



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

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



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN-TARAPOTO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



**Relación entre la Calidad de Servicio de Guiado y Satisfacción del Turista en la
Catarata de Pucayaquillo, comunidad nativa Nuevo Lamas, distrito de
Shapaja – 2019**

**Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en
Administración en Turismo**

AUTORES:

Jhon Maycoy Vargas Guerra

Rosi Kiara Chistama Saavedra

ASESORA:

Lic. Tur. Mtro. Jessica Del Pilar Cabel Rabines

Tarapoto – Perú

2020

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN-TARAPOTO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



**Relación entre la Calidad de Servicio de Guiado y Satisfacción del Turista en la
Catarata de Pucayaquillo, comunidad nativa Nuevo Lamas, distrito de
Shapaja – 2019**

AUTORES:

Jhon Maycoy Vargas Guerra

Rosi Kiara Chistama Saavedra

Sustentada y aprobada el 26 de noviembre del 2020, ante el honorable jurado:

.....
Dra. Nora Manuela Dextre Palacios

Presidente

.....
Lic. Tur. Mg. Very Rengifo Hidalgo

Secretaria

.....
Lic. Adm. Tur. Mtro. Katty Álamo Larrañaga

Vocal

.....
Lic. Tur. Mtro. Jessica Del Pilar Cabel Rabines

Asesora

Declaratoria de autenticidad

Jhon Maycoy Vargas Guerra, con DNI N° 71229887 y **Rosi Kiara Chistama Saavedra**, con DNI N° 70756660, egresados de la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional Turismo, autores de la tesis titulada: **Relación entre la Calidad de Servicio de Guiado y Satisfacción del Turista en la Catarata de Pucayaquillo, comunidad nativa Nuevo Lamas, distrito de Shapaja – 2019.**

Declaramos bajo juramento que:

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

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

Tarapoto, 26 de noviembre del 2020.



.....
Bach. Jhon Maycoy Vargas Guerra

DNI N° 71229887



.....
Bach. Rosi Kiara Chistama Saavedra

DNI N° 70756660



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

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	Vargas Guerra Jhon Maycoy	
Código de alumno :	118220	Teléfono: 928531545
Correo electrónico :	john-maycoy@hotmail.com	DNI: 71229887

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

2. Datos Académicos

Facultad de:	Ciencias Económicas
Escuela Profesional de:	Turismo

3. Tipo de trabajo de investigación

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

4. Datos del Trabajo de investigación

Título :	Relación entre la calidad de Servicio de Grado y Satisfacción del Turista en la Catarata de Pucayaquillo, Comunidad Nativa Nuevo Lamas, Distrito de Shapaja - 2019
Año de publicación:	2020

5. Tipo de Acceso al documento

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

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

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

6. Originalidad del archivo digital.

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

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

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

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

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

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


Firma y huella del Autor

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

Fecha de recepción del documento.

08 / 01 / 2021



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

Ing. M. Sc. Alfredo Ramos Perea
Responsable

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

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

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

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	Christama Saavedra Rosi Kiara	
Código de alumno :	128203	Teléfono: 969238238
Correo electrónico :	rosikiara.07@gmail.com	DNI: 70756660

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

2. Datos Académicos

Facultad de:	Ciencias Económicas
Escuela Profesional de:	Turismo

3. Tipo de trabajo de investigación

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

4. Datos del Trabajo de investigación

Título:	Relación entre la calidad de Servicio de Guiado y Satisfacción del Turista en la Catarata de Pucayaguiño, comunidad Nativa Alveo Lamas, Distrito Shapaja - 2019
Año de publicación:	2020

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	(x)	Embargo	()
Acceso restringido **	()		

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

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

6. Originalidad del archivo digital.

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

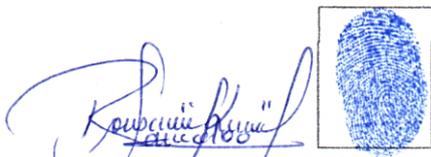
7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

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

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

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

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


Firma y huella del Autor

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

Fecha de recepción del documento.

08 / 01 / 2021


UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - T.
Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e
Innovación de Acceso Abierto - UNSM-T.
Ing. M. Sc. Alfredo Ramos Perea
Responsable

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

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

Dedicatoria

A mis padres Calisto Vargas Acho, Elgiba Horfelina Guerra Shupingahua por haber hecho la tarea de Padres maravillosa y por el gran amor incondicional.

A mi hermana Marileni Vargas Guerra; por su paciencia infinita, por los consejos y sobre todo por haber estado a mi lado cuidándome y dándome ánimos para alcanzar mis metas como persona y como profesional.

Bach. Vargas Guerra, Jhon Maycoy.

A Dios y a mi madre Geny Esther Saavedra Upiachihua, mi hermano Gian Carlos Pinchi Saavedra, a mis abuelos Cauper Saavedra Tuanama, Geni Upiachihua Flores.

Por darme su apoyo incondicional, su paciencia, sus consejos para alcanzar y cumplir mis metas personales y profesionales.

Bach. Chistama Saavedra, Rosi Kiara.

Agradecimiento

A los catedráticos de la Escuela Profesional de Turismo; Lic. Mtro Jessica Del Pilar Cabel Rabines, Lic. Mag. Cinthya Torres Silva y a Lic. Mg. Raimundo Ishuiza Tapullima, por el inmenso apoyo, su infinita paciencia y profesionalidad.

A los orientadores de la Asociación de la comunidad nativa de nuevo Lamas y al señor Miguel Ishuiza Sangama por su colaboración durante el desarrollo de este trabajo de investigación.

Índice general

Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Resumen	xiii
Abstract.....	xiv
 Introducción.....	 1
 CAPÍTULO I.....	 3
REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	3
1.1. El Problema	3
1.1.1. Planteamiento del Problema.....	3
1.1.2. Formulación del Problema.....	4
1.1.3. Objetivos.....	5
1.1.3.1. Objetivo general.....	5
1.1.3.2. Objetivos específicos.....	5
1.1.4. Justificación	5
1.1.5. Limitaciones.....	6
1.2. Fundamentos Teóricos Científicos.....	6
1.2.1. Antecedentes de la Investigación.....	6
1.2.2. Bases teóricas.....	11
1.2.2. 1. Calidad	11
1.2.2.2. Servicio.....	12
1.2.2.3. Modelo SERVQUAL.....	12
1.2.2.4. Satisfacción del turista.....	15
1.2.2.5. Naturaleza efectiva de la satisfacción.....	15
1.2.2.6. Tipos de satisfacción e insatisfacción.....	16
1.2.2.7. Dimensiones de la satisfacción del turista.....	16
1.2.2.8. Teorías de satisfacción al turista.....	18
1.2.2.9. Teoría para evaluar la satisfacción.....	18
1.3. Definición de Términos Básicos	18
 CAPÍTULO II.....	 20
MATERIAL Y MÉTODOS	20

2.1. Sistema de hipótesis	20
2.2. Sistema de Variables	20
2.3. Tipo y Nivel de Investigación	23
2.4. Diseño de la Investigación	23
2.5. Población y Muestra.....	24
2.5.1. Población.....	24
2.5.2. Muestra	24
2.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	26
2.6.1. Técnicas de recolección de datos.....	26
2.6.2. Instrumentos de recolección de datos.....	27
2.7. Técnicas e instrumentos para el procesamiento y análisis de datos.....	27
CAPÍTULO III	29
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	29
3.1. Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros	29
3.1.1. Resultados de las encuestas de turistas – variable calidad de servicio.....	29
3.2. Discusión de Resultados.....	45
CONCLUSIONES.....	62
RECOMENDACIONES	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
ANEXOS.....	70

Índice de tablas

Tabla 1: Tabla de distribución de frecuencias sobre tiempo establecido.....	29
Tabla 2: Tabla de distribución de frecuencias sobre Resolución de Problemas.....	30
Tabla 3: Tabla de distribución de frecuencias sobre desempeño del servicio.....	30
Tabla 4: Tabla de distribución de frecuencias sobre cumplimiento de servicios.....	31
Tabla 5: Tabla de distribución de frecuencias sobre registros sin errores.....	31
Tabla 6: Tabla de distribución de frecuencias sobre la información de los servicios.....	32
Tabla 7: Tabla de distribución de frecuencias sobre Rapidez en el Servicio.....	32
Tabla 8: Tabla de distribución de frecuencias sobre disponibilidad a ayudar.....	33
Tabla 9: Tabla de distribución de frecuencias sobre Confianza en el servicio.....	33
Tabla 10: Tabla de distribución de frecuencias sobre Seguridad en el Recorrido.....	34
Tabla 11: Tabla de distribución de frecuencias sobre Cortesía de los Orientadores.....	34
Tabla 12: Tabla de distribución de frecuencias sobre Capacitación de Orientadores.....	35
Tabla 13: Tabla de distribución de frecuencias sobre Atención Personalizada.....	35
Tabla 14: Tabla de distribución de frecuencias sobre Intereses del Turista.....	36
Tabla 15: Tabla de distribución de frecuencias sobre Inquietudes de los Turistas.....	36
Tabla 16: Tabla de distribución de frecuencias sobre los horarios de ingreso.....	37
Tabla 17: Tabla de distribución de frecuencias sobre los Equipos Necesarios.....	37
Tabla 18: Tabla de distribución de frecuencias sobre las Instalaciones Físicas.....	38
Tabla 19: Tabla de distribución de frecuencias sobre la Pulcritud de la Catarata.....	38
Tabla 20: Tabla de distribución de frecuencias sobre los materiales visualmente.....	39
Tabla 21: Tabla de distribución de frecuencias sobre accesibilidad adecuada.....	39
Tabla 22: Tabla de distribución de frecuencias sobre el estado de los senderos.....	40
Tabla 23: Tabla de distribución de frecuencias sobre las expectativas de la Catarata Pucayaquillo.....	40
Tabla 24: Tabla de distribución de frecuencias sobre condiciones adecuadas de los servicios higiénicos.....	41
Tabla 25: Tabla de distribución de frecuencias sobre la satisfacción de los servicios higiénicos.....	41
Tabla 26: Tabla de distribución de frecuencias sobre señalización turística.....	42
Tabla 27: Tabla de distribución de frecuencias sobre el panel interpretativo.....	42
Tabla 28: Tabla de distribución de frecuencias sobre contenederos de basura.....	43

Tabla 29: Tabla de distribución de frecuencias sobre Instalaciones Turísticas	43
Tabla 30: Tabla de distribución de frecuencias sobre estado de conservación de los recursos naturales.....	44
Tabla 31: Tabla de distribución de frecuencias sobre la prestación del servicio.....	44
Tabla 32: Tabla de distribución de frecuencias sobre el recibiendo de información.....	45
Tabla 33: Tabla de distribución de frecuencias sobre el servicio de guiado.	45
Tabla 34: Tabla del Inventario de Recursos de Flora.....	50
Tabla 35: Tabla del Inventario de Recursos de Fauna	55

Lista de siglas, abreviaturas, símbolos

SECTUR	: Secretaria de Turismo.
PYMES	: Pequeña y Mediana Empresa.
GTZ	: Agencia de Cooperación Técnica Alemana.
SERNANP	: Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado.
OMT	: Organización Mundial de Turismo.
PROMPERÚ	: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo.

Resumen

La presente tesis titulada “Relación entre la Calidad de Servicio de Guiado y Satisfacción del Turista en la Catarata de Pucayaquillo, Comunidad Nativa Nuevo Lamas, Distrito de Shapaja - 2019” tiene por objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio del guiado y la satisfacción del turista en la Catarata de Pucayaquillo. El método abarca el nivel descriptivo que buscó especificar las propiedades importantes del grupo objeto de estudio. Se midieron la variable independientemente con el fin de comprobar la hipótesis planteada. Las técnicas aplicadas fueron el análisis documental, la observación y las encuestas, a través de instrumentos como guías de observación dirigidas a la oferta, infraestructura y planta turística; así mismo, cabe indicar que se realizaron 57 encuestas a turistas que visitaron la cascada Pucayaquillo para evaluar el nivel de satisfacción del turista respecto al servicio de guiado; obteniendo como resultado de un 88 % de los turistas encuestado califican de bueno al servicio de guiado recibido en la Catarata Pucayaquillo y un 12 % de turistas encuestados califican de muy bueno al servicio de guiado recibido en la Catarata Pucayaquillo. Concerniente a la prestación de servicio de la Catarata de Pucayaquillo el 66% de turistas están de acuerdo, el 30% muy de acuerdo y un 4% no están ni de acuerdo y desacuerdo debido a la deficiencia en cuanto a la infraestructura respecto a los servicios higiénicos. Llegando a la conclusión que las variables se relacionan intrínsecamente; es decir, que se viene desempeñado de la mejor manera en cuanto al desarrollo en su labor del servicio de guiado y por ende la satisfacción del turista

Palabras clave: Calidad, Servicio, Guiado, Satisfacción, Turista.

Abstract

The present thesis entitled "Relationship between Guiding Service Quality and Tourist Satisfaction at Pucayaquillo Waterfall, Nuevo Lamas Native Community, Shapaja District - 2019" aims to determine the relationship between guiding service quality and tourist satisfaction at Pucayaquillo Waterfall. The method includes the descriptive level that sought to specify the important properties of the group under study. The variable was measured independently in order to test the proposed hypothesis. The applied techniques were documentary analysis, observation and surveys, through instruments such as observation guides directed to the tourist offer, infrastructure and touristic facility; likewise, it is to be mentioned that 57 surveys were made to tourists who visited the Pucayaquillo waterfall in order to evaluate their level of satisfaction with respect to the guide service. As a result, 88% of the surveyed tourists rated as good the guide service received at the Pucayaquillo Waterfall and 12% of the surveyed tourists rated as very good. the guide service received at the Pucayaquillo Waterfall. Concerning the service provided by the Pucayaquillo Waterfall, 66% of tourists agree, 30% strongly agree and 4% neither agree nor disagree due to the deficiency in terms of infrastructure with respect to restrooms. The conclusion is that the variables are intrinsically related; this means that they have been performing in the best way in terms of the development of the work of the guiding service and therefore the satisfaction of the tourist.

