

## MODELO DE BENCHMARKING TURÍSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE PUEBLOS MÁGICOS EN EL MUNICIPIO DE COROZAL, SUCRE-COLOMBIA

### TOURIST BENCHMARKING MODEL FOR THE IMPLEMENTATION OF MAGIC TOWNS IN THE MUNCIPLE OF COROZAL, SUCRE- COLOMBIA

Daniela Lucia Barboza Cárdenas\*, Andrés Martínez Medina\*\*

\*Universidad de Sucre, Colombia.

\*\*Grupo de Entidades Sociales CECAP, Toledo, España. [presidente@cecaptoledo.es](mailto:presidente@cecaptoledo.es)

#### RESUMEN

La presente investigación es un estudio que busca potenciar el desarrollo turístico local a través de la conservación y valoración del patrimonio cultural; fundamentado en nuevas formas de organización, administración, e inversión que permiten la generación de nuevos puestos de trabajo y fuentes de ingresos. Se encuentra estructurado en tres capítulos; en el primero de ellos, se establece la fundamentación teórica del modelo de benchmarking turístico; en el segundo, el diseño metodológico; y en el tercero, los resultados de la investigación. Este estudio propone un modelo de benchmarking turístico para la implementación del programa pueblos mágicos en el municipio de Corozal,

Sucre-Colombia, para tal fin, se desarrolló un estudio del macro y micro entorno turístico del municipio, al igual que un análisis comparativo de sus atractivos turísticos con el de otros pueblos mágicos, dando paso así a la propuesta de estrategias de implementación del programa, basados en las mejores prácticas.

**Palabras clave.** Benchmarking, Pueblos Mágicos, Turismo.

#### ABSTRACT

*The present research is a study that seeks to enhance local tourism development through the conservation and valuation of cultural patrimony; based on new forms of organization, administration and investment that enable the generation on new jobs and sources of income. It is structured in three chapters; in first of*

*them, the theoretical basis of the tourist model of benchmarking is established; in the second, the methodological design; and the third, the results of the research. This study proposes a tourist model of benchmarking for the implementation of the program magical towns in the municipality of Corozal Sucre-Colombia, for such aim, a study of the macro and micro tourism environment of the municipality was developed as well as a comparative analysis of its tourist attractions with that of other magical towns, thus giving way to the proposal of strategies to implement the program, based on best practices.*

**Keywords:** *Benchmarking, Magic towns, Tourism.*

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el disfrute del patrimonio cultural se ha convertido en una práctica habitual que incentiva la actividad turística, debido a la valoración de elementos patrimoniales y a la creación de espacios que giran en torno a la cultura y que son dirigidos a cualquier público incluyendo los turistas. Lo anterior es posible, gracias a uno de los retos que afronta el sector turístico en la contribución a través de su desarrollo a la

identificación, la protección y la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial OMT (2003) Entre sus prioridades se encuentran; fomentar el uso responsable del patrimonio vivo con fines turísticos para generar nuevas oportunidades de empleo, ayudar en la mitigación de la pobreza, frenar la migración rural entre los jóvenes y los subempleados y generar un sentimiento de orgullo entre las comunidades (OMT, 2003).

Colombia ofrece una extensa variedad de atractivos turísticos, entre ellos: la herencia de civilizaciones colonizadoras, arquitecturas con influencias del arte español, playas con belleza incomparable, música tradicional, extensas áreas naturales (paisaje, flora y fauna) con elementos históricos únicos, entre otros atractivos. A pesar de todo lo anterior, el Ministerio de Comercio (2007) afirma. “la creciente afluencia de turismo internacional a nuestro país ha empezado a demostrar que la imagen de Colombia para el turismo cultural no tiene aún suficiente fuerza en sí misma, a pesar de su singular oferta de patrimonio cultural.” Lo cual, es el resultado de la ausencia de estrategias concretas dirigidas al sector;

generando en los turistas que viajan por Colombia un interés en el turismo convencional, dejando de lado actividades relacionadas con el turismo cultural.

En este mismo escenario, el Ministerio de Comercio (2007) afirma. “la preservación del patrimonio y su articulación a la oferta turística de los destinos del país ha sido de interés del Estado.” De ahí provienen las políticas de fácil ingreso para el público extranjero y los sitios turísticos que abarcan historia, naturaleza y belleza tropical, así como la conservación y promoción de estos atractivos turísticos; provocando que en los últimos años gran cantidad de personas extranjeras quieran conocer Colombia y disfrutar de sus paisajes y cultura. En ese sentido y entrando en contexto, varios son los sitios de gran belleza situados en Colombia que, así como fueron opacados por la sombra de la violencia; tal es el caso de la subregión Montes de María también conocida como Serranía de San Jacinto, ubicada entre los departamentos Sucre y Bolívar de la República de Colombia; Así mismo existen lugares que a pesar de su cercanía con la zona, como lo es la subregión Sabanas; dentro de su historia no cuentan con los problemas que en su

momento presentaba los Montes de María, pero aun así fueron relegadas, presentado poco interés por su desarrollo social y económico; si bien es cierto que las zonas que hicieron parte del conflicto armado en Colombia se convierten en una prioridad para la implementación de estrategias y proyectos que busquen generar un mayor crecimiento, las zonas que no fueron afectada por el conflicto no deben ser menospreciadas y dejadas en el olvido. Por tal razón se hace la definición de la siguiente situación problemática:

El municipio de Corozal, Sucre-Colombia ubicado en la subregión Sabana, es poseedor de una riqueza histórica, cultural y natural muy importante y características que se consideran entran entre las nuevas tendencias buscadas por los turistas. (Un lugar lleno de historia, folclor, cultura y tradición). Si bien, la perla de la sabana como es conocido el municipio de Corozal, Sucre-Colombia, cuenta con diversas expresiones culturales como: el carnaval de Corozal, el festival del corozo, el festival estudiantil del porro, el festival nacional de bandas marciales, además de tener variedad de comidas, grandes artistas y diversos atractivos naturales.

De manera general, el municipio cuenta con riquezas que no han sido tenidas en cuenta como fuente de desarrollo turístico para el municipio y la región; es cierto que han sido varios los esfuerzos realizados para generar un turismo competitivo en la subregión donde se ubica el municipio; sin embargo, esos esfuerzos no han estado enfocados a lo que realmente representa una estrategia efectiva que permita no solo el crecimiento económico y el desarrollo turístico, sino también una valoración de la identidad propia de la población.

A manera de argumento de la investigación, se justifica dado que el sector turismo en la actualidad tiene presente que los principales actores del sector son los visitantes o turistas y la sociedad local, por lo que todos los estudios realizados para el desarrollo del sector están orientados y centrados en lograr el bienestar de ambos, generando una minimización de los efectos negativos, sean estos sociales, culturales, físicos o económicos.

En este municipio, son pocos los trabajos encaminados al desarrollo del turismo cultural como eje principal de apoyo para el crecimiento económico de los mismos.

Algunos de los trabajos solo presentan estrategias comunes y sin respaldo, que representa una idea poco innovadora para el desarrollo del sector; es por ellos que dentro de esta investigación se quiere abarcar una estrategia diferente, que tome a manera de un conjunto todas las expresiones y potencialidades turísticas con las que cuenta el municipio de Corozal, Sucre- Colombia.

En este sentido, dentro del marco de los recursos naturales y en particular de los recursos culturales, el folclor, las tradiciones religiosas y la espiritualidad del municipio objeto de estudio; se pretenden generar escenarios de oferta turística que demanden propuestas y herramientas de gestión, que consoliden la función turística-cultural hacia una directriz de manejo y desarrollo más favorable para la conservación de la herencia cultural y para el desarrollo local del municipio de Corozal; generando así un turismo ético que considere el principio de sustentabilidad y competitividad en toda su amplitud; y logrando la planificación y promoción de productos turísticos.

