1.1. Ubicación política.....	30
3.1.2. Ubicación geográfica	30
3.1.3. Periodo de ejecución	31
3.1.4. Autorizaciones y permisos	31
3.1.5. Control ambiental y protocolos de bioseguridad.....	31
3.1.6. Aplicación de principios éticos internacionales	31
3.2. Sistema de variables.....	32
3.3. Procedimientos de la investigación	34
3.3.1. Actividades del objetivo específico 1	34
3.3.2. Actividades del objetivo específico 2	34
3.3.3. Actividades del objetivo específico 3	34

3.3.4. Actividades del objetivo específico 4	34
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	35
4.1. Resultado del objetivo específico 1	35
4.2. Resultado del objetivo específico 2	41
4.3. Resultado del objetivo específico 3	43
4.4. Resultado del objetivo específico 4	46
4.5. Discusión	49
CONCLUSIONES	53
RECOMENDACIONES	55
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	56
ANEXOS	60
Anexo 1: Matriz de consistencia	61
Anexo 2: Ubicación geográfica de estudio de investigación	63
Anexo 3: Ficha de observación para inventariar el patrimonio que cuenta el museo regional administrado por la UNSM	64
Anexo 4: entrevista	65
Anexo 5: cuestionarios	66
Anexo 6: Evidencias de las tesis en la aplicación de instrumentos	69
Anexo 7: docentes investigadores de la UNSM	72

Índice de tablas

Tabla 1: Operacionalización de la Variable X.....	32
Tabla 2: Operacionalización de la variable Y	33
Tabla 3: Espacios del Museo Regional	35
Tabla 4: Elementos que oferta los museos	36
Tabla 5: Apoyo al aprendizaje del museo regional	37
Tabla 6: El museo regional de la UNSM sería una opción de estudio de investigación	37
Tabla 7: Entrevista a Alicia López Flores. Jefe de museo regional de la UNSM.....	38
Tabla 8: Desarrollo de la ciencia y tecnología	41
Tabla 9: Políticas públicas que implementan para fomentar el desarrollo de la ciencia y tecnología	42
Tabla 10: Experiencia en el sector educación	43
Tabla 11: Evolución de la pedagogía	44
Tabla 12: Museo regional administrado por la UNSM	45
Tabla 13: Gestión educativa del museo regional y el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.....	46
Tabla 14: Prueba de Kolmogórov-Smimov para una muestra	47
Tabla 15: Prueba de correlación de Rho de Spearman.....	47

Índice de figuras

Figura 1: Efectos negativos del turismo cultural	28
Figura 2: Ubicación política de la provincia de San Martín	30
Figura 3: Ubicación geográfica de la provincia de San Martín	31

RESUMEN

Gestión del museo regional de la Universidad Nacional de San Martín y producto turístico cultural en San Martín

Este trabajo de investigación lleva el nombre de: Gestión del museo regional de la Universidad Nacional de San Martín y producto turístico cultural en San Martín. El objetivo fue determinar la relación de la gestión del Museo Regional de la UNSM y el desarrollo de producto turístico cultural. Además, explica cómo la gestión de los museos regionales afecta el crecimiento del turismo detalla la forma cómo la gestión científica de los museos regionales afecta el incremento del turismo, revisa la gestión de la educación y como el museo desarrolla vigorosamente productos de turismo cultural. La investigación se realizó en el lugar establecido la cual fue el Museo Regional de la Universidad Nacional de San Martín, situado en el distrito Tarapoto. Para lograr los objetivos se realizó un estudio con 41 docentes investigadores, entrevistas a directivos del museo regional, ficha de observación, centrándose en la ubicación y contactando a quienes egresaron y emprendedores turísticos. En este estudio se acepta la investigación (H1), que muestra: Existe una relación significativa entre la gestión de los museos y el producto turístico cultural en San Martín y el valor de la Sig. (ambos lados) 0,000 menos que el margen de error 0,05 (5%). Además, dado que el valor del coeficiente es 0,686, se puede observar que existe una buena correlación entre las variables anteriores, llegando a más del 50%, lo que confirma la opinión de que tiene un gran impacto en la gestión de los museos comprometidos con el cambio del turismo cultural en San Martín.

Palabras claves: museo, producto turístico cultural, desarrollo.

ABSTRACT

'Management of the Regional Museum of the National University of San Martín and cultural tourism products in San Martín

This research work is titled: Management of the Regional Museum of the National University of San Martín and cultural tourism products in San Martín. The objective was to determine the relationship between the management of the Regional Museum of UNSM and the development of cultural tourism products. Furthermore, it also explains how the management of regional museums affects the growth of tourism, details how the scientific management of regional museums impacts the increase in tourism, reviews the management of education, and how the museum vigorously develops cultural tourism products. The study was conducted at the Regional Museum of the National University of San Martín in the district of Tarapoto. To achieve the objectives, a study was conducted with 41 research professors, interviews with directors of the regional museum, observation sheet, focusing on the location and contacting those who graduated and tourism entrepreneurs. In this study we accept the research (H1), which shows: There is a significant relationship between museum management and heritage attributes and the value of the Sig. (both sides) 0.000 less than the margin of error 0.05 (5%). In addition, given that the value of the coefficient is 0.686, it can be observed that there is a good correlation between the above variables, reaching more than 50%, which confirms the opinion that it has a great impact on the management of museums committed to the development of cultural tourism in San Martín.

Keywords: regional museum, museum management, cultural tourism product, development.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

En el ámbito internacional, el turismo en el mundo ha ido en ascenso durante mucho tiempo, teniendo diferentes propósitos, siendo una de las fuentes de ingreso que crece rápidamente en el mundo. Esto, a su vez, hace que el turismo sea la base del desarrollo socio económico de un país (Morales, 2015).

La industria del turismo es tan amplia y capta la atención de la gente que en la actualidad se estima que iguala o sobrepasa el intercambio de petróleo, productos alimenticios y automóviles, según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2018). El turismo se ha convertido no solo en un ingreso, sino también en el motor del comercio internacional en diferentes países en vías de crecimiento, estimando poder brindar un gran ingreso al país. Esto va acompañado de un aumento en el desarrollo de la competencia y la diversificación de prioridades entre los destinos.

A nivel nacional, como cita Mendoza (2015), el turismo cultural ha mostrado su alcance de potenciar la competitividad, generar nuevas ofertas laborales, aumentar capital que se pueden aportar a la restauración y promover un sentimiento de admiración y auto confianza en la población que acogen visitantes.

La nación puede tener diferentes culturas ya que no hay un único punto de trabajo, existe un vasto y cotidiano número de grupos de saberes humanos lo que enriquece su conocimiento, sus necesidades y el conocimiento sobre los desarrollos futuros. Del mismo modo, el papel de los museos es el de llevar la cultura a la sociedad, festejar la herencia y construir un espacio donde la gente pueda aprender y apreciar sus raíces y tradiciones.

La zona de San Martín goza de un privilegio al poseer los principales lugares de interés en la propuesta turística del país, resaltando los recursos turísticos de naturaleza y cultura. En lo natural, se incluyen cascadas, recorridos por bosques, recorridos por lagunas, entre otras cosas. Igualmente, en el aspecto cultural, se realiza una visita a la capital folclórica de la amazonia peruana y a los museos ubicados en sitios emblemáticos de la región. Debido a la administración de cada museo, se muestra como un prescindible o una opción a los lugares turísticos convencionales, de esta manera se percibe que aportan a mejorar el crecimiento del producto turístico cultural de la provincia.

Este principio será entendido como un medio para que los museos del siglo XXI expliquen y clarifiquen los desafíos que las instituciones afrontan hoy en día, los cuales están

íntimamente relacionados con la preservación y valorización de las características únicas de cada región, el pasado, muestra a las personas la diversidad y riqueza de su arte y cultura, aspectos que han sido combinados y olvidados por la cultura mundial en la que estamos inmersos. Para lograr este objetivo, el museo, como organización social, debe iniciar un nuevo proceso de cambio en la gestión, como: actualizar el sistema de exhibición, implementar nuevas tecnologías, actualizar actividades, encontrar nuevos métodos financieros, actualizar las reglas existentes, etc (Gebauer, 2019).

Teniendo en cuenta la declaración anterior, es necesario desarrollar una investigación que confirme la trascendencia de la gestión del museo con el fin de desarrollar sus productos de turismo cultural, brindando grandes beneficios a la población, el museo y especialmente a los turistas.

Se cree que mejorará el estilo de vida y la manifestación de la sociedad, lo que decide su cultura. La cultura incluye códigos, estándares, tradiciones y diferentes manifestaciones artísticas. Por lo tanto, representan un hecho importante de que no frenan y pierden por completo, porque la gestión del museo a través del turismo cultural evalúa el patrimonio que se transfiere de generación en generación.

Diferentes manifestaciones artísticas, como música, danza, teatro, etc. Estas son formas de expresión sobre la historia de la región San Martín. Por esta razón, la cultura también es una herencia y sirve como base en la sociedad, porque las enseñanzas se transmiten en las próximas generaciones. Pero no se pueden transmitir si la sociedad y organizaciones no usan las mejores herramientas para incluir a los museos en rutas, corredores o circuitos de turismo cultural, crear innovaciones en la diversificación de oferta; siendo el museo parte fundamental (Mendoza, 2015).

Por lo tanto, la investigación se realiza para conocer la relación de la gestión del Museo Regional de la Universidad Nacional de San Martín y el desarrollo del Producto Turístico Cultural en San Martín. Asimismo, se determinó el principal problema: ¿Cómo se relaciona la gestión del Museo Regional de la Universidad Nacional de San Martín y el desarrollo del Producto Turístico Cultural en San Martín?

Además, se propuso el siguiente objetivo general: determinar la relación de la gestión del Museo Regional de la Universidad Nacional de San Martín en el incremento del turismo cultural como producto turístico. Asimismo, los objetivos específicos: describir la relación de la gestión institucional del Museo Regional y el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín, detallar cómo se relaciona la gestión científica del Museo Regional en el

desarrollo del producto turístico cultural en San Martín y analizar la gestión educativa del Museo Regional en el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín. Por último, se planteó la hipótesis siguiente: La gestión de los museos, se relaciona positivamente con el desarrollo del producto Turístico Cultural en San Martín.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

A nivel internacional

Pinargote y Montiel (2022), en su investigación designada: “Diseño de un producto turístico cultural en la Parroquia Salango, Cantón Puerto López”, realizada en Ecuador; el objetivo fue elaborar un producto turístico cultural que se beneficie de los posibles atrayentes turísticos para fomentar el turismo cultural en la parroquia Salango, utilizando técnicas adecuadas según el lugar. Para la realización de la indagación, se inventariaron los atractivos turísticos a través de las fichas de inventario del (Ministerio de Turismo-MINTUR, 2020). Se registraron 15 atractivos turísticos, de los cuales se identificaron 10 culturales y 5 naturales. Finalmente, los autores concluyeron que basándose en los datos recabados y teniendo en cuenta las demandas, se desarrollaron 3 productos turísticos culturales con su itinerario y presupuesto acorde al mercado, con el objetivo de obtener ese plus y fomentar el turismo en la parroquia Salango.

Tacuri (2021) en su estudio conocido como: "Creación de un Producto Cultural Turístico para la Corporación de Turismo Comunitario Casa Cóndor, Comunidad Pulinguí San Pablo, Parroquia San Juan, Cantón Riobamba", llevada a cabo en el Ecuador. El objetivo fue elaborar un producto cultural turístico para la corporación de turismo sindical Casa Cóndor. Este proyecto se compuso de cuatro fases: efectuar el análisis situacional del espacio, el inventario de atractivos turísticos, la propuesta inicial a través del proceso de creación de un producto turístico y la viabilidad de la elaboración de un producto turístico. Se establecieron 6 atractivos turísticos. El autor concluye, que la investigación tiene viabilidad técnica, ambiental, legal y económica financiera, aportando ventajas tanto al sector público como al privado, por lo que su ejecución es aconsejable para la asociación.

González (2015) en su indagación de licenciatura titulado "La importancia de los museos en el progreso cultural de los estudiantes de la tercera escuela secundaria en Camilo". Ecuador. Su objetivo fue analizar el desarrollo de la cultura de estudiantes universitarios, utilizó formas cualitativas y cuantitativas, en los que se recopilan los datos apropiados de noventa; siendo la muestra de la investigación. El autor llegó a la conclusión de que una campaña gráfica, alentó a los estudiantes a visitar y explorar, pero sobre todo que tuvieran el conocimiento de la historia y apreciaran el arte de las diferentes etapas de los conjuntos sociales; en su tiempo libre se inclinaron por participar en un evento del museo.

