

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS
TURÍSTICOS**

“LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS COMO
HERRAMIENTA DIFUSORA DEL TURISMO
EN HOTELES DE 1 A 3 ESTRELLAS DE LA
CIUDAD DE TARAPOTO, 2021”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Servicios Turísticos

Autora:

Corita Celeste Flores Gomez

Asesor:

Mg. Jorge Luis Ramos Arata
<https://orcid.org/0000-0001-9768-7985>

Lima - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Gaby Mónica Felipe Bravo	03877830
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Héctor Manuel Flores Oporto	07967149
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	María Inés Flores Bazán	45659044
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

CORITA FINAL

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	repositorio.espe.edu.ec Fuente de Internet	1%
3	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.uisrael.edu.ec Fuente de Internet	1%
6	larepublica.pe Fuente de Internet	1%
7	es.readkong.com Fuente de Internet	1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias: < 1%

Excluir bibliografía

Activo

DEDICATORIA

A la memoria de mi querido abuelo Eduardo Flores, a mis abuelos paternos y maternos, mis padres y hermanas. Sin ustedes este camino tan largo no hubiese sido posible de culminar.

AGRADECIMIENTO

A mi asesor, Mg. Jorge L. Ramos Arata por su paciencia, sabiduría y calidad humana. A mi madre por su resiliencia y darme el primer impulso para dar este paso de superación. Finalmente, a mi familia y amigos por su apoyo incondicional y estar siempre presente.

Tabla de contenido

JURADO CALIFICADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	8
RESUMEN.....	10
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad problemática	11
1.1.1 Limitaciones de la Investigación	14
1.1.2 Implicancias de la Investigación.....	15
1.3 .Antecedentes de la investigación y base teórica.....	16
1.3.1. Antecedentes internacionales	15
1.3.2. Antecedentes nacionales	17
1.3.3. Base teórica	19
1.3. Formulación del problema.....	27
1.3.1. Problema general.....	27
1.3.2. Problemas específicos	27
1.4. Objetivos	27
1.4.1. Objetivo general.....	27
1.4.2. Objetivos específicos	28
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	28
2.1. Enfoque de Investigación	28
2.2. Población y muestra (materiales, instrumentos y métodos)	29
2.1.1 Población.....	29
2.1.2 Muestra	30

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	31
2.4 Aspectos éticos	31
2.5 Matriz de consistencia	32
2.6 Matriz de categorización de variables	33
2.7 Validez y confiabilidad.....	35
CAPITULO III. RESULTADOS.....	37
3.1 Resumen de la Investigación	37
3.2 Análisis del resultado de la investigación	37
3.2.1 Aplicación de las guías de entrevista	37
3.2.2 Triangulación de los resultados	51
CAPITULO IV. DISCUSION Y CONCLUSIONES.....	62
4.1 Discusión	62
4.2 Conclusiones.....	62
4.3 Recomendaciones	64
REFERENCIAS	68
ANEXOS	72

Índice de tablas

Tabla 1 Categoría de estudio	29
Tabla 2 Validación por Juicio de Expertos.....	33
Tabla 3 Criterios por considerar durante la investigación	35
Tabla 4 Guía de entrevista1, Experto1 – Representante de Hotel La Patarashca	36
Tabla 5 Guía de entrevista 2, Experto 2 – Representante de Hotel Tarapoto Inn.....	39
Tabla 6 Guía de entrevista 3, Experto 3 – Representante de DM Hoteles	42
Tabla 7 Guía de entrevista 4, Experto 4 – Representante de Hotel Fátima Inn.....	45
Tabla 8 Guía de entrevista 5, Experto 5 – Representante de Palm Hotel48	
Tabla 9 Triangulación de los resultados	51

RESUMEN

La presente investigación, titulada “ORGANIZACIÓN DE EVENTOS COMO HERRAMIENTA DIFUSORA DEL TURISMO EN HOTELES DE 1 A TRES ESTRELLAS DE LA CIUDAD DE TARAPOTO 2021” cuyo objetivo general es conocer sobre organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021.

Este estudio tiene como metodología, a la investigación cualitativa, el cual permitió recopilar datos no numéricos, que se han interpretado y analizado de acuerdo con los objetivos. La población y muestra se conformó por cinco expertos relacionados a la organización de eventos turísticos, entre ellos dueños y administradores de establecimientos de hospedajes. Por lo que la evaluación de las mismas se realizó a través de entrevistas, obteniendo como resultados información efectiva brindada por los participantes.

PALABRAS CLAVES: Organización de eventos, hoteles

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La organización de eventos ligado al turismo (Turismo de eventos) se enlaza con la historia de turismo cuando Thomas Cook en 1841, organiza su primer viaje hacia una convención antialcohólica llevando en un tren alquilado a 570 personas, en un viaje de 22 millas entre las ciudades de Leicester y Loughborough en Reino Unido. Sin obtener ningún beneficio en aquel entonces, Cook vio la oportunidad de negocio siendo el pionero en crear su propia agencia de viajes convirtiéndose así en el primer organizador de viajes cortos o también conocido como excursiones (Acerenza, 2006)

Los eventos, como fenómenos turísticos, son también fenómenos sociales. Guardan la capacidad de poder evidenciar nuestra sociedad y cultura ofreciendo de la mano entretenimiento, ocio o disfrute. (Silver *et al.* 2006, como se citó en Gonzales, 2012)

Nardone (2019) afirma que “Es la rama de mayor crecimiento y expansión de las últimas décadas” (pág. 17).

Todos los sectores y grupos que generan reuniones locales, nacionales, regionales e internacionales, al margen de su magnitud producen un fuerte impacto en las economías de las ciudades y en los países que sirven como sedes. Para el turismo o industria de reuniones los objetivos son ambos, el éxito del encuentro en función de los propósitos de sus participantes y el fin económico. (Nardone, 2019. p 31)

Estos encuentros implican la vinculación de diversos sectores del turismo

teniendo protagonismo la economía, seguido de ello, la política, la cultura, el deporte, la tecnología, la medicina y un sinnúmero de sectores que promueven el desarrollo social, genera integración entre países y mejora las condiciones de vida del ciudadano y comunidades donde se desarrollan (Gonzales, 2012).

“A través de los eventos, se proporciona un contacto directo con los clientes, y estos se pueden realizar con las características propias de cada lugar, adaptándolos a sus festivales, fiestas, ferias, etc.” (Raya y Vegas, 2014, p. 12).

Si hablamos de turismo en el Perú, los autores serán pocos, sin embargo, Fuller (2009) recorre esta línea de tiempo, partiendo de las primeras décadas del siglo XX, manifestando sucesos importantes de la vida política y económica y como estas afectan al sector.

Un estudio llamado “Perú, Destino de Turismo de Reuniones 2014” elaborado por primera vez en el país, dio a conocer importantes cifras de este trascendental sector:

Teniendo un total de 1049 eventos internacionales en el Perú, dicha cifra se incrementó en 205 respecto al 2013, año en el que se realizaron 844 reuniones. El 30% de concurrentes extranjeros asistió acompañado de su cónyuge, lo cual hizo que el número de personas incluidas en el rubro “Otros” se elevara a más de 16 000. Este grupo, además de participar en los actos sociales de la reunión, también realizó alguna actividad turística en el destino. Lima concentró la gran mayoría de eventos, debido a que es una ciudad moderna y sirve de entrada al resto del país. (Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el Turismo – PROMPERÚ, 2014, p. 16)

Perú tuvo una exitosa participación en uno de los eventos más

extraordinarios al nivel mundial llamado “Expo Universal Dubái 2020” siendo el único país sudamericano que aprovechó esta gran vitrina de promoción obteniendo el Premio de Oro al mejor diseño de exhibición con 2500 metros de área construida evidenciando su potencialidad en cultura y biodiversidad. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR,2020)

Sin embargo, no somos ajenos a esta crisis que atravesamos, ocasionada por la COVID-19, enfermedad producida por el virus SARS-CoV-2, donde la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró pandemia un 11 de marzo de 2020. Esto trajo como consecuencia la caída en las llegadas de turistas internacionales a nuestro país. (Paredes et. ál., 2020).

Desde esta perspectiva en Julio del 2020, MINCETUR indicó que la llegada de visitantes extranjeros disminuyó en un 70%, equivalente a un flujo negativo de 3 millones de soles (al pasar de 4,37 millones a 1,31 millones) y se espera una reactivación desde el segundo semestre del 2021 por el lado del turismo interno, el Mincetur estima que al cierre del 2020 dicha actividad disminuirá 42%, al pasar de un flujo de viajes de 48,6 millones a 28,3 millones. (Mincetur, 2020).

En el ámbito local según El Convenio N° 043-2017/PROMPERU-COI, La Feria Expo Amazónica es uno de los principales eventos organizada por los gobiernos regionales conformantes del Consejo Integral Amazónico – CIAM: Amazonas, Huánuco, Loreto, Madre de Dios, San Martín y Ucayali. Esta se desarrolla anualmente entre los departamentos mencionados teniendo como objetivo hacer negocios en turismo y exportaciones (MINCETUR 2017).

Como región se ha tenido a cargo la organización de eventos como “Expo Amazónica”, “Festival Regional de Cacao, Chocolate, Café”, “Festival de la Gastronomía Amazónica”, los cuales han dejado un gran precedente y significativos resultados económicos, lo que ha permitido que a través de estas plataformas los productores y empresarios encuentren espacios de negociación de sus productos participando de ruedas de negocio y comercialización, dando a conocer sus productos con servicios de calidad. (Plan Estratégico Regional de Turismo [PERTUR], 2019, p.81)

Por otro lado, el Gobierno Regional de San Martín, mediante la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, junto con instituciones privadas del sector, preparó una serie de eventos virtuales bajo la denominación “Turismo y Desarrollo Rural – Rumbo a la Sostenibilidad Turística en la región”. (Diario Peruano La República, 2020).

El objetivo de estas actividades, en el marco de celebrarse el Día Internacional del Turismo, fue apoyar en la visibilización de los emprendimientos de turismo comunitario de los artesanos de la región, y de las empresas del sector que han sido sumamente afectados a causa de la emergencia sanitaria por el COVID-19. (Diario Peruano La República, 2020).

1.1.1. Limitaciones de la Investigación

Este estudio se enfrentó con diversos obstáculos y dificultades. A continuación, se presentan las principales limitaciones:

Respecto a la información

Una de las limitaciones al momento de desarrollar este trabajo de investigación fue la búsqueda de información netamente relacionada a la

organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas. Se pudo encontrar información turística; otros tipos de turismo, más no se enlazaba directamente con la organización de eventos en la ciudad de Tarapoto. A partir de páginas oficiales de turismo se pudo obtener información a nivel internacional, nacional, sin embargo, conocer el panorama de la situación actual local fue limitado.

Respecto a las entrevistas

Durante la investigación, se recurrió a las entrevistas dadas a un grupo de cinco personas que laboran en hoteles de la ciudad de Tarapoto.

La selección de profesionales que estuvieran vinculados con el sector hotelero que tuvieran relación directa con la organización de eventos y sobre todo disposición de participar en responder las preguntas de la entrevista fue nuestra principal dificultad. Teniendo a personas a las cuales apuntaba como entrevistado que principalmente, negaron a responder en su totalidad.

Respecto a los profesionales, algunos de ellos respondieron de manera general, pues desconocían sobre la variable estudiada, dado que estudiaron otras carreras profesionales.

1.1.2. Implicancias de la Investigación

Desde un punto de vista teórico, esta investigación permitirá de base para crear nuevos instrumentos de recolección o interpretación de datos o también para plantear variables o indicadores.

Desde un punto de vista práctico, esta investigación servirá a estudiantes de la carrera de administración y servicios turísticos que tomen por elección la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto. Servirá para mostrar cual es el panorama de la organización de eventos en este año

2021 y como el sector turismo supo salir a flote a pesar de sufrir una pandemia.

1.2. Antecedentes de la Investigación y base teórica

1.2.1. Antecedentes Internacionales

Rodriguez (2019), presentó su artículo titulado “Experiencias de consumo como nuevos productos turísticos: la promoción de festivales y eventos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires”. Este artículo basado en un enfoque metodológico cualitativo bajo un tipo de estudio exploratorio-explicativo, analiza la oferta de festivales y eventos que por medio de la página oficial de turismo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA) son promocionados. Fueron 35 productos promocionados divididos en cinco categorías: libros y discos; arquitectura (ruta guiada en edificios de la ciudad); deporte y recreación; arte y expresiones culturales (cine, música, pintura, fotografía, diseño de modas, muestra de danza y objetos), y gastronomía. La información se recolectó a través de páginas web locales y noticias de periódicos. Este estudio finalmente evidencia una tendencia creciente al turismo creativo en la ciudad de Buenos Aires siendo el arte y otras expresiones culturales el grupo que lidera la oferta. Los eventos gastronómicos mantienen una participación activa de los asistentes generando grandes impactos positivos en la economía de esta ciudad.