Por cuanto, en el marco económico y social; el turismo depende en gran medida

del factor humano; por lo cual toda acción de desarrollo dirigida al sector, impactara de manera positiva o negativa en la población. Con esta propuesta se pretenden generar impactos positivos, a través de la conservación y valoración del patrimonio cultural de Corozal. Es cierto que el turismo representa una opción para mejores condiciones de desarrollo que por falta de oportunidades han sido imposibles; dar a conocer otras formas de organización, administración e inversión que permiten la formación de nuevos puestos de trabajo y fuentes de ingresos como resultado del aumento de la demanda de bienes locales. Generando así una mejor calidad de vida para la población y un crecimiento económico para el municipio objeto de estudio.

Dentro del marco académico, este estudio permite vislumbrar el proceso de enseñanza– aprendizaje adquirido en la etapa formativa de la carrera. A partir de esta investigación se busca dar continuidad a aquellos aportes significativos de autores que gracias a sus trabajos de investigación en el sector turismo han logrado generar un desarrollo en el mismo, creando así una iniciativa

por la búsqueda de nuevas formas de desarrollar el sector.

Para la sustentación de este estudio, se establece el presente Marco referencial: entendido como una actividad comercial, el turismo aparece cuando Cook (1841) realiza el primer viaje organizado de la historia; el cual fue un rotundo éxito, puesto que con él se identificaron los enormes beneficios económicos que podría generar dicha actividad (Pulgarín, 2011). Un siglo después, los profesores de la Universidad de Berna, W. Hunziker y K. Krapf (1942), presentan la definición de turismo como: la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada (Feliciano, 2015). Existen distintos tipos de turismo, los cuales van a depender de los gustos de los turistas y las actividades que pueden realizar en el destino; dentro de esos tipos de turismo se encuentra el de aventura. según Progen (1997) consiste en la realización de actividades que implican participación en actividades que supongan una respuesta a un desafío planteado por el entorno físico

natural: olas marinas, vientos, montañas (Moral, Cañero, & Orgaz, 2013).

Dentro de las investigaciones internacionales, Ticona (2013) abarca el turismo de aventura, como una forma de contribuir a la consolidación de destinos turísticos de Trekking en el departamento de La Paz, Bolivia, a través de un estudio de benchmarking turístico. Según Porto & Gardey (2015) el Trekking consiste en el desarrollo de caminatas por un entorno natural y abierto con fines recreativos. La investigación busca mostrar los puntos fuertes y débiles de esta actividad turística en una comparación con productos semejantes en el departamento de Cuzco, Perú; identificando las mejores prácticas (Benchmarking) que estén realizando, para con estos ejemplos proponer una serie de mejoras básicas que puedan ayudar a la competitividad de destinos en los cuales se practica Trekking en el departamento de La Paz.

Las investigaciones nacionales, muestran modelos turísticos que buscan el desarrollo y aprovechamiento de los subsectores que hacen parte del entorno turístico, refiriéndose a la cultura, religión, gastronomía, turismo de sol y playa, entre otros (Cacho, 2019). Dentro

de los modelos turísticos existentes, se encuentra el modelo de desarrollo turístico sostenible en función del desarrollo local, cuyo propósito es establecer una relación entre las dimensiones sociales, económicas, y ambientales del desarrollo sostenible desde diferentes disciplinas Linares (2013).

En este sentido, Solano Caproso (2016) realizó una investigación con el fin de identificar un modelo turístico sostenible para los monumentos históricos de Cartagena de Indias, a partir de modelos implementados en ciudades turísticas a nivel internacional, con el propósito de buscar alternativas que puedan ayudar al desarrollo. En la investigación, se establece una caracterización de las medidas implementadas para garantizar una sostenibilidad económica, ambiental y social para los monumentos históricos, mediante una muestra de los modelos de sostenibilidad implementados a nivel internacional y la identificación del mejor modelo de sostenibilidad para ser desarrollado. Como resultado del estudio y de acuerdo al análisis de las medidas de sostenibilidad que se desarrollaron a nivel local e internacional, los autores

construyeron un modelo de integración económica y social para los monumentos históricos en Cartagena de Indias, los cuales fueron definidos teniendo en cuenta cada uno de los ámbitos estudiados durante la investigación, ambiental, económica y social.

En este sentido, todas las riquezas con las que cuenta el municipio de Corozal, Sucre-Colombia deben ser potencializadas a través de nuevos programas o estrategias que permita generar un crecimiento del mismo en materia turística; mediante la implementación de un turismo que resalte su esencia y lo propio de ello, algo similar a lo que realiza México con el programa “pueblos mágicos” el cual fue desarrollado por la secretaría de turismo en colaboración con diversas instancias gubernamentales y gobiernos estatales y municipales, para revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros.

Por lo anterior, para progresar en la articulación del turismo y la cultura se hace necesario e importante que ambos se

beneficien mutuamente, desde una perspectiva de competitividad, ya que la cultura y el patrimonio puede aumentar su difusión y protección a través del turismo y este puede, a su vez, ofrecer nuevas experiencias, productos y servicios a los visitantes. Para lograr un concepto similar al de “pueblos mágicos” de México en el municipio de Corozal, Sucre- Colombia, esta investigación pretende darle respuesta al siguiente **interrogante**: ¿Cuáles son los atractivos turísticos del municipio de Corozal, Sucre-Colombia que confrontados con el programa pueblos mágicos representan valor histórico y cultural? Para orientar la investigación y dar respuesta al interrogante antes planteado, se definen los siguientes objetivos. **Objetivo general.** Proponer un modelo de Benchmarking turístico para la implementación del programa Pueblos Mágicos en el municipio de Corozal, Sucre-Colombia. **Objetivos específicos.** Desarrollar un estudio del macro y microentorno turístico en el municipio de Corozal, Sucre- Colombia. Realizar un análisis comparativo de los atractivos turísticos del municipio de Corozal, Sucre-Colombia con otros pueblos mágicos.



Proponer las estrategias de implementación del programa pueblos mágicos en Corozal, Sucre- Colombia, basados en las mejores prácticas.

### **METODOLOGÍA**

En este apartado se muestra la metodología empleada para alcanzar el objetivo propuesto en la investigación, la cual está basada en el modelo de benchmarking territorial competitivo planteado por Harmes-Liedtke (2007). Este autor establece el modelo como una herramienta para desarrollar ventajas competitivas en un territorio, a partir de la adaptación creativa o innovadora de las mejores prácticas existentes.

**Fases del modelo territorial competitivo.** En este sentido, la investigación se realiza en base a las 5 fases planteadas en el modelo de benchmarking territorial competitivo, en las cuales se describe a continuación lo que se realizará para este estudio:

**Fase 1- Definición de objetivos:** el modelo de benchmarking turístico para la implementación del programa Pueblos Mágicos en Corozal, Sucre-Colombia, objetivo de estudio en esta propuesta, marca punto de referencia de que es lo que se quiere lograr con la investigación; en

consecuencia, se establecen objetivos específicos para tener una clara visión de que se debe estudiar y analizar; de tal manera que se generen los resultados que se esperan al momento de la presentación de las estrategias de implementación.

**Fase 2-Diagnóstico interno:** en esta fase se pretende realizar un benchmarking interno en el municipio de Corozal, Sucre-Colombia; para identificar las características, el comportamiento y demás aspectos del sector turismo que son más eficientes y eficaces en el municipio y representa un potencial para el mismo.

**Fase 3- Comparación:** aquí se realizará un análisis comparativo de los atractivos turísticos del municipio de Corozal, Sucre-Colombia con otros pueblos mágicos nacionales e internacionales; para efectuar una comparación que nos permitan conocer todas las diferencias y semejanzas en cuanto los productos, servicios y procesos que se ofrecen en los mismos.

**Fase 4-Definición de actividades:** en esta fase se plasmarán todas las actividades que apoyan el modelo para la implementación del programa pueblos mágicos en el municipio de Corozal, Sucre. Colombia, como lo son la aplicación de los métodos de recolección de datos, la tabulación y



análisis de los datos; el análisis de los criterios del programa pueblos mágicos de México y todos los elementos de apoyo necesarios.