A nivel nacional

Huerta y Gabriel (2023) en su estudio denominado: "Museo histórico regional de La Libertad y servicios complementarios, en la ciudad de Trujillo". Tuvo como objetivo la creación de un Museo Histórico Regional con funciones adicionales en la ciudad de Trujillo, con el objetivo de fomentar la riqueza histórica, cultural y artística del departamento de la Libertad, y al mismo tiempo impulsar la indagación, preservación, reconstrucción y exhibición de los recursos culturales en lugares apropiados para ello. De acuerdo con lo estudiado, se percibe un desconocimiento de los lugares arqueológicos presentes en todo el departamento de la Libertad, debido a la ausencia de promoción, divulgación e interés por parte de las entidades. Los autores concluyeron que, en el ámbito pedagógico, no se han hallado talleres imborrables dedicados al análisis y fomento del patrimonio cultural, y los talleres impartidos se han estructurado como cursos de verano, llevados a cabo en lugares adecuados. Todo esto provoca la insuficiencia de un Museo Histórico Regional para fomentar la cultura Libertea, con el objetivo de captar el interés de la población y crear identidad cultural.

Castillón y Pariona (2021) con su investigación titulada: "Recuperación del museo regional, para el desarrollo de la identidad cultural de los pobladores de Ica". El objetivo del estudio fue analizar el museo y su vínculo con los residentes de Ica. Por lo tanto, es imprescindible la restauración del museo regional, proporcionando un nuevo espacio cultural que se transformará en un instrumento para fomentar el crecimiento integral de los individuos y de la sociedad. Tras una rigurosa investigación, se analizó la extensa historia y los atractivos culturales, hallando que hay un elevado número de visitantes nacionales y foráneos, en particular la población permanente. Los autores finalizaron su estudio que no se dispone de una infraestructura especializada y segura para alojar las actividades culturales, lo que dificulta el progreso de la formación y propagación de la cultura, tanto en el interior como en el exterior de la ciudad de Ica.

Barrientos (2019) el estudio denominado: "Nivel de conocimiento sobre museos regionales en relación a la identidad cultural en los alumnos de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano Puno" tuvo como propósito establecer la correlación entre el grado de conocimiento sobre museos regionales y la identidad cultural en los alumnos de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano Puno. El autor concluyó que el grado de entendimiento sobre museos regionales se incrementa, la identidad cultural de los alumnos se expande, a medida que transcurren los semestres, la edad y los lugares de origen, se presentan estos resultados.

2.2. Fundamentos teóricos

2.2.1. Gestión de museo

Museos se clasifican en dos grupos principales: públicas, gestionadas por la administración general del estado, autonómicas o locales, y privadas, incluyendo eclesiástica.

En relación con la administración, de forma general, se puede hallar cuatro fórmulas:

- a) Dependiente física. Aquellos que están vinculados a los departamentos de cultura de la gestión pública.
- b) Dependencia de la administración; surgen a través de agencias gubernamentales, entidades públicas, consorcios, entidades autónomas.
- c) Organización no lucrativa.
- d) Organización privada.

Al hablar de la administración de museos, se refiere a cuatro principios fundamentales: programación, ordenación, motivación y control.

La planificación se refiere a la determinación de metas y también abarca la programación de las actividades, la evaluación de los recursos requeridos, y la distribución de presupuestos.

En segundo lugar, la administración comprende la disposición de los recursos requeridos para alcanzar las metas. Por un lado se encuentran los recursos económicos y por otro se encuentran los recursos humanos. La gestión de los recursos humanos conlleva la organización del personal y la determinación de sus tareas para alcanzar los objetivos dentro de un organigrama que defina la jerarquía y las relaciones (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2018).

El tercer factor es la motivación, siendo imprescindible alcanzar una comunicación efectiva entre los distintos estamentos y transmitir al personal el entendimiento de los objetivos de la institución para que puedan adoptarlos como una responsabilidad personal. La delegación y la descentralización, junto con el trabajo colaborativo, son métodos sobresalientes para incrementar la motivación del personal de museos (UNESCO, 2018).

Finalmente, los sistemas de control son imprescindibles para medir el nivel de acatamiento de los ecuanimes establecidos y, en caso de ser obligatorio, instituir las acciones pertinentes para su consecución. Las auditorías son una de las herramientas fundamentales, siendo estas tanto técnicas, financieras y cuantitativas como enfocadas a los usuarios, es decir, para evaluar la satisfacción de los consumidores (UNESCO, 2018)

Respecto a la categorización de las organizaciones, no existe una sola forma para llevar a cabo una clasificación de estas. Burgess identifica (4) clases, entre las que se incluyen:

- a) Elementos culturales fundamentales: familia, iglesia, colegio.
- b) Comerciales: compañías de índole industrial y comercial, tanto privadas como estatales.
- c) De ocio: clubes, cines, teatros, espacios de baile, áreas recreativas.
- d) Regulación social oficial: entidades de servicios sociales y del gobierno.

Asimismo, Pauline Young añade (2) más:

- a) Salud: centros de salud, clínicas, campos y viviendas para pacientes en convalecencia.
- b) Comunicaciones: servicios de transporte, servicios postales, teléfonos, diarios, emisoras de radio, canales de televisión.

Como se puede apreciar, no se encuentran museos en estas categorías, por lo que categorizaremos a las instituciones de acuerdo al área laboral o campo de conocimientos predominantes:

- a) Económicas: entidades bancarias, negocios, propiedades, financieras, asociaciones, oficinas laborales, espacios laborales protegidos, empresas de servicios agropecuarios, empresas crediticias, telecomunicaciones, entre otras.
- b) Sociales: establecimientos médicos, clínicas, consultorios de medicina y atención médica, entidades sindicales, entidades a nivel global, asociaciones expertas.
- c) Cultura: entidades académicas de nivel primario y secundario, universidades, teatros, cines, orquestas y conjuntos audiovisuales, espacios para eventos, espacios de exposición y conservatorios.

Las instituciones también se categorizan de acuerdo al área de influencia que ejercen, clasificándose por su jerarquía territorial, así como lo menciona (Kisnerman, 1990). Cabe señalar que las instituciones también se clasifican según los poderes a los que pertenecen. Aquí es donde las cosas se complican un poco, porque el estado controla a las personas, la propiedad pertenece al público, pero público no implica propiedad del estado. Los hospitales, las escuelas, pero también los centros comunitarios y deportivos son públicos si son propiedad o están administrados por la localidad en la que están ubicados.

Privado, como su nombre indica, pertenece a un individuo o un grupo. Se pueden dividir en negocios e instituciones. Estos últimos son agrupaciones de individuos basadas en intereses que actúan para conseguir un fin determinado, cuyo resultado final son productos

y/o servicios tangibles, y que son, por ejemplo, cooperativas, asociaciones, juntas de vecinos, patrocinios, grupos de protección, etc. (Kisnerman, 1990).

La institución investigada, en este caso, el museo, pertenece al orden jurídico público y privado. En esta etapa de este informe, el término museo debe ser conceptualizado. Por este motivo, se cita en primer lugar la especificación pero no sin previamente especificar a qué se enfoca dicha entidad (Consejo Internacional de Museos [ICOM], 1946).

Consejo Internacional de Museos es una entidad fundada en 1946 con el propósito de académico de los museos. El ICOM se dedica a salvaguardar, mantener y difundir el patrimonio cultural, aportando a la sociedad y a su crecimiento. Asimismo, posee cinco metas fundamentales: definir normas de éxito, transformarse en un espacio diplomático, fomentar redes profesionales, reactivar los componentes globales y cumplir con su misión internacional de investigación y fomento de la cultura.

La definición de museo ha cambiado en función de las transformaciones en la población. A partir de su establecimiento en 1946, el ICOM ha renovado esta aclaración para representar las circunstancias de la comunidad de museos a nivel global. En la actualidad, de acuerdo con el Estatuto del ICOM, establecido en la 22a Asamblea General en Viena (Austria) en 2007, se entiende por museo al lugar asequible para el público frecuente con el ecuaníme de obtener, conservar, analizar, presentar y difundir el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con propósitos de investigación, educación y esparcimiento (ICOM; 2007).

Los museos son instituciones de derecho público o privado, porque se basan en el dominio público o se basa en el concepto de confianza, trasciende las diferencias y es una relación mutua entre las personas que la conforman para lograr los fines trazados por la organización. Como, por ejemplo; las Musas representaban las deidades de la memoria luego, se construyó un museo en Alejandría durante la dinastía ptolemaica dedicado a todos los avances científicos, el museo también sirvió como lugar de encuentro para la comunidad literaria y académica que vive allí bajo los auspicios del estado.

La Autoridad Internacional de Museos fue establecida después de la Primera Guerra Mundial (1918), con el propósito de establecer un museo gráfico estándar con programas y soluciones técnicas que siguen siendo pertinentes en el presente. El Consejo Internacional de Museos (ICOM) fue establecido en 1946 y la revista *Museum* fue lanzada en 1948. El Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú (MNAAHP) es el museo de mayor antigüedad en el país de Perú. José Bernardo de Tagle, Bernardo de Monteagudo y Mariano Eduardo de Ribero y Ustalis establecieron el Museo Nacional del Perú en 1822, asumiendo la responsabilidad de implementar el bosquejo del Museo

Nacional del Perú, colecciones de patrimonio cultural: antropología física, archivos de fotografía, cerámica, documentos históricos, mobiliario antiguo, materiales orgánicos, metales, galerías de arte, textiles.

El Consejo Internacional de Museos (ICOM) ha establecido clasificaciones de tipología en función de la temática de la serie y estatuilla. Este grupo abarca tanto el Museo Catedralicio como el Museo de Arte Moderno.

Museos de Antropología Ecológica: Los museos dedicados a la naturaleza y ciencia frecuentemente muestran piezas de la naturaleza. Se enfoca en la esfera natural y cultural. Las exhibiciones tienen el potencial de instruir al público en temas como paleontología, historia antigua y antropología. El Museo de Ciencias Naturales se centra en la evolución biológica, los desafíos ambientales y la biodiversidad. El Museo de Zoología Juan Olmena Rodríguez está dentro de esta clasificación.

Museos de Arqueología: son entidades que analizan, preservan, muestran e informan acerca del legado arqueológico y los recursos humanos. Mediante los procedimientos y técnicas de la arqueología y otras disciplinas relacionadas, se puede reconstruir y revelar los inicios y rutas socioculturales antiguas, garantizando su conservación y restauración; dentro de ella se encuentran la antropología e historia está dentro de esta categoría.

Museo Monográfico: su objetivo es divulgar y analizar los sucesos socioculturales más relevantes del pasado más o menos remoto que son únicos en el desarrollo histórico de las regiones y comunidades. Normalmente, estas son colecciones enfocadas en aspectos muy concretos, en las que la donación de artefactos puede tener un rol significativo. De alguna forma, es preservar y documentar elementos culturales, actividades diarias o sucesos locales para valorarlos a través de su propagación en estos centros. Museos Etnográficos, Lugares de Observación, entre otros.

Museo Histórico: es todo lo que está concebido y expuesto desde un enfoque crucial. Muchos tratan temas específicos, como los relacionados con ubicaciones, mientras que otros son de naturaleza más amplia. Estos museos cuentan con una extensa variedad de obras: restos de diversas especies, piezas artísticas, elementos arqueológicos. El Museo de Antigüedades tiene como objetivo principal los descubrimientos arqueológicos. De acuerdo con la UNESCO, Esta categoría abarca estructuras históricas en museos, viviendas y Museos abiertos que evocan o ilustran eventos específicos del pasado de la nación.

Museo de la Ciencia y la Tecnología: El Centro de Tecnología y el Museo de la Ciencia se centran en las conquistas de la ciencia y su trayectoria histórica. Algunos museos cuentan

con exposiciones vinculadas a asuntos como la tecnología, la navegación, los museos del ferrocarril, el espacio, la astrofísica y el cosmos animal.

Museo de los Productos Agrícolas y Pecuarios: Centro de museos enfocado en la identidad territorial, establecido para el progreso y bienestar de la región, y respaldado por la implicación de los ciudadanos.