Contreras (2021), presentó su trabajo de licenciatura titulado “Análisis del nivel de aceptación del ° MICE blended° como nueva modalidad para la organización de eventos corporativos”. El objetivo fue mostrar y analizar la situación actual del segmento MICE en la ciudad de Guayaquil – Ecuador a consecuencia de la crisis mundial ocasionada por el COVID-19. La aplicación del estudio fue cualitativa de tipo exploratorio por ser un suceso reciente en el país.

Las entrevistas estructuradas y semiestructuradas fueron los instrumentos de recolección de datos dirigidos a personas que hayan asistido a eventos que se desarrollan de forma física y virtual en simultáneo (eventos híbridos) en la ciudad de Guayaquil. Así se pudo determinar que el segmento MICE guarda aun notable potencial a pesar de la situación por la que atravesó. Los eventos *blended* desean mantener su protagonismo en el mercado con la finalidad de continuar con la presencialidad y la virtualidad.

Morillo (2017) presentó su artículo titulado “Turismo de eventos: Alternativa de diversificación de la oferta turística del estado de Mérida, Venezuela” La metodología utilizada fue de enfoque cualitativo de tipo exploratorio. La entrevista semiestructurada fue el instrumento aplicado a la muestra. La muestra determina 20 entrevistas dirigidos a representantes del sector turístico privado y público. El estudio dio como resultado que los eventos proyectan lo mejor del destino, con beneficios económicos y sociales para la comunidad local, sin embargo, se pudo conocer debilidades como el deterioro de valiosos espacios históricos, falta de personal calificado, precariedad de servicios públicos que juegan en contra para el desarrollo del turismo de eventos en estado de Mérida.

Hernández y Morquecho (2021), presentaron en su tesis titulada “El turismo de reuniones como aporte al desarrollo local. Caso: ciudad de Manta provincia de Manabí”. Teniendo como objetivo analizar este sector de forma que aporte a la diferenciación de la oferta turística actual de la ciudad, contribuyendo así a crear destinos competitivos y atractivos para el turista. La herramienta metodológica dio un estudio mixto con componentes cualitativos y cuantitativos a nivel descriptivo. El uso de entrevistas fue el instrumento cualitativo enfocado a

representantes de la rama turística y hotelera del lugar. El estudio dio como resultado que la ciudad de Manta está en el proceso para ser un destino MICE, aún hay factores que lamentablemente muestran un panorama donde la gestión pública todavía carece de herramientas para impulsar este sector.

1.2.2. Antecedentes Nacionales

Guanilo y Sánchez, (2021) En su tesis titulada “Experiencia en la gestión de eventos internacionales de turismo de reuniones en Perú, España y República Popular China, 2018”. Como objetivo busca comprender la experiencia en la gestión de los eventos internacionales de turismo de reuniones “I Congreso Internacional de Fraseología y Traducción en Hispanoamérica” y “Acercándose a Perú: Comunicación entre China y Perú 2018. Experiencias Culturales”. La metodología del estudio tiene un enfoque cualitativo; de tipo básico y de nivel descriptivo. La muestra involucró a cuatro gestores de dichos eventos. Los instrumentos que se utilizaron fueron la guía de entrevista, lista de cotejo y registro anecdótico. Según los testimonios de los cuatro gestores esta investigación muestra los resultados donde estos eventos fueron factibles debido al trabajo en conjunto de los gestores y de los equipos de trabajo. La relación de estos fue óptima de manera que los eventos se dieron en total orden y coordinación cumpliendo con todos los objetivos.

Jiménez (2021), en su tesis titulado “Diagnóstico del desarrollo del turismo de reuniones en la ciudad de Paracas, del 2015 al 2020”. El objetivo fue analizar el diagnóstico del desarrollo de sector (turismo de reuniones) en la ciudad de Paracas durante el año 2015 al 2020. La metodología de la investigación fue de enfoque cualitativo y descriptivo, con diseño no experimental. Se aplicaron

entrevistas a ocho expertos del sector como organizadores de eventos, representantes hoteleros, dueños de agencias de productoras de eventos y gremios institucionales. Los resultados concluyen que la ciudad de Paracas cumple con los requerimientos necesarios para ser un destino de reuniones con un manejo amplio en experiencia generando impacto a favor de la reactivación económica.

Carranza, (2014) en su tesis titulada “El turismo de negocios y la actividad turística en la ciudad de Trujillo” tuvo como finalidad determinar la importancia que tiene este segmento para dicha ciudad. La metodología se basó en un enfoque cualitativo de tipo etnográfico. Los instrumentos utilizados fueron la guía de entrevista, cuestionario de encuesta, libreta de campo y ficha. La muestra fue un total de 384 turistas nacionales y extranjeros que arribaron a la ciudad de Trujillo. Los resultados determinaron que el turismo de negocios si dinamiza la actividad turística de la ciudad de Trujillo sin embargo existe un déficit de oferta de infraestructura para convenciones y eventos por lo que la inversión hotelera se mantendrá.

Calle, (2018) en su tesis titulada “Motivaciones para la demanda de inmuebles históricos en la organización de eventos en la ciudad de Lima” tiene por objetivo determinar los factores que influyen en la toma de decisión de los organizadores de eventos para el uso de inmuebles históricos en la ciudad de Lima. La metodología es de enfoque cualitativo y descriptivo. El instrumento que se utilizó fue la entrevista. La muestra estuvo conformada por seis expertos siendo estos dueños de pequeñas y medianas empresas relacionadas a la organización de eventos con más de tres años de experiencia. El estudio concluye que se pudo determinar la existencia de una gran variedad de factores que consideran los

organizadores de eventos para escoger un inmueble patrimonial como sede de eventos culturales.

1.2.3. Base Teórica

Las teorías que sostienen a esta investigación se centran en las variables de estudio:

1.2.3.1. Organización de Eventos

“Un evento es un suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva” RAE (2001)

Según Molinari (2012) “Un evento es una actividad pública y social que, para las empresas, instituciones o personas, son actos no habituales u ocasionales que, por su importancia, requieren una administración cuidadosa y el conocimiento de un organizador calificado” (pág.7).

Para Gonzales:

Un evento se puede definir como una experiencia, única, e irrepetible, que tiene la capacidad de crear un tiempo y un espacio vivo para la relación humana con el fin de transmitir unos objetivos concretos a un público determinado. Su naturaleza temporal obliga a un proceso de planificación estratégica, de perfección y cuidado, que requiere profesionalismo y rigor. (2012, p. 90)

A su vez (Jijena, 2003) refiere que un evento es todo acontecimiento previamente organizado donde un número determinado de personas son reunidas en tiempo y lugar preestablecidos, estas desarrollan y comparten actividades con un mismo objetivo impulsando el comercio, la industria, el intercambio social y la cultura general.

La organización de eventos tiene que ser planificado, organizado, gestionado y diseñado. Siempre debe ser concebido como un proceso. Además, para los asistentes, un evento es una experiencia en la que están involucrados y tienen que trabajar, estar atentos y participar. Considerando esta doble perspectiva del organizador y del invitado, se nos ofrece la posibilidad de un avanzar un poco más en la definición. Un evento especial es un acontecimiento que se realiza una sola vez o infrecuentemente, fuera de los programas o actividades habituales de la organización. Para el esparcimiento, experiencia social o cultural fuera del marco de opciones normales de la experiencia cotidiana. (Getz en Berridge: 2007, 9).

Sabater y Ato (2020) manifiesta que el evento promueve las ventas, genera promoción y atrae a clientes formando parte de la estrategia de *marketing* de una organización.

Este fenómeno surge en situaciones no cotidianas relacionadas con el ocio la cultura o con objetivos personales o de organización no relacionados con actividades rutinarias del día a día, cuya finalidad es aclarar, celebrar, entretener o cuestionar las experiencias de un grupo de personas (Shone y Parry, 2004, como se citó en Sabater y Ato, 2020, p.20)

La forma que pueden tomar los eventos es múltiple e intenta citarla todas es poco menos que imposible. Cada público, cada mensaje, cada empresa, cada objetivo hace de cada evento algo diferente que huye de las clasificaciones con estándares, porque en eventos todo es a medida, nada es estándar (Torrents, 2005).

1.2.3.1.1 Origen del Turismo de Reuniones

Desde los antiguos faraones las celebraciones ya iniciaban sus primeros pasos. Los griegos dieron protagonismo a los juegos olímpicos siendo esta una de

las tantas celebraciones donde dedicaban gran parte de su tiempo. Estos se reunían con el fin de intercambiar bienes y servicios donde actualmente conocemos como ferias. El origen se dio en Tyre y Delfos, ciudades del mediterráneo, en este lugar se reunían muchas personas cada año. Fue en 1773 que se diferenció entre una feria y una exhibición, en estas dos actividades se exponen productos sin embargo solo se puede comprar en las ferias. Lo romanos llevaron por todo Europa estas costumbres y la fueron expandiendo a medida que avanzaba su imperio (García, 2016).

De ahí en adelante se ha evidenciado acontecimientos que aportan a la evolución del turismo de reuniones como el viaje organizado en 1841 por Thomas Cook, el cuál realizó el primer viaje de un día, conformado por un grupo de 570 personas desde Leicester hasta Loughborough, a realizar un congreso para disminuir el consumo de alcohol y mejorar la educación (Bonilla, 2013, pág. 35).

Así, el turismo de reuniones se ha incluido a nivel mundial, considerando que mientras cambia el ser humano, el turismo cambia y se va adaptando a las condiciones de cada país, región o ciudad, acogiendo nuevas formas tecnológicas de comunicación (Bonilla, 2013, pág. 35)

1.2.3.1.2 Clasificación de eventos

A continuación, se presenta la clasificación de eventos por Jijena (2003):

- **Eventos Culturales:** son eventos en donde se transmiten mensajes que buscan enriquecer al aspecto cultural de los asistentes.
- **Eventos Deportivos:** son aquellos en donde se desarrollan competencias, tiene relación con el espíritu deportivo y aptitudes físicas; y de esta manera, se motiva la actividad y mejora de la calidad de vida.

- **Eventos Empresariales:** Los organizadores son las propias empresas, como herramienta de marketing utilizan los eventos para lanzar un nuevo producto, aumentar sus ventas o para mantener su presencia en el mercado.

1.2.3.2. Tendencias

1.2.3.2.1 Tendencias en la Organización de eventos

La revolución de la tecnología

En la actualidad, gracias a las herramientas existentes se puede trabajar de forma rápida, ahorrando costes de producción, tiempo, y minimizando riesgos que años anteriores era inevitable para cualquier organización. El desarrollo de la tecnología en los teléfonos móvil hoy permite tener el control (desde cualquier lugar) de la producción de un evento. A su vez las redes sociales, el gran soporte tecnológico del correo electrónico donde se almacenan valiosa información de los organizadores o invitados, esta plataforma agiliza las comunicaciones entre los participantes de un evento por consecuencia convierte todos los procesos en baratos simples y rápidos de controlar (Torrents, 2005)

La tecnología audiovisual estimula los sentidos

Si captar la atención de los participantes de forma inmediata es uno de nuestros objetivos, la tecnología audiovisual hará que la audiencia reciba el mensaje de una forma positiva y mantendrá su participación activa (Torrents, 2005)

La Organización de eventos como herramienta de *marketing*

La Organización de eventos es una herramienta eficaz de *marketing* para todo tipo de empresas que utilizan el encuentro como parte de la promoción de sus actividades, servicios o productos. Estos buscan una estrategia para posicionarse

como marca. Por otro lado, hemos sido participes del gran avance que ha tenido la tecnología en los últimos años permitiendo unir a millones de personas en simultaneo tanto físico como virtual generando una mayor interacción entre organizadores y empresas con sus clientes o usuarios. Ahora tenemos otra visión de la organización de eventos tomando protagonismo en su desarrollo (Sabater y Ato, 2020)

Según Altamirano, Tuñez (2016) En la actualidad las redes sociales juegan un rol indispensable en la oferta turística agregándole dinamismo, formando parte las siguientes plataformas como Facebook, que predomina como la red social más adecuada para difundir información, posterior a ello se hace notar Twitter, Google +, Instagram, YouTube, y finalmente Flickr.

Según Torrents (2005) indica que existen preguntas simples que sirven para analizar las necesidades de un evento, con las respuestas poder enfrentar a la selección ideal de medios audiovisuales:

Acerca del mensaje

¿Cuál es el mensaje que queremos transmitir?

¿Es sencillo o complejo?

¿Podemos transmitirlo de una forma original, notoria o novedosa?