Keywords: Quality, Service, Guiding, Satisfaction, Tourist.



Introducción

Los cambios que afrontan la actividad turística, no solo están orientados a satisfacer las nuevas tendencias y exigencias de los turistas, sino también lograr niveles adecuados donde, la calidad juega un papel fundamental en los servicios brindados por los Guías de Turismo.

En este sentido el problema que motivó al desarrollo del presente trabajo de investigación fue, conocer cuál es la “Relación entre la Calidad de Servicio de Guiado y Satisfacción del Turista en la Catarata de Pucayaquillo, Comunidad Nativa Nuevo Lamas, Distrito de Shapaja - 2019”.

El propósito del presente trabajo de investigación es aportar información para el área del guiado turístico de la Catarata Pucayaquillo, y empresarios que están inmersos en la actividad turística.

Como consecuencia de la determinación del problema, se ha trazado en el objetivo general el cual fue Determinar la Relación entre la Calidad de Servicio de Guiado y Satisfacción del turista en la Catarata Pucayaquillo, de la misma manera se establecieron objetivos específicos que permitió lograr el objetivo general los cuales fueron:

- Evaluar la calidad de servicio de guiado en la Catarata Pucayaquillo.
- Determinar el nivel de satisfacción del turista en la Catarata Pucayaquillo.
- Elaborar un inventario de recursos de flora y fauna de la Catarata Pucayaquillo
- Diseñar un guión turístico para la Catarata Pucayaquillo.

Este trabajo está estructurado en capítulos para su mejor organización como a continuación se detalla:

En el Capítulo I se presenta el planteamiento de la investigación, la formulación del problema; los objetivos, la justificación, limitaciones de la investigación; además de las bases teóricas y definición de términos básicos.

En el Capítulo II se presenta el sistema de hipótesis y de variables; el tipo, nivel, diseño de investigación; la fórmula utilizada para determinar la población y la muestra de la investigación; además las técnicas e instrumentos de recolección, procesamiento y

análisis de datos; para lo cual se empleó como instrumento de recolección de datos: revisión bibliográfica, ficha de observación y la encuesta.

En el Capítulo III se presenta el tratamiento estadístico e interpretación de cuadros; además de la discusión de resultados.

Para finalizar la presente investigación se presentan las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y los anexos.

CAPÍTULO I

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

1.1. El Problema

1.1.1. Planteamiento del Problema

Actualmente la demanda del turismo exige calidad de servicio, en este sentido es que la calidad de servicios que brinda el Orientador de Turismo hacia el turista debe ser mejorada en particular en el sentido de la variedad de actividades que se ofrece en la Catarata Pucayaquillo. El turismo muchas veces es solo entendido como la prestación de servicios a los clientes y no tomada como un conjunto de bienes y servicios que poseen componentes importantes para hacer posible la oferta de un servicio turístico de calidad cuya principal característica es la intangibilidad razón por la cual es subjetiva por parte del turista; por lo tanto, la labor que desempeña el Guía de Turismo es esencial para la evaluación de la calidad percibida por el turista.

En nuestro país, el sector turismo se ve impulsando a través de los organismos estatales y privados creando nuevos productos turísticos en diferentes zonas lo que conglomeran una serie de actividades para el desarrollo del turismo como la hotelería, gastronomía, agencias de viajes y el guidismo que es el eje principal para promocionar nuestra ciudad; puesto que es el Orientador de Turismo es quien direcciona la visita a los diferentes atractivos turísticos y es el filtro en la percepción positiva o negativa del turista. En la actualidad la calidad es sinónimo de éxito y además un elemento necesario para mejorar los servicios en la Catarata Pucayaquillo. El conocimiento de la opinión, sobre la calidad de servicio percibida por el turista, es un factor imprescindible para poder obtener modelos confiables que aseguren y cubran las necesidades de los turistas.

La labor desempeñada por el guía de turismo en la Catarata Pucayaquillo debe ser monitoreada por las agencias de viajes y la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR en cuanto a la prestación del servicio incidiendo en el Manual de Calidad Turística para Guías de Turistas como la imagen personal, aspecto lingüístico, el lenguaje corporal y la ética profesional debido a que la calidad consiste en dirigir todas las actividades y los esfuerzos, en este caso del Guía de Turistas para satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas.

El Guía de Turistas es el personal más indispensable en el ámbito turístico ya que de él depende la calidad de servicio que brinda al turista. Los clientes por ahora están constituidos por turistas nacionales y extranjeros. La calidad en el servicio poco a poco toma importancia en el servicio del guiado por el simple hecho de que los clientes exigen siempre lo mejor. Antes, la oferta era limitada, pero con el desarrollo de los mercados y servicios llegaron al cliente, una impresionante gama de servicios equivalentes, con una saturación de elementos de diferenciación.

A finales del siglo pasado la calidad en el servicio empezó a tomar fuerza y ser considerada un elemento básico para destacar y darle un valor agregado a los servicios. No se tenía totalmente considerada la calidad en obtener y satisfacer en su totalidad al cliente por encima de sus expectativas. Sin embargo, hoy en día, algunos guías saben que no se está dando toda la capacidad que se podría dar, esto es el reflejo del mecanismo ya que suelen caer en el conformismo o en el miedo a invertir en algo que no sea un bien tangible.

La calidad de servicios ha alcanzado un nivel donde el guía está pendiente frente a sus actitudes, emociones y necesidades del turista; los Guías de Turismo son y siempre serán un factor clave para el éxito de superar las expectativas del servicio brindado por los guías. Una persona satisfecha compartirá su satisfacción con una o más personas, familiares o conocidos (efecto multiplicador) de lo contrario un turista desilusionado por un servicio puede traducir pérdida de clientes potenciales.

Es aquí donde aparece la importancia de la calidad de servicios, porque la relación humana Guía – Turista, es la única que puede satisfacer el incumplimiento de un servicio. Es por eso que un turista satisfecho, atendido más allá de lo que esperaba, desarrolla una lealtad profunda al servicio. Por consiguiente, la finalidad de este proyecto de tesis fue evaluar la calidad de servicios que brinda el Guía de Turismo en la Catarata Pucayaquillo, de esta manera el estudio se constituyó en fuente de información, dando respuesta a las siguientes interrogantes.

1.1.2. Formulación del Problema

¿Cuál es la Relación entre la Calidad de Servicio de Guiado y Satisfacción del Turista en la Catarata de Pucayaquillo, Comunidad Nativa Nuevo Lamas, Distrito de Shapaja – 2019?

1.1.3. Objetivos

1.1.3.1. Objetivo general.

Determinar la Relación entre la Calidad de Servicio de Guiado y Satisfacción del Turista en la Catarata de Pucayaquillo, Comunidad Nativa Nuevo Lamas, Distrito de Shapaja – 2019

1.1.3.2. Objetivos específicos.

- Evaluar la calidad de servicio de guiado en la Catarata de Pucayaquillo, Comunidad Nativa de Nuevo Lamas, distrito de Shapaja– 2019.
- Determinar el nivel de satisfacción de los turistas en la Catarata de Pucayaquillo, Comunidad Nativa de Nuevo Lamas, distrito de Shapaja– 2019.
- Elaborar un inventario de recursos de flora y fauna en la Catarata de Pucayaquillo, Comunidad Nativa de Nuevo Lamas, distrito de Shapaja– 2019.
- Diseñar un guión turístico en la Catarata de Pucayaquillo, Comunidad Nativa de Nuevo Lamas, distrito de Shapaja – 2019.

1.1.4. Justificación

El turismo es un importante generador de empleo, que da trabajo a millones de personas en el mundo, oportunidades para las zonas rurales, los puestos de trabajo y las empresas de turismo se crean normalmente en las regiones menos desarrolladas, a lo largo y ancho del país se incentiva a los habitantes a permanecer en las zonas rurales, en lugar de emigrar a las ciudades; este trabajo de investigación quiere aportar en la calidad de servicios que brinda el guía al turista para que así ellos puedan cubrir las expectativas esperadas por los turistas y así los turistas volverán a visitar nuestra ciudad y/o recomendar; mediante ellos tenemos el efecto multiplicador cuando regresen a sus países.

En la actualidad, la calidad de servicio es una parte vital para el buen desempeño de los Guías de Turismo, este valor agregado necesario sirve para poder destacar y sobresalir en el mercado globalizado como lo es ahora, donde la calidad en el servicio prima. El presente trabajo logró conocer la calidad de servicios que brinda el Guía de Turismo en la Catarata Pucayaquillo, la misma que será de utilidad para los mismos guías, ciudadanos y empresarios ya que el turismo genera divisas, trabajo y empleos.

La importancia de generar calidad de servicios que brindan los Guías de Turistas dedicados a la actividad del turismo es de vital importancia para mejorar la calidad de servicio, en función al nivel de satisfacción del turista si las actividades de servicio se realizan bajo esta perspectiva. Al mejorar la calidad de servicio incrementa una mayor afluencia de turistas hacia la Catarata Pucayaquillo haciendo más competitiva en la actividad del turismo.

1.1.5. Limitaciones

- Carencia de antecedentes sobre investigaciones referente a calidad de servicio.
- El tiempo y dedicación de los estudiantes investigadores.
- Transporte para llegar al atractivo.
- Limitada economía por parte de los investigadores del proyecto.
- Carencia de tiempo disponible para la aplicación de los instrumentos.

1.2. Fundamentos Teóricos Científicos

1.2.1. Antecedentes de la Investigación

Aragón (2016) en su tesis titulado: “*influencia de los guías de turismo en la calidad y la sostenibilidad de los destinos turísticos*”, el objetivo de la investigación es hacer un análisis de la calidad en el producto y servicio turístico, sus instrumentos de medida que conduce finalmente a poder establecer la relación que existe entre los Guías de Turismo y la Calidad de los Destinos Turísticos el estudio establece una investigación de tipo documental, la población estuvo conformada por 1865 turistas que visitan los destinos turísticos de Barcelona y la muestra determino 187 turistas, el instrumento fue las encuestas, la investigación llevo a las siguientes conclusiones; en los últimos planes estratégico de turismo de Barcelona se están planteando que uno de los retos de la ciudad es el encaje del turismo y la ciudadanía para ello se necesita de una figura de guía turístico que conozca de los temas, que este guía especializado debe estar formado, reconocido y valorado garantizando así parámetros de calidad para el usuario y el destino; en otras palabras se dice que la calidad de un buen servicio forma parte de la cadena de valor de un destino turístico.

Olmedo (2014) en su tesis de investigación titulado: “Evaluación de la calidad del servicio turístico de los Guías de los museos del centro Histórico de Quito (CHQ) y propuesta de mejoras”, como objetivo general fue evaluar la calidad del servicio

turístico de los guías de los museos del centro Histórico de Quito para ofrecer mejoras prácticas, el estudio es concebido como una investigación descriptiva correlacional, la muestra estuvo conformada por 368 turistas, el instrumento que se utilizó fue la encuesta. El autor concluye que; Los museos del CHQ, no realizaron un estudio sobre atención al cliente que estos brindan ya que solo se han enfocado en otros temas, por ejemplo: temas de exposición que ofrezcan un mejor contenido de sus colecciones; la mejora de su infraestructura, la colección con la que se cuenta y otros aspectos. Sin embargo, lo que viene pasando es que han dejado a lado las evaluaciones que se hace al personal y que recomendaciones tiene el visitante, estos factores se dan por la falta de estudios con respecto a la calidad del servicio de guiado y en general de los museos, esto se sabe porque la mayoría dice que no hay ningún presupuesto para este fin solo se basan en enfocarse en otras cosas de alguna manera este estudio de investigación puede ser de ayuda a los museos que permitan reconocer cuáles son sus fortalezas y debilidades con respecto al servicio.

Ruiz (2016) en su tesis denominada: “Medición de nivel de satisfacción del turista extranjero respecto a la calidad del servicio de las oficinas de información turística de la ciudad de la Paz”, tuvo como objetivo general medir el nivel de satisfacción del turista extranjero respecto a la calidad del servicio de oficinas de información Turística de la ciudad de la paz, el tipo de investigación es de carácter descriptivo, la muestra estuvo conformada por 89 turistas extranjeros, los instrumentos que se utilizaron fue la encuesta; llegando a las siguientes conclusiones: los servicios de Información Turística son una parte muy importante dentro del sistema turístico ya que a través del mismo no sólo se informa, orienta y ayuda a los turistas dentro de un determinado destino, sino que además es posible incentivarlos a conocer y disfrutar más atractivos y destinos dentro de un país o región, encontrar mejores opciones en cuanto a hospedaje, transporte, restauración, y más servicios turísticos y no turísticos.

Martínez (2017) en su tesis denominado: “Calidad De Servicio De Los Guías Oficiales De Turismo Desde La Perspectiva Del Turista Nacional, Centro Histórico De Lima 2017”, tuvo como objetivo general describir la calidad de servicio de los guías oficiales de turismo desde la perspectiva del turista nacional, centro Histórico de Lima 2017, el estudio conduce a una investigación de tipo exploratoria con corte transversal y enfoque cuantitativo, la población se ha conformado por ser finita porque

no es posible enumerar físicamente los elementos que pertenecen a la población es decir no hay un registro que sustente el número de turistas nacionales que llegan al centro Histórico de Lima y la muestra fue representada en 196 turistas nacionales que adquirieron el servicio de un guía oficial de turismo; el instrumento fue el cuestionario el cual se formularon 25 preguntas. El autor concluye que; los guías oficiales de turismo del centro histórico de Lima deben buscar siempre la satisfacción del turista nacional, a través de experiencias que sean agradables y positivas. Esto se puede lograr mediante dinámicas o actividades que llamen la atención del turista, además por ser turista nacional ya conocen el lugar entonces los turistas nacionales que hacen el uso del servicio de guiado lo hacen por la única razón de poder conocer estos lugares de interés de tal manera lleguen a saber más del destino a visitar.