**Fase 5 Implementación:** aquí se establecerá la estrategia adecuada de implementación del programa pueblos mágicos de México en Corozal, Sucre-Colombia.

**Hipótesis de investigación (Figura 1).**

Koch (2012) la hipótesis hace referencia a enunciados que pueden ser o no confirmados por hechos, a partir de los cuales se organiza la tarea de investigación. Para esta propuesta se han planteado las siguientes hipótesis: **H1:** Corozal posee atractivos turísticos capaces de generar un impacto turístico positivo moderado por buenas prácticas de otros pueblos mágicos. **H2:** El análisis comparativo de Corozal con otros pueblos mágicos infiere positivamente en las estrategias de implementación del modelo.

**Tipo de investigación.** El presente estudio se desarrolla en el municipio de Corozal, Sucre-Colombia, a través de una investigación descriptiva, que según Sampieri, Collado, & Lucio (2006) consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es,

detallar como son y se manifiestan. En ese sentido, esta propuesta describe la situación del municipio de Corozal, Sucre-Colombia en términos turísticos, el contexto en el cual se desarrolla y los eventos que lo conforman; comparándolo con el análisis de otros pueblos mágicos, de tal manera que se pueda obtener las bases necesarias para la implementación del programa pueblos mágicos en el municipio.

**Enfoque de la investigación.** De acuerdo con el propósito que se busca lograr, el trabajo se fundamenta en el método cuantitativo, que según Sampieri et al (2006) usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico; en consecuencia, en este estudio se recolectaran datos a través de una escala Likert, que permitirá describir el municipio de Corozal, Sucre-Colombia en términos turístico. Para Maldonado (2007) la escala tipo Likert es una herramienta que permite la medición o recolección de datos cuantitativos, consiste en una serie de ítems a modo de afirmaciones ante los cuales se solicita la reacción del sujeto. En este sentido, la escala Likert a utilizar se muestra en la (Tabla 2).

**Población y muestra.** Como plantea Nel Quezada (2010) la población o universo es el conjunto de todos los individuos que aporten información sobre el fenómeno que se estudia y la muestra es el grupo reducido de elementos de dicha población, a la cual se le evalúan características particulares. La población objeto de estudio para esta investigación es el municipio de Corozal, Sucre-Colombia y la muestra son los pobladores encargados de la prestación del servicio al turista en el municipio y visitantes del mismo. De igual forma lo serán los pueblos mágicos nacionales e internacionales (Tabla 3)

Tabla 3.

Muestra de pueblos mágicos.

<b>Muestra benchmarking. Pueblos mágicos</b>	
<b>Nacionales</b>	<b>Internacionales</b>
Lorica (Córdoba-Colombia)	Coatepec (Veracruz-México)
Mompox (Bolívar-Colombia)	Xico (Veracruz-México)

**Métodos y técnicas de recolección de datos.** A continuación, se plasman los métodos y técnicas de recolección de datos utilizados para esta propuesta. Para UNAH (2014) los métodos son estrategias de

trabajo que permiten el análisis de un problema en función de la definición teórica del mismo y de sus objetivos. En este sentido, los métodos de recolección de datos a utilizar para esta investigación son los siguientes: **Método histórico – lógico.** Este método involucra dos procesos: la historia y la lógica. Rodríguez & Pérez (2017). **Análisis y procesamiento de datos.** Sabino (2017) dentro del análisis y procesamiento de datos se describen las diferentes operaciones al que se someterán los datos o respuestas que se obtengan por medio de los instrumentos o métodos de recolección de datos. En cuanto al Análisis se establecen las Técnicas Lógicas o Estadísticas, que se emplearán para interpretar lo que revelan los datos recolectados. **Método de análisis y síntesis.** El método involucra dos procesos intelectuales inversos como lo son: el análisis y la síntesis. **Técnicas de recolección de datos.** Para UNAH (2014) la técnica de recolección de datos se refiere al mecanismo por medio del cual el investigador recolecta y registra la información. Como enfoque cuantitativo de esta investigación las técnicas que se aplicarán estarán basadas en el mismo, las cuales serán: **Análisis Documental.**

Dulzaides & Molina (2004) establecen que el análisis documental hace referencia a la forma de investigación técnica, que comprende un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir los documentos de forma unificada y sistemática su recuperación. **Encuesta.** Nel Quezada (2010) La encuesta trata de obtener información de un grupo socialmente significativo de personas acerca de un problema en estudio para posteriormente, mediante un análisis de tipo cuantitativo sacar las conclusiones necesaria de los datos.

El instrumento a utilizar será el cuestionario tipo escala Likert, según Sampieri et al (2006) es un conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías, para esta propuesta se aplicara en una escala 1-7 como se muestra en los cuestionarios (Tabla 1).

**Marco muestral:** la muestra objeto serán los clientes que estén de visita en el municipio de Corozal, Sucre-Colombia.

**Tamaño de la muestra:**100 clientes visitantes y 12 pobladores.

**Unidad de muestreo:** visitantes de hoteles, hostales y restaurantes

reconocidos en el municipio objeto de estudio. **Alcance:** municipio de Corozal, Sucre- Colombia **Tiempo:** 3 semana. Para dicho análisis y procesamiento de datos para esta investigación se realizará un análisis estadístico, que según Guillén, Carreño, & Canal (2016) la finalidad es exponer la estrategia de análisis a seguir. Contemplando la definición de las variables imprescindibles y secundarias del estudio en el estudio.

**Análisis de fiabilidad de la escala.** El análisis de fiabilidad permite estudiar las propiedades de las escalas de medición y de los elementos que las constituyen. Este análisis calcula un número de medidas de fiabilidad de escala que se usan normalmente y también proporciona información sobre las relaciones entre los elementos individuales de la escala. (Nel Quezada, 2014).

Existen varios modelos para el análisis de la fiabilidad y consistencia de la escala, para este estudio se utilizar el Alfa Cronbach. **Alpha (Cronbach).** Es un modelo de consistencia interna, que se basa en la correlación Inter elementos promedio (Nel Quezada, 2014)

**Estadística descriptiva.** Es la ciencia que analiza series de datos y tratar de extraer

conclusiones sobre el comportamiento de estas variables Nel Quezada (2010).

**Media:** “la media proporciona una medida de localización central de los datos” (Williams, 2008, p. 48) la media puede ser muestral o poblacional y existe una fórmula para calcularla cada una de ellas (Formula 6) media muestral, (fórmula 1) media poblacional

$$\bar{X} = \sum x^i / n \quad (6)$$

$$\mu = \sum x^i / N \quad (7)$$

**Moda:** “La moda es el valor que se presenta con mayor frecuencia” (Williams, 2008, p.85).

**Desviación:** “se define como la raíz cuadrada positiva de la varianza” (Williams, 2008, p.95). Al igual que la media, la desviación puede ser calculada a partir de la muestra o de la población. desviación estándar muestral (formula 2), desviación estándar poblacional (fórmula 2)

$$S = \sqrt{s^2} \quad (8)$$

$$\sigma = \sqrt{\sigma^2} \quad (9)$$

**Tabulación cruzada.** Williams (2008) es un resumen tabular de los datos de dos variables; al igual que otros métodos tabulares es empleado para presentar un resumen de datos, de tal manera que revelen la relación entre las dos variables

**Análisis de la Varianza (ANOVA).** Ordaz, Melgar, & Rubio (2014) es una técnica de análisis Multivariante que permite comparar los valores medios que toma la variable dependiente en J poblaciones, en cuyos niveles de factores son diferentes, con el propósito de determinar si existen diferencias significativas según dichos niveles o si la respuesta en cada población es independiente de los niveles de factores. **Análisis factorial.** Este análisis es una técnica que se usa para reducir el número de variables, sin la pérdida de mucha información. Montoya (2007) que permiten explicar la mayor parte de variabilidad de cada una de las variables. Y así poder determinar la unidimensionalidad de las variables. En este trabajo investigativo para el análisis de la unidimensionalidad de las variables se plantea el uso de técnicas factoriales como:

**El Índice Kaiser-Meyer-Olkin (KMO).** (Montoya, 2007) establece que es una técnica que mide la adecuación de la muestra; este indica qué tan apropiado es aplicar el Análisis Factorial; donde los valores entre 0.5 y 1 indican que es apropiado aplicarlo. En este sentido, cuando el KMO está casi llegando a 1, se

considera que se puede seguir con el análisis, pero si el valor está alejado de 1; es decir, está cerca de 0.5, entonces se dice que las variables no pueden ser explicadas por las otras variables.