¿Podemos ilustrarlo?

¿La información a comunicar requiere una secuencia precisa?

Acerca del público

¿A qué tipo de público nos dirigimos?

¿Es muy numeroso?

¿Cómo es su cultura audiovisual?

¿A qué tipo de medios audiovisuales está habituado?

¿Está realmente interesado por la información que va a recibir?

¿Necesitamos sorprenderle?

¿Qué tipo de reacción esperamos de él?

Acerca de las condiciones ambientales

¿Qué formato de evento queremos realizar?

¿En qué entorno va a realizarse?

¿En qué condiciones de luz?

¿Disponemos de un auditorio?

¿Se trata de un evento con el público de pie?

¿El evento tiene lugar en varios espacios simultáneamente?

¿Podemos asegurar que todo el público puede ver, escuchar y participar del evento en las mismas condiciones?

1.2.3.3. Estrategia

(Sabater y Ato, 2020) Manifiesta que para tener nuestras estrategias sobre la mesa debemos definir nuestros objetivos para alcanzarlos. Existen estrategias que requieren de medios económicos y humanos a comparación de otras.

1.2.3.3.1 Tipos de Estrategias

Según Sabater y Ato (2020) existen diferentes tipos de estrategias:

Estrategia posicionamiento

Si no se define la orientación que se quiere dar a través de un evento estaremos perdidos en el espacio. Este será el primero paso para determinar que se quiere del evento, a quien va dirigido, que tipo de profesionales se necesita para su

ejecución, etc. A partir de ello, será más fácil descartar nombres, formas, colores, ideas promocionales entre otros conceptos.

Estrategia de contenido

Se establece una línea de contenido que se va a difundir teniendo en cuenta el público objetivo, tono de comunicación, fechas y localización. Porque no será igual difundir un congreso de abogacía en un tono juvenil al evento de *gaming* que tendrá un lenguaje informal en su mayoría con un ambiente totalmente en alta tecnología. Básicamente esta estrategia precisa el tipo de contenido, formato y tono para su difusión.

Estrategia de comunidad

Esta estrategia involucra varias acciones como invertir en publicidad, colaboración de personas influyentes, promociones llamativas para que los partícipes logren una identificación con el evento. No solo se trata de ver el alcance y la comunidad *online* del evento, sino que esta comunidad pueda repercutir de forma monetaria a su vez.

Estrategias de medio de comunicación

Para que los medios de comunicación sean nuestros aliados y saber por cual apostar y cuál nos convendrá no debemos olvidar que el evento gira en torno al presupuesto con el que se cuenta, la cantidad de personas proyectadas a asistir y hábitos de consumo de los mismos. Dado es el caso que el público objetivo sea personas entre los 18 a 30 años, los canales sociales como Instagram o YouTube serán la mejor elección. Si se pretende captar personas por encima de los 40 años,

los medios a elegir serán prensa escrita, televisión, radio teniendo en cuenta factores de ese perfil.

1.2.3.3.2 Difusión de información turística

Proceso por el cual se transmite al usuario la información que necesita o se da la posibilidad de obtenerla, referente a los recursos, atractivos o productos turísticos con los que cuenta una comunidad, ciudad o país (Ore, 2019).

La información turística puede ser encontrada en los estudios de turismo que abarcan diferentes contextos como la planificación turística, la búsqueda de información o las TICs (Lemos et ál, 2018).

1.2.3.4. Influencia

1.2.3.4.1 Influencia Social Cultural

Celebrar eventos mejora la imagen de la comunidad local donde se desarrolla generando el posicionamiento de los destinos. Los tipos de eventos que se desarrollan con frecuencia son los festivales turísticos estas son un medio para posicionar la marca aprovechando su capacidad para diferenciar y singularizar los lugares que los albergan (Richards y Wilson, 2004, como se citó en Gonzales y Morales, 2017).

1.2.3.5. Glosario

- **Influencers, bloggers, etc.:** Es tendencia la promoción a través de *influencers*. Es importante tener en claro el tipo de evento que se desea promocionar para buscar el mismo perfil y saber que ambos manejan el mismo público. (Sabater y Ato, 2020)

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Cómo es la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021?

1.3.2. Problemas específicos

- ¿Cuáles son las tendencias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021?
- ¿Cuáles serían las estrategias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021?
- ¿De qué manera la organización de eventos influirá en el desarrollo turístico en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Conocer sobre organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021.

1.4.2. Objetivos específicos

- Describir las tendencias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021.

- Describir cuáles serían las estrategias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021.
- Determinar de qué manera la organización de eventos influirá en el desarrollo turístico en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1 Enfoque de la investigación

En el trabajo de investigación se aplicó un enfoque cualitativo, “hace referencia a caracteres, atributos, esencia, totalidad o propiedades no cuantificables, que podían describir, comprender y explicar mejor los fenómenos, acontecimientos y acciones del grupo social o del ser humano” (Cerdeira, op. cit.:14).

De acuerdo con Sampieri:

“La investigación desde la ruta cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en su ambiente natural y en relación con el contexto” (2018, p.390)

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es fenomenológico. Exploran, describen y comprenden las experiencias de las personas respecto a un fenómeno. El fenómeno se identifica desde el planteamiento y puede ser tan variado como la amplia experiencia humana. Comparan similitudes y diferencias entre las experiencias de los participantes respecto al fenómeno considerado e integran una experiencia general o común. (Sampieri & Acosta, 2018, p. 534)

Categoría de estudio

La presente investigación tiene como objetivo principal formular un estudio basado en una categoría. Con la finalidad de poder ser estudiadas el

cual se generó tres subcategorías, dando como consecuencia la siguiente tabla de categoría de estudio.

Tabla 1

Categorías de estudio.

CATEGORÍA GENERAL	SUBCATEGORÍAS
	Tendencias
Organización de eventos	Estrategias
	Influencias

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Analizando la información, se realizó la presente investigación basándose como categoría general a la organización de eventos y con subcategorías a la tendencias, estrategias e influencias.

2.2 Población y muestra (materiales instrumentos y métodos)

2.2.1 Población

La población estudiada estuvo conformada por gestores hoteleros de la ciudad de Tarapoto. La población es un conjunto de individuos que guardan cierta relación es decir poseen una serie de características específicas similares necesarias para ser tomadas en cuenta. Estas pueden ser personas, hechos, fenómenos u objetos (Ñaupas, 2018)

2.2.2 Muestra

En un estudio cualitativo, las decisiones respecto al muestreo reflejan las premisas del investigador acerca de lo que constituye una base de datos creíble,

confiable y válida para abordar el planteamiento del problema. (Roberto Hernández-Sampieri, 2018)

La muestra se estableció por cinco personas del rubro hotelero, entre ellos: un, dos dueños de hotel de 1 estrella, un representante de un hotel de 2 estrellas, dos administradores de hotel de 2 y 3 estrellas respectivamente, de la ciudad de Tarapoto.

López y Facheli (2015), define a la muestra como una especificación de implicancias metodológicas y requerimientos para destinar una adecuada recolección de resultados válidos, ya que esta es solo una parte de una población que será el principal objeto de estudio de una investigación.

2.3 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

La técnica que se asumió fue la entrevista semiestructurada, se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener más información. (Sampieri y Acosta, 2018)

El instrumento que se utilizó fue el guion de entrevista. Según Sampieri es necesario tomar en cuenta aspectos prácticos, éticos y teóricos. Los prácticos tienen que ver con que debe buscarse que la entrevista capte y mantenga la atención del participante. Los éticos en el sentido de que el investigador debe reflexionar sobre las posibles consecuencias que tendría que el participante hable de ciertos temas. Y los teóricos en cuanto a que la guía de entrevista tiene la finalidad de obtener la información necesaria para responder al planteamiento (2014).

Para Bernal “La entrevista semiestructurada es con relativo grado de flexibilidad tanto en el formato como en el orden y los términos de realización de la misma para las diferentes personas a quienes está dirigida” (2010, p.257)

Para la recolección de información se utilizó el guion de entrevista dirigido a los expertos.

Se explicó a los entrevistados sobre el objetivo de la entrevista que fue de carácter y uso académico, la entrevista fue de manera presencial a excepción de un experto que a través de la aplicación de WhatsApp este nos brindó la información necesaria. Posterior a ellos se realizó una matriz de análisis de los contenidos obtenidos en las entrevistas para luego codificarlos y comparar con los objetivos propuestos por la investigación. Por último, se realizó la triangulación de resultados para poder comprender mejor las respuestas de los 5 expertos.

2.4 Aspectos éticos

Las consideraciones éticas que siguió la investigación muestran el resultado de datos con información verídica con el apoyo de técnicas e instrumentos que según la metodología pudo brindar. La información tiene el sustento de fuentes bibliográficas del repositorio de la Universidad Privada del Norte. Por otro lado, esta investigación cumple con la normativa APA 7ma edición, requisito dado por la casa de estudio.

2.5 Matriz de consistencia

	PROBLEMA	OBJETIVO	CATEGORÍAS	SUB CATEGORIAS
G ENIEP AI	¿Cómo es la organización de eventos como herramienta	Conocer sobre organización de eventos	Organización de eventos	Tendencias

	difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021?	herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021.		Estrategias Influencia
ESPECÍFICOS	¿Cuáles son las tendencias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021?	Describir las tendencias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021.		
	¿Cuáles serían las estrategias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021?	Describir cuáles serían las estrategias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021.		
	¿De qué manera la organización de eventos influirá en el desarrollo turístico en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021?	Determinar de qué manera la organización de eventos influirá en el desarrollo turístico en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021.		

2.6. Matriz de categorización de las variables

CATE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	SUB CATEGORÍAS	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
------	-----------------------	----------------	------------------------	-------------	-------

GORÍA					
Organización de Evento	Según Molinari (2012) “Un evento es una actividad pública y social que, para las empresas, instituciones o personas, son actos no habituales u ocasionales que, por su importancia, requieren una administración cuidadosa y el conocimiento de un organizador calificado” (pág.7).	Tendencia	X1: Según Saldarriaga. Una tendencia puede entenderse como una directriz o un direccionamiento colectivo que pretende lograr un fin también común. Es un punto de mira o de referencia hacia el cual avanzan muchas personas, hasta que se convierte en un eje central de la mirada colectiva (2008, p.45)	Tipos de eventos	1
				COVID-19	2
				Eventos Virtuales	3
		Estrategias	X2: Según Porter La estrategia consiste en ser distinto. Significa la selección deliberada de un conjunto de actividades diferentes para entregar una mezcla única de valor (2008, p.6)	Prevención	4
				Herramientas Digitales	5
				Marketing	6
		Influencia	X3: Según Pichimata y Cicua se entiende como la capacidad que tiene un individuo para generar un nivel alto de confianza en un grupo o persona determinada, al punto que estos realicen	Demanda turística	7
				Económica	8
				Social-Cultural	9

			voluntariamente acciones o planes deseados (2016, p. 5)		
--	--	--	---	--	--

2.7 Validez y confiabilidad de instrumentos

La validez y confiabilidad de la presente investigación es esencial para que el instrumento seleccionado para la obtención de información sea el apropiado por lo cual es necesario un proceso de análisis y supervisión de expertos en el tema.

Para Bernal: “Toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir dos requisitos esenciales: confiabilidad y validez. La confiabilidad de un cuestionario se refiere a la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas, cuando se las examina en distintas ocasiones con los mismos cuestionarios. Validez es un instrumento de medición es válido cuando mide aquello para lo cual está destinado” (2010, p. 247)

Los expertos fueron los siguientes: Magister Alvaro Pecho Manyari. Magister Giuliana Catherine Abucci Infantes. Magister Katherine Cindy Saavedra Rossel, aprobando mis preguntas con criterios de calificación como relevancia, coherencia y claridad.

Tabla 2

Validación por Juicio de Expertos

Nombre del experto	Grado Académico	Centro de Labores
Alvaro Pecho Manyari	Magister	Universidad Privada del Norte
Giuliana Catherine Abucci Infantes	Magister	Universidad Privada del Norte
Katherine Cindy Saavedra Rossel	Magister	Universidad Privada del Norte

Fuente: Elaboración propia, 2021.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1 Resumen de la Investigación

Se consideran los siguientes criterios para el desarrollo de este estudio

Tabla 3

Criterios que considerar durante la investigación

Criterio	Descripción
Título	LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS COMO HERRAMIENTA DIFUSORA DEL TURISMO EN HOTELES DE 1 A 3 ESTRELLAS DE LA CIUDAD DE TARAPOTO, 2021
Problema General	¿Cómo es la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021?
Objetivo General	Conocer sobre organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021.
Actor	Representantes de establecimiento de hospedajes (hoteles) de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto

Fuente: Elaboración propia, 2021.