De acuerdo con el ICOM, el papel de los museos es conservar, analizar, presentar y divulgar el legado material e inmaterial de la humanidad. Una de las tareas primordiales del museo es encabezar la misión cultural frente a la comunidad. Por esta razón, es imprescindible establecer e instaurar un conjunto de reglas y normas que guíen correctamente la administración.

2.2.2. Producto turístico cultural

De hecho, un producto es un elemento, servicio o concepto que se compone de un grupo de características, tanto palpables como impalpables, que compensan al consumidor y a cambio reciben dinero u otro mecanismo de valor (Thompson, 2009).

Turístico

Lo resultados de Río (2020) indica que es un conjunto de actividades e individuos en un área geográfica limitada, donde tanto las actividades predominantes como la mayoría de la población están vinculadas al ejercicio de actividades vinculadas al turismo.

Asimismo, Pérez (2015) menciona que el turístico es aquello relacionado con el turismo, es un término que alude a la actividad que un individuo lleva a cabo al visitar una comunidad ajena a su lugar habitual, ya sea con propósitos de ocio, culturales, comerciales, entre otros.

De esa manera, el concepto del turismo es definido por la Organización Mundial del Turismo- OMT (2019) menciona que es un fenómeno social, cultural y monetario, la cual es vinculado al traslado de individuos a sitios que están fuera de su residencia habitual (s.f). Esta actividad que conlleva un traslado para encontrar sitios de descanso, recreación y esparcimiento, también constituye un instrumento relevante para el desarrollo social y económico.

Por ende, resulta crucial identificar el potencial del turismo en sitios concretos para aprovechar las oportunidades que brinda esta actividad, como el turismo de naturaleza, cultural, de aventura, entre otros. Asimismo, es crucial resaltar su papel en la protección y difusión del legado natural y cultural, debido al interés y la incentivación de la sociedad para visitar y entender estos sitios.

Por lo tanto, el conjunto de elementos tanto físicos como impalpables que comprenden recursos y atractivos, unidades e subestructuras, bienes y acciones de ocio, así como imágenes y valores simbólicos. Todo esto proporciona una amplia gama de servicios con el objetivo de captar a un grupo específico de consumidores y en la aceptación del mercado (Ruiz, 2020).

Cultura

Según la teoría cultural de Herder (2017), es crucial el concepto de que la humanidad ocurre en el espacio y el tiempo, en una variedad de formas, en los pueblos. Herder comprende por pueblos a las agrupaciones históricamente unidas por un idioma y tradición compartidas, a las que se les otorga el estatus de una especie de seres vivientes.

Asimismo, Guerrero (2019), indica que la cultura se refiere a todas las prácticas, a toda la producción simbólica o material, derivada de la praxis que el individuo llevado a cabo en sociedad, dentro de un proceso histórico específico.

Según, Collazos (2018) menciona que, en realidad, la cultura se refiere a todo lo que realiza las comunidades de un lugar específico, tales como actuar, moverse, pensar, entre otros. Sin embargo, este concepto, inicialmente desarrollado por la antropología y la sociología, posee un significado muy distinto al que generalmente se le atribuye.

Turismo cultural

El Artículo 24 de la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948) instituye que "Toda persona tiene derecho al reposo, al regocijo del tiempo de ocio, a una restricción sensata de la permanencia del trabajo y a vacaciones regulares remuneradas" (p. 36).

Basándonos en este principio, que enfatiza el disfrute del tiempo libre, primero se desarrollará el concepto de turismo y sus categorías, basándose en la revisión de diversos textos.

Según, Quesada (2017) indican que "el Turismo se refiere al conjunto de vínculos y situaciones generados por el recorrido y permanencia de individuos fuera de su hogar, siempre que estos desplazamientos y permanencias no están impulsados por una actividad de beneficio" (p. 8).

También, Fuentes (2016) define el turismo como "una actividad de servicios personales, impulsados por explorar territorios diferentes a los de nuestro lugar de residencia habitual, que brindan servicios de hospedaje, comida, animación y transporte tan diversos como el gusto del consumidor" (p. 106). Simultáneamente, indica "...es en esencia un hecho

humano que no persigue ganancias económicas, sino que se fundamenta en el uso de los atractivos turísticos para su esparcimiento y reposo" (p. 108).

La Organización Mundial del Turismo (2021) determina lo siguiente:

El turismo es un fenómeno socioeconómico que implica el traslado de individuos a naciones o sitios fuera de su contexto cotidiano por razones personales, laborales o comerciales. Esos individuos se conocen como viajeros (que pueden ser turistas o excursionistas, residentes o no residentes) y el turismo incluye sus actividades, algunas de las cuales implican un gasto en turismo.

Ibáñez y Rodríguez (2022) clasifican el turismo en dos categorías principales: el turismo convencional y el turismo alternativo. En este tipo de turismo, los autores toman en cuenta también al:

- a) Turismo cultural
- b) Turismo rural
- c) Agroturismo
- d) Ecoturismo
- e) Turismo de aventura
- f) Turismo cinegético

Perelló y Morère (2019) detallan que:

El Turismo Cultural se originó desde las facetas de nuestra vida diaria de diversas maneras (patrimonio, idioma, costumbres, obras artísticas, tradiciones, cocina). Además, se debe añadir el viaje que, por sí mismo, se transforma una perspectiva cultural como nunca antes a través de las diversas vivencias que los viajeros experimentan durante su estancia.

Los escritores Ibáñez y Rodríguez (2022) realizan un estudio de los gustos y preferencias de los visitantes y las razones por las que optan por este tipo de turismo, resaltando su deseo de aproximarse a otras culturas y adquirir más conocimientos acerca de su identidad. Adicionalmente, señalan:

Los visitantes que se decantan por este tipo de turismo persiguen el disfrute y la transmisión de valores, así como el aprovechamiento económico para propósitos de turismo. Las actividades más destacadas están vinculadas a diversos elementos; como por ejemplo: artístico monumental, arquitectura popular, exposiciones, étnico, folklore, tradiciones y costumbres, religioso, educativo, de formación, de sucesos únicos, festivo, literario e industrial. Estos eventos pueden realizarse en áreas rurales y urbanas.

Pinassi y Ercolani (2019) señalan que en el presente, el turismo cultural adquiere una naturaleza compleja, en la que los elementos culturales y patrimoniales que actúan como los catalizadores del desplazamiento turístico, obtienen una apreciación significativa que determina la propia práctica turística recreativa.

Como se ha señalado, el objetivo de la puesta en valor es aportar un valor añadido a una comunidad o lugar, sin embargo, no vale la pena mejorar infraestructura, rescatar el patrimonio o establecer circuitos turísticos si no se fomenta el interés de los individuos por visitarlos. Por ello, el turismo cultural se centra en el movimiento de personas hacia estos lugares, generando un equilibrio ideal que favorezca tanto a los visitantes como a la comunidad, comprendiendo, en relación a esto, indica (Toselli, 2016) lo siguiente:

El turismo cultural puede ser un recurso beneficioso para el crecimiento local y regional, comprendido este último desde un enfoque socioeconómico que favorezca una distribución justa de los beneficios, ya sean de naturaleza económica, social y cultural en las comunidades receptoras.

Esto se manifiesta en un incremento de la educación, la capacitación, la generación de empleo y la generación de ingresos, contribuyendo a la eliminación de la pobreza, como, por ejemplo, en el contexto de los países.

Sin embargo, no todos los aspectos vinculados al turismo cultural pueden ser beneficiosos para un museo, un lugar arqueológico, una comunidad o una zona natural. También es crucial destacar que, al igual que en la valoración, sin un trabajo coordinado, organizado y planificado, las repercusiones podrían ser adversas. Por ejemplo, con un incremento desmedido de visitas, desplome en los servicios de limpieza, expansión desmedida del comercio e informalidad, contaminación, deterioro de la infraestructura, entre otros factores que, sin formación, formación y normas claras, impactarán de manera significativa en el patrimonio cultural.

El documento de Turismo Cultural Adoptado por ICOMOS (1976) menciona las siguientes repercusiones adversas del turismo cultural:

No obstante, independientemente de su causa y las ventajas que conlleva, el turismo cultural no puede verse aislado de los impactos negativos, perjudiciales y devastadores que provoca el uso en masa e incontrolado de los monumentos y lugares. El respeto a estos, a pesar de ser un deseo básico de mantenerlos en un estado estético que les facilite su función como componentes de atracción turística y educación cultural, implica la creación y el establecimiento de normas que preserven niveles tolerables.

Además, Toselli (2016) señala que:

Así, el turismo cultural puede desempeñar un rol motivador para revalorar, consolidar y rescatar los componentes culturales que distinguen e identifican a cada comunidad frente a un mundo globalizado. Además, el fortalecimiento de la identidad cultural mediante el turismo puede funcionar como un mecanismo de inhibición de los "efectos uniformizadores" de este fenómeno. Además, puede ayudar a fomentar un despertar de conciencia en torno a la conservación del patrimonio, ya sea tangible o intangible, entendiendo que este es el legado que lo diferencia y le confiere singularidad.

El sitio web de EcuRed (2019) especifica todas las potenciales repercusiones del turismo cultural en los ámbitos económico, sociocultural, político, ambiental y espacial.



Figura 1: *Efectos negativos del turismo cultural*
Nota: EcuRed (2029)

En este contexto, conforme a la OMT (2019), considera que el turismo cultural es un tipo de turismo donde el interés primordial del turista es aprender, explorar, vivir y disfrutar de los encantos culturales, tanto materiales como inmateriales, de un lugar turístico [...] abarca las artes y la arquitectura, el legado histórico y cultural, el patrimonio cultural, el patrimonio cultural, gastronómico, la literatura, la música, los sectores creativos y las culturas en constante evolución con sus estilos de vida, sistemas de valores, creencias y creencias (p. 31).

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Ámbito y condiciones de la investigación

3.1.1. Ubicación política

La indagación tuvo lugar en el Museo Regional de la Universidad Nacional de San Martín, ubicado en el distrito de Tarapoto, en San Martín.



Figura 2:
Ubicación política de la provincia de San Martín
Nota: Google Maps, 2024.

3.1.2. Ubicación geográfica

La zona de San Martín está situada en el área septentrional oriental del territorio peruano. San Martín establece sus vínculos norteños con la región de Amazonas, sureños con la región de Huánuco, orientales con Loreto y occidentales con La Libertad.

El territorio de San Martín posee una topografía variada y sobresale la presencia de ciudades turísticas como Tarapoto. Este mapa ha sido segmentado en las provincias que conforman San Martín, que son: Lamas, San Martín, Huallaga, Picota, Mariscal Cáceres, Bellavista y Tocache.

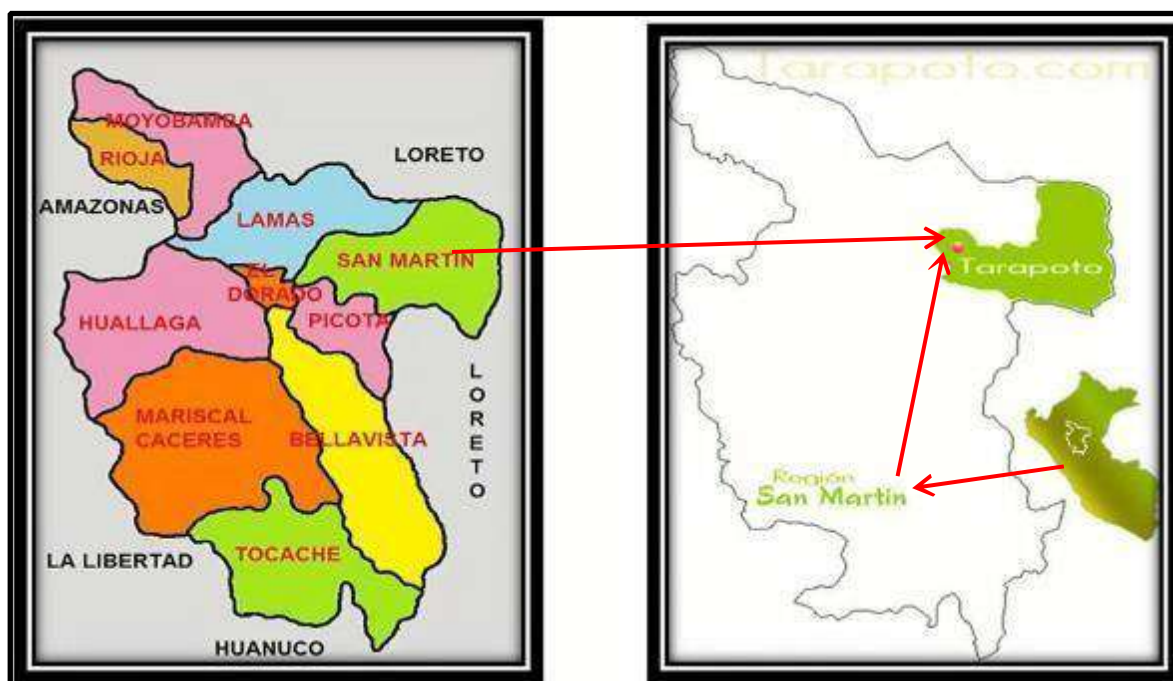


Figura 3

Ubicación geográfica de la provincia de San Martín

Nota: Google Maps, 2024.