**El Test de Esfericidad de Bartlett.**

Montoya (2007) explica que esta técnica se utiliza para probar la Hipótesis nula que afirma que las variables no están correlacionadas en la población. Esto quiere decir, que es una técnica que demuestra si la matriz de correlaciones es una matriz de identidad. En este sentido, se validan los resultados que presentan un valor elevado del test y cuya fiabilidad sea menor a 0.05. En este caso se rechaza la Hipótesis Nula y se continúa con el Análisis.

**P-Valor o significación.** Barón (2013) establece que es una técnica donde el valor P es el nivel de significancia más bajo al que puede rechazarse la hipótesis nula; donde P toma valores entre 0 y 1. En este sentido,  $p <$  nivel de significancia (5%), se rechaza la hipótesis. Para hallar el valor de P se utiliza la (Fórmula 3)

$$p\text{-valor} = P(T > t) \quad (10)$$

**Clúster jerárquico.** El análisis clúster también conocido como análisis de conglomerados, es una técnica estadística

multivariante que busca agrupa los casos o variables de un conjunto de datos, según la homogeneidad existente entre ellos (Nel Quezada, 2014).

**Formulación de estrategias.** Para las estrategias de implementación del programa pueblos mágicos de México, se utilizara la matriz de despliegue de Hoshin Kanri (Tabla 4); la cual “ofrece una estructura de planificación que eleva los procesos críticos seleccionados hasta el nivel de rendimiento deseado” (Silveira, Castellanos, & Villacís, 2016).

El peso absoluto de las acciones se calcula mediante la (fórmula 4)

$$\text{Peso absoluto} = \sum_{i=1}^m W_i * E_{aij} \quad (12)$$

$W_i$ : importancia de las estrategias  
 $E_{aij}$ : evaluación de las acciones, donde 1=menor importancia, 3=importancia media, 9= más importante.

i: estrategias, 1, ..., m

j: acciones, 1, ..., n

El peso relativo se calcula con la (fórmula 4)

$$\text{Peso relativo } j = (\text{peso absoluto } j / \sum \text{peso absoluto } j) * 100 \quad (13)$$

J=1

Así mismo, para saber el cumplimiento del plan de acción y de sus herramientas de control, (Silveira, Castellanos, Villacís, 2016). Se puede determinar la porción que representan las que han sido cumplidas o no del total establecido (fórmula 5 y 6)

$$P1=(nac/n)*100 \quad (14)$$

$$P2=(nai/n)*100 \quad (15)$$

### RESULTADOS

Se presentan los resultados de la investigación de una manera ordenada, partiendo con el análisis de fiabilidad de la escala, seguido de la estadística descriptiva, en la cual se presentan los estadísticos de cada variable para mayor claridad, posterior a ellos se presenta la tabulación cruzada ordenados en base a cada variable, continuando con el análisis de la varianza (ANOVA). Análisis de fiabilidad de la escala. Para la validez del instrumento se realizó un análisis de fiabilidad del cuestionario. En donde según los valores asignados por los encuestados y haciendo uso del programa estadístico SPSS versión 25, se obtuvo un Alpha de Cronbach para la totalidad de los elementos de 0.909 (Cuadro 1) y para cada elemento un Alpha de Cronbach superior

a 0.9 (Anexo 10), lo que indica que los atributos evaluados son verdaderamente representativos, debido a que se cumple la condición (Alpha de Cronbach  $\geq 0.7$ ).

Cuadro 1: Estadísticos de fiabilidad.

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	100	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0
Estadísticas de fiabilidad			
		N° de elementos	
Alfa de Cronbach		,909	
		79	

Fuente: SPSS 25

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en el análisis de la estadística descriptiva. Según los resultados de la estadística descriptiva sobre las características generales y comportamientos de la muestra (Tabla 5) se explica que, de un total de 112 encuestados gran parte de los visitantes del municipio de Corozal son de nacionalidad colombiana; teniendo en cuenta que la mayoría de la muestra es del sexo masculino. Por otra parte, la frecuencia de visita a los sitios en base a la media es de 2 veces por semana y la edad en la que oscilan esta entre los 27 y 45 años; en ese

mismo sentido, una muestra representativa indica que la gran mayoría de los visitantes son profesionales. Dentro de los establecimientos de mayor visita se encuentran los restaurantes, en cuyo caso el medio de pago más frecuentes según los resultados estadísticos es en efectivo. En cuanto a la vía por la cual se recibió información sobre el sitio frecuentado, la media indica que fue por medio de clientes repitentes. Para el caso de la media desde que año se visita el establecimiento; con una muestra representativa se observa que desde los años 2016 y 2019 se vienen realizando gran parte ellas; recibiendo en gran medida a los visitantes provenientes del departamento del Cesar y siendo según los resultados personas que tienen otra ocupación distinta a su profesión.

La estadística descriptiva para la variable servicio esperado (Tabla 6) indica que las medias de los valores en las escalas según los resultados de la expectativa que se tiene sobre el servicio que se ofrece en relación a la publicidad, el ambiente laboral, el ambiente festivo, los combos y promociones, la profesionalidad, el ambiente familiar, el servicio personalizado, la eficiencia, la rapidez en la atención, la calidad del local que se

visita, la rapidez del servicio, la variedad de la oferta/menú, la calidad del servicio, la cortesía del personal, la calidad de las instalaciones, la identificación con la cultura y tradición, la seguridad, el precio de la oferta, la ubicación, la relación oferta gastronómica – cultura y la relación precio- calidad tienen valores medios próximos a 6. Lo que quiere decir que el servicio que esperan recibir los visitantes que conforman la muestra es relativamente muy bueno. Si observamos la desviación para cada ítem, se puede ver que los valores para cada uno de ellos no son mayores a 1, siendo relativamente baja la diferencia media de los datos evaluados con respecto a las medias. En cuanto a la asimetría y curtosis podemos identificar a partir de los resultados estadísticos

Según la estadística descriptiva para la variable servicio recibido, los resultados que se presentan en orden ascendente (Tabla 7) de las medias, indican que la percepción del servicio ofrecido en el municipio de Corozal en cuanto a los combos y promociones, la publicidad, el servicio personalizado, la profesionalidad, el ambiente festivo y el ambiente laboral tiene valores medios próximos a 5, siendo relativamente buenos. Por su parte el



ambiente familiar, la calidad de las instalaciones, la rapidez del servicio, la eficiencia, el precio de la oferta, la relación precio- calidad, la variedad de la oferta/menú, la rapidez en la atención, la relación oferta gastronómica – cultural, la calidad del servicio, la seguridad, la calidad del local que visita, la identificación con la cultura y tradición, la cortesía del personal y la ubicación presentan valores medios próximos a 6, lo que quiere decir que la percepción que se tiene sobre el servicio es muy bueno. Teniendo en cuenta que combos y promociones representa la menor puntuación con un 4,93, que con relación a los demás no posee un valor bajo. Si observamos la desviación para cada ítem, se puede ver que los valores para cada uno de ellos no son mayores a 1, siendo baja la diferencia media de los datos evaluados con respecto a las medias.