3.2 Análisis del resultado de la investigación

3.2.1 Aplicación de las guías de entrevista

Para el desarrollo de este estudio de investigación se realizó cinco entrevistas con expertos en la organización de eventos de la ciudad de Tarapoto mediante entrevistas de manera presencial y uno de ellos de manera virtual. Los entrevistados fueron dos dueños, dos administradores y un representante del establecimiento de hospedaje. Los nombres de los entrevistados no fueron incluidos por decisión de los mismos, entonces los llamaremos “Experto #”.

Tabla 4

Guía de entrevista 1, Experto 1 - Administrador del Hotel La Patarashca

Categoría	Sub Categoría	Preguntas	Resultados	Codificación
Organización de Eventos	Tendencias	¿Cuáles son los tipos de eventos más representativos de la ciudad de Tarapoto y de qué manera podrían integrarse en esta reactivación?	Seminarios, talleres, capacitaciones, entrevistas de trabajo, ferias, workshops, etc. Dado a la coyuntura, a la fecha no se pueden desarrollar actividades de esa índole por lo que hemos desarrollado eventos con aforo limitado.	“Eventos más representativos”.
		¿Qué impactos negativos ha generado el Covid 19 en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	El cierre total de las actividades de eventos, por la misma naturaleza de congregación de personas es imposible la atención de un gran número de la misma.	“Cierre de eventos”
		¿De qué manera los eventos virtuales pueden llegar a sustituir a los eventos en directo en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	La tecnología es una herramienta útil sin embargo para el negocio no es muy beneficioso ya que se dejan de utilizar los espacios que estaban destinados (auditorio).	“Eventos Virtuales”

Organización de Eventos	Estrategia	<p>¿Cuáles serían las estrategias de prevención que se debería implementar para poder asistir con normalidad a un evento presencial en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?</p>	<p>Cumplir todos los protocolos sanitarios. Saber el manejo de las herramientas digitales para que al masificar el mensaje pueda llegar a más público. Gracias a la vacunación se avizora como positiva la posibilidad de la normalidad</p>	<p>“Cumplimiento de los protocolos sanitarios”</p>
		<p>¿Qué herramientas digitales podrían servir para alcanzar la difusión turística necesaria sobre la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?</p>	<p>Para la difusión se van a establecer nuevamente los convenios interinstitucionales, publicidad en medios de comunicación tradicionales y digitales. Al ser uno de los centros de convenciones más reconocidos de la región los clientes están en constante consulta sobre la reapertura de nuestro establecimiento.</p>	<p>“Publicidad en medios de comunicación”</p>
	Influencia	<p>¿Qué nuevas estrategias de marketing se podrían implementar para el desarrollo de la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?</p>	<p>Uso de los medios digitales (redes sociales, web, e-mail, etc.).</p>	<p>“Medios digitales”</p>
		<p>¿Considera que la organización de eventos es una buena alternativa de la demanda turística en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?</p>	<p>Claro que sí, los eventos generan mucho dinamismo, ya que gracias a ellos se hacen uso de servicios turísticos, hoteleros, restaurante, entre otros.</p>	<p>“Dinamismo”</p>
Organización		<p>¿De qué manera la economía se ha visto afectada en el</p>	<p>De manera drástica, ya que se ha reducido a 0 la producción de los eventos.</p>	<p>“Reducción de eventos”</p>

desarrollo de la
organización de
eventos en hoteles de 1
a 3 estrellas de la
ciudad de Tarapoto?

¿Qué impactos
sociales positivos y
negativos podría
generar la
organización de
eventos en hoteles de 1
a 3 estrellas de la
ciudad de Tarapoto?

Aspectos positivos, genera
fuentes de trabajo,
dependiendo del tipo de evento
la promoción de la cultura, el
turismo, conservación de los
bosques, salud, trabajo, entre
otros. Negativos (Uso
excesivo de energía eléctrica,
contaminación con residuos
sólidos).

“Fuente de
trabajo”

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 5

Guía de entrevista 2, Experto 2 - Dueña el hotel Tarapoto Inn

Cate Goria	Sub Categoria	Preguntas	Resultados	Codificación
Organización de Eventos	Tendencias	¿Cuáles son los tipos de eventos más representativos de la ciudad de Tarapoto y de qué manera podrían integrarse en esta reactivación?	Eventos corporativos, eventos por parte del ministerio, gastronómicos, académicos y ferias. Sobre todo, en fechas festivas. Para poder integrarnos a una reactivación la población total de peruanos debe estar vacunada	“Eventos antes de pandemia”
		¿Qué impactos negativos ha generado el Covid 19 en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	El desempleo ha sido uno de los impactos más fuertes; la no renovación de contrato. El 16 de marzo se cerró todo sin embargo teníamos personal que su contrato culminaba en abril, así que teníamos que seguir cubriendo el pago establecido. Muchas Familias se quedaron en el aire.	“Desempleo”
		¿De qué manera los eventos virtuales pueden llegar a sustituir a los eventos en directo en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	El evento virtual no podrá sustituir a los eventos presenciales. No estamos en la capacidad de sostener un evento virtual de gran magnitud. En el evento presencial la interacción es más óptima, En cambio, en un evento virtual es más limitado,	“Reactivación virtual”

Organización de Eventos	Estrategia	<p>¿Cuáles serían las estrategias de prevención que se debería implementar para poder asistir con normalidad a un evento presencial en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?</p>	<p>Respetar nuestro protocolo de bioseguridad, el metro y medio de distancia armando mesas con aforo reducido. Estas medidas más que obedecerlas es cuestión de decisión propia, el hecho de cuidarse uno mismo.</p>	<p>“Respetar nuestro protocolo de bioseguridad”</p>
		<p>¿Qué herramientas digitales podrían servir para alcanzar la difusión turística necesaria sobre la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?</p>	<p>Ahora todo se vende a través del marketing digital, como las redes sociales adicional a eso empresas hoteleras realizan convenios con famosos influencers. Las promociones virtuales también son grandes herramientas.</p>	<p>“Marketing Digital”</p>
	Influencia	<p>¿Qué nuevas estrategias de marketing se podrían implementar para el desarrollo de la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?</p>	<p>Se puede apostar por los medios televisivos, influencers, redes sociales. Más ahora utilizar la nueva aplicación de moda tik tok.</p>	<p>“Herramientas digitales”</p>
		<p>¿Considera que la organización de eventos es una buena alternativa de la demanda turística en hoteles de 1 a 3 estrellas de la</p>	<p>Sí, los eventos son oportunidades que te dejan más ganancia en los hoteles, porque los huéspedes pernoctan todo el tiempo que dure el evento en el lugar. Sí considero que la organización de eventos</p>	<p>“Eventos como oportunidad de negocio”</p>

Organización de Eventos	<p>ciudad de Tarapoto?</p> <p>¿De qué manera la economía se ha visto afectada en el desarrollo de la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?</p> <p>¿Qué impactos sociales positivos y negativos podría generar la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?</p>	<p>de aporta de manera positiva a las empresas turísticas.</p> <p>Se ha visto afectada en un cien por ciento, fueron más de diez meses sin producir. Económicamente ha afectado a todos en general.</p> <p>Positivos que al realizar eventos de diferente índole más turistas puedan conocer y disfrutar de nuestro potencial turístico. Negativos ninguno.</p>	<p>“Economía golpeada por la pandemia”</p> <p>“Potencial Turístico”</p>

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 6

Guía de entrevista 3, Experto 3 – Administrador del Hotel DM Hoteles Tarapoto

Categoría	Sub Categoría	Preguntas	Resultados	Codificación
Organización de Eventos	Tendencias	¿Cuáles son los tipos de eventos más representativos de la ciudad de Tarapoto y de qué manera podrían integrarse en esta reactivación?	Gubernamentales, de empresas, de ministerios, ONG desarrollados en proyecto dentro de la región con ayuda extranjera y del otro lado son netamente corporativos. Eventos sociales, muy poco.	“Eventos corporativos”
		¿Qué impactos negativos ha generado el Covid-19 en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	Impactos altamente negativos en nuestras finanzas. Dentro de toda la cadena éramos tres hoteles que facturábamos mensualmente montos considerables mucho antes de la pandemia, siendo nuestro fuerte el tema de eventos.	“Reducción de tarifas”
Organización de Eventos	Estrategia	¿De qué manera los eventos virtuales pueden llegar a sustituir a los eventos en directo en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	La tecnología es provechosa. De hecho, la nueva generación tiene un mejor dominio. Teniendo como resultados gran demanda de <i>Youtubers</i> y <i>Tiktokers</i> . Fuera de todo yo considero que sí, pero hay un porcentaje de una generación que aún tiene que adaptarse.	“Adaptación al cambio”
		¿Cuáles serían las estrategias de prevención que se debería implementar para poder asistir con normalidad a un evento presencial en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	Ser responsable más que todo en cumplir a cabalidad los protocolos porque a veces somos un poco acriollados. Netamente creo que es un tema de conciencia y de responsabilidad; ya depende de cada uno el cómo lo viva el día a día.	“responsables en cumplir con los protocolos”

Organización de Eventos

Influencia

¿Qué herramientas digitales podrían servir para alcanzar la difusión turística necesaria sobre la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?

Hoy en día las redes sociales es uno de los mecanismos de difusión y publicidad para que uno pueda ser conocido, manejando Facebook, Instagram, Twitter, y otras más.

“Redes Sociales”

¿Qué nuevas estrategias de marketing se podrían implementar para el desarrollo de la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?

Lo que queremos proyectar bajo mensajes, stickers (logotipos) en diferentes lugares del hotel tanto para el cliente externo e interno es que en Dm Hoteles se puedan sentir protegidos y seguros, eso tiene que ser visible.

“Hotel seguro”

¿Considera que la organización de eventos es una buena alternativa de la demanda turística en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?

Por supuesto que sí. Nuestro fuerte son los eventos, Esto difunde primero el tema de destino turístico y en estas ferias se aprovecha la difusión no solamente el destino donde se está desarrollando la feria sino también para hacer conocidos otros destinos que podrían ser los nuestros.

“Los eventos como potencia”

¿De qué manera la economía se ha visto afectada en el desarrollo de la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?

Paulatinamente hay empresas se han visto afectadas que hoy están saliendo a flote. Las empresas se han puesto a la vanguardia de invertir en las capacitaciones de cómo vender en tiempos de pandemia.

“Vender en tiempos de pandemia”

¿Qué impactos sociales positivos y negativos podría generar la organización de eventos en hoteles de

El tema de afecto interpersonal hemos dejado bastante de lado, nos hemos vuelto más fríos. Por el lado negativo pienso que ninguno.

“Afecto Interpersonal”

1 a 3 estrellas de la
ciudad de Tarapoto?

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 7

Guía de entrevista 4, Experto 4 – Dueña del Hotel Fatima Inn

Categoría	Sub Categoría	Preguntas	Resultados	Codificación
Organización de Eventos	Tendencias	¿Cuáles son los tipos de eventos más representativos de la ciudad de Tarapoto y de qué manera podrían integrarse en esta reactivación?	Eventos académicos, eventos corporativos, capacitaciones, entre otros; tenemos convenio con el grupo Inmaculada en el rubro de salud ellos son nuestros clientes más frecuentes.	“Eventos en Fátima Inn”
		¿Qué impactos negativos ha generado el Covid 19 en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	Ya no existe la misma afluencia de clientes, antes era de una manera ilimitada. Contamos con un auditorio para 120 personas, en la actualidad nuestros organizadores se vieron en la obligación de realizar doble turno en los eventos dados, con el fin de mantener un aforo reducido a un 50%.	“Reducción de aforo”
		¿De qué manera los eventos virtuales pueden llegar a sustituir a los eventos en directo en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	Imposible. Por mi parte pienso que la tecnología jamás va a reemplazar a lo face to face. A veces las cámaras nos son tan realistas al mostrar algo. En el caso de la venta por ejemplo de un producto (el café) tu deseas tocarlo olerlo inclusive probarlo.	“Eventos cara a cara”
Organización de Eventos	Estrategias	¿Cuáles serían las estrategias de prevención que se debería implementar para poder asistir con normalidad a un evento presencial en hoteles de	En sí las ha planteado el gobierno a nivel nacional, entonces nosotros hemos trabajado en base a ello, el distanciamiento, la	“Protocolos a nivel nacional”

Influencia

1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	desinfección de manos y las mascarillas bien puestas.	“Redes en tendencia”
¿Qué herramientas digitales podrían servir para alcanzar la difusión turística necesaria sobre la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	Ahora también que está entrando de moda Tik Tok, adicional a ello las clásicas redes sociales como WhatsApp, Facebook, Instagram entre otros. El que menos hoy en día tiene internet en sus celulares y de esta manera puedas llegar de manera más rápida al servicio que quieras adquirir.	“Redes en tendencia”
¿Qué nuevas estrategias de marketing se podrían implementar para el desarrollo de la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	Si bien es cierto el turismo si se promociona aquí en Tarapoto, pero veo que falta el idioma. Se puede vincular lo nuevo en las nuevas plataformas digitales, añadiendo expertos bilingües que es un plus para toda actividad.	“Expertos bilingües”
¿Considera que la organización de eventos es una buena alternativa de la demanda turística en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	Es parte de, pero no es que cubra al cien por ciento como motivo principal para que el turista llegue a la ciudad de Tarapoto.	“Alternativa no suficiente”
¿De qué manera la economía se ha visto afectada en el desarrollo de la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	Fue devastador, nosotros somos el rubro más olvidado. Quién no ha sentido el apoyo del gobierno. Nosotros cerramos al cien por ciento, incluso teníamos trabajadores nuevos que lamentablemente sufrieron las consecuencias de esta pandemia.	“Rubro olvidado”

¿Qué impactos sociales positivos y negativos podría generar la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?