Díaz y Lama (2015) en su tesis denominada: “Estudio de la satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de Barrio Florido y alrededores, periodo 2014” el objetivo de la investigación fue determinar el nivel de satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de Barrio Florido y alrededores, periodo 2014, el estudio contempla una investigación de tipo descriptiva pues describe las características e interpretación de las variables en estudio para la población estuvo conformada por los 126 turistas extranjeros que visitaron el poblado de Barrio Florido y la muestra no se utilizó para el estudio porque hay carencia de registros sobre el número de visitantes en la zona, los instrumentos que se utilizaron fue la encuesta. El autor concluye que; el mayor número de turistas provienen de Europa en este caso Alemania, España y Francia que visitan estas zonas lo que significa que existe pocos visitantes de los países vecinos. Acorde al nivel de satisfacción con respecto a la calidad de servicio que reciben los turistas se dio como resultado que tiene una cifra de un nivel muy satisfechos, lo que da comprender que el trato de los pobladores, atención brindada, seguridad, cuidado y protección de los recursos naturales significa que los visitantes disfrutaron su estancia porque estas zonas se mostraron acogedoras y tranquilas, asimismo los pobladores son amables y sencillos que a los recursos naturales los aprovechan de manera sostenible ayudando a conservar el medio ambiente.

Quispe (2017) en su tesis titulado: “Nivel de satisfacción del turista por servicios en la ruta Cusco-Puno de la empresa de transporte turístico Cusco Coaching 2017”, el

objetivo fue medir el nivel de satisfacción del turista que utiliza la empresa de transportes turístico cusco coaching en la ruta Cusco-Puno, el estudio contempla una investigación de tipo descriptivo no experimental la muestra estuvo conformada por 135 pasajeros internacionales, las técnicas e instrumentos que se utilizaron fue la encuesta. El autor concluye; la empresa de Transporte turísticos tiene un nivel de satisfacción en elementos tangibles un promedio de 76% muy bueno lo que significa que la empresa de transporte turístico brinda un buen nivel de satisfacción a los turistas que visitan la ciudad de cusco, asimismo los empleados deben seguir manteniendo una presentación impecable para que el turista que opta por sus servicios tenga una buena percepción de los colaboradores que trabajan en la empresa.

Ushiñahua y Vásquez (2015) en su tesis de investigación titulado: “Principales causas que limitan la satisfacción del visitante y extranjero a la provincia de San Martín-2014” el objetivo de la investigación fue identificar las principales causas que limitan la satisfacción del visitante nacional y extranjero a la provincia de San Martín, el estudio de investigación es de tipo descriptiva, la población estuvo conformada por el total de visitantes que arriban a la Provincia de San Martín en el 2013 un promedio de 37,235 y el tamaño de muestra se consideró entre septiembre y octubre del 2014 obteniendo un total de 96 para nacionales y 90 para extranjeros, las técnicas de instrumentos se basó en las encuestas. Los autores llegaron a las siguientes conclusiones; las principales que causan la satisfacción del visitante es el desorden vehicular, inadecuada información de los atractivos turísticos y baja calidad de los servicios turísticos siendo este un porcentaje insignificante, asimismo con respecto a la satisfacción de información de atractivos turísticos que se brinda en la recepción del hotel los visitantes entre ellos nacionales e internacionales confirman que están completamente insatisfechos esto se da porque no se está brindando una buena información por parte del personal otro de las desventajas es que los que brindan servicios turísticos no tienen una persona que domine el inglés en el caso de que los turistas extranjeros necesiten sus servicios de guiado es por ello que deben evaluar estas deficiencias para poder mejorar el servicio que se le ofrece al turista.

Vargas (2016) en su tesis titulada: “Principales causas que limitan el nivel de satisfacción de los visitantes del atractivo turístico la cascada de Ahuashiyacu -

Distrito Banda de Shilcayo, Provincia San Martín”, el objetivo general fue determinar las principales causas que limitan el nivel de satisfacción de los visitantes del atractivo cascada de Ahuashiyacu, el estudio contempla a una investigación descriptiva con una población de 12816 visitantes del año 2013-2014 y la muestra se consideró a los 373 visitantes, las técnicas de instrumentos fue la encuesta. Llegando a las siguientes conclusiones; las principales causas que los visitantes consideran para visitar las cascadas de Ahuasiyacu es que no cuentan con descansaderos, otro de los puntos importantes dentro de la investigación es que la gran capacidad de carga de los visitantes a diario puede llegar entre 300 a 350 visitas lo que significa que hay muy pocas zonas de descanso y esto no es suficiente lo que se afirma que la infraestructura de descanso limita el nivel de satisfacción de los visitantes en un atractivo turístico; asimismo se debe señalar recorrido de las cascadas con respeto a las rutas de evaluación en casos que puedan ocurrir desastres, así también implementas más zonas de seguridad y hacer capacitaciones referentes a estos temas.

Meléndez y Suelperes (2016) en sus tesis denominado: “Causas que limitan la satisfacción de los visitantes de la Festividad Virgen de la Natividad en el Distrito de Tabalosos, Provincia de Lamas, Región San Martín- 2014” el objetivo de la investigación fue determinar las principales causas que limitan la satisfacción de los visitantes de la Festividad Virgen de la Natividad en el Distrito de Tabalosos, Iquitos el estudio de la investigación es de tipo descriptiva, la población se ha tomado a los 2345 visitantes que llegan al Distrito de Tabalosos para ser partícipe de esta celebración y la muestra se obtuvo un resultado de 384 encuestados, las técnicas que se utilizaron fue las encuestas. Llegando a las siguientes conclusiones; cabe considerar que existe bajos niveles de calidad en los servicios que brindan los restaurantes y alojamientos ya que son los factores limitantes para la insatisfacción de los visitantes que llegan para conocer como es la festividad de la virgen de la natividad, cabe mencionar que la cultura artística es importante pero a veces la falta de concientización en la población y el desconocimiento de los beneficios que genera la actividad turística es una desventaja porque no saben las consecuencia que puede traer a la larga al no saber cómo hacer un turismo cultural de manera responsable.

1.2.2. Bases teóricas

1.2.2. 1. Calidad

Para Acerenza (2003); define el término calidad, como la caracterización de una conducta de cumplimiento de los estándares técnicos y las expectativas de los clientes; la calidad es importante de los objetivos que se puedan plantear cada organización.

En la implementación de la calidad, el eje fundamental está centrado en lograr una política de cambio y mejora continua, que ayude a proponer nuevos y mejores productos al servicio de los clientes; para lo cual es necesario una constante medición y control de los procesos internos, así como también los cambios del mercado en el que se desarrolla su actividad. Se debe tener en consideración lo importante de conocer cómo se está modificando el mercado y lograr continuar como una empresa diferenciada y competitiva (Acerenza; 2003).

Un primer paso en la sistematización de la investigación sobre esta temática es la definición de la noción de calidad. La calidad no tiene relación con lo brillante que sea algo, ni con su costo o con la cantidad de características que pueda tener. “Si el producto o servicio satisface sobrepasa las expectativas del cliente una y otra vez, entonces estaría en la mente del cliente un servicio de calidad”. Juran (1990) se basa en dos significados críticos para poder definir ampliamente la calidad. El primero se refiere al comportamiento del servicio, es decir si el servicio logra satisfacer a los clientes, motivo por el cual los clientes solicitaran los servicios.

El segundo se refiere a la ausencia de deficiencias, que abarca la insatisfacción de los clientes hacia el servicio, lo que provoca una queja o reclamo por parte del cliente.

Según Garvin la calidad se puede definir en las siguientes dimensiones:

- **Trascendente.** Calidad es algo que es entendido intuitivamente pero casi imposible de comunicar, como la belleza o el amor.
- **Basado en el servicio.** La calidad es encontrada en las características del servicio.
- **Basado en el uso.** Si el cliente está satisfecho es un servicio de calidad.
- **Basado en la manufactura.** Si el producto está adaptado para diseñar especificaciones, tiene calidad.

- **Basado en el valor.** Si el producto o servicio es percibido como un proveedor de valor por su precio, tiene calidad.

Para Feigenbaum el significado de calidad es la determinación del cliente; no se refiere a una determinación de ingeniería, una determinación de mercadotecnia o una determinación administrativa. Está basada sobre la experiencia actual de los clientes en relación con los productos o los servicios, comparada contra sus requerimientos conscientes, sensoriales o enteramente subjetivos y siempre representarán un objeto de cambio para el mercado competitivo.

1.2.2.2. Servicio.

PROMPERU (2008) define al turista como “la persona que se traslada a un lugar distinto de donde reside y que permanece en él por un periodo mínimo de una noche y no mayor de 12 meses consecutivos”. Su principal motivo de viaje no está relacionado con el desarrollo de actividades remuneradas o con residir en el lugar de destino.

1.2.2.3. Modelo SERVQUAL

El Modelo Servqual agrupa cinco dimensiones para medir la calidad del servicio (ZEITHAML, BITNER y GREMLER, 2009): **Fiabilidad:** Se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios.

- **Sensibilidad:** Es la disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado. Se refiere a la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas.
- **Seguridad:** Es el conocimiento y atención de los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.
- **Empatía:** Se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente.
- **Elementos tangibles:** Es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal.

Según Camisón, Cruz, & González (2006) señala que es un instrumento de medida

para evaluar la la calidad percibida y las expectativas de los clientes, el modelo Servqual se basa como discrepancia entre las percepciones y expectativas de los clientes a partir de las siguientes dimensiones:

- **Elementos tangibles**

Preocuparse y cuidar los aspectos de la empresa, como: los equipos, instalaciones físicas, presentación del personal y los materiales en la organización, porque los objetos de la organización hablan a tus clientes creando expectativas o también ser satisfechas o no. (Camisón, Cruz, & González, 2006)

- ✓ **Equipamiento.** Son todos los materiales e instrumentos necesarios especializados en la prestación de servicios turísticos como: alimentos, transporte, hospedaje, etc.
- ✓ **Instalaciones físicas.** Permiten disfrutar de los atractivos turísticos como: fotografías, museos, miradores, cataratas, etc.
- ✓ **Apariencia pulcra de los colaboradores.** La forma de vestir, hace las cosas con cuidado y delicadeza, buena conducta, etc.

Elementos tangibles atractivos. Folletos, boleterías, estados de cuenta, etc. (p. 918)

- **Fiabilidad**

Es la manera de desarrollar el servicio prometido de manera cuidadosa y seguro. (Camisón, Cruz, & González, 2006)

- ✓ **Cumplir con las promesas.** Implica el cumplimiento de un compromiso, ya que otorga credibilidad, confianza, y vean como personas leales y fieles.
- ✓ **Interés en la resolución de problemas.** Estar atento a las quejas de los clientes y tratar de solucionarlo de manera rápida.
- ✓ **Realizar el servicio a la primera.** Realizar una atención, tomando en cuenta de contar con la información adecuada para impresionar a cliente.
- ✓ **Concluir en el plazo prometido.** Si los trabajadores prometieron a los clientes terminar en un tiempo determinado hay que hacerlo.
- ✓ **No cometer errores.** Desempeña cualquiera actividad o servicio a la primera con minino de errores. (p. 918)

- **Capacidad de respuesta**

Es la manera de lograr satisfacer las necesidades del cliente de una manera rápida y eficiente. (Camisón, Cruz, & González, 2006)

- ✓ **Trabajadores comunicativos.** Mantener una comunicación de cualquier caso que pase dentro y fuera de la empresa.
- ✓ **Trabajadores rápidos.** Los colaboradores hacen sus labores de manera rápida pero eficiente para lograr satisfacer al cliente.
- ✓ **Trabajadores dispuestos a ayudar.** Siempre están dispuestos a ayudar a los clientes al momento de alguna dificultad o problema en el servicio.
- ✓ **Trabajadores que responden.** El personal hace uso de un lenguaje empático con el cliente al momento de presentarse un conflicto. (p. 918)

- **Seguridad**

Colaboradores que inspiren confianza, sean siempre amables, al momento de tratar con las personas. (Camisón, Cruz, & González, 2006)

- ✓ **Colaboradores que transmiten confianza.** El comportamiento de los empleados inspira confianza al cliente en el momento de interactuar.
- ✓ **Cientes seguros con su proveedor.** El proveedor brinda una buena información y trato al cliente la cual ellos se sienten seguros y cómodos.
- ✓ **Colaboradores amables.** El personal muestra solidaridad, sencillez, encantador y atento al momento de tratar con diferentes clientes.
- ✓ **Colaboradores bien formados.** El personal hace uso del uniforme o la vestimenta adecuada para dar buena impresión a los clientes. (p. 918)

- **Empatía**

Dar una atención individualizada y comprender las necesidades del cliente. (Camisón, Cruz, & González, 2006)

- ✓ **Atención individualizada al cliente.** Tratar a cada cliente de una manera distinta, potenciando el diálogo y satisfaciendo las distintas necesidades del cliente.
- ✓ **Horario conveniente.** Adecuación de los horarios según los clientes.

- ✓ **Atención personalizada de los colaboradores.** Se atiende a los trabajadores de una manera privada para aclarar dudas o problemas.
- ✓ **Preocupación por los intereses de los clientes.** El personal se preocupa por los bienes o ganancias de sus clientes.
- ✓ **Comprensión por las necesidades de los clientes.** El personal entiende las necesidades principales de sus clientes. (p. 918)

1.2.2.4. Satisfacción del turista.

Bateson, J y Hoffman, D (2012) la satisfacción del cliente es uno de los temas de gran importancia cuando se habla de bienes y servicios ofrecidos a un determinado número de clientes o usuarios, porque de este grado de satisfacción depende el éxito del negocio. (p. 86)

García (2006) afirma que: La medición de la satisfacción del consumidor en el sector turístico no es un ejercicio fácil dada la dificultad de medir una calidad percibida tan compleja como es la que percibe un turista, desde que llega a su destino hasta que lo abandona (el transporte, el alojamiento, los precios, etc.) (p.48).