Según la estadística descriptiva para la variable percepción de Corozal como pueblo mágico, los resultados que se presentan en orden ascendente (Tabla 8) de las medias, explican que los valores de los ítems agencias de viaje, plaza de mercado la macarena y museo clementina mariposa se encuentran con valores

medios próximos a 3, lo cual dentro de la escala corresponde a malo, dicho ítems necesitan mejoras dentro del proceso de implementación del programa pueblos mágicos.

Por su parte los ítems casa rosada, cerro la macarena, artes populares, tradición oral, el Julián del otro mundo, el caballo del otro mundo, los muñecos, reserva monte firme, oficios tradicionales, la bruja María Pérez, sendero ecológico pileta-tina, plaza central y parques, la diabla del cerro la macarena y preseminario cristo rey, hoy casa pastoral diocesana tienen una puntuación media próxima a 4, siendo regular dentro de la escala de evaluación, lo cual puede indicar que dichos lugares o eventos no son tan representativos para el municipio. En cuanto a la casa 1930, las expresiones musicales y sonora, la cercanía con destinos turísticos principales, las brujas del aeropuerto, los monumentos y sitios históricos, el patrimonio arquitectónico, las fiestas pueblerinas y la valoración de la población como gente trabajadora presentan valores medios próximos a 5, que dentro de la escala es bueno. Y para los ítems eventos religiosos tradicionales, la iglesia san José de Corozal, un pueblo hospitalario, alegre,

transporte terrestre, transporte aéreo, restaurante pasteles Olga Piña de Colombia, gastronomía típica y religioso los resultados de los estadísticos muestran valores medios próximos a 6, siendo estos muy buenos.

Si observamos la desviación para cada ítem, se puede ver que los valores para cada uno de ellos no son mayores a 1, siendo baja la diferencia media de los datos evaluados con respecto a las medias. A continuación, se muestran los estadísticos del nivel de satisfacción que conforme a la muestra explican el servicio que se ofrece en el municipio de Corozal, Sucre-Colombia (Tabla 9). La tabla se ha ordenado en forma ascendente para saber primero, que es lo que se necesita mejorar. Por otra parte, para determinar el nivel de cumplimiento de las expectativas de la muestra analizada en este estudio, se hace uso de los resultados estadísticos de las medias de la variable del servicio recibido y la variable del servicio prestado, luego se hace una pequeña resta las variables ( $NS=SR-SE$ ). En este sentido, a partir de los resultados fue posible determinar el nivel de satisfacción entre el servicio recibido y las expectativas del servicio esperado, el cual en su generalidad

muestra que sólo en la atención al cliente es que existe una pequeña brecha en detrimento a lo que la empresa supone. El nivel de satisfacción arrojado por la muestra es significativamente bajo y para algunos casos es negativo, lo que indica que se deben desarrollar estrategias dirigidas al aumento del nivel de satisfacción.

### CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos con en esta investigación, se llegan a las siguientes conclusiones. Con la implementación del programa pueblos mágico en el municipio de Corozal, Sucre - Colombia se pretende crear una nueva forma organización, administración e inversión el desarrollo turístico en el municipio gracias a la implementación de una de las mejores prácticas que representa es una estrategia innovadora, para mejorar el desarrollo turístico local. Para que el municipio de Corozal, Sucre-Colombia pueda desarrollar el sector turismo a través de la implementación del programa Pueblos mágicos, debe mejorar la calidad en la prestación de los servicios turístico, que permita lograr una plena satisfacción en los visitantes del municipio.

## REFERENCIAS BIBLIGRÁFICAS

- Barón, J. D. (2013). Repaso de estadística básica (pp. 1–48). pp. 1–48.
- Cacho, D. (2019). El turismo: Un modelo de desarrollo.
- Chávez, C., & Rosales, T. (2015). Pueblos mágicos: discursos y realidades. In *Pueblos mágicos: discursos y realidades. Una mirada desde las políticas públicas y la gobernanza* (1ra ed., pp. 23–53). UAM Lerma.
- Chávez, O. M. (2011). Santa Cruz De La. 100.
- choque Ticona, O. B. (2013). Benchmarking competitivo de productos turísticos de trekking y su aplicación a destinos turísticos en el Departamento de la Paz. Universidad Mayor de San Andrés.
- Dulzaides, M. E., & Molina, A. M. (2004). Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso. *SciELO*, 12, 2–4.
- Feliciano, J. (2015). ¿Qué es el turismo?
- Guillén, A., Carreño, Á., & Canal, N. (2016). Fases del análisis estadístico de los datos de un estudio (pp. 247–260). pp. 247–260.
- Harmes-Liedtke, U. (2007). Benchmarking Territorial Competitiveness. *Mesopartner Working Paper* 09, 4–25.
- Harmes-Liedtke, U. (2018). Comparándose para mejorar: Benchmarking territorial competitivo. *Mesopartner*, 29–30.
- Koch, F. (2012). Metodología proyectual (Vol. 1, pp. 1–8). Vol. 1, pp. 1–8.
- Krapf, K., & Hunziker, W. (2000). La consumición turística: Una contribución a la teoría de la consumición. Universidad de Berna.
- Linares, H. L. (2013). sostenible en función del desarrollo local. 8, 8–17.
- Lorica, A. de. (2017). Caracterizacion de productos turisticos.
- Maldonado, S. M. (2007). Manual práctico para el diseño de la Escala Likert. 6–8.
- Marciniak, R. (2017). El benchmarking como herramienta de mejora de la calidad de la educación universitaria virtual . Ejemplo de una experiencia polaca. *Educator*, 53(1), 171–207.
- Meade, P. H. (2007). *A GUIDE TO BENCHMARKING* (Vol. 6). México Desconocido. (2018). Pueblos Mágicos de México, lista completa de los 121.

- Ministerio de Comercio, I. y T. (2007). Política de turismo cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio.
- Montoya, O. (2007). Aplicación del análisis factorial a la investigación de mercados. Caso de estudio. *Scientia et Technica*, (35), 281–286.
- Moral, S., Cañero, P. M., & Orgaz, F. (2013). El turismo de aventura: concepto, evolución, características y mercado meta, el caso de Andalucía. (pp. 327–343). pp. 327–343.
- Morillo Moreno, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, 1, 135–158.
- Narvaez, E. L. (2014). El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local. *REV IISE: Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 6(6), 9–18.
- Nel Quezada, L. (2014). Estadística con SPSS 22. In MACRO (Ed.), *Estadística con SPSS 22*.
- Nicolau, J. L. (2011). Tema 7. El producto Turístico. *Marketing Turístico (Curso 2011-2012)*, pp. 1–18.
- Ordaz, J., Melgar, M. del C., & Rubio, C. (2014). Métodos estadísticos y Econométricos en el empresa y para finanzas. Retrieved from [https://www.upo.es/export/portal/com/bin/portal/upo/profesores/jaordsan/profesor/1311101268463\\_mxtodos\\_estadxsticos\\_y\\_economxtricos\\_en\\_la\\_empresa\\_y\\_para\\_finanzas.pdf](https://www.upo.es/export/portal/com/bin/portal/upo/profesores/jaordsan/profesor/1311101268463_mxtodos_estadxsticos_y_economxtricos_en_la_empresa_y_para_finanzas.pdf)
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2003). Estudio sobre el turismo y el patrimonio cultural inmaterial.
- Passos, C. A. S., & Haddad, R. B. B. (2013). Benchmarking: A tool for the improvement of production management. *IFAC Proceedings Volumes*, 46(24), 577–581. <https://doi.org/10.3182/20130911-3-BR-3021.00003>
- Porcal, M. C. (2006). Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las javieradas como caso de estudio. *Cuadernos de Turismo*, 18, 103–104.
- Porto, J. P., & Gardey, A. (2015). Definición de Trekking. In *Definicion De*.
- Pulgarín, E. A. R. (2011). Evolución histórica del turismo. 4.
- QAEC, A. española para la calidad. (2013). Benchmarking.
- Quezada, lucio N. (2010). Metodología de la investigación (primera ed; E. editora M. E.I.R.L., Ed.). Lima-Perú.