Positivos, que podrían generar que las personas tengan más confianza en poder conocer nuestra ciudad y el Perú. Negativo no lo veo ya que también la organización de eventos está generando que poco a poco nos reactivemos.

“Reactivación
2021”

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 8

Guía de entrevista 5, Experto 5 – Representante de Palm Hotel

Categoría	Sub Categoría	Preguntas	Resultados	Codificación
Organización de Eventos	Tendencias	¿Cuáles son los tipos de eventos más representativos de la ciudad de Tarapoto y de qué manera podrían integrarse en esta reactivación?	Las ferias, sobre todo cuando se celebra el aniversario de Tarapoto; eventos académicos también dados por la UNSM (Universidad Nacional San Martín).	“Eventos en Tarapoto”
		¿Qué impactos negativos ha generado el Covid 19 en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	Definitivamente el cierre del hotel, fueron ocho meses sin trabajo fue duro. Por otro lado, la reducción del aforo, antes contábamos con un aforo de 70 personas ahora hemos reducido a 30.	“Aforo reducido”
	¿De qué manera los eventos virtuales pueden llegar a sustituir a los eventos en directo en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	No, definitivamente no es lo mismo estar frente a frente con alguien que estar detrás de una pantalla.	“Eventos frente a frente”	
de Organización de Eventos	Estrategias	¿Cuáles serían las estrategias de prevención que se debería implementar para poder asistir con normalidad a un evento presencial en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	Básicamente son los protocolos sanitarios, el lavado de manos, desinfección de calzado, distanciamiento, y obviamente la doble mascarilla.	“Protocolos Sanitarios”

Organización de Eventos

Tendencias

¿Qué herramientas digitales podrían servir para alcanzar la difusión turística necesaria sobre la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	Ahora lo que estamos utilizando más, las redes sociales como Instagram y Facebook.	“Redes Sociales”
¿Qué nuevas estrategias de marketing se podrían implementar para el desarrollo de la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	Seguir trabajando con medios digitales y redes sociales.	“Digitalización”
¿Considera que la organización de eventos es una buena alternativa de la demanda turística en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	Sí, porque da trabajo a más personas, teniendo como plus nuestra bella ciudad turística de Tarapoto.	“Genera trabajo”
¿De qué manera la economía se ha visto afectada en el desarrollo de la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	En gran escala ya que estuvimos sin trabajo aproximadamente ocho meses, sin generar ingresos sin saber que pueda pasar con cada uno de los colaboradores de la empresa.	“No generamos ingreso”
¿Qué impactos sociales positivos y negativos podría generar la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	Dentro de los positivos, nuevos ingresos, empleo. Por el lado negativo como aun no salimos de esta pandemia la aglomeración sería un factor que causaría zozobra o un poco de temor al contagio.	“Empleabilidad”

Fuente: Elaboración propia, 2021

3.2.2 Triangulación de los resultados

Tabla 9

Triangulación de los resultados durante la aplicación de la guía de entrevistas

Categoría	Sub	Expertos					Comparación	Resultados	
	Categoría	Preguntas	1	2	3	4			5
Organización de eventos	Tendencias	¿Cuáles son los tipos de eventos más representativos de la ciudad de Tarapoto y de qué manera podrían integrarse en esta reactivación?	Seminarios, talleres, capacitaciones, entrevistas de trabajo, ferias, workshops, etc. Dada la coyuntura no se pueden desarrollar actividades de esa índole por lo que hemos desarrollado	Eventos corporativos, eventos por parte del ministerio, gastronómicos, académicos y ferias. Sobre todo, en fechas festivas. Para poder integrarnos a una reactivación la población total	Gubernamental es, de empresas, de ministerios, ONG desarrollados en proyecto dentro de la región con ayuda extranjera y del otro lado son netamente corporativos. Eventos	Eventos académicos, eventos corporativos, capacitaciones, entre otros; tenemos convenio con el grupo Inmaculada en el rubro de salud ellos son nuestros	Las ferias, sobre todo cuando se celebra el aniversario de Tarapoto; eventos académicos también dados por la UNSM (Universidad Nacional San Martín).	El experto 1 y 5 mencionan varios eventos representativos como seminarios, ferias, talleres mientras que el experto 2, 3 y 4 coinciden que los	Los encuestados determinan que eventos corporativos son los eventos más representativos de la ciudad de Tarapoto, participando personas de entidades

Organización de eventos

Tendencias

¿Qué impactos negativos ha generado el COVID 19 en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?

eventos con aforo limitado.

El cierre total de las actividades de eventos, por la misma naturaleza de congregación de personas es imposible la atención de un gran número de la misma.

de peruanos debe estar vacunada

El desempleo ha sido uno de los impactos más fuertes; la no renovación de contrato. El 16 de marzo se cerró todo sin embargo teníamos personal que su contrato culminaba en abril, así que teníamos que seguir cubriendo el pago establecido. Muchas

sociales, muy pocos.

Impactos altamente negativos en nuestras finanzas. Dentro de toda la cadena éramos tres hoteles que facturábamos mensualmente montos considerables mucho antes de la pandemia, siendo nuestro fuerte el tema de eventos.

clientes más frecuentes.

Ya no existe la misma afluencia de clientes, antes era de una manera ilimitada. Contamos con un auditorio para 120 personas, en la actualidad nuestros organizadores se vieron en la obligación de realizar doble turno en los eventos dados, con el fin de

eventos corporativos son los más concurridos en la ciudad. .
públicas y privadas.

Los expertos el principal 1, 2 y 5 coinciden negativo fue el cierre total de los establecimientos de hospedaje, por ende, el despido de muchos colaboradores (desempleo) definitivamente afectó a ambas partes; muchas familias quedaron sin respuesta con
Definitivamente el cierre del hotel, fueron ocho meses sin trabajo fue duro. Por otro lado, la reducción del aforo, antes contábamos con un aforo de 70 personas ahora hemos reducido a 30.
Por otro lado, el experto 3 comenta que la reducción de sus tarifas afectó al hotel, finalmente el experto 4 refiere que la afluencia de

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Organización de eventos</p>	<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Tendencias</p>	<p>¿De qué manera los eventos virtuales pueden llegar a sustituir a los eventos en directo en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?</p>	<p>Familias se quedaron en el aire.</p>	<p>El evento virtual no podrá sustituir a los eventos presenciales. No estamos en la capacidad de sostener un evento virtual de gran magnitud. En el evento presencial la interacción es más óptima, En cambio, en un evento virtual</p>	<p>mantener un aforo reducido a un 50%.</p>	<p>Imposible. Pienso que la tecnología jamás va a reemplazar a lo face to face. A veces las cámaras nos son tan realistas al mostrar algo. En el caso de la venta por ejemplo de un producto (el café) tu deseas tocarlo olerlo</p>	<p>huéspedes ya no es la misma.</p>	<p>respecto a su salario, empresarios en quiebra, sin respaldo por el estado.</p>
		<p>La tecnología es una herramienta útil sin embargo para el negocio no es muy beneficioso ya que se dejan de utilizar los espacios que estaban destinados (auditorio).</p>	<p>El evento virtual no podrá sustituir a los eventos presenciales. No estamos en la capacidad de sostener un evento virtual de gran magnitud. En el evento presencial la interacción es más óptima, En cambio, en un evento virtual</p>	<p>La tecnología es provechosa. De hecho, la nueva generación tiene un mejor dominio. Teniendo como resultados gran demanda de <i>Youtubers</i> y <i>Tiktokers</i>. Fuera de todo yo considero que sí, pero hay un porcentaje de una generación que aún tiene que adaptarse.</p>	<p>No, definitivamente no es lo mismo estar frente a alguien que estar detrás de una pantalla</p>	<p>El experto 1 menciona que los eventos virtuales son una herramienta útil pero tan rentable, el experto 2, 4 y 5 indica que lo virtual no podrá sustituir a los presencial, por otro lado, el experto 3 refiere que la tecnología es</p>	<p>Se necesita el “cara a cara”. Las pantallas muestran una realidad muy distinta. Nos hemos dado cuenta de que podemos mantenernos comunicados de manera tan practica con personas de otros países en minutos y aprovechar el lugar más cómodo para</p>	

		<p>¿Cuáles serían las estrategias de prevención que se debería implementar para poder asistir con normalidad a un evento presencial en hoteles de 1 a 3 estrellas de</p>	<p>Cumplir todos los protocolos sanitarios. Saber el manejo de las herramientas digitales para que al masificar el mensaje pueda llegar a más público. Gracias a la vacunación se avizora como positiva la posibilidad de la normalidad</p>	<p>Respetar nuestro protocolo de bioseguridad, el metro y medio de distancia armando mesas con aforo reducido. Estas medidas más que obedecerlas es cuestión de decisión propia, hecho</p>	<p>es más limitado.</p> <p>Ser responsable más que todo en cumplir a cabalidad los protocolos porque a veces somos un poco acriollados. Netamente creo que es un tema de conciencia y de responsabilidad ; ya depende de cada uno el</p>	<p>inclusive probarlo.</p> <p>En sí las ha planteado el gobierno a nivel nacional, entonces nosotros hemos trabajado en base a ello, el distanciamiento, la desinfección de manos y las mascarillas bien puestas.</p>	<p>provechosa sin embargo hay una generación que aun esta por adaptarse.</p> <p>Básicamente son los protocolos sanitarios, el lavado de manos, desinfección de calzado, distanciamiento , y obviamente la doble mascarilla.</p> <p>Todos los expertos coinciden que respetando los protocolos de bioseguridad decretado por el gobierno se puede desarrollar eventos en la ciudad.</p>	<p>recibir todo tipo de información. Ser sustituible en su totalidad es imposible.</p> <p>Las estrategias de prevención serian todos los protocolos de bioseguridad decretado en ley por el gobierno peruano. Por el lado de eventos se tiene que respetar la reducción de aforo para</p>
--	--	--	---	--	--	---	--	---

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Organización de eventos</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Estrategias</p>	<p>la ciudad de Tarapoto?</p> <p>¿Qué herramientas digitales podrían servir para alcanzar la difusión turística necesaria sobre la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?</p>	<p>Para la difusión se van a establecer nuevamente los convenios interinstitucionales, publicidad en medios de comunicación tradicionales y digitales. Al ser uno de los centros de convenciones más reconocidos de la región los clientes están en constante consulta sobre la reapertura de nuestro establecimiento.</p> <p>Ahora todo se vende a través del marketing digital, como las redes sociales adicionales a eso empresas hoteleras realizan convenios con famosos influencers. Las promociones virtuales también son grandes herramientas.</p>	<p>cuidarse uno mismo.</p> <p>uno</p> <p>cómo lo viva el día a día.</p> <p>Ahora también que está entrando de moda Tik Tok, adicional a ello las clásicas redes sociales como WhatsApp, Facebook, Instagram entre otros. El que menos hoy en día tiene internet en sus celulares y de esta manera puedas llegar de manera más rápida al</p>	<p>evitar la aglomeración de personas</p> <p>El experto 1 indica que la publicidad en medios digitales será de gran beneficio para comunicar las reaperturas; el experto 2 toma como mejor herramienta a los “influencer” para la difusión turística; los expertos 3, 4 y 5 se basan</p> <p>Los 5 expertos determinan que, para la difusión en eventos turísticos, el uso de las redes sociales es indispensable llegando así de manera práctica y directa.</p>
---	--	--	---	---

Organización de eventos

Estrategias

¿Qué nuevas estrategias de marketing se podrían implementar para el desarrollo de la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?

Uso de los medios digitales (redes sociales, web, e-mail, etc.).

Se puede apostar por los medios televisivos, influencers, redes sociales. Más ahora utilizar la nueva aplicación de moda tik tok.