También Kotler, P y Armstrong, G (2008) define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. (p. 126)

También Kotler y Keller (2006) afirma que "la satisfacción es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado". (p.144)

Vavra, T (2010) La satisfacción es la respuesta de ver cumplidas las necesidades y expectativas del cliente, es un juicio respecto a una característica del bien o servicio, o el bien o servicio en sí mismo, que proporciona un nivel placentero de recompensa relacionado con su consumo".

1.2.2.5. Naturaleza efectiva de la satisfacción.

Según Oliver (1994) existen cinco prototipos diferentes de satisfacción:

- **Contento:** efecto de ser tolerante.
- **Placentero:** estado positivo que implica buena experiencia y efecto de felicidad.
- **Alivio:** es un estado negativo de refuerzo que ocurre se elimina un estado de aversión.
- **Novedad:** es algo inesperado.
- **Sorpresa:** que supera más allá de las expectativas.

1.2.2.6. Tipos de satisfacción e insatisfacción.

Según Stauss (2004) los tipos de satisfacción son los siguientes:

- **Satisfacción exigente:** es la relación del cliente que tiene con los proveedores es determinada por las emociones positivas, especialmente el optimismo y la confianza.
- **Satisfacción estable:** puede ser descrita como un nivel de aspiración y de exigencia pasivo por parte del cliente.
- **Satisfacción resignada:** este tipo de satisfacción no es inducida por el cumplimiento de las expectativas del cliente, por el hecho de que este tiene la impresión de que es poco realista de esperar más de lo que se le está dando.

1.2.2.7. Dimensiones de la satisfacción del turista.

- **Satisfacción.** En mercados tan competitivos como los actuales satisfacer plenamente a los clientes no es cuestión menor. Por ellos es menester planificación las actividades tanto para deleitar a los consumidores, como para recabar las mediciones y enfocar las debidas correcciones. Lefcovich, Mauricio León. (2009). Satisfacción del Consumidor. España: El Cid Editor/ apuntes.
- **Servicios.** El concepto de servicios lo define Harrington J y Harrington J, S (1997), como una contribución al bienestar de los demás y mano de obra útil que nos proporciona un bien tangible. Fontalvo Herrera, Tomas José Vergara Schmalbach, Juan Carlos. (2010). La gestión de la calidad en los servicios, ISO 9001:2008. España: B- EUMED.
- **Fiabilidad.** Confianza de la que se digna una persona; probabilidad de que una cosa funcione bien o sea segura. Gómez de Silva, Guido Duran Gili, Rosa María. (1995). Diccionario escolar McGraw-Hill de la lengua española. España: McGraw-Hill Interamericana.
- **Protocolo.** Conjunto de normas y reglas que deben seguirse en actos públicos y

ceremonias. Gómez de Silva, Guido Duran Gili, Rosa María. (1995). Diccionario escolar McGraw-Hill de la lengua española. España: McGraw-Hill Interamericana.

Pérez (2010) refiere que: Las dimensiones de la satisfacción del turista son las siguientes: destino (atención y trato dispensado, seguridad, información, accesibilidad a la comunicación y señalización), servicio (atención y trato dispensado, eficacia, rapidez en alojamiento, transporte, prestadores turísticos, servicios urbanos, gastronómicos y oficinas de información al turista (p.36).

Oliveira (2011) indica que: La atracción y el mantenimiento de un flujo específico de turistas hacia un destino dependen fuertemente de la satisfacción que se les brinde. De tal manera, realizó un estudio de campo en dos etapas: la primera, de carácter exploratorio, se propuso relevar factores importantes para la determinación de la satisfacción; y la segunda, de carácter descriptivo-conclusivo, intentó definir cuáles de los factores relevados en la primera etapa contribuyen más a discriminar la satisfacción. De los cinco factores considerados, dos (acceso y atractivos naturales) se presentaron como los más discriminatorios (p.229).

Los 5 factores considerados fueron: accesos (incluyen tipo y condiciones de las carreteras, tipo y estado de la señalización y presencia de paneles interpretativos), costos y acondicionamiento (condiciones de peajes, pasajes y medios de llegada, planta turística (estadias, alojamiento, alimentación y recreación), atractivos naturales y atractivos artificiales (tipo de atracciones, recursos operativos y no operativos, condiciones y estado de conservación 13 de los recursos). Finalmente, la infraestructura que incluye en ella al hospedaje, acceso a la información, comunicación existente, seguridad que presenta el recorrido y estado de saneamiento (p.235).

García (2006) realizó una investigación de la satisfacción del turista en España: Aplicando un cuestionario en una encuesta donde hizo una pregunta donde se valora la satisfacción a través de 12 componentes de calidad, siendo ellos los siguientes: hospitalidad/trato, calidad del alojamiento, conservación del entorno, diversión, gastronomía, ruido ambiental, información turística, seguridad ciudadana, limpieza urbana, señalización, infraestructuras, precios (p.51).

1.2.2.8. Teorías de satisfacción al turista.

Como ya sabemos el turismo es aquella actividad que contribuye económicamente tanto como en lo social a los destinos, es por ello que la satisfacción al turista es esencial para el buen cuidado de los recursos y el desarrollo de la actividad turística.

Las empresas de hoy especialmente las que brindan los servicios de turismo sienten la necesidad de dar a los visitantes un valor agregado con el fin de ser diferentes a la de sus competidores, pero manteniendo el costo de forma rentable.

De acuerdo con William y Jesse (2008) “La satisfacción es un estado del cerebro producido por una mayor o menor optimización de la retroalimentación cerebral, en donde las diferentes regiones compensan su potencial energético, dando la sensación de plenitud e inapetencia extrema”.

1.2.2.9. Teoría para evaluar la satisfacción.

Para evaluar y conocer el nivel de satisfacción de los clientes, las organizaciones pueden plantear distintas formas como: cuestionarios, formularios de reclamos y quejas, entre otros; entre todas ellas la más utilizada sería el cuestionario de satisfacción ya que esto permitirá obtener una información concreta de los clientes. Estos pueden basarse en escalas de medición como el modelo SERVQUAL.

13. Definición de Términos Básicos

- **Calidad:** La calidad se refiere, no solo a productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, por todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios (Imai, 1998, p. 10).
- **Catarata:** Accidente geográfico caracterizado por la abrupta caída o salto de una masa de agua en un determinado territorio. Esta abrupta caída tiene por consecuencia la permanente formación de una especie de abundante lluvia de agua que cae desde una altura más importante hacia otra inferior. Normalmente, las cataratas pueden variar en numerosos elementos tales como la altura de la caída, la intensidad del agua, la cantidad de agua que cae, la sucesión de varias caídas o no, etc. (MINCETUR, 2018, p. 60).

- **Cascada:** Es una caída vertical del agua de un río, de menor altura y de menor volumen de agua que la catarata; es el caso de Tirol, en el valle de Chanchamayo (Junín), o el Velo de la Novia en Churín (Lima). (MINCETUR, 2018, p. 60).
- **Guías de turismo:** “Es la persona encargada de atender y asistir, conducir e informar, supervisar y hacer cumplir lo ofrecido, y orientar al turista en su idioma durante su estadía en un país nuevo y desconocido”. (MINCETUR, 2007).
- **Guion turístico:** Material informativo sobre una localidad o producto turístico. Es una herramienta metodológica que permite ordenar, sintetizar, sistematizar y adaptar los servicios turísticos a las necesidades de los diferentes segmentos de turistas. Conlleva la elaboración de un estudio previo para identificar el patrimonio turístico y los servicios turísticos.
- **Inventario de Recursos Turísticos:** Brinda información sobre la clasificación y categorización de aquellos recursos que, por sus cualidades naturales y/o culturales, motivan el desarrollo del turismo en el Perú. (MINCETUR,2011)
- **Orientadores turísticos:** persona natural, residente en el ámbito circunscrito, que cuenta con las competencias necesarias para orientar y asistir al turista durante el desarrollo del servicio de las actividades especializadas de guiado señalada. Presta servicio de información y orientación en determinado ámbito circunscrito. (MINCETUR, 2007)
- **Satisfacción:** es un concepto psicológico, que en un sentido básico implica el sentimiento de bienestar y placer por obtener lo que se desea y espera de un producto o servicio (Sancho, 1998).
- **Servicio:** Organización y personal destinados a cuidar intereses y satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada. Es el conjunto de acciones establecidas para incrementar la satisfacción del cliente unido a los beneficios del producto.
- **Turista:** Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, descanso, ocupación del tiempo libre, peregrinaciones, salud, u otra diferente a una actividad en el lugar de destino. También se consideran turistas internacionales los pasajeros de cruceros y los colombianos residentes en el exterior de visita en Colombia.

CAPÍTULO II

MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Sistema de hipótesis

La calidad de servicio del guiado se relaciona con la satisfacción de los turistas que visitan la Catarata de Pucayaquillo, comunidad nativa de Nuevo Lamas, distrito de Shapaja – 2019.

2.1.1. Hipótesis específicas

H₁: La calidad de servicio del guiado se relaciona con la satisfacción de los turistas que visitan la Catarata de Pucayaquillo, comunidad nativa de Nuevo Lamas, distrito de Shapaja – 2019.

H₂: La calidad de servicio del guiado no se relaciona con la satisfacción de los turistas que visitan la Catarata de Pucayaquillo, comunidad nativa de Nuevo Lamas, distrito de Shapaja – 2019.

2.2. Sistema de Variables

- **Variable Independiente:** Calidad de servicio. Según Riveros, (2007):
Es el nivel de cumplimiento de los requisitos del servicio o del producto, que lo hace preferido el cliente.

- **Variable Dependiente:** Satisfacción al turista. De acuerdo con Hoffman y Bateson, (2012):
Es aquella en que se comparan las expectativas del cliente con sus percepciones respecto del contacto real del servicio.

2.2.1. Operacionalización de Variables

2.2.1.1. Variable: Calidad de servicio.

Variable Independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Calidad de servicio	Es el nivel de cumplimiento de los requisitos del servicio o del producto, que lo hace preferido el cliente. (Riveros, 2007)	Su expresión es un número matemático y el valor arrojado se encuentra expresado en porcentaje (%). Es brindar un servicio excepcional, satisfaciendo las necesidades del cliente y superando sus expectativas, logrando con ello la permanencia de clientes existentes y acaparando nuevos En esta medición se pretende conocer el grado en el que el turista considera que la calidad de servicio del guiado prestado por el orientador turístico es la mejor.	Elementos tangibles	Equipos de aspecto moderno	ORDINAL
				Instalaciones físicas atractivas	
				Empleados pulcros	
				Materiales asociados al servicio	
			Fiabilidad	Promesa de cumplir en tiempo acordado	
				Interés por resolver el problema del cliente	
				Desempeñar bien el servicio por primera vez	
				Proporcionar el servicios en el momento que promete hacerlo.	
				Registros libres de error	
			Sensibilidad	Información de la ejecución del servicio	
				Servicio expedido y rápido	
				Disposición de ayudar a los clientes	
				Los empleados no deben estar ocupados para ayudar a los clientes.	
			Seguridad	Colaboradores que transmiten confianza	
				Cientes seguros con su proveedor	
				Colaboradores amables	
				Colaboradores bien formados	
			Empatía	Atención individualizada a los cliente	
				Empleados que dan atención personal	
				Preocuparse de los interés de uds.	
Los empleados deben entender las necesidades específicas de los clientes.					
Horarios de atención convenientes.					

Fuente: Elaboración Propia; junio 2019.

2.2.1.2. Variable: Satisfacción del turista.

Variable Independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Satisfacción al turista	Es aquella en que se comparan las expectativas del cliente con sus percepciones respecto del contacto real del servicio. (Hoffman y Bateson, 2012)	Se refiere cuando el turista encuentra la satisfacción de un servicio o producto, quedando complacido a cabalidad al momento de recibirlo.	Accesos	Condiciones de las rutas de acceso para llegar a la Catarata Pucayaquillo.	ORDINAL
				Estado de Conservación de los senderos en la Catarata Pucayaquillo.	
			Costos y Acondicionamiento	Costo de paquete a la Catarata Pucayaquillo.	
				las instalaciones dentro de la catarata.	
				Servicios básicos (servicios higiénicos) en la Catarata Pucayaquillo.	
				Presencia y estado de Señalización turística y Paneles interpretativos	
			Atractivos Naturales y Culturales	Cantidad adecuada de contenedores de basura dentro y fuera del atractivo.	
				Seguridad que posee las instalaciones turísticas.	
			Prestación de servicios	Condiciones y estado de conservación de los recursos.	
				Acceso a la información Centro de Interpretación Puestos de Control y Vigilancia (registro de visitantes)	
				Servicio de guiado	
				Resolución de dudas e inconvenientes, respuesta eficiente a las peticiones de los turistas	

Fuente: Elaboración Propia; junio 2019.

2.3. Tipo y Nivel de Investigación

2.3.1. Tipo de Investigación

Investigación aplicada: Para Salinas y Pérez (1993) la investigación aplicada “Se basa sobre los descubrimientos, hallazgos y soluciones de la investigación orientada. Se le llama aplicada porque sus resultados se pueden aplicar para la solución directa e inmediata de los problemas que les atañe”

La presente investigación es de tipo Aplicada, en razón que se utilizaron conocimientos en los aspectos intelectuales de la descripción de información y sus especificaciones para la búsqueda, además de cualquier sistema, técnica o instrumento que se utilizó para dar solución a un determinado problema planteado.

2.3.2. Nivel de Investigación

Investigación descriptiva: Para Hernández, Fernández, y Baptista (2014) “Este tipo de estudio busca especificar las propiedades, características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”.

La presente investigación es de nivel Descriptiva, porque este tipo de investigación es muy importante para el plan de marketing dado la gran cantidad de información que se va a recopilar para poder sustentar la investigación. Esto ayudo para poder hacer una investigación clara y concisa de todos los aspectos necesarios y que fue de gran ayuda para cumplir los objetivos planteados.