3.1.3. Periodo de ejecución

La realización del estudio tuvo lugar durante 6 meses, desde febrero hasta agosto del 2024.

3.1.4. Autorizaciones y permisos

No se aplica en la investigación

3.1.5. Control ambiental y protocolos de bioseguridad

Tras formular interrogantes, los científicos evaluaron las acciones de apoyo ambiental, tales como la utilización de máscaras en situaciones de urgencia, el uso de alcohol para la desinfección y acciones adecuadas que necesitan salvaguardar la salud de los participantes.

3.1.6. Aplicación de principios éticos internacionales

La investigación se rige por los manuales y comportamientos aceptables en la investigación, establecidos en la 7a edición de las normas APA respecto a las fuentes, al escritor y al año del estudio, tanto en el ámbito problemático, datos anteriores como en la teoría. Además, se cumplieron las normas establecidas en el Manual actual de investigación de la Universidad Nacional de San Martín.

3.2. Sistema de variables

X: Gestión de museos

Dimensiones:

Gestión institucional

Gestión científica

Gestión educativa

Gestión turística

Y: Producto Turístico Cultural

Dimensiones:

Atractivos turísticos

Superestructura

Infraestructura

Servicios

La demanda (turistas)

La comunidad receptora.

Tabla 1
Operacionalización de la Variable X

Variable dependiente	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión de museos	"Una entidad constante, no lucrativa, dedicada a la comunidad y accesible para el ámbito público, que adquiere, preserva, analiza, presenta y difunde el legado tangible e intangible de la cultura humana con el propósito de aprendizaje y esparcimiento." (ICOM; 2007: s/p.).	Áreas de acción de los museos	Gestión institucional	Proyectos de gestión institucional	Escala de Likert Muy deficiente Deficiente Aceptable Buena Excelente
			Gestión científica	Alianzas estratégicas con URKU para investigaciones	
			Gestión educativa	Alianzas estratégicas con instituciones educativas	
			Gestión turística	Proyectos de emprendimientos turístico	

Tabla 2 : Operacionalización de la variable Y

Variable dependiente	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Producto turístico cultural	Es aquel grupo de componentes tangibles y a su vez intangibles dentro de los cuales se encuentran los recursos e infraestructuras, además de servicios y diversas actividades recreativas. Esto ofrece una diversidad de servicios a tal punto de atraer consumidores. (Pearce, 1991)	Cuenta con el sistema turístico para su desarrollo	Atractivos turísticos	Lista de elementos de litología Lista de elementos de arqueología Lista de elementos de paleontología Lista de elementos de etnología Lista de elementos de artesanía regional Lista de elementos de zoología Lista de elementos de botánica Lista de elementos de mitos y leyendas Lista de elementos de entomología	Escala de Likert Muy deficiente Deficiente Aceptable Buena Excelente
			Superestructura	Lista de organismos públicos que cooperen con el plan de desarrollo turístico Lista de entidades financieras	
			Infraestructura	Servicios básicos	
			Servicios	Lista de alojamientos Lista de restaurantes Lista de agencias de viajes Lista de medios de transportes	
			La demanda (turistas)	Número de visitantes en el 2019 Número de visitantes en el 2020	
			La comunidad receptora	Número de pobladores en el distrito de Tarapoto	

3.3. Procedimientos de la investigación

Para llevar a cabo esta tarea se hizo las siguientes acciones:

Primero, se organizó de manera directa con la Gerente del Museo Regional de la Universidad Nacional de San Martín para ejecutar la guía de preguntas para realizar la técnica de la entrevista.

Por último, se emplearon y examinaron las mismas herramientas empleadas conforme al proyecto de investigación.

3.3.1. Actividades del objetivo específico 1

Describir la relación de la gestión institucional del Museo Regional y el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.

Para lograrlo, se estableció una coordinación con el director de la oficina de Administración, se realizó una visita al Museo Regional y se ejecutó una entrevista con la administradora del Museo, para conocer la gestión institucional y el desarrollo del producto turístico cultural.

3.3.2. Actividades del objetivo específico 2

Detallar la relación de la gestión científica del Museo Regional y el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.

Para lograrlo, se trabajó en conjunto con 41 profesores investigadores de la Universidad Nacional de San Martín para realizar el cuestionario sobre la relación de la administración científica.

3.3.3. Actividades del objetivo específico 3

Analizar la gestión educativa del Museo Regional en el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.

Para ello, se estableció una colaboración con 41 profesores investigadores de la UNSM, con el objetivo de realizar el cuestionario sobre administración educativa.

3.3.4. Actividades del objetivo específico 4

Detallar la gestión turística del Museo Regional, en el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.

Para ello, se estableció una colaboración con empresarios turísticos y graduados en turismo

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para alcanzar las metas establecidas, se requirió llevar a cabo una encuesta a 41 profesores investigadores de la UNSM Registrados en RENACYT, entrevistar al administrador del Museo Regional de la Universidad Nacional de San Martín, completar un formulario de inventario a través de la observación directa en el lugar y colaborar con graduados en turismo y emprendedores en el sector turístico. A continuación, se muestran los resultados y sus respectivas explicaciones para lograr cada objetivo

4.1. Resultado del objetivo específico 1

OE1: Describir la relación de la gestión institucional del Museo Regional y el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.

Tabla 3
Espacios del Museo Regional

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	0	0%
Deficiente	18	44%
Aceptable	12	29%
Buena	11	27%
Excelente	0	0
TOTAL	41	100%

Nota: Elaboración de encuesta, noviembre 2023

Descripción:

Como se puede apreciar en la tabla 3, de la totalidad de la muestra, el 44% señala como deficiente los espacios del Museo Regional gestionado por la UNSM, mientras que el 29% los considera aceptables y el 27% indican que son buenas.

Los espacios de un Museo Regional deben satisfacer ciertos rasgos y consideraciones como: es necesario que estén estructurados para prevenir la interferencia de usuarios con el personal y con las zonas reservadas para las obras de arte. Asimismo, es necesario tener sistemas de emergencia y tener en cuenta la humedad relativa, las precipitaciones, la insolación y las variaciones climáticas. También, es necesario ubicarlos en lugares distantes de las salas de exhibición y asegurar una temperatura apropiada para los visitantes y el personal.

De todo lo mencionado, pues el Museo Regional carece de todas es consideraciones, siendo negativo para el buen funcionamiento del mismo establecimiento.

Tabla 4
Elementos que oferta los museos

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	0	0%
Deficiente	0	0%
Aceptable	12	29%
Buena	14	34%
Excelente	15	37%
TOTAL	41	100%

Nota: Elaboración de encuesta, noviembre 2023.

Descripción:

Como se puede observar en la tabla 4, del total de la muestra se tiene que el 37% califica estar actualizado con los elementos que ofertan los museos como excelente, mientras el 34% califica como buena y el 29% mencionan que es aceptable.

Los museos proporcionan cuatro componentes esenciales: el público; aquellos que se relacionan con las exhibiciones. La organización; la administración de las colecciones y exposiciones del museo, la colección (contenido): los elementos, ejemplares o componentes que se muestran y exposiciones móviles o de difusión: acontecimientos o demostraciones que se trasladan a distintos sitios.

De lo mencionado, se observa que el museo cuenta con 3 elementos primordiales como lo es el público; aunque en mínimas cantidades, por las diferentes deficiencias y la gestión precaria. También, se observa los elementos de exposición como son de litología, arqueología, paleontología, etnología, artesanía regional, zoología, botánica, mitos y leyendas y entomología.

Pero, el Museo Regional carece de componentes de promoción ya que su infraestructura, la organización de los elementos de exposición, la carencia de personal idóneo para brindar el servicio adecuado, son factores que no coadyuvan en la gestión institucional, educativa, científica y turística.

Tabla 5
Apoyo al aprendizaje del museo regional

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	0	0%
Deficiente	0	0%
Aceptable	9	22%
Buena	13	32%
Excelente	19	46%
TOTAL	41	100%

Nota: Elaboración de encuesta, noviembre 2023

Descripción:

Como se puede observar en la tabla 5, del total de la muestra se tiene que el 46% mencionan que apoyaría en el aprendizaje del museo Regional de UNSM la cual resulta que es excelente, mientras el 32% mencionan que es buena y el 22% aseveran que es aceptable.

Aunque los resultados sean favorables porque somos conscientes de la gran importancia de contar con un museo regional; realmente el museo desempeña un rol crucial en la enseñanza y entendimiento de la historia, la ciencia y el arte sanmartinense, pero como solo cuenta con espacios inadecuados, la infraestructura ineficiente y otras falencias que no permiten la realización de exposiciones y colecciones.

A ello se suma la carencia de brindar espacios para adquirir conocimientos sobre diversos temas, según los elementos que se tiene de esa manera el museo fomenta el crecimiento cultural y educativo, compartiendo la diversidad y creatividad de nuestros pobladores.

Tabla 6
El museo regional de la UNSM sería una opción de estudio de investigación

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	0	0%
Deficiente	0	0%
Aceptable	9	22%
Buena	11	27%
Excelente	21	51%
TOTAL	41	100%

Nota: Elaboración de encuesta, noviembre 2023

Descripción:

Como se puede observar en la tabla 6, del total de la muestra se tiene que el 51% conociendo el tema del proyecto de tesis, consideran que el museo Regional de la UNSM

sería una opción de estudio de investigación la cual resulta como excelente, mientras el 27% mencionan que sería buena y el 22% sería aceptable.

El museo se establece como un núcleo de investigación que debe satisfacer requerimientos generales, tales como la capacitación del equipo científico, la implementación de programas de investigación, la colaboración internacional en temas de investigación y la transmisión de objetos entre los museos. El estudio en el museo abarca elementos como la reconstrucción histórica, la documentación de las colecciones, los programas de preservación y restauración, así como la exhibición y divulgación. Todo ello, sería ideal con una gestión de investigación adecuado para estos fines y que el museo no solo sea un acopio de elementos para visualizar sino sea para el fomento de la investigación de nuestra región mediante los elementos que se cuenta en este espacio.