- Razo, R. C. (2005). Benchmarking. Comité Técnico Nacional de Tesorería, Ejecutivos de Finanzas, p. 23.
- Revista Dinero. (2018). Ranking de principales destinos turísticos del mundo, según la OMT. Revista Dinero.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). Benchmarking de las mejores prácticas. In Pearson Educación (Ed.), Administración (Décima, pp. 410–411). México.
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. Esc. Adm. Neg., (82), 179–200. <https://doi.org/doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Rodríguez, C. H., & Flores, M. C. (2017). La importancia del benchmarking como herramienta para incrementar la calidad en el servicio en las organizaciones. Journal of Economic Literature, 31–42.
- Sabino, C. (2017). Técnica de Procesamiento y Análisis de Datos.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2006). Metodología de.
- Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., ... Ruiz, P. (2011). Introducción al Turismo.
- Sancho Pérez, A., & García Mesanat, G. (2005). El posicionamiento de un destino turístico en un mercado globalizado y competitivo: comparación de prácticas entre competidores y líderes (pp. 1–21). pp. 1–21.
- Santoro, F. (2019). La hora del turismo para Colombia. La República.
- Santos Mejía, H. A. (2015). Benchmarking, una herramienta útil para mejorar las prácticas educativas a distancia. Revista Mexicana de Bachillerato a Distancia, 14, 93–99.
- Secretaría de Turismo. (2014). Pueblos Mágicos.
- Secretaría de turismo, M. (2017). Guía de incorporación y permanencia Pueblos Mágicos (pp. 1–21). pp. 1–21.
- SECTUR, Secretaría de turismo. (n.d.). Estudio para la Evaluación del Programa Pueblos Mágicos en localidades integrantes para fortalecerlo y en su caso reorientar sus estrategias (pp. 1–132). pp. 1–132.
- SECTUR, Secretaría de turismo. (2019). Xico, veracruz. Retrieved from <https://www.gob.mx/sectur/articulos/xico-veracruz>
- SECTUR, Secretaria de turismo. (n.d.). Glosario.
- SECTUR, Secretaria de turismo. (2001). Programa Pueblos Mágicos. México.

- SECTUR, Secretaria de turismo. (2019). Coatepec, Veracruz. Retrieved from <https://www.gob.mx/sectur/articulos/coatepec-veracruz>
- Silveira Pérez, Y., Castellanos Pallerols, G. M., & Villacís Mejía, M. C. (2016). Benchmarking: Aprender de los mejores (CODEU, Ed.). Quito, Ecuador.
- Solano Caproso, M. del C. (2016). Modelo Turístico sostenible para cartagena de indias: Caso monumentos históricos.
- Solfa, F. D. G. (2011). El benchmarking en el Sector Público : Aportes y propuestas de implementación para la Provincia de Buenos Aires. Universidad Nacional De Tres De Febrero.
- Spendolini, M. J. (1994). El concepto de benchmarking. In Grupo Editorial Norma (Ed.), Benchmarking (pp. 3–26). Bogotá, Colombia.
- Stapenhurst, T. (2009). The Benchmarking Book: A how-to-guide to best practice for managers and practitioners (First; Elsevier Ltd, Ed.). United Kingdom.
- Tijerina, J. I. (1999). Benchmarking - Metodología de desarrollo y aplicación. Universidad Autonoma De Nuevo León.
- TripAdvisor. (2019). “Croquis, How arrive?, ¿cómo llegar?”
- UNAH, (UNIVERSIDAD AUTONOMA DE HONDURAS). (2014). Métodos y técnicas de recolección de la información.
- UNWTO, O. M. del T. (n.d.). Entender el turismo: Glosario Básico.
- UNWTO, O. M. del T. (2013). Notas metodológicas de la base de datos de estadísticas de turismo. (Copyright, Ed.). Madrid, España.
- UNWTO, O. M. del T. (2018). Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años.
- UNWTO, O. M. del T. (2019). Las llegadas de turistas internacionales suman 1.400 millones dos años antes de las previsiones.
- Valls Roig, A. (1995). Guia práctica del benchmarking (Primera ed; S. A. Ediciones Gestión 2000, Ed.). España.
- Varisco, C. (2013). Sistema turístico. subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios.
- Vermeulen, W. (2006). The Extent of benchmarking in the South African Financial Sector. South African Journal of Economic and Management Sciences, 9(3), 315–321.
- Williams, A. S. (2008). 10a . edición.
- Yorke, M. (1999). Benchmarking academic standards in the uk. Tertiary

Education and Management, 5(1), 81–82.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1023/A:1018753222965>

Zairi, M. (2011). Driving businesses with quality in the 1990s. In Routledge (Ed.), Benchmarking for best practice:

Continuous learning through sustainable innovation (1ra ed., pp. 1–51). New york.

Zaragoza, A. (2014). El impacto del turismo sobre el medio ambiente: en la costa de la comunidad valenciana. Universidad Jaume.



## APÉNDICES

Tabla 1.

Estructura de cuestionario aplicado a clientes y pobladores que estén de visita en Corozal.

<i>Encuesta para clientes</i>						
<b>Datos generales:</b>						
Edad: Entre 16 y 26 ____ Entre 27 y 45 ____ Entre 46 y 60 ____ Más de 60 ____						
Sexo: F ____ M ____						
Nacionalidad: _____						
Localidad: _____						
Profesión: _____						
Otra ocupación: _____						
Tipo de establecimiento que visita: _____						
Desde que año frecuenta el establecimiento: _____						
<i>Variables (V)</i>	<i>Escala/Respuestas</i>					
<b>VI. Comportamiento del cliente</b>						
Frecuencia de visita por semana	1 vez (1)	2 veces (2)	3 veces (3)	4 veces (4)	+ de 5 veces (5)	
Vía que recibió información	Internet (1)		Tarjetas de presentación (2)		Clientes repitentes (3)	
	Cara a cara (4)		Terceros (5)		Directamente en el local (6)	
Medio de pago más frecuente	Crédito (1)		Debito (2)		Efectivo (3)	
<b>V2. Expectativas del cliente cuando visita Corozal</b>						
<i>(¿Qué espera recibir cuando visita Corozal?):</i>						
<i>1-Pésimo, 2- Muy malo, 3-Malo, 4-Regular, 5- Bueno, 6-Muy bueno, 7-Excelente</i>						
Valoración del servicio esperado	Calidad del local que visita			1 2 3	4 5	6 7
	Rapidez en la atención			1 2 3	4 5	6 7
	Eficiencia			1 2 3	4 5	6 7
	Cortesía del personal			1 2 3	4 5	6 7
	Ambiente laboral			1 2 3	4 5	6 7
	Profesionalidad			1 2 3	4 5	6 7
	Precio de la oferta			1 2 3	4 5	6 7
	Publicidad			1 2 3	4 5	6 7
	Combos y Promociones			1 2 3	4 5	6 7
	Ubicación			1 2 3	4 5	6 7
	Relación oferta gastronómica - cultura			1 2 3	4 5	6 7
	Ambiente familiar			1 2 3	4 5	6 7
	Ambiente festivo			1 2 3	4 5	6 7
	Calidad del servicio			1 2 3	4 5	6 7
	Seguridad			1 2 3	4 5	6 7
	Variedad de la oferta/menú			1 2 3	4 5	6 7
	Servicio personalizado			1 2 3	4 5	6 7
	Calidad de las instalaciones			1 2 3	4 5	6 7
Rapidez del servicio			1 2 3	4 5	6 7	