2.4. Diseño de la Investigación

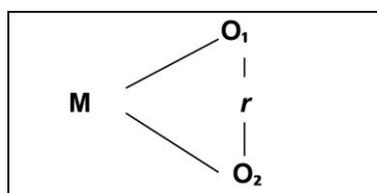
Según su profundidad y alcance fue Descriptivo – Correlacional Mixta, ya que en la investigación se pretendió conocer detalladamente cada una de las variables, para posteriormente conocer la relación entre la variable independiente (calidad de servicio del guiado) y la variable dependiente (satisfacción del turista). (Hernández Sampieri, Fernández Collado, y Baptista Lucio, 2014).

Cuantitativo: Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías.

Cualitativo: Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.

Mixta: conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. Se utiliza un único enfoque, porque regularmente implica la necesidad de mayores recursos económicos, de involucramiento de más personas, conocimientos y tiempo

Esquema del diseño:



Donde:

M : Turistas

O₁: Calidad de servicio del guiado.

O₂: Satisfacción del turista.

r : Relación

2.5. Población y Muestra

2.5.1. Población.

La población es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. Según Tamayo y Tamayo, (1997), "La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación" (P.114)

La población estará conformada por **10 667** turistas que visitaron la Cascada de Pucayaquillo, durante el periodo comprendido entre julio 2018 – julio 2019. (Fuente: DIRCETUR SAN MARTIN; ver anexo)

2.5.2. Muestra.

La muestra es la que puede determinar la problemática ya que es capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. Según Tamayo y

Tamayo, (1997), afirma que la muestra " es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico" (p.38)

Para determinar la muestra, se aplicó la formula muestral para identificar la cantidad de personas a ser encuestadas.

$$n = \frac{p \cdot q}{\frac{e^2}{z^2} + \frac{p \cdot q}{m}}$$

Donde:

- **n:** Tamaño de Muestra
- **m:** Tamaño de la Población
- **p:** Proporción real de éxito
- **q: (1-p):** Variabilidad de lo estudiado
- **z:** Coeficiente de confiabilidad
- **e:** Error muestral admitido

Determinar el nivel de confianza con que se desea trabajar (z), para el caso se muestra el siguiente cuadro de donde se toma en cuenta $z = 1.96$ para un 95% de confianza, y un margen de error correspondiente a 0.05.

La proporción real de éxito ($p = 0.8$) dará como resultado la recomendación del tamaño de la muestra. Se está garantizando que el tamaño de la muestra será suficiente para obtener el margen de error deseado. Lo más que se puede esperar es que el 80 por ciento de las personas contesten afirmativamente y el otro 20 por ciento lo haga en forma negativa.

Tomando los valores siguientes para determinar la muestra.

Datos

- $z = 1.96 = 0.95$
- $p = 0.8$
- $q = 1 - 0.8 = 0.2$
- $e = 5\% = 0.05$
- $m = 10\ 667$
-

Aplicando Fórmula

$$n = \frac{0.8 * 0.2}{0.05^2 + \frac{0.8 * 0.2}{10667}} = 57.4 = 57$$

Entonces nuestra muestra para la aplicación de la encuesta fue de **57** visitantes que ingresaron a la Catarata Pucayaquillo

Cuadro de Apoyo

Certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90	80	62.27	50%
a						%	%	%	
Z	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65	1.28	1	0.674
Z ²	3.84	3.53	3.28	3.06	2.86	2.72	1.64	1.00	0.45
E	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.10	0.20	0.37	0.50
e ²	0.002	0.003	0.004	0.006	0.008	0.01	0.04	0.1369	0.25
	5	6	9	4	1				

Fuente: (Hernández y Hernández, 2003)

2.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

2.6.1. Técnicas de recolección de datos.

Según Hurtado (2000):

las técnicas de recolección de datos, son los procedimientos y actividades que le permiten al investigador obtener la información necesaria para dar cumplimiento a su objetivo de investigación. Las técnicas utilizadas en esta investigación son las siguientes:

- ✓ **La observación:** En opinión de Sabino (1992), la observación es una técnica antiquísima, cuyos primeros aportes sería imposible rastrear. A través de sus sentidos, el hombre capta la realidad que lo rodea, que luego organiza intelectualmente y agrega: La observación puede definirse, como el uso sistemático de nuestros sentidos en la búsqueda de los datos que necesitamos para resolver un problema de investigación. (p. 111-113)

En esta investigación se aplicó esta técnica para conocer las características físicas del lugar como: flora, fauna, actividades que se realizan en el lugar. Para ello se realizó algunos recorridos por cada uno de los sitios para observarlo y poder describirlos.

- ✓ **Encuesta:** Según Tamayo y Tamayo (2008), la encuesta “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”. Es importante señalar, que esta técnica estuvo dirigida hacia los directivos-gerentes de agencias de viajes a nivel nacional, repartidas de acuerdo a la muestra. (p.24)

A través de una encuesta dirigida al público se pretende conocer la calidad de servicio del guiado se relaciona con la satisfacción de los turistas que visitan la Catarata de Pucayaquillo, comunidad nativa de Nuevo Lamas, distrito de Shapaja, provincia de San Martín – 2019.

- ✓ **Análisis Documental:** Según Fraga, Herrera, y Fraga (2010) “La revisión de documentos permite complementar, confirmar o refutar determinados supuestos, o también brindar una orientación al investigador de cómo en realidad debieron ser los eventos del fenómeno que se estudia”.

En esta investigación se aplicó esta técnica para obtener la fundamentación teórica que se basó en la revisión de diferentes fuentes bibliográficas tales como: libros, tesis, proyectos, documentales, revistas, textos, páginas de internet.

2.6.2. Instrumentos de recolección de datos.

- ✓ **Instrumentos de recolección de datos:** Según Arias (2006), un instrumento de recolección de datos, “es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información” (p. 69).

Los instrumentos utilizados en esta investigación son:

- Cuestionario dirigido a los visitantes.
- Ficha de observación aplicado al lugar de investigación.

2.7. Técnicas e instrumentos para el procesamiento y análisis de datos.

Se utilizó la frecuencia porcentual, en el cual después de haber registrado los valores numéricos se convertirán en porcentajes con la finalidad de conocer los resultados de forma definida e imparcial.

Se recolectara la información una vez que ya se haya realizado la encuesta a la población que visita la Catarata de Pucayaquillo, para la respectiva tabulación de los datos y el procesamiento de la información el mismo que se ingresara al programa Microsoft Excel para la elaborar los respectivos cuadros y grafico estadístico conjuntamente, información que nos servirá para realizar un análisis minucioso para conocer la calidad del servicio de guiado y como esta se relaciona con la satisfacción del turista en la Catarata Pucayaquillo, del distrito de Shapaja.

A continuación, se describen los pasos utilizados para el procesamiento de la información:

- La recopilación de la información de los datos obtenidos de las encuestas para el procesamiento de datos creíbles.
- El ordenamiento de la información después del proceso de captura de los datos será utilizadas para la tabulación.
- Tras el ordenamiento de la información, como paso siguiente la tabulación de los datos mediante tablas o cuadrados que permitan una mejor comprensión de la información, utilizando el programa Microsoft Excel.
- Elaboración de tablas y figuras estadísticas de los resultados que ayudaran en visualización de la información.
- Análisis e interpretación de los resultados para una mejor comprensión de la investigación que se realizó.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros

3.1.1. Resultados de las encuestas de turistas – variable calidad de servicio.

Pregunta N° 01: ¿El Orientador Turístico cumple con el tiempo establecido en el guiado?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 01, se tuvo un máximo de dos respuestas 57% equivalente a 33 visitantes considera estar de acuerdo y un 43% equivalente a 24 visitantes eligieron estar muy de acuerdo; como se puede verificar en la Tabla 1.

Tabla 1

Tabla de distribución de frecuencias sobre tiempo establecido.

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0%
De acuerdo	33	57%
Muy de acuerdo	24	43%
TOTAL	57	100%

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 02: ¿Cuándo el turista tiene un problema, el orientador debe mostrar un sincero interés en resolverlo?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 02, se tuvo dos respuestas 66% equivalente a 38 visitantes considera estar de acuerdo y un 34% equivalente a 19 visitantes eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 2.

Tabla 2

Tabla de distribución de frecuencias sobre Resolución de Problemas.

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0%
De acuerdo	38	66%
Muy de acuerdo	19	34%
TOTAL	57	100%

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 03: ¿Los orientadores en turismo, debe desempeñar bien el servicio?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 03, se tuvo un máximo de dos respuestas 70% equivalente a 40 visitantes considera estar de acuerdo y un 30% equivalente a 17 visitantes eligieron estar muy de acuerdo; como se puede verificar en la Tabla 3.

Tabla 3

Tabla de distribución de frecuencias sobre desempeño del servicio.

<i>Niveles</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
<i>Muy en desacuerdo</i>	0	0%
<i>En desacuerdo</i>	0	0%
<i>Ni de acuerdo / desacuerdo</i>	0	0%
<i>De acuerdo</i>	40	70%
<i>Muy de acuerdo</i>	17	30%
TOTAL	57	100%

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 04: ¿El orientador en turismo cumple sus servicios ofrecidos?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 04, se tuvo un máximo de dos respuestas 88% equivalente a 50 visitantes considera estar de acuerdo y un 12% equivalente a 7 visitantes eligieron estar muy de acuerdo; como se puede verificar en la Tabla 4.

Tabla 4*Tabla de distribución de frecuencias sobre cumplimiento de servicios.*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0%
De acuerdo	50	88%
Muy de acuerdo	7	12%
TOTAL	57	100%

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 05: ¿Los orientadores en turismo debe insistir en registros libres de error?.

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 05, se tuvo un total de 3 respuestas 77% equivalente a 44 visitantes considera estar de acuerdo, el 17% equivalente a 9 visitantes eligieron estar muy de acuerdo y un 6% de los encuestados equivalente a 4 eligieron la opción ni de acuerdo ni desacuerdo, como se puede verificar en la Tabla 5.

Tabla 5*Tabla de distribución de frecuencias sobre registros sin errores*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo / desacuerdo	4	6%
De acuerdo	44	77%
Muy de acuerdo	9	17%
TOTAL	57	100%

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 06: ¿El orientador en turismo debe mantener informados a los turistas con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 06, se tuvo un máximo de dos respuestas 86% equivalente a 49 visitantes considera estar de acuerdo y un 14% equivalente a 8 visitantes eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 6.

Tabla 6

Tabla de distribución de frecuencias sobre la información de los servicios.

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0%
De acuerdo	49	86%
Muy de acuerdo	8	14%
TOTAL	57	100%

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 07: ¿Los orientadores en turismo deben brindar un servicio rápido?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 07, se tuvo un máximo de dos respuestas 93% equivalente a 53 visitantes considera estar de acuerdo y un 7% equivalente a 4 visitantes eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 7.

Tabla 7

Tabla de distribución de frecuencias sobre Rapidez en el Servicio.

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0%
De acuerdo	53	93%
Muy de acuerdo	4	7%
TOTAL	57	100%

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 08: ¿Los orientadores en turismo, deben estar dispuestos a ayudarles?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 08, se tuvo un máximo de dos respuestas 89% equivalente a 51 visitantes considera estar de acuerdo y un 11% equivalente a 6 visitantes eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 8.

Tabla 8*Tabla de distribución de frecuencias sobre disponibilidad a ayudar*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0%
De acuerdo	51	89%
Muy de acuerdo	6	11%
TOTAL	57	100%

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 09: ¿El comportamiento de los orientadores en turismo, debe influir confianza en usted?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 09, se tuvo un total de tres respuestas 83% equivalente a 49 visitantes considera estar de acuerdo, el 13% equivalente a 8 visitantes eligieron estar muy de acuerdo y un 4% equivalente a 3 eligieron la opción ni de acuerdo ni desacuerdo, como se puede verificar en la Tabla 09.

Tabla 9*Tabla de distribución de frecuencias sobre Confianza en el servicio.*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	3	4
De acuerdo	49	83
Muy de acuerdo	8	13
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 10: ¿El turista debe sentirse seguro durante el recorrido con los orientadores en turismo?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 10, se tuvo un máximo de dos respuestas 69% equivalente a 40 visitantes considera estar de acuerdo y un 31% equivalente a 17 visitantes eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 10.

Tabla 10*Tabla de distribución de frecuencias sobre Seguridad en el Recorrido*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0
De acuerdo	40	69
Muy de acuerdo	17	31
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 11: ¿Los orientadores en turismo, deben mostrar cortesía con los turistas?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 11, se tuvo dos respuestas 76% equivalente a 44 visitantes considera estar de acuerdo y un 24% equivalente a 13 visitantes eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 11.

Tabla 11*Tabla de distribución de frecuencias sobre Cortesía de los Orientadores.*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0
De acuerdo	44	76
Muy de acuerdo	13	24
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 12: ¿Los orientadores en turismo, deben estar capacitados para responder a las preguntas de los turistas?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 12, se tuvo un máximo de dos respuestas 93% equivalente a 53 visitantes considera estar de acuerdo y un 7% equivalente a 4 eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 12.

Tabla 12*Tabla de distribución de frecuencias sobre Capacitación de Orientadores*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0
De acuerdo	53	93
Muy de acuerdo	4	7
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 13: ¿El orientador en turismo debe dar atención personalizada a los turistas? De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 13, se tuvo un máximo de dos respuestas 78% equivalente a 45 visitantes considera estar de acuerdo y un 22% equivalente a 12 visitantes eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 13.

Tabla 13*Tabla de distribución de frecuencias sobre Atención Personalizada.*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0
De acuerdo	45	78
Muy de acuerdo	12	22
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 14: ¿El orientador en turismo debe preocuparse por los intereses del turista?. De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 14, se tuvo un total de 3 respuestas 88% equivalente a 50 de visitantes considera estar de acuerdo, el 7% equivalente a 4 visitantes eligieron estar de acuerdo y un 5% de los encuestados equivalentes a 3 eligieron la opción ni de acuerdo ni desacuerdo, como se puede verificar en la Tabla 14.

Tabla 14

Tabla de distribución de frecuencias sobre Intereses del Turista.