Lo que queremos proyectar bajo mensajes, stickers en diferentes lugares del hotel tanto para el cliente externo e interno es que en Dm Hoteles se puedan sentir protegidos y seguros, eso tiene que ser visible.

servicio que quieras adquirir.

Si bien es cierto el turismo si se promociona aquí en Tarapoto, pero veo que falta el idioma. Se puede vincular lo nuevo en las nuevas plataformas digitales, añadiendo expertos bilingües que es un plus para toda actividad.

Seguir trabajando con medios digitales y redes sociales.

en las redes sociales como Facebook instagram. Y tiktok

El experto 1, 2 y 6 menciona que el uso de medios digitales seguirá siendo sus estrategias de marketing; El experto 3 indica que su estrategia de marketing es proyectar un lugar protegido donde sus huéspedes se

Los medios digitales seguirán siendo un gran respaldo estratégico para el desarrollo y difusión de los eventos.

Organización de eventos

Estrategias

¿Considera que la organización de eventos es una buena alternativa de la demanda turística en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?

Claro que sí, los eventos generan mucho dinamismo, ya que gracias a ellos se hacen uso de servicios turísticos, hoteleros,

Sí, los eventos son oportunidades que te dejan más ganancia en los hoteles, porque los huéspedes pernoctan todo el tiempo que dure el evento en el lugar. Sí

Por supuesto que sí. Nuestro fuerte son los eventos, Esto difunde primero el tema de destino turístico y en estas ferias se aprovecha la difusión no solamente el destino donde

Es parte de, pero no es que cubra al cien por ciento como motivo principal para que el turista llegue a la ciudad de Tarapoto conocidos otros destinos

Sí, porque da trabajo a más personas, teniendo como plus nuestra bella ciudad turística de Tarapoto.

Los expertos 1,2,3, y 5 coinciden al afirmar que consideran la organización de eventos en una buena alternativa de la demanda turística, a diferencia del

sientan seguros; El experto 4 añade que su estrategia de marketing es invertir en el idioma inglés para una clara diferenciación en su empresa.

La mayoría considera que la organización de eventos es una buena alternativa de la demanda turística puesto que esta genera no solo

	<p>restaurante, entre otros.</p>	<p>considero que la organización de eventos aporta de manera positiva a las empresas turísticas.</p>	<p>se está desarrollando la feria sino también para hacer conocidos otros destinos que podrían ser los nuestros.</p>	<p>que podrían ser los nuestros.</p>	<p>experto menciona que la organización de eventos es parte de, más no es motivo principal para que el turista visite la ciudad.</p>	<p>4 más puestos de trabajo, también genera mayor ingreso económico.</p>	
<p>Organización de eventos</p> <p>Influencia</p>	<p>¿De qué manera la economía se ha visto afectada en el desarrollo de la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?</p> <p>De manera drástica, ya que se ha reducido a 0 la producción de los eventos.</p>	<p>Se ha visto afectada en un cien por ciento, fueron más de diez meses sin producir. Económicamente ha afectado a todos en general.</p>	<p>Paulatinamente hay empresas se han visto afectadas que hoy están saliendo a flote. Las empresas se han puesto a la vanguardia de invertir en las capacitaciones de cómo vender en tiempos de pandemia</p>	<p>Fue devastador, nosotros somos el rubro más olvidado. Quién no ha sentido el apoyo del gobierno. Nosotros cerramos al cien por ciento, incluso teníamos</p>	<p>En gran escala ya que estuvimos sin trabajo aproximadamente ocho meses, sin generar ingresos sin saber que pueda pasar con cada uno de los colaboradores de la empresa.</p>	<p>Todos los expertos afirman que la economía se ha visto afectada a un cien por ciento dejando a muchos colaboradores sin trabajo, con la incertidumbre</p>	<p>La organización de eventos se ha visto afectada de manera drástica. El 2020 fue un año donde se cerraron las puertas de las empresas, dejando a</p>

Organización de eventos	Influencia	¿Qué impactos sociales positivos y negativos podría generar la organización de eventos en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	Aspectos positivos, genera fuentes de trabajo, dependiendo del tipo de evento la promoción de la cultura, el turismo, conservación de los bosques, salud, trabajo, entre otros. Negativos (Uso excesivo de energía eléctrica, contaminación	Positivos que al realizar eventos de diferente índole más turistas puedan conocer y disfrutar de nuestro potencial turístico. Negativo ninguno.	El tema de afecto interpersonal hemos dejado bastante de lado, nos hemos vuelto más fríos.	trabajadores nuevos que lamentablemente sufrieron las consecuencias de esta pandemia.	e de cuál será el futuro del rubro hotelero.	miles de empresarios y emprendedores en quiebra.
						Positivos, que podrían generar que las personas tengan más confianza en poder conocer nuestra ciudad y el Perú. Negativo no lo veo ya que también la organización de eventos está generando que poco a poco nos reactivemos.	Dentro de los positivos, nuevos ingresos, empleo. Por el lado negativo como aun no salimos de esta pandemia la aglomeración sería un factor que causaría zozobra o un poco de temor al contagio.	Los expertos coinciden que existen más impactos positivos que negativos, siendo el recibimiento de turistas a Tarapoto no dejando de lado el evitar la aglomeración en los lugares a realizar los eventos. .

con residuos
sólidos).

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

En la presente investigación, después de haber obtenido resultados se plantea la siguiente discusión. De acuerdo con el objetivo general que busca conocer sobre organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021 se deduce lo siguiente:

Serruto (2017) Sostiene que la organización de eventos logra alcanzar suma importancia en el desarrollo turístico. Aportando grandes beneficios económicos y sociales.

Ello es acorde con lo que este estudio determina. Efectivamente en su investigación se pudo realizar un plan de gestión para el desarrollo del turismo de reuniones de la región Lambayeque, dándonos a conocer la carencia de estudios previos de la variable aplicado a hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto. Por otro lado, el hotel Tarapoto Inn siendo uno de los establecimientos de hospedaje con mejor ubicación, a pocos metros de la plaza de armas, este no cuenta con los requisitos necesarios realizar un evento de prestigio, sin embargo, está presente como auspiciador en eventos importantes que suscitan en la ciudad. Asimismo, Fátima Inn con una ubicación estratégica, mantiene eventos en su auditorio con un aforo menor a 150 personas, trabajando de la mano con boticas reconocidas de la ciudad. A su vez Palm Hotel, siendo un establecimiento de hospedaje con una infraestructura moderna, es participe de eventos alojando al turista de negocio. Sumado a ello la Patarashca Hotel tiene claro a donde apuntar cuando se trata de eventos, están siempre presentes a través de auspicios, brindando sus servicios, y espacios que han sido diseñados para cada ocasión, desde eventos sociales hasta eventos corporativos. Finalmente, DM Hoteles siendo una cadena hotelera extensa, ubicado en las regiones más turísticas del Perú como Arequipa, Cusco, Ica, Nasca, Tacna y Tarapoto es el establecimiento de hospedaje que ha sabido mantenerse a flote dada la coyuntura, ha mantenido su posición con respecto a los eventos y

sigue siendo el protagonista de todo aquel turista con perfil corporativo. Efectivamente esto se ve reflejado cuando (Silver, 2004) menciona que la organización de eventos abarca la evaluación, definición, adquisición, asignación, dirección, control y análisis del tiempo, presupuesto, personal, productos, servicios y otros recursos para conseguir los objetivos.

Referente a la descripción de las tendencias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021, la mayoría de los expertos coinciden en que los tipos de eventos que se mencionan a continuación son los que en su mayoría se suscitan en la ciudad de Tarapoto: ferias, congresos, exposiciones que por cierto son los eventos tradicionales. Los expertos no consideran la posibilidad de reemplazo de los eventos virtuales hacia los eventos presenciales. De hecho, manifiestan que hay una gran brecha de diferencia donde los participantes se quedan con preguntas no absueltas en su totalidad y con información limitada.

Según Martínez y Campillo en el sector turístico aún no se sabe utilizar el poder de las redes sociales como herramienta de comunicación. Se requiere de profesionales especializados en redes sociales, audiovisuales, todo referente a comunicaciones para un mayor alcance en la difusión turística (2018)

En relación con el objetivo específico referente a la descripción de las estrategias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021, los expertos consideran seguir trabajando con plataformas digitales, a pesar de ello, no todos aplican lo manifestado. El Hotel La Patarashca es el principal establecimiento de hospedaje que viene trabajando de la mano con la tecnología, donde mantienen sus plataformas digitales actualizadas y dinámicas. Comparando con los demás, aún se puede observar que no hay un equipo del área correspondiente y eso se ve reflejado en la demora de atención al cliente al momento de

generar una reserva. No obstante, uno de ellos tiene la estrategia trabajar de la mano con personajes públicos “influencers” obteniendo buenos resultados, gracias a su testimonio en sus redes sociales permitiendo difundir los eventos.

Para Altamirano y Tuñez los medios sociales son de gran importancia para la toma de decisión, compra y planificación de un viaje, teniendo en cuenta cuáles serán las estrategias de comunicación digital, la interacción de las plataformas de comunicación entre ellas: Facebook, Google +, Instagram, Pinterest y YouTube (2016)

Finalmente, en relación con el objetivo específico referente a determinar de qué manera la organización de eventos influirá en el desarrollo turístico en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021, todos los expertos coinciden que el desarrollo de eventos turísticos influye de manera positiva. Siendo una gran ventana de oportunidades para empresarios y profesionales del rubro.

Esto es reforzado por (Faulkner et al, 2000 citado en Gonzales y Morales, 2012) Donde menciona que “la organización de eventos tiene tres objetivos básicos: incrementar el numero de turistas, fomenta el crecimiento económico de la comunidad, la región o los agentes implicados y potencia la consolidación de la marca del destino”.

4.2 Conclusión

Donde nuestro objetivo es conocer sobre organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021 con base a la información obtenida, se concluye lo siguiente: No se puede indicar que Tarapoto es un destino de turismo de reuniones o que los turistas visiten netamente por negocios o reuniones y es que la falta de infraestructura hotelera es aún notoria. La organización de eventos viene reactivándose paulatinamente, este año el sector hotelero comenzó de cero y no todos los establecimientos de hospedajes cuentan con las herramientas adecuadas para la apertura a

un 100% en aforo. Recuperar la confianza del turista no será tarea fácil, a pesar de ello la organización de eventos tiene un impacto positivo en la población ya que genera y preserva empleos, promociona el lugar y da oportunidades de desarrollo profesional a sus habitantes.

Referente a la descripción de las tendencias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021, se deduce que actualmente gracias a la reactivación de las actividades del sector turístico hotelero se pueden desarrollar eventos en la ciudad de Tarapoto. Sin embargo, no son continuos. La tecnología empleada es mínima siendo prioridad volver a posicionarse como destino turístico para aplicar las nuevas tendencias tecnológicas tales como la realidad aumentada que deben ser aplicadas antes de ejercer el viaje como motivación para el turista. El tipo de evento que más suscita en la ciudad son las ferias y eventos corporativos. La feria ecoturística sostenible Tarapoto 2021 fue la más reciente desarrollado del viernes 29 de octubre al 1 de noviembre en el boulevard de la paz de dicha ciudad. Estas actividades nos muestran un panorama distinto al año 2020.

En relación con el objetivo específico referente a la descripción de estrategias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021, la investigación muestra que los hoteles están tomando diferentes estrategias para salir a flote después de aproximadamente ocho meses sin abrir las puertas de los establecimientos por ende no generaron ningún tipo de ingresos. Esto hizo que tomar medidas para su reapertura, en todos los casos tuvieron que capacitarse en temas de bioseguridad para saber aplicar todos los protocolos antes durante y después de un evento suscitado en el establecimiento. Por otro lado, el consumidor post pandemia es cada vez más exigente, y si el destino no utiliza las herramientas tecnológicas necesarias se arriesga a que la competencia lo mantenga fuera del mercado. Los actuales usuarios del sector buscan destinos inteligentes y que les brinden mayores facilidades para obtener información y

servicios a los que puede acceder la ciudad de Tarapoto. Por tal motivo optaron por tomar estrategias de marketing con el respaldo de los medios digitales que hoy en día son el uso diario de todas las personas.

La aplicación de moda llamada “Tik Tok” es la red social que piensan agregar a su estrategia como herramienta difusora del turismo puesto que puedes ser visto por millones de personas de todo el mundo en pocos minutos.

Finalmente, en relación con el objetivo específico referente a determinar de qué manera la organización de eventos influirá en el desarrollo turístico en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021, se concluye que los eventos influyen de manera positiva no solo generando ingresos, sino también abriendo las puertas al nivel mundial de la ciudad de Tarapoto como un destino listo para desarrollar a futuro cualquier tipo de evento.