Tabla 7

Entrevista a Alicia López Flores. Jefe de museo regional de la UNSM

Variable	Ítems	Respuesta
Gestión del museo	Actividades que realiza el museo para la comunidad.	El museo desde 2022, estuvo en plena ubicación, no había un lugar asignado, recién a inicios de este año, nos indicaron que nuestro sitio sería en el complejo universitario, donde está actualmente; lo que se tuvo que hacer de esa fecha hasta ahora, fue trasladar algunos equipos que había, se tuvo que trasladar los animales disecados, las piedras que hay en el museo, los cuadros, las reliquias históricas que estaba en el sótano del local central. Este año nosotros hemos empezado, todavía no muy alto las actividades debido a que recién se está tratando de establecer en el lugar asignado, sin embargo, el museo está abierto hasta las 2 de la tarde. A lo largo de este año, nosotros hemos tenido visitas por parte de los colegios, por parte de los extranjeros y por parte de jardines. Actividades sociales como normalmente se hacen en otros museos, no se realiza, debido a que la universidad no cuenta con un anfiteatro, debido a que eso implicaría tener un local propio, además de tener un fondo o una inversión por parte de la universidad y si se podría de instituciones privadas, eso se tendría que gestionar más adelante y ver la posibilidad de tener un local propio aunque ya se tramitó varias veces, el local donde estamos no pertenece al museo, debido a la falta de presupuesto y espacio, sin embargo nos formulan que posiblemente el próximo año nos den un lugar para poder ubicar el museo.
	Público objetivo	En este caso, el público que más participa son los niños de colegio, jardines y niños de primeros años de primaria, edades que oscilan entre 5 a 9 años. Asimismo, turistas regionales y nacionales.
	Desinterés de la población	Sí, existe una falta de interés por parte de los sanmartinenses, a nuestra gente no le gusta los museos, sin embargo, si viene gente de afuera, vienen a visitar, a conocer, el año pasado nos visitó dos antropólogas que están haciendo maestrías y nos recomendaron que las piedras, los restos fósiles, son sumamente valiosos y que no pueden estar en la intemperie, debido a la humedad que existía en donde estábamos anteriormente. Además de ello, tenemos que estar inscritos en el registro nacional de museo para ser legales. Entonces, si hay visita e

	<p>interés de gente de afuera, los turistas son los interesados también en visitar museos, como el museo de lamas que está mucho más ordenado.</p> <p>Eso es cultural, viene con la forma de crianza, de lo que te incentivan desde pequeño, es decir en colegios ya sea primaria o secundaria, en la localidad existe muy poca cultura de conocer o estudiar hacer de los museos o de teatros (arte). Yo tuve la oportunidad de hacer mi maestría en extranjero y ahí sí, incluso la universidad te pagaba la mitad del boleto del museo o para ir a ver una obra teatral, estando en la San Marco, donde estudié, ahí también hay teatro de la misma universidad, cine de la misma universidad, museo de la misma universidad, que está por la avenida Abancay, entonces, los alumnos íbamos hasta allá porque un compañero o hasta los profesores de arte te decían que vayan, miren que habrá exposición; entonces, eso creo que nace desde las escuelas, colegios, ahora, lo que me gusta es que son los colegios particulares quienes llevan a sus alumnos a visitar el museo, tendría que ser una cultura dentro de la ciudadanía, debido a que San Martín tiene un potencial turístico, el año pasado hemos sido el tercer departamento más visitado, entonces eso es lo que nos falta al ciudadano Sanmartinense.</p>
<p>Deficiente cultura amazónica</p>	<p>Yo creo que sí, porque como universidad deberíamos crear una microempresa dentro de turismo que pueda ofrecer parte del paquete turístico que hacen las demás empresa pequeñas, como por ejemplo, visitar museo, visitar la biodiversidad, visitar a los centros que existe en San Martín, en Moyobamba de repente, que también existe un mini museo según lo que tengo entendido, que sea como una microempresa como universidad, para que la misma escuela tenga un ingreso particular y otro una especie de práctica Pre profesional, sin embargo, cuando yo estuve buscando información con las diferentes escuelas, me dijeron que no debido a que la universidad no tiene enfoque empresarial, yo me quedé helado porque yo vengo de trabajar en la Agraria, en la UNI, y ahí existe microempresa, hay hostales, grifos, centros que venden cibernética, dan cursos, Zootecnia, tiene su centro de producción de helados, centro de producción de carnes, Agroindustria, tiene su centro de producción de panetones, de yogurts, de bebidas, Agronomía, tiene su centro de producción de frutas, plantas y hasta Piscigranja tienen los molineros, ellos todo venden y ese dinero ingresó para la escuela que lo genera. Si como universidad no enseñamos a hacer empresa entonces para que estemos, yo indague en el por qué, según el paradigma, normativa de la UNSM, es que la universidad no puede hacer empresa, cuando eso es parte de la enseñanza.</p>
<p>Importancia de un plan de marketing</p>	<p>Sí, porque hubo un tiempo en que el museo cuando lo cambiaron de local empezó a hacer una publicidad masiva para ir a conocer las nuevas instalaciones, entonces sí tuvo bastante acogida y hasta el momento tiene un apego muy fuerte en la población.</p>
<p>Producto turístico cultural</p>	<p>Vuelvo a recalcar que San Martín es folclórico, tenemos Lamas, Moyobamba, tenemos lugares donde la gente viene, hace turismo y se va, pero la esencia del sanmartinense, como que se pierde, debería incluso promover, no solo la cultura, sino también dentro del museo, los trajes típicos, la historia misma de cómo se originó el departamento de San Martín.</p>
<p>Campaña gráfica dinámica</p>	<p>Lo bueno creo yo, es que el sanmartinense, es curioso, por la misma curiosidad es que nos gusta aprender, conocer, visitar, yo creo que, por eso mismo, crea un sanmartinense alegre, que</p>
<p>Acciones que desarrollar</p>	<p>Lo bueno creo yo, es que el sanmartinense, es curioso, por la misma curiosidad es que nos gusta aprender, conocer, visitar, yo creo que, por eso mismo, crea un sanmartinense alegre, que</p>
<p>Ventajas de la cultura Sanmartinense</p>	<p>Lo bueno creo yo, es que el sanmartinense, es curioso, por la misma curiosidad es que nos gusta aprender, conocer, visitar, yo creo que, por eso mismo, crea un sanmartinense alegre, que</p>

Gestión
institucional del
Museo Regional
afecta en la
realización
producto
turístico cultural

tenga hábito de conocer, vivir, le gusta el deporte extremo, la naturaleza, es una persona habida por entender las cosas. Ahora lo que llama bastante la atención de San Martín, que está en el ámbito cultural, es conocer los diferentes tipos de orquídea, si influye y un montón, porque por decir, yo conozco el museo de la ayahuasca, ellos han creado todo un museo "El ritual de la ayahuasca", aunque ustedes no crean, la gente extranjera viene ver, viene a conocer. En oro verde, por ejemplo, si te sientas a tomar café, ellos hacen una demostración de cómo es el preparado del café, las diferentes formas, muestran al que viene, entonces eso llama la atención, si tiene bastante que ver la influencia en la sociedad.

Nota: Elaboración propia, noviembre 2023.

4.2. Resultado del objetivo específico 2

OE2: Detallar la relación de la gestión científica del Museo Regional en el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.

Tabla 8

Desarrollo de la ciencia y tecnología

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	0	0%
Deficiente	9	22%
Aceptable	10	24%
Buena	22	54%
Excelente	0	0%
TOTAL	41	100%

Nota: Elaboración de encuesta, noviembre 2023

Descripción:

Como se puede observar en la tabla 8, del total de la muestra se tiene que el 54% califica al nivel de desarrollo de la Ciencia y Tecnología en la provincia de San Martín como buena, mientras el 24% califica como aceptable y con 22% menciona que es deficiente.

El Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC) ha distinguido a la región San Martín como la cuarta en el país en términos de número de clubes de ciencia y tecnología. En la actualidad, posee un total de 690 clubes escolares en funcionamiento en centros educativos tanto públicos como privados, lo que demuestra el compromiso de la región con el impulso de la investigación y la innovación desde el aula (Gobierno Regional de San Martín, 2025)

Este reconocimiento genera una oportunidad para el museo de convertirse en un lugar de investigación y genere ciertas innovaciones en bien de la sociedad.

Tabla 9

Políticas públicas que implementan para fomentar el desarrollo de la ciencia y tecnología

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	0	0%
Deficiente	6	15%
Aceptable	21	51%
Buena	14	34%
Excelente	0	0%
TOTAL	41	100%

Nota: Elaboración de encuesta, noviembre 2023.

Descripción:

Como se puede observar en la tabla 9, del total de la muestra se tiene que el 51% califica al nivel de las políticas públicas que implementan para fomentar el desarrollo de la ciencia y tecnología como aceptable, mientras el 34% califica como buena y el 15% menciona que es deficiente.

En cuanto a las estrategias gubernamentales para impulsar el progreso de la ciencia y tecnología comprenden el robustecimiento del capital humano, la creación de saberes, la investigación, la transmisión tecnológica, los estímulos para la innovación y el emprendimiento, y la institucionalización de la CTI en Perú. Estas políticas cubren asuntos como la competitividad, el emprendimiento, la investigación tecnológica, la propiedad intelectual, entre otros; sería ideal aplicarlos en el museo regional y contar con políticas estatales más acorde a la realidad y al mercado para difundir la cultura amazónica.

4.3. Resultado del objetivo específico 3

OE3: Analizar la gestión educativa del Museo Regional en el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.

Tabla 10
Experiencia en el sector educación

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	0	0%
Deficiente	2	5%
Aceptable	31	75%
Buena	8	20%
Excelente	0	0%
TOTAL	41	100%

Nota: Elaboración de encuesta, noviembre 2023.

Descripción:

Como se puede observar en la tabla 10, del total de la muestra se tiene que el 76% califica los años de experiencia en el sector educación como aceptable, mientras el 20% califica como buena y el 5% califica como deficiente.

Si bien es cierto, la experiencia en el sector educación es fundamental para coadyuvar las nociones históricas y culturales que se puede extraer del museo regional como una fuerte identidad amazónica, manifestada en el conocimiento que cada sanmartinense posee de su vinculación con la amazonia y todo su patrimonio histórico, cultural, natural y ecológico, del cual se siente orgulloso. De esta manera, se aprecia y se compromete en la protección, protección y preservación de vestigios arqueológicos, usos y tradiciones, creencias, idiomas, artes y otras expresiones características de la herencia cultural

Tabla 11
Evolución de la pedagogía

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	0	0%
Deficiente	0	0%
Aceptable	7	17%
Buena	19	46%
Excelente	15	37%
TOTAL	41	100%

Nota: Elaboración de encuesta, noviembre 2023.

Descripción:

Como se puede observar en la tabla 11, del total de la muestra se tiene que el 46% califica la evolución de la pedagogía hoy en día como buena, mientras el 37% califica como excelente y con 17% menciona que es aceptable.

Hoy en día, la pedagogía moderna se distingue por sus enfoques constructivistas, que valoran la participación activa del alumno en su proceso de aprendizaje. Dentro de este marco, se han creado técnicas que promueven la cooperación, el razonamiento crítico y la solución de problemas. La figura del profesor ha progresado hacia un facilitador en vez de un simple transmisor de saberes.

El objetivo es que los estudiantes sean los responsables de su propio proceso de aprendizaje, ajustándose a sus intereses y requerimientos y el museo sería el puente ideal para desarrollar los elementos necesarios para una enseñanza- aprendizaje panorámico y que, mejor aprendiendo desde sus raíces, sin dejar de lado la cultura amazónica.

Tabla 12
Museo regional administrado por la UNSM

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	0	0%
Deficiente	11	27%
Aceptable	17	41%
Buena	13	32%
Excelente	0	0%
TOTAL	41	100%

Nota: Elaboración de encuesta, noviembre 2023.

Descripción:

Como se puede observar en la tabla 12, del total de la muestra se tiene que el 41% califica al Museo Regional administrado por la UNSM como aceptable, mientras el 32% califica como buena y con 27% menciona que es deficiente.

La Universidad Nacional de San Martín estableció el Museo Regional de la Universidad Nacional de San Martín, a raíz de la resolución N° 284-93 del 13 de julio de 1993, en respuesta a la progresiva demanda de preservar, documentar y difundir el vasto legado natural y cultural presente en la Región San Martín (Universidad Nacional de San Martín, 2025)

La Universidad Nacional de San Martín anima a turistas nacionales, internacionales, alumnos y a la población en general a visitar el Museo Regional, para conocer las diversas culturas y manifestaciones tradiciones de sanmartinense y asombrarse de las variadas piezas que se exhiben.

4.4. Resultado del objetivo específico 4

OE4: Detallar la gestión turística del Museo Regional, en el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.

Tabla 13

Gestión educativa del museo regional y el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín

Niveles	Fa	%
Muy deficiente	0	0%
Deficiente	0	0%
Aceptable	10	24%
Buena	17	42%
Excelente	14	34%
TOTAL	41	100%

Nota: Elaboración de encuesta, noviembre 2023.

Descripción:

Como se puede observar en la tabla 13, del total de la muestra se tiene que el 44.7% califica la gestión educativa del Museo Regional y el desarrollo del producto turístico cultural como buena, mientras el 36.8% califican como excelente y el 26.3% como aceptable.