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	3	5
De acuerdo	50	88
Muy de acuerdo	4	7
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 15: ¿Los orientadores en turismo deben comprender las inquietudes de los turistas?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 15, se tuvo un máximo de dos respuestas 60% equivalente a 34 visitantes considera estar muy de acuerdo y un 40% equivalente a 23 visitantes eligieron estar de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 15.

Tabla 15

Tabla de distribución de frecuencias sobre Inquietudes de los Turistas

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0
De acuerdo	23	40
Muy de acuerdo	34	60
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 16: ¿El horario de ingreso a la Catarata de Pucayaquillo deben estar de acorde al tiempo de los turistas?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 16, se tuvo un máximo de dos respuestas 96% equivalente a 55 visitantes considera estar de acuerdo y un 4% equivalente a 2 visitantes eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 16.

Tabla 16

Tabla de distribución de frecuencias sobre los horarios de ingreso.

Niveles	f	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0
De acuerdo	55	96
Muy de acuerdo	2	4
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 17: ¿En la Catarata de Pucayaquillo deben contar con los equipos necesarios para la prestación de sus servicios?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 17, se tuvo un total de tres respuestas 94% equivalente a 54 visitantes considera estar de acuerdo, el 6% equivalente a 3 visitantes eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 17.

Tabla 17

Tabla de distribución de frecuencias sobre los Equipos Necesarios.

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0
De acuerdo	54	94
Muy de acuerdo	3	6
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 18: ¿Las instalaciones físicas de la Catarata de Pucayaquillo, deben ser atractivas para el Turista?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 18, se tuvo un total de dos respuestas 73% equivalente a 42 visitantes considera estar muy de acuerdo, el 27% equivalente a 15 visitantes eligieron estar de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 18.

Tabla 18*Tabla de distribución de frecuencias sobre las Instalaciones Físicas.*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0
De acuerdo	15	27
Muy de acuerdo	42	73
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 19: ¿La Catarata de Pucayaquillo debe verse pulcra para los Turistas?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 19, se tuvo un máximo de dos respuestas 82% equivalente a 47 visitantes considera estar muy de acuerdo y un 18% equivalente a 10 visitantes eligieron estar de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 19.

Tabla 19*Tabla de distribución de frecuencias sobre la Pulcritud de la Catarata*

<i>Niveles</i>	<i>F</i>	<i>%</i>
<i>Muy en desacuerdo</i>	0	0
<i>En desacuerdo</i>	0	0
<i>Ni de acuerdo / desacuerdo</i>	0	0
<i>De acuerdo</i>	10	18
<i>Muy de acuerdo</i>	47	82
<i>TOTAL</i>	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 20: ¿Los materiales asociados con el servicio, deben ser visualmente atractivos?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 20, se tuvo un total de tres respuestas 84% equivalente a 48 visitantes considera estar muy de acuerdo, el 11% equivalente a 6 visitantes eligieron estar de acuerdo y un 5% equivalente a 3 eligieron la opción ni de acuerdo ni desacuerdo, como se puede verificar en la Tabla 20.

Tabla 20

Tabla de distribución de frecuencias sobre los materiales visualmente atractivos.

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	3	5
De acuerdo	6	11
Muy de acuerdo	48	84
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 21: ¿Accesibilidad adecuada a la Catarata de Pucayaquillo?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 21, se tuvo un total de dos respuestas 60% equivalente a 34 visitantes considera estar de acuerdo, el 40% equivalente a 23 visitantes eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 21.

Tabla 21

Tabla de distribución de frecuencias sobre accesibilidad adecuada

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0
De acuerdo	34	60
Muy de acuerdo	23	40
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 22: ¿Senderos en buen estado de conservación?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 22, se tuvo un total de dos respuestas 95% equivalente a 54 visitantes considera estar de acuerdo, el 5% equivalente a 3 visitantes eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 22.

Tabla 22*Tabla de distribución de frecuencias sobre el estado de los senderos*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0
De acuerdo	54	95
Muy de acuerdo	3	5
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 23: ¿La Catarata de Pucayaquillo cumple con sus expectativas?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 23, se tuvo un total de dos respuestas 80% equivalente a 46 visitantes considera estar de acuerdo, el 20% equivalente a 11 visitantes eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 23.

Tabla 23*Tabla de distribución de frecuencias sobre las expectativas de la Catarata Pucayaquillo.*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0
De acuerdo	46	80
Muy de acuerdo	11	20
TOTAL	83	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 24: ¿Los servicios higiénicos cuentan las condiciones adecuadas?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 24, se tuvo las siguientes respuestas 55% equivalente a 32 visitantes considera estar en desacuerdo, el 24% equivalente a 13 visitantes eligieron estar muy en desacuerdo, el 16% equivalente a 9 personas eligieron la opción ni de acuerdo ni tan desacuerdo y un 5% equivalente a 3 en de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 24.

Tabla 24

Tabla de distribución de frecuencias sobre condiciones adecuadas de los servicios higiénicos.

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	13	24
En desacuerdo	32	55
Ni de acuerdo / desacuerdo	9	16
De acuerdo	3	5
Muy de acuerdo	0	0
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 25: ¿Se encuentra satisfecho con los equipos de los servicios higiénicos de la de la Catarata Pucayaquillo?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 25, se tuvo las siguientes respuestas 57% equivalente a 33 visitantes considera estar muy en desacuerdo, el 31% equivalente a 17 visitantes eligieron estar en desacuerdo y un 12% equivalente a 7 eligieron la opción ni de acuerdo ni tan desacuerdo, como se puede verificar en la Tabla 25.

Tabla 25

Tabla de distribución de frecuencias sobre la satisfacción de los servicios higiénicos

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	33	57
En desacuerdo	17	31
Ni de acuerdo / desacuerdo	7	12
De acuerdo	0	0
Muy de acuerdo	0	0
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 26: ¿Se encuentra satisfechos con la señalización turística?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 26, se tuvo las siguientes respuestas 52% equivalente a 29 visitantes considera estar de acuerdo, el 33% equivalente a 19 visitantes considera estar ni de acuerdo ni tan desacuerdo, un 11% equivalente a 6 visitantes eligieron estar muy en desacuerdo y un 5% equivalente a 3 visitantes eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 26.

Tabla 26*Tabla de distribución de frecuencias sobre señalización turística.*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	6	11
En desacuerdo	3	5
Ni de acuerdo / desacuerdo	19	33
De acuerdo	29	52
Muy de acuerdo	0	0
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 27: ¿El panel interpretativo brinda información para la orientación del turista?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 27, se tuvo las siguientes respuestas 78% equivalente a 45 visitantes considera estar de acuerdo, el 14% equivalente a 8 visitantes consideran estar ni de acuerdo ni desacuerdo y un 7% equivalente a 4 eligieron estar de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 27.

Tabla 27*Tabla de distribución de frecuencias sobre el panel interpretativo.*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	8	14
De acuerdo	45	78
Muy de acuerdo	4	7
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 28: ¿Se encuentra satisfecho con los contenedores de basura ubicados en el camino?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 28, se tuvo las siguientes respuestas 57% equivalente a 33 visitantes considera estar de acuerdo, el 24% equivalente a 14 visitantes consideran estar ni de acuerdo ni desacuerdo, un 13% equivalente a 7 eligieron estar desacuerdo y el 6% equivalente a 3 eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 28.

Tabla 28*Tabla de distribución de frecuencias sobre contenedores de basura*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	7	13
Ni de acuerdo / desacuerdo	14	24
De acuerdo	33	57
Muy de acuerdo	3	6
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 29: ¿Está usted de acuerdo con las instalaciones turísticas?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 29, se tuvo las siguientes respuestas 60% equivalente a 34 visitantes considera estar de acuerdo, el 28% equivalente a 16 visitantes eligieron estar muy de acuerdo, un 12% equivalente a 7 eligieron la opción muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 29.

Tabla 29*Tabla de distribución de frecuencias sobre Instalaciones Turísticas*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	7	12
De acuerdo	34	60
Muy de acuerdo	16	28
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 30: ¿Está de acuerdo con el estado de conservación de los recursos naturales dentro de la Catarata Pucayaquillo?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 30, se tuvo un total de dos respuestas 83% equivalente a 47 visitantes considera estar de acuerdo, el 17% equivalente a 10 visitantes eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 30.

Tabla 30

Tabla de distribución de frecuencias sobre estado de conservación de los recursos naturales

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0
De acuerdo	47	83
Muy de acuerdo	10	17
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019

Pregunta N° 31: ¿Se encuentra satisfecho con la prestación del servicio de la Catarata de Pucayaquillo?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 31, se tuvo las siguientes respuestas 66% equivalente a 38 visitantes considera estar de acuerdo, el 30% equivalente a 17 visitantes consideran estar de acuerdo y un 4% equivalente a 2 eligieron estar ni de acuerdo ni desacuerdo, como se puede verificar en la Tabla 31.

Tabla 31

Tabla de distribución de frecuencias sobre la prestación del servicio

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	2	4
De acuerdo	38	66
Muy de acuerdo	17	30
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 32: ¿Recibió información por parte de los orientadores antes de comenzar el recorrido hacia la Catarata Pucayaquillo?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 32, se tuvo las siguientes respuestas 75% equivalente a 43 visitantes considera estar de acuerdo, el 25% equivalente a 14 visitantes consideran estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 32.

Tabla 32*Tabla de distribución de frecuencias sobre el recibiendo de información*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0
De acuerdo	43	75
Muy de acuerdo	14	25
TOTAL	57	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

Pregunta N° 33: ¿Se encuentran satisfechos con el servicio de guiado por parte del orientador durante su recorrido?

De los resultados obtenidos del 100% acerca de la pregunta N° 33, se tuvo las siguientes respuestas 54% equivalente a 31 visitantes considera estar de acuerdo, el 46% equivalente a 26 visitantes eligieron estar muy de acuerdo, como se puede verificar en la Tabla 33.

Tabla 33*Tabla de distribución de frecuencias sobre el servicio de guiado.*

Niveles	F	%
Muy en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo / desacuerdo	0	0
De acuerdo	31	54
Muy de acuerdo	26	46
TOTAL	83	100

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

3.2. Discusión de Resultados

La presente investigación titulada “Relación entre la Calidad de Servicio de Guiado y Satisfacción del Turista en la Catarata de Pucayaquillo, Comunidad Nativa Nuevo Lamas, Distrito de Shapaja – 2019.”, tuvo como objetivo encontrar la relación entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción del Turista, por lo que se utilizó como técnica e instrumento de recolección de datos, la encuesta de 57 Turistas. En

consecuencia, se aplicó un cuestionario, el cual, comprende 33 interrogantes; Los datos obtenidos fueron procesados a través del programa Excel, mediante el cual, se determinó la relación que existe entre las dos variables (calidad de servicio de guiado y satisfacción del turista), a partir de sus expectativas como percepciones adquiridas a través de la contratación del servicio de guiado por parte de los orientadores turísticos del lugar.

En el caso de la variable calidad de servicio de guiado en la dimensión de Fiabilidad, se pudo constatar lo siguiente; que el 57%, verificar la tabla 1, de los turistas encuestados han demostrado de forma positiva estar de acuerdo con el cumplimiento del tiempo que el orientador brinda durante el guiado hacia la Catarata de Pucayaquillo. Por consiguiente, el 66% Tabla 2 de turistas encuestados se evidencio un resultado satisfactorio respecto a cómo los orientadores muestran interés por brindar una solución satisfactoria a las diferentes inquietudes que se presentan antes, durante y después del recorrido. Por otro lado, los orientadores desempeñan un servicio que va de acorde a expectativas de los turistas obteniendo un 70% de aprobación por parte del turista encuestado reflejándose en la tabla 3. El 77% de los turistas concuerda a través las encuestas realiza la necesidad de que los registros estén libres de errores esto puede verse reflejado en la tabla 5. En cuanto al cumplimiento de los servicios ofrecidos por el orientador sobre los encuestados que asisten al atractivo indica una aprobación del 88%; como se observa en la tabla 4. A través de estos datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta se demuestra el cumplimiento de las expectativas del turista, pues de esta manera se logra cierto flujo de visitantes y posibles nuevos turistas. Concordando con García (2016) en su estudio titulado “calidad del servicio en la agencia de viajes Pain Tours-2016, que el orientador designado a prestar el servicio debe mostrar gentileza como veracidad en la transmisión de características o dominio del producto, favoreciendo el cumplimiento de las promesas descritas al turista, procurando solucionar cualquier caso fortuito, facultando la excelencia del producto en cada momento, en un periodo determinado por los turistas, asimismo incorporar innovaciones encaminadas al mejoramiento del servicio.

Respecto a la dimensión de tangibilidad, más del 95% que indica la Tabla 20; los turistas sostienen que los materiales asociados con el servicio deben ser visualmente atractivos, que los equipos utilizados para la prestación del servicio en la Catarata de Pucayaquillo, cumplen con las expectativas del turista, lo cual genera les genera desde la primera impresión una percepción de buena calidad en los turistas. Reafirmando lo expuesto por

Romani (2017), la satisfacción del cliente involucra visualizar instalaciones sólidas, pulcritud en los espacios como en la vestimenta de los colaboradores, elementos que confieren seriedad, además del compromiso de la empresa con las exigencias dadas por los clientes, por ende, se desarrollan capacitaciones para reforzar competencias o talentos en el personal en aras de ofrecer siempre excelencia en el servicio.

En relación a seguridad, el 93 % que indica en la Tabla 12, sostiene que los orientadores en turismo, deben estar capacitados para responder a las preguntas de los turistas, por el cual se refuerza más la percepción de la calidad concebida, posterior a la adquisición de los servicios de los orientadores en la Catarata de Pucayaquillo. Los turistas encuestados sostuvieron, que se sienten seguros, el cual motiva a los turistas concluir con toda tranquilidad su recorrido como se muestra en la Tabla N°10 con el 69% de aprobación. Coincidiendo con Moreno (2018), el comportamiento cortés del orientador en turismo cuando concede respuestas concisas a las interrogantes formuladas, desempeña una función crucial en la emisión de confianza a los turistas, aduciendo seguridad para seguir frecuentando a la Catarata de Pucayaquillo.