4.3 Recomendaciones

El presente trabajo de investigación tiene por recomendación lo siguiente:

En base a conocer sobre organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021, se recomienda a todo el sector relacionarse con la tecnología, es el mejor aliado en estos tiempos; es la mejor forma de difundir la organización de un evento más aun post pandemia. De esta forma, la promoción y difusión del destino Tarapoto y otros servicios turísticos se irán adaptando y actualizando para satisfacer las necesidades y nuevos hábitos de comportamiento del cliente.

Referente a la descripción de las tendencias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021, es conveniente que los establecimientos de hospedaje sigan modernizando sus servicios e infraestructura sin bajar la guardia tomando en cuenta todos los requisitos y protocolos dados por el estado para el desarrollo de la misma. Ofreciendo un lugar seguro para que los turistas vuelvan a confiar en los eventos presenciales. Es recomendable que el gobierno evalúe la

posibilidad de apertura de aforo a un 100% para el 2022

En relación con el objetivo específico referente a la descripción de las estrategias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021, se requiere que los prestadores de servicios se involucren y se mantengan siempre actualizados con: las plataformas tradicionales para mantener informados a los futuros turistas y sobre todo mantenerlos como clientes fieles a los que ya visitaron la ciudad; plataformas en tendencia, para informar de manera lúdica. Esto requiere una previa organización del contenido que se quiere mostrar; esto conllevará al contrato adicional de personal por ende más puestos de trabajo.

En relación con el objetivo específico referente a determinar de qué manera la organización de eventos influirá en el desarrollo turístico en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021, se recomienda que el gobierno no deje de lado al sector turismo, dado que es una gran alternativa para que los turistas puedan visitar la ciudad de Tarapoto. El gobierno regional como local debe ser los pioneros en tener la iniciativa de seguir fomentando eventos con la colaboración de estos establecimientos de hospedaje para el beneficio de ambas partes

Referencias

- Altamirano, V. & Tuñez, M. (2016) Promoción y difusión turística de los países de Iberoamerica a través de los medios sociales. *International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST)*, 1(1), 76-90.
<https://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/16902>
- Ato, Ó. & Sabater Quinto, F. (2020). *Planificación de la comunicación de eventos: estrategia e innovación en tiempos de inmediatez*. Editorial UOC.
<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/lc/upnorte/titulos/169695>
- Bonilla, J. (2013). “Nuevas tendencias del turismo y las tecnologías de la información y las comunicaciones”, en *Anuario Turismo y Sociedad*, vol. xiv, pp. 33-45.
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/download/3713/3846>
- Calle Anto, L. A. (2018) *Motivaciones para la demanda de inmuebles históricos en la organización de eventos en la ciudad de Lima* [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/9128>
- Carranza Reyes, M. M. (2014) *El turismo de negocios y la actividad turística en la ciudad de Trujillo* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo].
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNIT_cb1dde2bba09877b164f78cd8775a5d1
- Castillo Navarro, R., Del Aguila Gómez, J. A. y Gonzales Borja, F. P. (2017) *Potencial para el desarrollo del turismo de aventura en el distrito de Picota, Provincia de Picota, Departamento de San Martín, año 2015* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Martín]. <https://tesis.unsm.edu.pe/handle/11458/2487>
- Condori Taquere, L. A. y Mejía Ocampo, R. L. (2018) *Gestión de eventos culturales como alternativa de incremento de la demanda turística en la región Cusco: Casos Festival Killa Rumiyoq: Ancahuasi, Uno Urco: Calca y Suyunakuy Chaquitacllawan: Anta – 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San

Antonio Abad del Cusco].
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RUNS_314cda6a927940d58e8889a40a8ccb81/Details

Contreras Mazzinni, L. R. (2021) *Análisis del nivel de aceptación del “MICE blended” como nueva modalidad para la organización de eventos corporativos en la ciudad de Guayaquil* [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/16153>

Estrada Carpio, A. E. (2016) *La planificación y organización de eventos. Caso Hotel Oro Verde Cuenca* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Cuenca]. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/24454>

Galmés Cerezo, M. A. (2010) *La Organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing. Modelo Integrado y Experiencial* [Tesis Doctoral, Universidad de Málaga]. <https://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/356/5/978-84-9747-609-6.pdf>

García, M. (2016) *Análisis del impacto turístico de los eventos. Estudio de caso: VI Media Maratón de Gijón “Villa de Jovellanos”* <https://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/38529>

González Reverté, F. (2012). *Ciudades efímeras: transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. Editorial UOC. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/lc/upnorte/titulos/56479>

Guanilo Aranda, E. R. y Sanchez Bermúdez, A. M. (2021) *Experiencia en la gestión de eventos internacionales de turismo de reuniones en Perú, España y la República Popular China, 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Ricardo Palma]. <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/4198>

Hernández Martínez, N. A. y Morquecho Salto, A. V. (2021) *El turismo de reuniones como aporte al desarrollo local. Caso: Ciudad de Manta provincia de Manabí* [Tesis de Licenciatura, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE]. <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/23378>

- Iara Maillen, M. (2013) *Los eventos como herramienta de comunicación en los hoteles de la ciudad de Parana* [Tesis de Licenciatura, Universidad Abierta Interamericana]. <https://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/356/5/978-84-9747-609-6.pdf>
- Jijena Sánchez, R. (2003). *Eventos: cómo organizarlos con éxito*. Editorial Nobuko. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/lc/upnorte/titulos/76270>
- Jiménez Bielich, P. C. (2021) *Diagnóstico del desarrollo del turismo de reuniones en la ciudad de Paracas, del 2015 al 2020* [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/12034>
- Molinari, S. (2012). *La organización de eventos corporativos e institucionales: las claves de una organización exitosa*. Temas Grupo Editorial. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/lc/upnorte/titulos/116702>
- Morel, J. & García, A. (2017). *Retos del turismo para la inclusión social: lecciones a partir del caso de la Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochabamba (Perú)*. IEP Ediciones. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/lc/upnorte/titulos/79534>
- Morillo, M. (2017). Turismo de eventos: Alternativa de diversificación de la oferta turística del estado de Mérida, Venezuela. *Actualidad Contable FACES*, (37), 118-150. <https://www.redalyc.org/journal/257/25755483006/>
- Neira García, M. (2016). *Análisis del impacto turístico de los eventos. Estudio de caso: VI Media maratón de Gijón “Villa de Jovellanos”* [Tesis de Maestría, Universidad de Oviedo]. <https://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/38529>
- Núñez Gamarra, J. A. (2021) *Retos y oportunidades para el desarrollo del turismo de reuniones y su cadena de valor en la ciudad de Puno 2019* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano – Puno]. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3217963>
- Otero Alvarado, M. T. (2013). *Protocolo y organización de eventos*. Editorial UOC. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/lc/upnorte/titulos/56460>

- Pérez Díaz, C. (2014). El turismo de eventos y reuniones en destinos turísticos maduros: un pilar para la reconversión del producto turístico de Puerto de la Cruz (Tenerife). *Investigaciones Turísticas*, (7), 102-135. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/38441>
- Ricci, M. (2016) *Hacia un modelo integrador de administración estratégica de eventos y destino turístico "Provincia de Córdoba" – Argentina*. [Tesis Doctoral, Universidad Nacional de Córdoba]. <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/24112>
- Rodríguez, L. (2019). Experiencias de consumo como nuevos productos turísticos: la promoción de festivales y eventos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, *Revista de Urbanismo*, (40), 1-16. <https://doi.org/10.5354/0717-5051.2018.52597>
- Serruto Perea, E. (2017) *Plan de gestión del turismo de reuniones para la satisfacción del visitante de Chiclayo* [Tesis de Maestría, Universidad Señor de Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/3989>
- Shaadi Rodríguez, L. (2017) *La gestión del turismo de reuniones como estrategia de desarrollo de destinos turísticos. El caso de la ciudad de Aguascalientes (México)* [Tesis Doctoral, Universidad de Jaen]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=151775>
- Ushiñahua García, M. A. (2019) *Marketing de servicio y su relación con el comportamiento del consumidor de los restaurantes bares y cantinas del distrito de Tarapoto en el año 2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Martín]. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3217963>
- Yllatupa Ramirez, D. V. (2019) *Estrategias de difusión para potencializar el turismo cultural en la Huaca Bellavista de Santa Anita, Lima, 2019* [Tesis de Licenciatura, Universidad Norbert Wiener]. <https://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/20.500.13053/3553?locale-attribute=es>

Anexos

Anexo: N°1: formato de validez basada en el contenido

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de la tesis “Organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles 3 estrellas en la ciudad de Tarapoto. En ese sentido, solicito pueda evaluar los 9 ítems en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

I. Datos Generales

Nombre y Apellido	Alvaro Pecho Manyari		
Sexo:	Varón	Mujer	
Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título)			
Grado académico:	Bachiller	Magister	Doctor
Área de Formación académica	Clínica	Educativa	Social
	Organizacional	Otro:	
Áreas de experiencia profesional			
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a mas

II. Breve explicación del constructo

La Organización de eventos es el proceso por el cual un evento es planificado, preparado y producido. Como cualquier otra forma de organización abarca la evaluación, definición, adquisición, asignación, dirección, control y análisis del tiempo, presupuesto, personal y productos, servicios y otros recursos para conseguir los objetivos. (Silver 2004)

III. Criterios de Calificación

a. Relevancia

El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar la organización de eventos; se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem “Nada relevante para evaluar la organización de eventos” (puntaje 0), “poco relevante para evaluar la organización de eventos” (puntaje 1), “relevante para evaluar la organización de eventos” (puntaje 2) y “completamente relevante para evaluar la organización de eventos” (puntaje 3).

<i>Nada relevante</i>	<i>Poco relevante</i>	<i>Relevante</i>
	<i>Totalmente relevante</i>	
0	1	2
		3

b. Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la dimensión que está midiendo. Su calificación varía de 0 a 4: El ítem “No es coherente para evaluar la organización de eventos” (puntaje 0), “poco coherente para evaluar la organización de eventos” (puntaje 1), “coherente para evaluar la organización de eventos” (puntaje 2) y es “totalmente coherente para evaluar la organización de eventos” (puntaje 3).

<i>Nada coherente</i>	<i>Poco coherente</i>	<i>Coherente</i>	<i>Totalmente coherente</i>
-----------------------	-----------------------	------------------	-----------------------------

0 1 2 3

c. Claridad

El grado en que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de “Nada Claro” (0 punto),
“medianamente claro” (puntaje 1), “claro” (puntaje 2), “totalmente claro” (puntaje 3)

<i>Nada claro</i>	<i>Poco claro</i>	<i>Claro</i>	<i>Totalmente claro</i>
0	1	2	3

ITEMS		Relevancia				Coherente				Claridad				Sugerencias
Organización de eventos														
N°	Realidad													
1	¿Cuáles son los tipos de eventos más representativos de la ciudad de Tarapoto y de qué manera podrían integrarse en esta reactivación?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	¿Qué impactos negativos ha generado el Covid 19 en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	¿De qué manera los eventos virtuales pueden llegar a sustituir a los eventos en directo en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
N°	Estrategias													
4	¿Cuáles serían las estrategias de prevención que se debería implementar para poder asistir con normalidad a un evento presencial en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
5	¿Qué herramientas digitales podrían servir para alcanzar la difusión turística necesaria sobre la organización de eventos en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
6	¿Qué nuevas estrategias de marketing se podrían implementar para el desarrollo de la organización de eventos en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

N°	Influencia	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
7	¿Considera que la organización de eventos es una buena alternativa de la demanda turística en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
8	¿De qué manera la economía se ha visto afectada en el desarrollo de la organización de eventos en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
9	¿Qué impactos sociales positivos y negativos podría generar la organización de eventos en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3

Las alternativas de respuesta van de 1 al 4 y tienen las siguientes expresiones:

1	2	3	4
Muy en desacuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	Muy en desacuerdo

CATEGORIA	DEFICION CONCEPTUAL	SUB CATEGORIA	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
Organización de eventos en hoteles 3 estrellas	La organización de eventos es el proceso por el cual un evento es planificado, preparado y producido. Como cualquier otra forma de organización abarca la evaluación, definición, adquisición, asignación, dirección, control y análisis del tiempo, presupuesto, personal, productos, servicios y otros recursos para conseguir los objetivos. El trabajo de un organizador de eventos es supervisar y resolver cualquier aspecto de un evento, incluida la investigación, planificación, organización,	Realidad	X1: Jacques Lacan, famoso psicoanalista y psiquiatra francés del siglo XX, distinguía lo real de la realidad: entendía lo real como el conjunto de las cosas, independientemente de que las personas sean capaces de percibir las; la realidad, por otro lado, la definía como las cosas tal como las percibimos. En otras palabras, para Lacan la realidad es un fenómeno y en ella se apoyan nuestras fantasías.	Tipos de Eventos Eventos Virtuales Covid 19	1;2;3
		Estrategias	X2: K. J. Halten (1987) Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los	Prevención Herramientas digitales Marketing	4;5;6

	implementación control y evaluación del diseño de un evento, actividades y producción. (Silver 2004).		objetivos de la organización.		
		Influencia	X3: Lazcano (2020) Influencia es la capacidad de condicionar el comportamiento de otra persona, cosa o concepto.	Turística Económica Social	7;8;9

Anexo: N°2: formato de validez basada en el contenido

FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de la tesis "Organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles 3 estrellas en la ciudad de Tarapoto. En ese sentido, solicito pueda evaluar los 9 ítems en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

I. Datos Generales

Nombre y Apellido	Giuliana Catherine Abucci Infantes		
Sexo:	Varón	Mujer	
Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título)	14		
Grado académico:	Bachiller	Magister	Doctor
Área de Formación académica	Clinica	Educativa	Social
	Organizacional	Otro:	
Áreas de experiencia profesional	Administración de Empresas		
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a mas

II. Breve explicación del constructo

La Organización de eventos es el proceso por el cual un evento es planificado, preparado y producido. Como cualquier otra forma de organización abarca la evaluación, definición, adquisición, asignación, dirección, control y análisis del tiempo, presupuesto, personal y productos, servicios y otros recursos para conseguir los objetivos. (Silver 2004)

III. Criterios de Calificación

a. Relevancia

El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar la organización de eventos; se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem "Nada relevante para evaluar la organización de eventos" (puntaje 0), "poco relevante para evaluar la organización de eventos" (puntaje 1), "relevante para evaluar la organización de eventos" (puntaje 2) y "completamente relevante para evaluar la organización de eventos" (puntaje 3).