El museo juega un rol crucial en la preservación y salvaguarda del legado cultural de la región, a la vez que fomentan la diversidad cultural y la interrelación entre el patrimonio cultural y el crecimiento cultural. La visita al museo favorecerá el turismo cultural, ya que estos exponen el legado material e inmaterial de la humanidad con el objetivo de educación y disfrute. La vinculación entre el turismo y el museo potenciará la vivencia cultural de los turistas y realzará la importancia del destino Tarapoto

Tabla 14 : Prueba de Kolmogórov-Smimov para una muestra

		Gestión del museo regional	Producto turístico cultural
Nº		41	41
Parámetros	Media	25.47	48.98
Normales ^{a,b}	Desviación estándar	4.407	5.753
Máximas	Absoluta	.088	.129
Diferencias	Positivo	.088	.129
Extremas	Negativo	-.078	-.090
Estadístico de prueba		.088	.129
Sig. Asintótica (bilateral)		,200 ^{c,d}	,009 ^c

a. La distribución de prueba es normal

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación Lilliefors

d. Esto es un límite inferior de la significación verdadera

Tabla 15 : Prueba de correlación de Rho de Spearman

			Gestión del museo regional	Producto turístico cultural
Rho de Spearman	Gestión del museo regional	Coefficiente de correlación	1.000	,686**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	250	250
	Producto turístico cultural	Coefficiente de correlación	,686**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	250	250

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). Fuente: SPSS 22

Interpretación:

Las versátiles analizadas se evaluaron de manera ordinal, dado que se otorgaron notas de manera ascendente. Siguiendo este enfoque, se determinó que el experimento estadístico a emplear sería la prueba de Rho de Spearman. Por lo tanto, se admite la hipótesis de investigación (H1) establecida, la cual señala: Hay una conexión directa entre la gestión del Museo Regional y el Producto Turístico Cultural, esto ocurre porque el valor de Sig. El valor de 0.000 es inferior al margen de error de 0.05 (5%). Asimismo, dado que el coeficiente de correlación muestra un valor de 0,686, se determina que la relación entre las variables es mediamente positiva, lo que sugiere que hay más del 50% de posibilidad de que la gestión de los museos tenga un impacto significativo en el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.

4.5. Discusión

Para realizar este estudio, se consideraron varias hipótesis, que fueron examinadas y al igual se ejecutó la compilación de antecedentes que se relacionen con el tema abordado que respalden el estudio. Luego de llevar a cabo el análisis de la gestión del museo Regional.

Para ello se inició con la primera variable, la cual se trata de la gestión del museo regional de la UNSM, para ello es importante tener en cuenta la misión del Museo, la cual es presentar cerámicas y elementos arqueológicos, además de exhibir exposiciones fotográficas del análisis e investigación de la vida, evolución, tradiciones y costumbres de las comunidades indígenas. Adicionalmente, el museo persigue la creación de profesionales capaces con valores humanísticos, en beneficio de la región y del país, fundamentada en la investigación científica, tecnológica y la innovación, dedicada a la mejora constante de la calidad y la responsabilidad social.

Sabiendo ello, la investigación conocida por Tacuri (2021) elaboración de un Producto Cultural Turístico para la Asociación de Turismo Comunitario Casa Cóndor, Comunidad Pulinguí San Pablo, Parroquia San Juan, Cantón Riobamba, el escritor finaliza afirmando que la investigación posee viabilidad técnica, ambiental, jurídica y financiera, generando beneficios tanto para el sector público como para el privado, razón por la cual su realización es recomendable para la entidad.

Según se muestra en la tabla 6, del total de la muestra, el 51%, al conocer el tema del proyecto de tesis, considera que el museo Regional de la UNSM sería una elección de estudio de investigación excelente, mientras que el 27% indica que sería buena y el 22% sería aceptable.

De esa manera, se puede afirmar según los hallazgos de la investigación al igual que la conclusión de Tacuri (2021) teniendo ambos una similitud y se concuerda con ello, ya que la exploración de todas sus piezas en el museo no solo es crucial para el entendimiento y la reconstrucción de la historia, sino que también abarca elementos que van a partir de las medidas para el aumento de sus fondos, la documentación de las colecciones, los programas de preservación y recuperación, hasta la exhibición y su propagación.

Es vital la conservación y mantenimiento del museo de la UNSM, iniciando desde nuestras autoridades. Esto se debe a que es una biblioteca llena de numerosos documentos gráficos y objetos históricos que nos narran de forma silente la historia, el avance de la cultura y la

evolución de los residentes de la zona San Martín. Es vital incluir en el plan de estudios de nivel primario y secundario visitas al museo de la UNSM, para comprender los diversos sucesos que indicaron el avance progresivo de la región San Martín.

El manejo del museo regional de la UNSM está vinculado a una serie de tratados y pactos internacionales, resaltando particularmente el convenio con la especialidad de arqueología y antropología de la Universidad de Kansas, donde el Dr. Bartolomé Dean es el encargado de operaciones internacionales. A pesar de este convenio, es claro el déficit de presupuesto y la escasa disposición de recursos.

Así como menciona González (2015), quien se enfoca en los museos como entidades culturales de los habitantes de Guayaquil, concluyó que a través de una estrategia visual, se incentivó a los alumnos a visitar y explorar, pero principalmente que adquirieran un entendimiento de la historia y valoraran el arte de las distintas fases de los equipos sociales; en su espacio libre, optaron por involucrarse en una actividad del museo.

A raíz de los resultados obtenidos en el estudio, se evaluó ineficaz la implementación de una estrategia gráfica para motivar a los estudiantes a que visiten, exploren, pero sobre todo que aprendan y admiren la historia de las diferentes etapas de los grupos sociales, incluyendo la actualidad. Los materiales utilizados en la campaña gráfica se presentarán en diversas etapas: anticipación, incremento, activación, con el objetivo de atraer la atención de los estudiantes. El proyecto gráfico brindó a los alumnos una asistencia cultural, resaltando el interés de los estudiantes por visitar los museos.

La administración del museo de la UNSM se enfoca en una perspectiva cultural para incluir el museo en un producto turístico de San Martín, aunque se resalta la asignación insuficiente de presupuesto para su preservación. Cada día se nota el desinterés de las autoridades académicas y regionales en la gestión del presupuesto o en la implementación de un proyecto de inversión que suministre tecnología y técnicas para la preservación de diversos objetos que el museo cuenta dentro de sus componentes de exhibición.

En relación con la segunda variable del Producto Turístico Cultural, Pinargote y Montiel (2022) El estudio tuvo como objetivo desarrollar un producto de turismo cultural en Salango, utilizando las atracciones turísticas de la zona para promover el turismo cultural. Al registrar los intereses turísticos utilizando datos de inventario, se identificaron 15 potencialidades turísticas, 10 culturales y 5 naturales, y con base en estos datos y necesidades, se desarrollaron tres productos de turismo cultural con un itinerario y

presupuesto ajustados al mercado para lograr este objetivo y promover el turismo Cultural en Salango.

Según, los hallazgos en la tabla 13 se encontró que el 44.7% califica la gestión educativa del Museo Regional y el desarrollo del producto turístico cultural como buena, mientras el 36.8% califican como excelente y el 26.3% como aceptable.

Los museos proporcionan cuatro componentes: el público, la organización, la colección, y exposiciones móviles. Por lo tanto, la importancia del turismo en la conservación y permanencia del museo está fuertemente vinculada, desde que el museo es el instrumento educativo que están dejando de tener relevancia para la identificación cultural de las comunidades de un lugar específico, por ello es necesario combatirlo con las nuevas estrategias educativas para la conservación y preservación del legado histórico.

El turismo cultural impulsado por museos en Perú ha experimentado un desarrollo significativo desde la década de los 90's. Un caso evidente de la incorporación de un museo en el Producto Turístico es el museo del Señor de Sipán en Lambayeque, donde se ponen en práctica tecnologías de preservación y cuidado de restos culturales que, de cierta manera, refuerzan la identidad cultural de una nación. No obstante, en San Martín no existe un museo de este tipo.

Desde el sector privado, el turismo enfrenta varios retos para ser incluido en un recorrido turístico o en un City Tour, con el objetivo de mostrar la historia y las tradiciones a través del museo de la UNSM.

La importancia del turismo cultural en San Martín está incrementándose significativamente, no obstante, es limitada la participación pública del sector turístico y Cultural para establecer espacios destinados a preservar escenas y elementos culturales que están moldeando la identidad cultural que actualmente está desapareciendo en varias localidades. Especialmente no se están promocionando el museo que representen lo que, por fortuna, aún tenemos en San Martín respecto al tema de la cultura.

El museo regional de la UNSM busca ser parte y estar relacionado con el Producto Turístico Cultural de San Martín. Para lograrlo, requiere buscar recursos para potenciar la infraestructura, tecnologías de conservación y protección de todos los patrimonios culturales que acoge en la actualidad. Así, se conseguirá un involucramiento total en el producto turístico Cultural en San Martín, tal como lo señala la directora del Museo, la Sra. Alicia López Flores.

El manejo debe ser integral, incorporando la participación de todos los actores como las autoridades públicas y privadas, el sector turístico, el Ministerio de Cultura y la comunidad en su totalidad, con el objetivo de lograr una visión más eficiente en la gestión del museo regional de la UNSM.

En última instancia, en este estudio se utiliza el análisis propuesto (H1), que muestra: Existe un vínculo significativo entre la gestión de museos y el producto turístico cultural en San Martín, así como la relevancia de la Sig. (En ambas direcciones) 0,000 se encuentra por debajo del margen de error de 0,05 (5%). Adicionalmente, teniendo en cuenta que el coeficiente de correlación es de 0,686, resulta claro que existe una correlación positiva entre las variables previamente mencionadas, mostrando un valor que sobrepasa el 50%, confirmando la hipótesis de la investigación.

CONCLUSIONES

1. Se ha determinado la relación de la gestión del Museo Regional de la Universidad Nacional de San Martín y el desarrollo del Producto Turístico Cultural en San Martín, la cual se determina que la gestión del museo juega un papel importante en el desarrollo del Producto Turístico cultural con al finalidad de preservar, documentar y difundir el legado natural y cultural de la Región San Martín, presentan objetos de cerámica y arqueología, además de exposiciones de fotografías relacionadas con la vida, las tradiciones y las costumbres de las comunidades indígenas.
2. La gestión institucional del Museo Regional tiene limitaciones muy visibles como que no cuentan con actividades relacionadas con el aspecto financiero, las normas y reglamentos, la seguridad, la administración del recurso humano y las ventas, así como gestiones ineficientes y planificación para aportar como Producto Turístico cultural.
3. La gestión científica del Museo Regional es de gran utilidad para la elaboración de proyectos científicos, sociales, turismo y administración de programas y datos de información académica, aunque se obtuvo un inventario de elementos de litología, arqueología, paleontología, etnología, artesana regional, zoología, botánica, entomología, mitos y leyendas, se necesita la gestión documentaria de los elementos que deben contener el museo en San Martín, mediante un especialista en museografía.
4. La gestión educativa del Museo Regional en la construcción del Producto Turístico Cultural en San Martín finaliza bajo la expresión del museo como ventana al pasado y al futuro, que mejoran el conocimiento y la conexión con el mundo que nos rodea. Además, sus actividades educativas se amplían con el uso de las nuevas tecnologías y se centran en públicos de todas las edades, la cual el museo se consolida con parte de este gran horizonte de investigación e innovación para el beneficio de la sociedad sanmartinense.
5. La gestión turística de los museos y la posibilidad de turismo cultural están vinculados, ya que los museos son esenciales para la preservación y

salvaguarda del legado cultural, y su relación con el turismo realza la vivencia cultural de los turistas y realza el valor de los lugares de interés.