Referente a la dimensión de empatía; Se relaciona estos datos de acuerdo a los autores Camisón, Cruz, & González (2006) Dar una atención individualizada y comprender las necesidades del cliente; los turistas encuestados sostuvieron que se encuentran totalmente satisfechos con la labor ejercida por los orientadores en turismo, dado que, se muestran dispuestos a responder sus inquietudes amablemente y preocuparse por los intereses del turista con más de un 95% de aprobación Tabla 14 y 15. se enfatizó la prestación de un servicio excelente, denotado por la prontitud para resolver problemas suscitados, procurando suplir todas las necesidades del cliente, difundiendo complacencia.

Las modalidades de los turistas a la Catarata Pucayaquillo en lo que respecta a la accesibilidad se obtuvo que el 60% de los encuestados mostraron resultados positivos respecto al interés demostrado en el estado del acceso hacia la Catarata (Tabla 21) y en cuanto al estado de la conservación del sendero un 95% afirma el buen estado en que se encuentran (Tabla 22). En este último se compara con lo mencionado por López, F. (2003), el cual define a la accesibilidad como: la característica que permite que los entornos, los productos, y los servicios sean utilizados sin problemas por todas las

personas, para conseguir los objetivos para los que están diseñados. Por otro lado, de acuerdo a la perspectiva en la accesibilidad hacia la Catarata de Pucayaquillo los turistas sostuvieron que está en condiciones adecuadas para el desarrollo de las distintas actividades a realizar.

Por otro lado, un 80% (Tabla 23) de los encuestados mostraron resultados positivos en cuanto al cumplimiento de sus expectativas en relación a la Dimensión de Acondicionamiento, confirmando así lo mencionado por MINCETUR (2011), define al acondicionamiento turístico como una actividad metódica direccionada a adecuar en un estado apropiado a la infraestructura y/o instalaciones turísticas, mediante la implementación, mejoramiento, ampliación o restauración de las mismas, con el fin de ofrecer una apropiada oferta turística para el visitante. Como se menciona en la tabla N° 23 con un más de un 80 % de los turistas describen que la Catarata de Pucayaquillo si cumple con su expectativas, sin embargo los servicios y los equipos higiénicos no cuenta con las condiciones adecuadas u apropiadas con más del 57% en desacuerdo tal como se observa en la tabla N° 24 y N°25 por ello se mejoró el acondicionamiento de las mismas implementando lo necesario para ofrecer un buen producto a los turistas que visitan a la Catarata de Pucayaquillo y queden satisfechos de recurrir dicho Atractivo.

De acuerdo a los datos obtenidos más del 83% los turistas sostuvieron estar de acuerdo con el estado de conservación de los recursos naturales dentro de la Catarata de Pucayaquillo. Concordando con los autores Goeldener y Ritchie (2011) mencionan que un recurso natural y el medio ambiente constituyen fundamentalmente la medición de los recursos naturales que cualquier área tiene disponibles para el uso y disfrute de los visitantes, los elementos básicos en esta categoría incluyen el aire y el clima, fisiografía de la región, forma de la tierra, terreno, flora, fauna y cuerpos de agua, playas, belleza natural, y agua para beber, y usos similares (p. 329). Que según a nuestra Tabla N° 30 de la presente investigación se pudo constatar que los turistas están satisfechos con el estado de conservación de los recursos naturales que se pueden distinguir durante el recorrido que se realiza en la Catarata de Pucayaquillo, por el cual es muy importante tener en cuenta la preservación del ambiente y el cuidado de los recursos naturales por parte de los turistas, orientadores y visitantes al dicho lugar.

Referente a los autores Hoffman y Bateson (2012) en su libro Marketing de Servicios

sostienen que la definición más común de satisfacción del cliente es aquella en que se comparan las expectativas del cliente con sus percepciones respecto del contacto real del servicio, en pocas palabras, si las percepciones de un cliente satisfacen sus expectativas, se dice que el cliente está satisfecho y si es todo lo contrario el cliente está insatisfecho. No se puede exagerar la importancia de la satisfacción del cliente, sin clientes, la empresa de servicios no tiene motivos para existir.

Dado los resultados obtenidos a través de la investigación realizada se pudo constatar que el más del 66% como se muestra en la Tabla N°31 y 33 se encuentran satisfechos con la prestación del servicio brindado por los orientadores de turismo en la Catarata de Pucayaquillo, cubriendo y cumpliendo todas las expectativas con respecto al guiado impartido por los orientadores de turismo así mismo lograr un mayor flujo de visitantes satisfechos.

Inventario de recursos de flora y fauna de la catarata de PUCAYAQUILLO

Tabla 34

Tabla del Inventario de Recursos de Flora

N°	NOMBRE COMUN	TIPO	USOS
01	Helechos	Planta	Propiedades curativas: tos, Presión arterial alta, dolores de cabeza, dolores musculares, diarrea, parásitos estomacales, quemaduras. Insecticida natural.
02	Pico de Loro - Situlli	Planta	Elemento decorativo, recuperación de los terrenos erosionados, posee efectos anticoagulantes
03	Huamanzama	Maderable	Propiedades: Usada para postes, varas, construcciones ligeras y ataúdes por ser de buena calidad y fácil de trabajar, aunque no es durable, también se utiliza en la obtención de pulpa de papel.
04	Cordoncillo	Planta	Propiedades curativas: enfermedades del estómago, cólicos, diarreas agudas o crónicas, eficaz como depurativa, antiséptica y antihemorrágica, limpia la sangre, problemas de riñón, hemorragias nasales, epilepsia, reumatismo.
05	Yarina	Planta	Fruto comestible, se pueden extraer aceite para usos culinarios, combate la diabetes, las hojas jóvenes son usadas como remedio para la mordedura de serpiente y el dolor de cabeza, picadura de raya y antipirético, epilepsia, amnesia y mal de riñones. Las hojas maduras son ampliamente usadas en el techado de viviendas.
06	Pucaquiro	Maderable	Se usa en construcciones, durmientes, carrocerías, mangos de herramientas y la raíz se usa para el tratamiento del dolor de diente

07	Shimbillo	Planta	Se utiliza para construcciones y sus frutos son comestibles.
08	Ishpingo	Maderable	Madera adecuada para la construcción, mueblería, laminas decorativas y donde se requiere el uso de la madera con apariencia atractiva y de dimensiones estables.
09	Ana Caspi	Maderable	Usada por los lugareños para la fabricación de canoas, cascos de botes en construcciones na vales; además en carrocerías, estructuras pesadas, construcciones puntales, pilares, vigas, columnas, durmientes, parquet, pisos, postes, chapas decorativas, marcos de puertas y ventanas.
10	Coca	Planta	Trata los signos de la artritis, reumatismo, heridas, úlceras tópicas (en la piel). inhibe el dolor presente en fracturas (huesos rotos o quebrados), mejorar la fatiga, aumentar el rendimiento físico y mejorar enfermedades de la garganta.
11	Zapote	Maderable	La madera se usa en carpintería de obra, encofrados, cajonería y mueblería. Por su apariencia y características podría sustituir al Pino Oregón. Su fruto mejorara los niveles altos de la tensión arterial, antidiarreico, posee propiedades antiinflamatorias y ayuda a mejorar los dolores reumáticos.
12	Cacao	Planta	Posee múltiples aplicaciones de tipo medicinal, en la industria farmacéutica y remedios naturales, en tratamientos de belleza y en la gastronomía, incluyéndolo en platos o comidas tanto dulces como saladas.
13	Renaco	Maderable	Para construcción de viviendas, mueblería, artesanía, mangos de herramientas. Medicinal: el látex se le utiliza como, antihelmíntico, antirreumático, hematopoyético, depurativo de la sangre y para el dolor de muelas, picadura de hormiga, mordedura de serpiente y contra la temible uta. Los frutos son alimento de peces, aves, sachavacas y venados.

14	Pashaco	Maderable	La madera se utiliza para carpintería de interiores, cajonería, puertas, muebles, juguetes, maquetas; es adecuada para fabricación de pulpa de apel.
15	Jagua- Huito	Maderable	Es maderable y se emplea en trabajos de carpintería, propiedades medicinales: abortivo, afrodisíaco, antiabortivo, antiséptico, cicatrizante, contraceptivo, digestivo, diurético, laxante, tónico, vomitivo, anemia, asma, bronquitis, cáncer uterino, caspa, diarrea, extracción dental, hemorragia, hidropesía, hongos de la piel, ictericia, inflamación vaginal, reumatismo, sarampión, tos.
16	Moena	Maderable	Maderable empleada para carpintería, pisos, machihembrados, estructuras de vivienda, chapas decorativas y parihuelas.
17	Bellaco Caspi	Maderable	Su látex se utiliza como antimalárico, para aliviar los absesos, los dolores lumbares, la fiebre, la leishmaniasis, los tumores, úlceras gástricas, gastritis, antimalárico, antirreumático, inflamaciones del útero. Su madera es utilizada como leña o como carbón para las cocinas rurales y construcciones.
18	Uña de Gato- Tambor huasca	Planta	Usada ampliamente en el tratamiento de la mordedura de serpiente, reumatismo, cólicos, inflamación de la próstata, heridas, úlceras, fiebre, tos, etc
19	Abuta	Planta	Analgésico dental, tónico cerebral, anemia, colesterol, cólico menstrual, diabetes, dismenorrea, esterilidad femenina, fiebre, hemorragia post-menstrual y post operatoria, paludismo, reumatismo, tifoidea, úlceras estomacales. La maceración alcohólica de las hojas, cortezas y raíces se utiliza como afrodisíaco.
20	Cetico	Maderable	Frutos (infrutescencias) comestibles, de sabor agridulce, la madera es muy blanda y muy liviana, con grano recto y textura gruesa, de color blanquecino. Se emplea en cajonería. La corteza interna de plantas jóvenes es fibrosa y resistente, y se emplea localmente para amarrar.

21	Quillobordón	Maderable	Madera de buena calidad, es empleada localmente para partes estructurales de la vivienda (travesaños, puntales, vigas), así como para elaborar mangos de herramientas, a lo cual debe su nombre local, “Quillo”, amarillo, “Bordón” o bastón. Es excelente para carpintería y moldurado, muy estable y susceptible a buen pulimento.
22	Capirona	Maderable	La madera es de muy buena calidad, dura, pesada, con grano recto a ondulado y textura fina, de excelente durabilidad, usada extensamente para construcción rural (puntales, travesaños). Es apreciada como leña, ya que el poder calorífico es muy alto y arde aún fresca.
23	Sacha pona, ponilla	Palmera	Se utiliza como eje para el tejido de las unidades de techado o crisnejas. Ha sido utilizado para la fabricación de flechas y lanzas. Así mismo, se utiliza como combustible para ahumar pescados y carnes. Algunos pueblos indígenas utilizan sus hojas para matar los piojos.
24	Shiringa	Maderable	Moderadamente pesada y se emplea en construcciones livianas y en la fabricación de cajas. Del exudado lechoso que sale de la corteza se prepara el caucho o jebe, que antiguamente era uno de los principales productos comerciales en los trópicos. El término shiringa deriva de la palabra portuguesa seringa, que quiere decir jeringa y hace referencia a las bombas o jeringas que fabricaban los indios.
25	Matapalo o higuerón	Maderable	La madera de los matapalos se emplea en carpintería.
26	Pumaquiuro	Maderable	Puede utilizarse en construcción pesada, muebles, machihembrados, durmientes, mobiliario, carrocerías, carpintería de interior y exterior, pisos, etc.

27	Sisci o Cortadera	Planta	Propiedades curativas: Pulsario, Quistis, Fibroma, Carnosidad, Catarata, rñones.
28	Paliperro	Maderable	Madera, frutos (bayas) comestibles.
29	Copaiba	Maderable	La madera se puede utilizar para vigas, columnas, machihembrados, muebles y objetos torneados. También se utiliza en carpintería. Propiedades curativas: Revitalizador celular, cicatrizante, antiséptico y antiinflamatorio, este aceite (oleo-resina del árbol de copaiba) es utilizado para curar, prevenir o aliviar múltiples enfermedades y males. Se emplea tanto en aplicaciones externas como en uso interno.
30	Callampa - Setas	Hongo	Es un buen comestible que mejora mucho su calidad y propiedades cuando se recoge sobre troncos y en exterior.
31	Tornillo	Maderable	Para construcción civil (Marcos, puertas y persianas; listones, bocoles, molduras y guardaescobas; andamios y formaletas para concreto. Tableros contrachapados, láminas decorativas e embalajes. Mobiliario (partes internas de muebles), láminas decorativas, tableros contrachapados y embalajes.
32	Ungurahui	Plamera	Propiedades medicinales: Asma, Calvicie, Diarrea, Gastritis, Helminthiasis, Paludismo, TBC. Las hojas y los tallos son empleados en construcciones rústicas. Los peciolos se emplean en la elaboración de dardos y de los tallos se confeccionan puntas de flechas y arcos. Los frutos son comestibles al natural y se utilizan en la preparación de bebidas y helados.
33	Patiquina	Planta	Propiedades curativas: Micosis, Reumatismo. Es una planta apreciable en jardinería para cultivo de interior. Es contra todo tipo de maldades brujerías.
34	Cacahuillo	Maderable	La pulpa del fruto maduro es comestible. De sus semillas se puede preparar chocolate. La madera se utiliza en construcciones rurales temporales y en la producción de leña y carbón.
35	Granadilla	Planta	En perfumería, la cáscara para elaboración de concentrados para animales. El fruto posee sustancias cicatrizantes, activa el timo, es inductor del sueño, es un alimento rico en vitamina C. Se utiliza también para fabricación de mermeladas, jalea, jugos, concentrados.