Nada relevante	Poco relevante	Relevante	Totalmente relevante
0	1	2	3

b. Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la dimensión que está midiendo. Su calificación varía de 0 a 4: El ítem "No es coherente para evaluar la organización de eventos" (puntaje 0), "poco coherente para evaluar la organización de eventos" (puntaje 1), "coherente para evaluar la organización de eventos" (puntaje 2) y es "totalmente coherente para evaluar la organización de eventos" (puntaje 3).

Nada coherente	Poco coherente	Coherente	Totalmente coherente
0	1	2	3

c. Claridad

El grado en que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de "Nada Claro" (0 punto), "medianamente claro" (puntaje 1), "claro" (puntaje 2), "totalmente claro" (puntaje 3)

Nada claro	Poco claro	Claro	Totalmente claro
0	1	2	3

ITEMS		Relevancia				Coherente				Claridad				Sugerencias
Organización de eventos														
N°	Realidad													
1	¿Cuáles son los tipos de eventos más representativos de la ciudad de Tarapoto y de qué manera podrían integrarse en esta reactivación?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	¿Qué impactos negativos ha generado el Covid - 19 en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	¿De qué manera los eventos virtuales pueden llegar a sustituir a los eventos en directo en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
N°	Estrategias													
4	¿Cuáles serían las estrategias de prevención que se debería implementar para poder asistir con normalidad a un evento presencial en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
5	¿Qué herramientas digitales podrían servir para alcanzar la difusión turística necesaria sobre la organización de eventos en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
6	¿Qué nuevas estrategias de marketing se podrían implementar para el desarrollo de la organización de eventos en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
N°	Influencia													
7	¿Considera que la organización de eventos es una buena alternativa de la demanda turística en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
8	¿De qué manera la economía se ha visto afectada en el desarrollo de la organización de eventos en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
9	¿Qué impactos sociales positivos y negativos podría generar la organización de eventos en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

Las alternativas de respuesta van de 1 al 4 y tienen las siguientes expresiones:

1 2 3 4
Muy en desacuerdo Desacuerdo De acuerdo Muy en desacuerdo

Matriz de operacionalización de categorías

CATEGORIA	DEFICION CONCEPTUAL	SUB CATEGORIA	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
Organización de eventos en hoteles 3 estrellas	La organización de eventos es el proceso por el cual un evento es planificado, preparado y producido. Como cualquier otra forma de organización abarca la evaluación, definición, adquisición, asignación, dirección, control y análisis del tiempo, presupuesto, personal, productos, servicios y otros recursos para conseguir los objetivos. El trabajo de un organizador de eventos es supervisar y resolver cualquier aspecto de un evento, incluida la investigación, planificación, organización, implementación control y evaluación del diseño de un evento, actividades y producción. (Silver 2004).	Realidad	X1: Jacques Lacan, famoso psicoanalista y psiquiatra francés del siglo XX, distinguía lo real de la realidad: entendía lo real como el conjunto de las cosas, independientemente de que las personas sean capaces de percibir las; la realidad, por otro lado, la definía como las cosas tal como las percibimos. En otras palabras, para Lacan la realidad es un fenómeno y en ella se apoyan nuestras fantasías.	Tipos de Eventos Eventos Virtuales Covid 19	1;2;3
		Estrategias	X2: K. J. Halten (1987) Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización.	Prevención Herramientas digitales Marketing	4;5;6
		Influencia	X3: Lazcano (2020) Influencia es la capacidad de condicionar el comportamiento de otra persona, cosa o concepto.	Turística Económica Social	7;8;9

Firma del estudiante
Nombre: Flores Gomez Corita Celeste
DNI: 72456925



Firma del validador
Nombre: Giuliana Catherine Abucci Infantes
DNI: 10263464

Anexo: N°3: formato de validez basada en el contenido

FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de la tesis "Organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles 3 estrellas en la ciudad de Tarapoto. En ese sentido, solicito pueda evaluar los 9 ítems en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

I. Datos Generales

Nombre y Apellido	KATHERINE CINDY SAAVEDRA ROSSEL		
Sexo:	Varón	Mujer X	
Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título)	14		
Grado académico:	Bachiller	Magister X	Doctor
Área de Formación académica	Clinica	Educativa	Social
	Organizacional	Otro:	
Áreas de experiencia profesional			
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años X	10 años a mas

II. Breve explicación del constructo

La Organización de eventos es el proceso por el cual un evento es planificado, preparado y producido. Como cualquier otra forma de organización abarca la evaluación, definición, adquisición, asignación, dirección, control y análisis del tiempo, presupuesto, personal y productos, servicios y otros recursos para conseguir los objetivos. (Silver 2004)

III. Criterios de Calificación

a. Relevancia

El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar la organización de eventos; se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem "Nada relevante para evaluar la organización de eventos" (puntaje 0), "poco relevante para evaluar la organización de eventos" (puntaje 1), "relevante para evaluar la organización de eventos" (puntaje 2) y "completamente relevante para evaluar la organización de eventos" (puntaje 3).

<i>Nada relevante</i>	<i>Poco relevante</i>	<i>Relevante</i>	<i>Totalmente relevante</i>
0	1	2	3

b. Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la dimensión que está midiendo. Su calificación varía de 0 a 4: El ítem "No es coherente para evaluar la organización de eventos" (puntaje 0), "poco coherente para evaluar la organización de eventos" (puntaje 1), "coherente para evaluar la organización de eventos" (puntaje 2) y es "totalmente coherente para evaluar la organización de eventos" (puntaje 3).

<i>Nada coherente</i>	<i>Poco coherente</i>	<i>Coherente</i>	<i>Totalmente coherente</i>
0	1	2	3

c. Claridad

ITEMS		Relevancia				Coherente				Claridad				Sugerencias
Organización de eventos														
N°	Realidad													
1	¿Cuáles son los tipos de eventos más representativos de la ciudad de Tarapoto y de qué manera podrían integrarse en esta reactivación?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
2	¿Qué impactos negativos ha generado el Covid - 19 en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
3	¿De qué manera los eventos virtuales pueden llegar a sustituir a los eventos en directo en la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
N°	Estrategias													
4	¿Cuáles serían las estrategias de prevención que se debería implementar para poder asistir con normalidad a un evento presencial en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	Más que estrategias que normativas y protocolos manejarían
5	¿Qué herramientas digitales podrían servir para alcanzar la difusión turística necesaria sobre la organización de eventos en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
6	¿Qué nuevas estrategias de marketing se podrían implementar para el desarrollo de la organización de eventos en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
N°	Influencia													
7	¿Considera que la organización de eventos es una buena alternativa de la demanda turística en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
8	¿De qué manera la economía se ha visto afectada en el desarrollo de la organización de eventos en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
9	¿Qué impactos sociales positivos y negativos podría generar la organización de eventos en hoteles 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

Las alternativas de respuesta van de 1 al 4 y tienen las siguientes expresiones:

1

2

3

4

Muy en desacuerdo Desacuerdo De acuerdo Muy en desacuerdo

Matriz de operacionalización de categorías

CATEGORIA	DEFICION CONCEPTUAL	SUB CATEGORIA	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
Organización de eventos en hoteles 3 estrellas	La organización de eventos es el proceso por el cual un evento es planificado, preparado y producido. Como cualquier otra forma de organización abarca la evaluación, definición, adquisición, asignación, dirección, control y análisis del tiempo, presupuesto, personal, productos, servicios y otros recursos para conseguir los objetivos. El trabajo de un organizador de eventos es supervisar y resolver cualquier aspecto de un evento, incluida la investigación, planificación, organización, implementación control y evaluación del diseño de un evento, actividades y producción. (Silver 2004).	Realidad	X1: Jacques Lacan, famoso psicoanalista y psiquiatra francés del siglo XX, distinguía lo real de la realidad: entendía lo real como el conjunto de las cosas, independientemente de que las personas sean capaces de percibir las; la realidad, por otro lado, la definía como las cosas tal como las percibimos. En otras palabras, para Lacan la realidad es un fenómeno y en ella se apoyan nuestras fantasías.	Tipos de Eventos Eventos Virtuales Covid 19	1,2,3
		Estrategias	X2: K. J. Halten (1987) Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización.	Prevención Herramientas digitales Marketing	4,5,6
		Influencia	X3: Lazcano (2020) Influencia es la capacidad de condicionar el comportamiento de otra persona, cosa o concepto.	Turística Económica Social	7,8,9

Firma del estudiante
Nombre: Flores Gomez Corita Celeste

Firma del validador
Nombre: Katherine Saavedra Rossel

Matriz de consistencia

	PROBLEMA	OBJETIVO	CATEGORÍAS	SUB CATEGORIAS
GENERAL	¿Cómo es la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021?	Conocer sobre organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021.	Organización de eventos	Tendencias Estrategias Influencia
ESPECÍFICOS	¿Cuáles son las tendencias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021?	Describir las tendencias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021.		
	¿Cuáles serían las estrategias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021?	Describir cuáles serían las estrategias de la organización de eventos como herramienta difusora del turismo en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021.		
	¿De qué manera la organización de eventos influirá en el desarrollo turístico en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021?	Determinar de qué manera la organización de eventos influirá en el desarrollo turístico en hoteles de 1 a 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, 2021.		

Fuente: Elaboración propia, 2021

Matiz de categorización de variable

CATEGORÍA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	SUB CATEGORÍAS	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
Organización de Evento	Según Molinari (2012) “Un evento es una actividad pública y social que, para las empresas, instituciones o personas, son actos no habituales u ocasionales que, por su importancia, requieren una administración cuidadosa y el conocimiento de un organizador calificado” (pág.7).	Tendencia	X1: Según Saldarriaga. Una tendencia puede entenderse como una directriz o un direccionamiento colectivo que pretende lograr un fin también común. Es un punto de mira o de referencia hacia el cual avanzan muchas personas, hasta que se convierte en un eje central de la mirada colectiva (2008, p.45)	Tipos de eventos	1
				COVID-19	2
				Eventos Virtuales	3
		Estrategias	X2: Según Porter La estrategia consiste en ser distinto. Significa la selección deliberada de un conjunto de actividades diferentes para entregar una mezcla única de valor (2008, p.6)	Prevención	4
				Herramientas Digitales	5
				Marketing	6
		Influencia	X3: Según Pichimata y Cicua Se entiende como la capacidad que tiene un individuo para generar un nivel alto de confianza en un grupo o persona determinada, al punto que estos realicen voluntariamente acciones o planes deseados (2016, p. 5)	Demanda turística	7
				Económica	8
				Social-Cultural	9

Fuente: Elaboración propia, 2021

Establecimientos de hospedajes estudiados por la presente investigación

NOMBRE HOTEL	CATEGORIA	EXPERTO
Tarapoto Inn	1 estrella	Dueño
Fatima Inn	1 estrella	Dueño
Patascha Hotel	2 estrellas	Administrador
Palm Hotel	2 estrellas	Representante
DM Hoteles	3 estrellas	Administrador

Fuente: Elaboración propia, 2021