	Relación precio- calidad	1	2	3	4	5	6	7	
	Identificación con la cultura y tradición	1	2	3	4	5	6	7	
<b>V3. Percepción del cliente cuando visita Corozal</b>									
<b>(¿Qué recibió cuando visitó Corozal?):</b>									
<b>1-Pésimo, 2- Muy malo, 3-Malo, 4-Regular, 5- Bueno, 6-Muy bueno, 7-Excelente</b>									
	Calidad	1	2	3	4	5	6	7	
	Rapidez en la atención	1	2	3	4	5	6	7	
	Eficiencia	1	2	3	4	5	6	7	
	Cortesía del personal	1	2	3	4	5	6	7	
	Ambiente laboral	1	2	3	4	5	6	7	
	Profesionalidad	1	2	3	4	5	6	7	
	Precio de la oferta	1	2	3	4	5	6	7	
	Publicidad	1	2	3	4	5	6	7	
	Combos y Promociones	1	2	3	4	5	6	7	
Valoración del servicio recibido	Ubicación	1	2	3	4	5	6	7	
	Relación oferta gastronómica - cultura	1	2	3	4	5	6	7	
	Ambiente familiar	1	2	3	4	5	6	7	
	Ambiente festivo	1	2	3	4	5	6	7	
	Calidad del servicio	1	2	3	4	5	6	7	
	Seguridad	1	2	3	4	5	6	7	
	Variedad de la oferta/menú	1	2	3	4	5	6	7	
	Servicio personalizado	1	2	3	4	5	6	7	
	Calidad de las instalaciones	1	2	3	4	5	6	7	
	Rapidez del servicio	1	2	3	4	5	6	7	
	Relación precio- calidad	1	2	3	4	5	6	7	
	Identificación con la cultura y tradición	1	2	3	4	5	6	7	
	<b>V4. Percepción de clientes sobre Corozal como Pueblo Mágico:</b>								
	<b>(¿Qué percibe de mágico en su visita a Corozal?):</b>								
	<b>1-Pésimo, 2- Muy malo, 3-Malo, 4-Regular, 5- Bueno, 6-Muy bueno, 7-Excelente</b>								
	Valoración sobre patrimonio cultural	Fiestas pueblerinas	1	2	3	4	5	6	7
Gastronomía típica		1	2	3	4	5	6	7	
Expresiones musicales y sonora		1	2	3	4	5	6	7	
Oficios tradicionales		1	2	3	4	5	6	7	
Artes populares		1	2	3	4	5	6	7	
Tradición oral		1	2	3	4	5	6	7	
Valoración sobre patrimonio histórico-religioso	Eventos religiosos tradicionales	1	2	3	4	5	6	7	
	Parroquia San José de Corozal	1	2	3	4	5	6	7	
	Preseminario Cristo Rey, hoy Casa Pastoral Diocesana	1	2	3	4	5	6	7	
	Casa 1930	1	2	3	4	5	6	7	
Atractivos turísticos	Casa rosada	1	2	3	4	5	6	7	
	Plaza de mercado la Macarena	1	2	3	4	5	6	7	
	Restaurante Pasteles de Olga Piña de Colombia	1	2	3	4	5	6	7	
	Sendero ecológico Pileta-Tina.	1	2	3	4	5	6	7	
	Cerro la Macarena	1	2	3	4	5	6	7	
	Museo Clementina Mariposa	1	2	3	4	5	6	7	
Historias místicas	Patrimonio arquitectónico	1	2	3	4	5	6	7	
	Reserva Monte Firme	1	2	3	4	5	6	7	
	Monumentos y sitios históricos	1	2	3	4	5	6	7	
	Plaza Central y parques	1	2	3	4	5	6	7	
	La diabla del cerro la Macarena	1	2	3	4	5	6	7	
	El Julián del otro mundo	1	2	3	4	5	6	7	
	Las brujas del aeropuerto	1	2	3	4	5	6	7	
	La bruja María Pérez	1	2	3	4	5	6	7	
	El caballo del otro mundo	1	2	3	4	5	6	7	

	Los muñecos	1	2	3	4	5	6	7
Valoración sobre la población	Un pueblo hospitalario	1	2	3	4	5	6	7
	Alegre	1	2	3	4	5	6	7
	Con gente trabajadora	1	2	3	4	5	6	7
	Religioso	1	2	3	4	5	6	7
Accesibilidad turística	Transporte aéreo	1	2	3	4	5	6	7
	Transporte terrestre	1	2	3	4	5	6	7
	Cercanía destinos turísticos principales	1	2	3	4	5	6	7
	Agencias de viaje	1	2	3	4	5	6	7

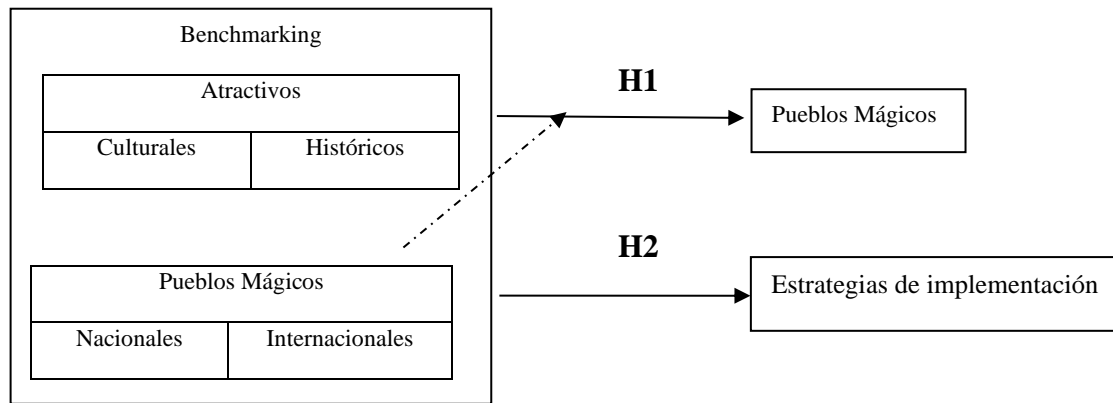


Figura 1. Hipótesis de la investigación.

Tabla 2.

Escala Likert

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
Pésimo	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente

Tabla 4.

Estructura de la matriz de despliegue Hoshin Kanri.

Procesos de mejoras:				Acciones			
Objetivo	Mejores practicas	Estrategias	Importancia de las estrategias	1	2	...	n
		I					
		II					
		...					
		M					
	Peso absoluto						
	Peso relativo (%)						
	Orden de prioridad de las acciones						
	Responsable						

Recursos

Fecha de cumplimiento

Control

Fuente. Extraído y adaptado de Silveira, Castellanos, Villacís (2016)

Tabla 5:

Estadísticos descriptivos de las características generales y comportamiento de la muestra.

	Desv.						
	Media	Desviación	Varianza	Asimetría	Curtosis		
	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Desv. Error	Estadístico	Desv. Error
Nacionalidad	1,00	,000	,000	.	.	.	.
Encuestado	1,11	,311	,097	2,575	,228	4,714	,453
Sexo	1,59	,494	,244	-,368	,228	-1,899	,453
Frecuencia de visita por semana	1,96	1,150	1,322	1,500	,228	1,669	,453
Edad	2,13	,788	,622	,094	,228	-,699	,453
Tipo de establecimiento	2,67	,543	,295	-1,056	,228	,602	,453
Profesión	2,72	,872	,761	-,837	,228	,050	,453
Medio de pago más frecuente	3,00	,000	,000	.	.	.	.
Vía que recibió información	3,46	1,506	2,269	,086	,228	-,789	,453
Desde que año visita el establecimiento	4,79	,607	,368	-3,805	,228	17,350	,453
Otra ocupación	4,94	1,802	3,248	-1,390	,228	,236	,453
Localidad	5,45	3,794	14,394	,660	,228	-,719	,453

Fuente: SPSS 25

Tabla 6:

Estadísticos descriptivos de la variable servicio esperado.