RECOMENDACIONES

1. Es responsabilidad de las autoridades de la Universidad Nacional de San Martín llevar a cabo acciones institucionales, científicas, educativas y turísticas para alcanzar un desarrollo completo del Producto Turístico Cultural con el fin de captar visitantes a San Martín.
2. Los administradores institucionales del Museo Regional deben llevar a cabo tareas vinculadas con el ámbito financiero (contabilidad y/o gestión), las regulaciones y normativas, la seguridad, la administración del personal, además de implementar procesos eficientes de administración y planificación para contribuir como Producto Turístico Cultural.
3. Es necesario que la dirección del Museo Regional actualice la administración de museos, estableciendo el objetivo, los principios, la orientación y lo que busca transmitir en el museo. Además, establecer las estrategias y medidas requeridas para lograr los objetivos fijados. Esto puede abarcar la exhibición de elementos en línea y el fomento de la educación, la capacitación y la investigación.
4. La dirección del Museo Regional necesita definir una estructura establecida para definir diferentes departamentos y roles dentro del museo, pues esto contribuye a mejorar la administración y las comunicaciones internas para la implementación de iniciativas educativas en beneficio de la comunidad.
5. En términos de gestión turística, la administración del Museo Regional debe enfocarse en mejorar la experiencia del visitante durante su recorrido. Esto implica tener un Producto Turístico Cultural apropiado que promueva su inclusión en los paquetes o tours por parte de los empresarios del sector turístico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Castillon y Pariona (2021) Recuperación del museo regional, para el desarrollo de la identidad cultural de los pobladores de Ica.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/76218>
- Collazos, M. (2018) La cultura y el proceso de socialización.
<http://www.marisolcollazos.es/Sociologia-complemento/pdf/SOC04.pdf> Consejo Internacional de Museos -ICOM 2013. Código De Deontología Del ICOM para los Museos Editorial ISBN, Paris – Francia.
- Barrientos (2019) Nivel de conocimiento sobre museos regionales en relación a la identidad cultural en los alumnos de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano Puno.
<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/12888>
- Desvallées, (2010). Conceptos claves de museología. Editorial Armand Colin, Francia.
 EcuRed. (2019). Turismo Cultural.
<https://www.ecured.cu/index.php?title=EcuRed&oldid=3580011>
- Germani, (1962). Política y sociedad en una época de transición. Editorial Paidós, Buenos Aires – Argentina.
- Gonzáles, Yomaira (2015) Importancia de los museos en el desarrollo cultural de los estudiantes de tercero bachillerato del Colegio Camilo Destruge. Ecuador.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8899/1/Alejandra%20Gonz%C3%A1lez%20Tesis.pdf>
- Guerrero, P. (2019) La Cultura. Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia.
https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1009&context=ab_ya_yala.
- Heinz, M. (2017) Teorías de la cultura de la ilustración: Herder y Kant. Ideas y valores.
http://bdigital.unal.edu.co/24700/1/21902_75089-1-PB
- Huergo, J. (2007) Los Procesos de Gestión. Universidad Pedagógica de la Provincia de Buenos Aires, Argentina – Buenos Aires.
- Huerta y Gabriel (2023) Museo histórico regional de La Libertad y servicios complementarios, en la ciudad de Trujillo.

<https://hdl.handle.net/20.500.12759/10315>

Ibáñez, R., y Rodríguez, I. (2022). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. En Medio ambiente y política turística en México - Tomo I: Ecología, biodiversidad y desarrollo turístico (pp. 17-33). México DF, México: Instituto Nacional de Ecología. <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=BAHYkvJihDwC&oi=fnd&pg=PA17&dq=turismo+clases&ots=iZkUUxsKif&sig=8uv00YgBk9Zgnmyvx5l97te6AtU#v=onepage&q=turismo%20clases&f=false>

ICOMOS. (1999). Carta de Turismo Cultural. <https://ipce.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:7bec1917-8752-4444-ab46d7e0add3edad/1976-carta-turismo-cultural-bruselas.pdf>

Kisnerman, N. (1990) Colección teoría y práctica del trabajo social. Editorial: Hvmanitas, Buenos Aires– Argentina.

Koontz, H. (2012). Administración: una perspectiva global y empresarial.

Ledhesma, M. (2020). Periodismo turístico: muchos principios y algunos finales. Buenos Aires, Argentina.

Mallor, E., González-Gallarza, M., y Fayos, T. (2018). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 11(2), 269-284. http://www.pasosonline.org/Publicados/11213/PS0213_01.pdf.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional. Lima. <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/ManualFormulacion-InventarioRecursosTuristicos-NivelNacional.pdf>

Ministerio de Cultura. (2016). ¿Qué es patrimonio cultural? <https://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/paginternas/tablaarchivos/04/1manualqueespatriimonio.pdf>

Morillo, M. (2016). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. Visión Gerencial (1), 135-158. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Organización Mundial de Turismo - OMT. (2019).

<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Organización Mundial del Turismo- OMT (2019). Definiciones de turismo de la OMT, <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

Pérez, C. (2017) El diseño, el objeto y la comunicación. Dialnet- [EIDisenoEIObjetoYLaComunicacion-3645175.pdf](https://doi.org/10.18111/9789284420858).

Pinargote y Montiel (2022) Diseño de un producto turístico cultural en la Parroquia Salango, Cantón Puerto López. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/3645>

Pinassi, C., y Ercolani, P. (2019). Turismo Cultural en el Centro Histórico de Bahía Blanca (Argentina). Análisis y propuestas para su desarrollo turístico recreativo. *Turismo y Sociedad*, 145-169.

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3396/3083>
Quesada,

R. (2017). Elementos del Turismo. San José, Costa Rica. Richards, G. (2016). *Cultural tourism in Europe*. Oxford. http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF

Río (2017) J. Definición turístico. https://www.researchgate.net/publication/305449658_DEFINICION_C conjunto_turistico_conjunto_turistico_resort.

Ruiz, Z. (2020) Producto turístico. trabajos82/producto-turistico/producto-turistico2.shtml. Tacuri, J. (2021) Creación de un Producto Cultural Turístico para la Asociación de Turismo Comunitario Casa Cóndor, Comunidad Pulínqui San Pablo, Parroquia San Juan, Cantón Riobamba. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/16925/1/23T00850.pdf

Thompson, I. (2009) Marketing free. <http://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>. Turismo comunitario en Ecuador. Community-based tourism desde la comunidad.

Toselli, C. (2016). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4(2), 175-182.

UNESCO. (2018) UNESCO Gestión de museos, exposiciones y galerías. <https://campus.divulgaciondinamica.es/manuales/755.2020NDE4M.pdf>

Vásquez, K. (2018) ¿Cuáles son los niveles del producto?

[https://www.todomktblog.com/2013/09/niveles](https://www.todomktblog.com/2013/09/niveles-producto.html#:~:text=Seg%C3%BAn%20Kotler%20un%20producto%20%E2%80%9Ces,satisfacer%20un%20deseo%20o%20necesidad.%E2%80%9D&text=Cada%20nivel%20de%20producto%20es,valor%20que%20adquiere%20el%20consumidor)

[producto.html#:~:text=Seg%C3%BAn%20Kotler%20un%20producto%20%E2%80%9Ces,satisfacer%20un%20deseo%20o%20necesidad.%E2%80%9D&text=Cada%20nivel%20de%20producto%20es,valor%20que%20adquiere%20el%20consumidor](https://www.todomktblog.com/2013/09/niveles-producto.html#:~:text=Seg%C3%BAn%20Kotler%20un%20producto%20%E2%80%9Ces,satisfacer%20un%20deseo%20o%20necesidad.%E2%80%9D&text=Cada%20nivel%20de%20producto%20es,valor%20que%20adquiere%20el%20consumidor)

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: Gestión del Museo Regional de la Universidad Nacional de San Martín y Producto Turístico Cultural en San Martín

DETERMINACION DEL PROBLEMA			
FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	HIPOTESIS DE INVESTIGACION	MARCO TEORICO
<p>Problema General ¿Cómo se relaciona la gestión del Museo Regional de la Universidad Nacional de San Martín en el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>a) ¿Cómo se relaciona la gestión institucional del Museo Regional y el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín?</p> <p>b) ¿Cómo se relaciona la gestión científica del Museo Regional y el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín?</p> <p>c) ¿Cómo se relaciona la gestión educativa del Museo Regional y el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín?</p> <p>d) ¿Cómo se relaciona la gestión turística del Museo Regional y el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín?</p>	<p>Objetivo General Determinar cómo la gestión del Museo Regional de la Universidad Nacional de San Martín se relaciona en el desarrollo de producto turístico cultural en San Martín</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>a) Describir la relación de la gestión institucional del Museo Regional y el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.</p> <p>b) Detallar cómo se relaciona la gestión científica del Museo Regional en el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.</p> <p>c) Analizar la gestión educativa del Museo Regional en el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.</p> <p>d) Detallar la gestión turística del Museo Regional, en el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.</p>	<p>Hipótesis general H₁: La gestión de los museos se relaciona positivamente en el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>a) La gestión institucional del Museo Regional se relaciona positivamente con el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.</p> <p>b) La gestión científica del Museo Regional se relaciona positivamente con el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.</p> <p>c) La gestión educativa del Museo Regional se relaciona positivamente con el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.</p> <p>d) La gestión turística del Museo Regional se relaciona positivamente con el desarrollo del producto turístico cultural en San Martín.</p>	<p>Gestión de museos Una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo. (ICOM; 2007: s/p.).</p> <p>Producto Turístico Cultural Es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamiento e infraestructuras, servicios y actividades recreativas e imágenes y valores simbólicos. Todo esto ofrece una gran variedad de servicios para atraer a un determinado número de consumidores y en la aceptación del mercado. (Pearce, 1991)</p>

Fuente: Elaboración propia

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	VARIABLES DE ESTUDIO	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS									
<p>El presente diseño de investigación es descriptivo, y sigue el siguiente esquema:</p> <p>x → Y</p> <p>Variables</p> <p>X = La Gestión del Museo Regional Y = Producto Turístico Cultural</p>	<p>Población Se tomaron en cuenta 41 docentes investigadores.</p>	<table border="1" data-bbox="1178 619 1615 983"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>DIMENSION</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="6">Producto Turístico Cultural</td> <td>Atractivos turísticos</td> </tr> <tr> <td>Superestructura</td> </tr> <tr> <td>Infraestructura</td> </tr> <tr> <td>Servicios</td> </tr> <tr> <td>La Demanda (turistas)</td> </tr> <tr> <td>La comunidad receptora</td> </tr> </tbody> </table>	Variable	DIMENSION	Producto Turístico Cultural	Atractivos turísticos	Superestructura	Infraestructura	Servicios	La Demanda (turistas)	La comunidad receptora	<p>REVISIÓN DOCUMENTAL FICHA DE INVENTARIO OBSERVACIÓN</p> <p>Encuesta cuestionario Variable</p> <p>Entrevista Guía de preguntas Variable</p> <p>Informante: Gestores Docentes Investigadores</p>
Variable	DIMENSION											
Producto Turístico Cultural	Atractivos turísticos											
	Superestructura											
	Infraestructura											
	Servicios											
	La Demanda (turistas)											
	La comunidad receptora											

Nota: Elaboración propia 2023

Anexo 2: Ubicación geográfica de estudio de investigación

REGIÓN SAN MARTÍN

PROVINCIA DE SAN MARTÍN

DISTRITO DE TARAPOTO



Nota: UNIVERSIDAD+NACIONAL+DE+SAN+MARTIN%2c+COMPLEJO - Bing Mapas

Anexo 3: Ficha de observación para inventariar el patrimonio que cuenta el museo regional administrado por la UNSM.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN
MARTÍN FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS ESCUELA PROFESIONAL
DE TURISMO**

N°	DESCRIPCION	RESPUESTA	
		SI	NO
1	El museo cuenta con la Lista elementos de litología.	x	
2	El museo cuenta con la Lista elementos de arqueología	x	
3	El museo cuenta con la Lista elementos de paleontología.	x	
4	El museo cuenta con la Lista elementos de etnología.	x	
5	El museo cuenta con la Lista elementos de artesanía	x	
6	El museo cuenta con la Lista elementos de zoología.	x	
7	El museo cuenta con la Lista elementos de botánica.	x	
8	El museo cuenta con la Lista elementos de mitos y leyendas.	x	
9	El museo cuenta con la Lista elementos de entomología.	x	
10	El museo cuenta con la Lista de organismos públicos que cooperen con el plan de desarrollo turístico.		x
11	El museo cuenta con la Lista de entidades financieras.		x
12	El museo cuenta con Servicios básicos.	x	
13	El museo cuenta con la Lista de alojamientos		x
14	El museo cuenta con la Lista de restaurantes		x
15	El museo cuenta con la Lista de agencias de viajes		x
16	El museo cuenta con la Lista de medios transportes		x

Nota: Elaboración propia, 2023.

Anexo 4: entrevista



**UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
TURISMO**



Guía de entrevista para gestores del Museo de la UNSM

1. ¿Qué actividades realiza este museo para la comunidad, cada cuánto tiempo?
2. ¿Cuál es el número de grupo, qué público es el que más participa?
3. Existe una falta de interés en los ciudadanos por visitar los museos, ¿por qué cree usted?
4. ¿La ciudadanía desconoce de los museos, se lo atribuye al desinterés de ellos o a la falta de publicidad de los museos?
5. ¿Cree usted que al museo le falta una campaña publicitaria más dinámica para los estudiantes y colegiales, por qué?
6. ¿Cree usted que, mediante una campaña gráfica dinámica, se Incrementaría el interés y fomentaría las visitas a los museos, ¿por qué?
7. Se debería realizar intercolegiales, concursos, como un tema y lema basado en los museos, ¿por qué?
8. ¿Cuál cree usted que sea la cultura del sanmartinense?
9. ¿Cree usted que, la gestión institucional del Museo Regional afecta la realización de un producto turístico cultural de la provincia San Martín?