	Desv.						
	Media	Desviación	Varianza	Asimetría	Curtosis		
	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Desv. Error	Estadístico	Desv. Error
Publicidad	5,51	,816	,667	,426	,228	,022	,453
Ambiente laboral	5,53	,735	,540	,600	,228	-,343	,453
Ambiente festivo	5,56	,898	,807	,151	,228	-,440	,453
Combos y Promociones	5,58	,755	,570	,233	,228	,283	,453
Profesionalidad	5,59	,789	,623	,428	,228	-,617	,453
Ambiente familiar	5,63	,859	,739	,268	,228	-,848	,453
Servicio personalizado	5,65	,824	,679	,139	,228	-,686	,453
Eficiencia	5,79	,703	,494	,327	,228	-,932	,453
Rapidez en la atención	5,84	,717	,514	,099	,228	-,724	,453
Calidad del local que visita	5,92	,784	,615	-,085	,228	-,848	,453
Rapidez del servicio	5,93	,707	,499	,102	,228	-,969	,453
Variedad de la oferta/menú	5,93	,791	,625	-,094	,228	-,885	,453
Calidad del servicio	5,94	,726	,528	-,048	,228	-,721	,453
Cortesía del personal	5,98	,735	,540	,028	,228	-1,129	,453
Calidad de las instalaciones	5,99	,811	,658	-,190	,228	-,959	,453
Identificación con la cultura y tradición	6,03	,788	,621	-,160	,228	-1,070	,453
Seguridad	6,07	,719	,517	-,107	,228	-1,041	,453

Precio de la oferta	6,09	,833	,695	-,265	,228	-1,264	,453
Ubicación	6,11	,842	,709	-,575	,228	-,008	,453
Relación oferta gastronómica - cultura	6,11	,853	,727	-,386	,228	-1,076	,453
Relación precio-calidad	6,12	,744	,554	-,191	,228	-1,162	,453

Fuente: SPSS 25

Tabla 7:  
Estadísticos descriptivos de la variable servicio recibido.

	Desv.						
	Media	Desviación	Varianza	Asimetría		Curtosis	
	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Desv. Error	Estadístico	Desv. Error
Compos y Promociones	4,93	,898	,806	,370	,228	,252	,453
Publicidad	5,20	,708	,502	,164	,228	,771	,453
Servicio personalizado	5,31	,870	,757	,345	,228	-,468	,453
Profesionalidad	5,34	,623	,388	,749	,228	,570	,453
Ambiente festivo	5,47	,870	,756	,084	,228	-,633	,453
Ambiente laboral	5,49	,671	,450	1,035	,228	-,120	,453
Ambiente familiar	5,51	,920	,847	,150	,228	-,808	,453
Calidad de las instalaciones	5,70	,847	,718	-,095	,228	-,622	,453
Rapidez del servicio	5,72	,738	,544	,218	,228	-,671	,453
Eficiencia	5,77	,644	,414	,049	,228	-,303	,453
Precio de la oferta	5,81	,875	,766	-,361	,228	-,506	,453
Relación precio-calidad	5,83	,909	,827	-,534	,228	-,059	,453
Variedad de la oferta/menú	5,84	,717	,514	-,199	,228	-,139	,453
Rapidez en la atención	5,93	,654	,427	-,125	,228	-,090	,453

Relación oferta gastronómica - cultural	5,94	,913	,834	-,887	,228	1,846	,453
Calidad del servicio	5,95	,641	,412	,047	,228	-,528	,453
Seguridad	5,96	,684	,467	-,300	,228	,146	,453
Calidad del local que visita	5,98	,771	,594	-,570	,228	,252	,453
Identificación con la cultura y tradición	6,05	,757	,574	-,470	,228	-,087	,453
Cortesía del personal	6,13	,664	,441	-,155	,228	-,723	,453
Ubicación	6,17	,879	,773	-1,313	,228	3,351	,453

Fuente: SPSS 25

Tabla 8:

Estadísticos descriptivos de la variable Percepción de Corozal Como pueblo mágico.

	Desv.						
	Media	Desviación	Varianza	Asimetría		Curtosis	
	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Error	Estadístico	Error
Agencias de viaje	2,64	1,375	1,889	,840	,228	,544	,453
Plaza de mercado la Macarena	2,96	1,355	1,837	,331	,228	,231	,453
Museo Clementina Mariposa	3,19	1,305	1,703	,586	,228	,531	,453
Casa rosada	3,78	1,046	1,094	-,934	,228	,910	,453
Cerro la Macarena	3,95	1,056	1,114	,530	,228	1,363	,453
Artes populares	4,10	,939	,882	-,199	,228	3,129	,453
Tradición oral	4,14	1,056	1,115	,130	,228	1,826	,453
El Julián del otro mundo	4,15	,942	,887	,283	,228	3,155	,453
El caballo del otro mundo	4,15	,851	,725	,327	,228	2,542	,453
Los muñecos	4,16	,926	,857	,019	,228	2,488	,453
Reserva Monte Firme	4,19	,800	,640	,292	,228	1,921	,453
Oficios tradicionales	4,24	,998	,995	,494	,228	2,008	,453
La bruja María Pérez	4,25	1,018	1,036	,678	,228	1,918	,453
Sendero ecológico Pileta-Tina	4,36	,858	,736	,717	,228	1,078	,453



Plaza Central y parques	4,41	1,036	1,073	,540	,228	1,597	,453
La diabla del cerro la Macarena	4,46	,977	,954	,191	,228	1,057	,453
Preseminario Cristo Rey, hoy casa pastoral Dioscesana	4,46	1,013	1,026	1,026	,228	1,018	,453
Casa 1930	4,82	,961	,923	,057	,228	1,811	,453
Expresiones musicales y sonora	4,85	1,195	1,427	-,218	,228	,813	,453
Cercanía destinos turísticos principales	5,01	,925	,856	,330	,228	,163	,453
Las brujas del aeropuerto	5,02	1,162	1,351	,140	,228	-,874	,453
Monumentos y sitios históricos	5,04	,770	,593	-,061	,228	1,940	,453
Patrimonio arquitectónico	5,12	,908	,824	-1,042	,228	3,875	,453
Fiestas pueblerinas	5,39	1,233	1,520	-,850	,228	1,708	,453
Con gente trabajadora	5,47	,949	,900	,078	,228	-,603	,453
Eventos religiosos tradicionales	5,87	,777	,604	-,583	,228	,932	,453
San José de Corozal	5,90	,684	,468	-,218	,228	,003	,453
Un pueblo hospitalario	5,99	,854	,730	-,689	,228	,477	,453
Alegre	6,01	,833	,694	-,398	,228	-,595	,453
Transporte terrestre	6,10	,697	,486	-,298	,228	-,335	,453
Transporte aéreo	6,13	,717	,513	-,353	,228	-,470	,453
Restaurante Pasteles Olga Piña de Colombia	6,17	,967	,935	-2,175	,228	7,823	,453
Gastronomía típica	6,19	,935	,874	-2,404	,228	10,363	,453
Religioso	6,29	,801	,642	-1,335	,228	2,435	,453

Fuente: SPSS 25

Tabla 9.

Estadísticos descriptivos nivel de satisfacción.

	Media Servicio recibido	Media Servicio Esperado	Nivel de satisfacción
Calidad del Local	5,98	5,92	0,06
Rapidez en la atención	5,93	5,84	0,09
Eficiencia	5,77	5,79	-0,02
Cortesía del personal	6,13	5,98	0,15
Ambiente laboral	5,49	5,53	-0,04
Profesionalidad	5,34	5,59	-0,25
Precio de la oferta	5,81	6,09	-0,28
Publicidad	5,20	5,51	-0,31
Combos y Promociones	4,93	5,58	-0,65
Ubicación	6,17	6,11	0,06
Relación oferta gastronómica - cultural	5,94	6,11	-0,17
Ambiente familiar	5,51	5,63	-0,12
Ambiente festivo	5,47	5,56	-0,09
Calidad del servicio	5,95	5,94	0,01
Seguridad	5,96	6,07	-0,11
Variedad de la oferta/menú	5,84	5,93	-0,09
Servicio personalizado	5,31	5,65	-0,34
Calidad de las instalaciones	5,70	5,99	-0,29
Rapidez del servicio	5,72	5,93	-0,21
Relación precio- calidad	5,83	6,12	-0,29
Identificación con la cultura y tradición	6,05	6,03	0,03

Fuente: SPSS 25