Anexo 5: cuestionarios

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



Este cuestionario tiene como objetivo conocer su opinión sobre la gestión del museo de la UNSM. Dicha información es completamente anónima, por lo que le solicito responda todas las preguntas con sinceridad.

Instrucciones: Le rogamos ser muy objetivo en sus respuestas, este cuestionario para su conocimiento es anónimo, marque con una x, según el cuadro de apreciación.

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

N°						
		1	2	3	4	5
1	Como califica los años de experiencia que tiene Ud. en el sector educación.					
2	Cómo ha evolucionado la pedagogía en estos años					
3	Cómo califica de Museo Regional administrado por la UNSM.					
4	Que percepción del nivel de desarrollo de la Ciencia y Tecnología en la provincia de San Martín					
5	Cómo califica las políticas públicas que implementan para fomentar el desarrollo de la ciencia y tecnología.					
6	Cómo califica los espacios del Museo Regional administrado por la UNSM.					
7	Cómo califica estar actualizado con los elementos que ofertan los museos					
8	Cómo apoyaría al aprendizaje del museo Regional de UNSM.					
9	Conociendo el tema del proyecto de tesis, Ud. cree que el museo Regional de la UNSM sería una opción de estudio.					

10	Cómo califica la influencia la gestión educativa del Museo Regional en el desarrollo del producto turístico cultural.					
-----------	---	--	--	--	--	--

Muchas gracias por su colaboración



**UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SAN MARTÍN FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
TURISMO**



Este cuestionario tiene como objetivo conocer su opinión sobre el Patrimonio turístico cultural para docentes de turismo. Dicha información es completamente anónima, por lo que le solicito responda todas las preguntas con sinceridad.

Instrucciones: Le rogamos ser muy objetivo en sus respuestas, este cuestionario para su conocimiento es anónimo, marque con una x, según el cuadro de apreciación.

Totalmente en acuerdo	(1)
En desacuerdo	(2)
Ni acuerdo ni desacuerdo	(3)
De acuerdo	(4)
Totalmente de acuerdo	(5)

N°		Escala				
		1	2	3	4	5
	Patrimonio Cultural					
1	Los edificios históricos de Tarapoto son una parte experiencia turística. .					
2	La arquitectura de Tarapoto ayuda a diferenciarla de otros destinos turísticos.					
3	Los objetos artesanales de Tarapoto son un atractivo significativo para los turistas.					
4	Los textiles y otras formas de artesanía local enriquecen la experiencia del visitante.					
5	Los turistas encuentran productos artesanales auténticos y de buena calidad en la ciudad.					
	Turismo Receptivo					
6	Los turistas visitan el Museo Regional de la UNSM principalmente para conocer su cultura y patrimonio.					
7	La riqueza natural y cultural del Museo Regional es un motivo principal de visita.					
8	Los visitantes están interesados en la historia y las tradiciones locales de la ciudad.					
9	El deseo de experimentar la cultura local es una motivación importante para los turistas.					
10	Los turistas consideran que el Museo Regional ofrece una experiencia cultural única.					

Muchas gracias por su colaboración

Anexo 6: Evidencias de las tesis en la aplicación de instrumentos

Imagen 01: Entrevista a la Administradora del Museo de la UNSM



Nota: Archivo propio, 2024

Imagen 02: Ingreso al Museo de la UNSM



Nota: Archivo propio, 2024



Nota: Archivo propio, 2024

Imagen 04: Llenando los elementos en la ficha de observación



Nota: Archivo propio, 2024



Nota: Archivo propio, 2024

Imagen 06: Llenando los elementos en la ficha de observación



Nota: Archivo propio, 2024

Anexo 7: docentes investigadores de la UNSM

ITEM	CODIGO RENACYT	INVESTIGADOR	TIPO	FACULTAD	ESCUELA PROFESIONAL	CONDICIÓN	EMISIÓN DE CONSTANCIA	CORREO
1	P0012376	VALLEJOS TORRES GEOMAR	Docente	FCA	Agronomía	Docente Investigador	29/11/2022	gvallejos@unsm.edu.pe
2	P0200532	VELEZ ERAZO ELIANA MARCELA	Docente	FIAI	Ingeniería Agroindustrial	Docente Investigador	25/11/2022	evelezer@unsm.edu.pe
3	P0020737	FABIAN DOMINGUEZ FREDY	Docente	FCA	Medicina Veterinaria	Docente Investigador	25/11/2022	ffabian@unsm.edu.pe
4	P0026797	VECCO GIOVE CARLOS DANIEL	Docente	FCA	Agronomía	Docente Investigador	25/11/2022	cdvecco@unsm.edu.pe
5	P0020582	CORAZON GUIVIN MIKE ANDERSON	Docente	FCA	Agronomía	Docente Investigador	25/11/2022	macorazong@unsm.edu.pe
6	P0012726	CORONADO JORGE MANUEL FERNANDO	Docente	FIAI	Ingeniería Agroindustrial	Investigador Renacyt	25/11/2022	mfcoronado@unsm.edu.pe
7	P0001290	MENDIETA TABOADA OSCAR WILFREDO	Docente	FIAI	Ingeniería Agroindustrial	Docente Investigador	25/11/2022	omendieta@unsm.edu.pe
8	P0012758	PUICON NIÑO DE GUZMAN VICTOR HUMBERTO	Docente	FCA	Medicina Veterinaria	Docente Investigador	14/11/2022	vhpuicon@unsm.edu.pe
9	P0024870	ORMEÑO LUNA JAVIER	Docente	FCA	Agronomía	Docente Investigador	14/11/2022	javierol@unsm.edu.pe
10	P0048474	VALLES CORAL MIGUEL ANGEL	Docente	FISI	Sistemas e Informática	Docente Investigador	10/11/2022	mavalles@unsm.edu.pe
11	P0011606	HERNANDEZ TORRES EDWIN AUGUSTO	Docente	FISI	Sistemas e Informática	Docente Investigador	27/10/2022	ehernandez@unsm.edu.pe
12	P0002439	REQUEJO LA TORRE OLGA MARITZA	Docente	FCE	Economía	Docente Investigador	13/10/2022	omrequejo@unsm.edu.pe
13	P0220665	PINEDO TUANAMA LLOY POOL	Tesista de Posgrado	FISI	Sistemas e Informática	Investigador Renacyt	5/10/2022	lpinedo@unsm.edu.pe
14	P0004639	RIOS RUIZ WINSTON FRANZ	Docente	FCA	Agronomía	Docente Investigador	27/09/2022	wrios@unsm.edu.pe
15	P0014072	RUIZ SANCHEZ MARIA EMILIA	Docente	FCA	Agronomía	Docente Investigador	6/09/2022	meruiz@unsm.edu.pe
16	P0012426	CERNA MENDOZA AGUSTIN	Docente	FCA	Agronomía	Docente Investigador	22/08/2022	acerna@unsm.edu.pe

17	P0044032	RIOS RAMIREZ ORLANDO	Docente	FCA	Agronomía	Docente Investigador	17/08/2022	orios@unsm.edu.pe
18	P0028228	PALOMINO ALVARADO GABRIELA DEL PILAR	Docente	FCS	Obstetricia	Investigador Renacyt	14/07/2022	gppalomino@unsm.edu.pe
19	P0106050	SILVA HUAMANTUMBA GRETHEL	Docente	FDyCP	Derecho	Investigador Renacyt	26/05/2023	gsilvah@unsm.edu.pe
20	P0043792	DORIA BOLAÑOS MANUEL SANTIAGO	Docente	FCA	Agronomía	Docente Investigador	17/05/2022	mdoria@unsm.edu.pe
21	P0142569	HERNANDEZ AMASIFUEN ANGEL DAVID	Posgrado	FCA	Agronomía	Investigador Renacyt	17/05/2022	
22	P0019506	INJANTE ORE RICHARD ENRIQUE	Docente	FISI	Sistemas e Informática	Docente Investigador	17/05/2022	richard@unsm.edu.pe
23	P0039487	PASQUEL REATEGUI JOSE LUIS	Docente	FIAI	Ingeniería Agroindustrial	Docente Investigador	15/02/2023	jlpasquelr@unsm.edu.pe
24	P0020532	AREVALO RAMIREZ HERIBERTO	Docente	FMH	Medicina Humana	Investigador Renacyt	1/09/2022	harevalo@unsm.edu.pe
25	P0042415	PADILLA GUZMAN MANUEL	Docente	FEH	Educación y Humanidades	Investigador Renacyt	24/09/2023	mpadilla@unsm.edu.pe
26	P0053026	JUAREZ DIAZ JUAN RAFAEL	Docente	FEH	Educación y Humanidades	Investigador Renacyt	25/01/2023	jrjuarezd@unsm.edu.pe
27	P0013628	LOPEZ FLORES ALICIA MARIA	Docente	FCA	Medicina Veterinaria	Investigador Renacyt	18/01/2023	alicialopezflores@unsm.edu.pe
28	P0050554	DELGADO BARDALES JOSE MANUEL	Docente	FCS	Obstetricia	Investigador Renacyt	7/02/2023	jmdelgado@unsm.edu.pe
29	P0085288	LOPEZ ROJAS JHON JAIRO	Docente	FECOL	Ingeniería Ambiental	Investigador Renacyt	2/09/2022	jhonrojas@unsm.edu.pe
30	P0102549	SANDOVAL VERGARA ANA NOEMI	Docente	FCA	Agronomía	Docente Investigador	31/01/2023	ansandoval@unsm.edu.pe
31	P0055704	NAVARRO CABRERA JORGE RAUL	Tesista de Posgrado	FISI	Sistemas e Informática	Investigador Renacyt	24/02/2023	jnavarroc@unsm.edu.pe
32	P0297346	SORIA PINEDO ANTONY	Tesista de pregrado	FMH	Medicina Humana	Investigador Renacyt	3/04/2023	apinedos@alumno.unsm.edu.pe
33	P0057683	VIDAURRE ROJAS PIERRE	Docente	FCE	Economía	Investigador Renacyt	13/04/2023	pvidaurre@unsm.edu.pe
34	P0041685	SANCHEZ DAVILA KELLER	Docente	FMH	Medicina Humana	Investigador Renacyt	14/06/2023	ksanchezd@unsm.edu.pe
35	P0296083	CHÁVEZ QUESQUÉN WALTHER FRUCTUOSO	Docente	FDyCP	Derecho	Investigador Renacyt	14/06/2023	wchavezq@unsm.edu.pe
36	P0057795	SILVA HUAMANTUMBA EDMAN JUNIOR	Docente	FCE	Administración	Investigador Renacyt	19/06/2023	jrsliva@unsm.edu.pe

37	P0041442	CASAS LUNA SANTIAGO ALBERTO	Docente	FECOL	Ingeniería Ambiental	Investigador Renacyt	6/07/2023	scasasl@unsm.edu.pe
38	P0023049	ROJAS GARCIA JOSE CARLOS	Docente	FCA	Agronomía	Investigador Renacyt	29/03/2023	jogarcia@unsm.edu.pe
39	P0070994	RAMIREZ RAMIREZ WILDORO	Docente	FEH	Educación y Humanidades	Investigador Renacyt	7/08/2023	wramirez@unsm.edu.pe
40	P0054576	BARTRA REATEGUI ALICIA	Docente	FMH	Medicina Humana	Investigador Renacyt	12/09/2023	abartra@unsm.edu.pe
41	P0015283	YRWIN FRANCISCO AZABACHE LIZA	Docente	FECOL	Ingeniería Ambiental	Investigador Renacyt	25/09/2023	yfazabache@unsm.edu.pe

Nota: Unidad de Recursos Humanos de la UNSM,2023

Andrea Estrella Saboya Sinarahua

Management of the Regional Museum of the National University of San Martín and Cultural Tourism Product in San ...

 Unidad de investigación Facultad de Ciencias Económicas

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::3117:508752613

Fecha de entrega

6 oct 2025, 14:35 GMT-5

Fecha de descarga

6 oct 2025, 14:42 GMT-5

Nombre del archivo

INFORME FINAL VALERY - ANDREA.docx

Tamaño del archivo

952.4 KB

71 páginas

15.543 palabras

88.581 caracteres




17% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 16%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 9%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.