Fuente: Elaboración del grupo investigador-Comuneros de Comunidad Nativa de Nuevo Lamas – APU Ishuiza Sangama Miguel; 24/11/2019

Tabla 35*Tabla del Inventario de Recursos de Fauna*

Nº	NOMBRE COMUN	TIPO	Características
01	Perdiz	Ave	Especie de ave tinamiforme de la familia Tinamidae. Tiene entre 25,5 y 30 cm de tamaño. Esta especie se encuentra en América del Sur occidental, Cordillera de los Andes.
02	Gallito de las Rocas	Ave	De unos 32 cm de largo, el macho es de un hermoso color rojo anaranjado intenso, con ojos anaranjados, pico corto y las patas y los dedos son fuertes, de color amarillo anaranjados, Ambos sexos tienen una cresta de plumas en forma de disco permanentemente desplegada. permanece erecta y casi cubre el pico. Las alas y cola son negras y algunas plumas de color gris perla en las alas. La hembra es de color pardo oscuro en su totalidad y con la cresta más pequeña. Su vuelo es fuerte y veloz.
03	Colibrí – Pica Flor	Ave	Tiene una curva leve pero notable, especie de pico largo y recto, se encuentra en peligro de extinción.
04	Mariposa Azul	Insecto	Mariposa neotropical, les encanta salir a la luz del sol, generalmente vuelan solas, son muy territoriales, se alimentan del néctar de las frutas. La más grandes del mundo, con una envergadura que alcanza de 5 a 8 pulgadas, lo que equivale de 12,5 a 20 cm. se encuentra en peligro de extinción.
05	Siquisapa	Insecto	viven en el subsuelo y en toda la selva amazónica, y se ha convertido en un potaje exótico muy codiciado por la gente. Ellas cortan hojas para proveer un substrato para el cultivo un hongo específico que es su principal alimento.

Fuente: Elaboración Propia; agosto 2019.

GUIÓN TURÍSTICO PARA LA CATARATA DE PUCAYAQUILLO

INTRODUCCIÓN

Las Catarata de Pucayaquillo son un recurso natural, que el viajero puede encontrar al dirigirse al distrito de Shapaja, en la provincia y región de San Martín. Esta caída de aguas, es un descubrimiento joven de San Martín, que viene siendo promocionado hace tan solo trece años.

Para llegar a este atractivo natural, debes realizar una caminata de 45 minutos por un bosque tropical, el cual es algo exigente. Asimismo, durante este agradable recorrido, podrás detenerte para observar la belleza natural que compone esta región. Se dice que en esta parte se encuentran importantes plantas medicinales y una variedad de vida silvestre.

Dentro de este espacio natural se pueden realizar diferentes actividades de esparcimiento, las cuales son ideales para tomarse un tiempo de relajación y sobre todo de mucha paz. A continuación, te presentamos algunos de los mejores planes que puedes realizar actividades como avistamiento de flora y fauna.

Objetivo: Utilizar y demostrar la forma correcta sobre la conducción del recorrido guiado como una herramienta que facilite el trabajo del orientador de turismo o Guía de Turismo en la Catarata de Pucayaquillo, comunidad nativa nuevo Lamas, Distrito de Shapaja, 2019.

Para elaborar el guion se deben seguir un grupo de pasos:

1. PRIMERA PARADA: ENTRADA - SUBIDA A LAS ESCALERAS

Autoridades: El presidente de la Comunidad Nativa Nuevo Lamas - San Martín, Miguel Ishuiza Sangama y el Presidente de CEPKA Isidro Sangama Sangama, organización indígena del pueblo indígena kiwcha.

El orientador turístico debe hacer lo siguiente:

- Hacer su presentación indicando su nombre
- Da la bienvenida y se agradece a los Turistas por la visita a la Catarata de Pucayaquillo, por el cual se puede ayudar de:
- Utilizar altavoces (sin en caso sea necesario)

- Colocar un pequeño cartel de bienvenida en un lugar visible
- Agrupar a los turistas.
- Estar bien presentable con ropa adecuada e identificación.

Catarata de Pucayaquillo: Ubicada a 22 km del Distrito de Shapaja en la Provincia San Martín. Fue descubierta por los pobladores de la zona en el año 2000 y en la actualidad se encuentra bajo la administración de la comunidad nativa Nuevo Lamas porque el área dónde se ubica la cascada se encuentra en Cesión en Uso otorgada por el Gobierno Regional de San Martín. La cascada se ubica en la zona de amortiguamiento del Área de Conservación Regional Cordillera Escalera a una altitud de 330 m.s.n.m, se aprecia al fondo una fascinante vista de la naturaleza, en donde por el camino se aprecian dos afluencias de ríos que son el río Mayo y el Huallaga. Las cataratas cuentan con una caída de 20 m. de altura y con una poza de 1 m. Con una latitud -6.57798 y longitud -76.1715

¿Porque Catarata de Pucayaquillo?

Puca: Tierra colorada

Quillo: Amarillo

2. SEGUNDA PARADA.

Importancia de los Recursos de Flora y Fauna que posee la Catarata de Pucayaquillo.

El entorno que posee la Catarata de Pucayaquillo, se ve poblado de una atractiva vegetación, que atrae, especialmente, la atención de variedad de insectos se puede observar la belleza natural que compone la Catarata de Pucayaquillo. En esta parte se encuentran importantes plantas medicinales y una variedad de vida silvestre. Sobre este último hay que tener cierto cuidado al visitar, ya que algunos de aquellos bichos presentan picaduras venenosas, entre los cuales tenemos los siguientes: helechos, pico de loro, cordoncillo, yarina, pucaquiro, shimbillo, inshpingo, ana caspi, coca, zapote, renaco, pashaco, jagua, una de gato, abuta, cético, capirona, sacha pona, siringa, paliperro, copiaba, callampa, grandanilla, patiquina, cacahuillo; perdiz, gallito de las rocas, colibrí, mariposas azul y el famosa hormiga llamada siquizapa(mamaco).

Entre lo mencionado de las plantas e insectos se puede realizar como:

Yarina: Fruto comestible, se pueden extraer aceite para usos culinarios, combate la diabetes, las hojas jóvenes son usadas como remedio para la mordedura de serpiente y el dolor de cabeza, picadura de raya y antipirético, epilepsia, amnesia y mal de riñones. Las hojas maduras son ampliamente usadas en el techado de viviendas.

Fotografía: fruto de



Fotografía: hoja de



Fotografía: hoja de



Fuente: Productos Naturales Pisonay. (17 de julio, 2016). Tomado <https://www.facebook.com/PRODUCTOS.NATURALES.PISONAY/posts/1081508015266050/>

Siquisapa: Viven en el subsuelo y en toda la selva amazónica. Ellas cortan hojas para proveer un substrato para el cultivo un hongo específico que es su principal alimento y se ha convertido en un potaje exótico muy codiciado por las personas.

Datos Importantes de las hormigas:

- La Caza se realiza durante la época de lluvias que se registra en los meses de octubre y noviembre; fecha en la que estos insectos salen de sus caserones o lomadas, generando la movilización de los lugareños para ir a cazarlos.
- Ha sido comida durante siglos. Para su elaboración son descartadas alas y patas, se sumergen los cuerpos en agua salada y se tuestan en sartenes cerámicas. Análisis sobre este alimento realizados muestran que tiene altos niveles de proteínas, muy bajos niveles de grasas saturadas, y un alto nivel nutritivo general.

Fotografía: hormiga siquisapa

Fotografía: Plato exótico de Tostado de hormiga siquisapa



Fuente: Festival De La Hormiga – Yantaló. (17 de julio, 2016). Tomado de <https://www.facebook.com/hormigas.yantalo/photos/171624869952668>

3. TERCERA PARADA.

HITO: Es acontecimiento muy importante porque marca una referencia sobre la Catarata de Pucayaquillo.

- Explicar y manejar los aspectos, rasgos de la Catarata de Pucayaquillo.
- Los miembros de los pueblos indígenas que por causas ajenas a su voluntad han salido o perdido la posesión de sus tierras tradicionales mantienen el derecho de propiedad sobre la misma.
- el Estado limitó, delimitó, demarcó y otorgó título colectivo de las tierras a los miembros de las comunidades indígenas. (asociación de la comunidad nuevo Lamas)
- Estado garantizó la propiedad al pueblo indígenas y abstener de realizar actos que puedan llevar a que los agentes del propio Estado, o terceros que actúen con su aquiescencia o su tolerancia, afecten la existencia, el valor, el uso o el goce de su territorio (la Catarata de Pucayaquillo).
- El Estado garantizó el derecho al pueblo indígenas a la asociación de la Comunidad de Nuevo Lamas – San Martín de controlar efectivamente y ser propietarios de su territorio sin ningún tipo de interferencia externa de terceros.
- También el Estado debe garantizar el derecho al pueblo indígena en este caso a la asociación de la Comunidad de Nuevo Lamas – San Martín al control y uso de su territorio y recursos naturales. (entre ellos tenemos la Catarata de Pucayaquillo).

4. CUARTA PARADA.

- Tratar de aplacar ciertas dudas.
 - Esclarecer todas las preguntas realizadas por los turistas acerca los recursos que posee la Catarata.
 - Contestar de manera oportuna, clara, sencilla y breve.
- Tomar fotos de 5 a 10 minutos.
 - Tomarse con los diferentes recursos de flora que se encuentra alrededor.
 - Tratar de tomarse las fotos necesarias para el recuerdo de su visita a la Catarata de Pucayaquillo.

5. QUINTA PARADA.

- Relato de anécdotas.
 - Contar las inesperadas apariciones de animales durante el recorrido, como, por ejemplo: perdiz, gallito de las rocas y entre otras especies.
 - Contar experiencias de turistas que tuvieron en ese punto al quedarse alrededor de tres días de pernote y otras cosas que suscitaron.
- Labor de animación:
 - Motivar y animar las energías y potencialidades de los turistas.
 - Contribuir a que los mismos turistas involucrados en el recorrido no pierda el entusiasmo y el aliento de realizar dicho guiado.

6. SEXTA PARADA.

A pasos de llegar a la Catarata de Pucayaquillo

- Concluir antes de llegar a la Catarata de Pucayaquillo:
 - después de la exigente caminata por el bosque, la mejor recompensa es llegar hasta esta Catarata para sumergirse en sus deliciosas aguas.
 - Los chorros de esta Catarata caen a través de una pared rocosa hasta desembocar en un pozo arenoso. Esto forma una piscina natural en la que puedes nadar mientras disfrutas del entorno. También tendrás el placer de subir y ponerte justo debajo de la corriente de agua para sentir su fuerza.
- Indicar y señalar las actividades que siguen en el recorrido con horas específicas.
 - Tomar fotos de 5 a 10 minutos con la Catarata de Pucayaquillo.

- Degustar del succulento almuerzo 15 minutos aprox.
 - Disfrutar y observar la Catarata de Pucayaquillo.
- Precauciones al bañar:
- Es importante utilizar un calzado especial para el agua, para evitar resbalones, heridas y golpes. El verdín de las piedras resbala mucho, así que ¡ten mucho cuidado!
 - Observar la señalización sobre la catarata Pucayaquillo y así evitar riesgos.
 - Evita entrar bruscamente en el agua.
 - al inmediatamente si notas algún síntoma extraño: Si mientras te bañas sientes escalofríos (tiritona persistente), fatiga, dolor de cabeza o en la zona de la nuca, picores, mareos, vértigos o calambres, sal rápidamente del agua.
 - Tener cuidado y vigilar a los niños/ personas mayores.
- Despedirse agradeciendo la atención y entusiasmo.
- Me dirijo a ustedes muy respetuosamente con el fin de agradecerle inmensamente la oportunidad de haber dirigido el guiado a este hermoso grupo de ustedes, no siendo más, espero queden con los mejores recuerdos sobre la visita de la Catarata de Pucayaquillo y si algún momento piensan en retornar estaremos gustoso de hacerle el guiado.

CONCLUSIONES

- El presente estudio ha demostrado que la calidad del servicio de guiado y la satisfacción del turista están intrínsecamente relacionados y ejercen gran influencia en el desarrollo de la actividad económica.
- Al evaluar la calidad de servicio de guiado en la Catarata de Pucayaquillo, Comunidad Nativa de Nuevo Lamas, Distrito de Shapaja-2019 el 88% de aprobación de turistas está de acuerdo, por el cual los orientadores turísticos vienen desempeñando un buen papel en cuanto al desarrollo en su labor de orientación y guidismo, a pesar del limitado personal con el que cuenta la Asociación de la Comunidad Nativa de Nuevo Lamas.
- Al Determinar el nivel de satisfacción al turista en la Catarata de Pucayaquillo, Comunidad Nativa de Nuevo Lamas, Distrito de Shapaja-2019, se infiere que los turistas encuestados se sienten satisfechos con respecto al servicio guiado que brindan los orientadores turísticos de la Catarata Pucayaquillo, sin embargo, dicha satisfacción no sería del todo agrado de los visitantes debido a una muy notoria deficiencia en cuanto a la infraestructura del lugar siendo la principal, los servicios higiénicos del establecimiento que no serían del agrado de los visitantes.
- La elaboración de un inventario de recursos de flora y fauna permitió identificar una gran variedad de especies frutales, maderables y medicinales, que debido a sus particularidades permiten que se pueda desarrollar mejores actividades de turismo de aventura para complementarse. El inventario de recursos de flora y fauna tuvo como objetivo recopilar la información más importante de los recursos potenciales del lugar, el cual servirá como medio de información básica para los orientadores turísticos.
- El diseño del guion turístico promueve un discurso participativo, estableciendo un proceso de comunicación que permite conexiones intelectuales y emocionales entre el visitante y el recurso que es interpretado, logrando que genere sus propios significados sobre ese recurso.

RECOMENDACIONES

- A los socios de la Asociación de la Comunidad Nativa de Nuevo Lamas de la Catarata Pucayaquillo, sigan capacitándose en temas relacionados a la calidad del servicio de guiado, satisfacción del turista, para que puedan mejorar en la prestación de sus servicios.
- Implementar orientadores turísticos en la Catarata Pucayaquillo y así mismo que lo orientadores turísticos deben asistir a capacitaciones en temas relacionados a guidismo.
- Mejorar e implementar la infraestructura básica de la Catarata Pucayaquillo, principalmente el de los servicios higiénicos, para así lograr una satisfacción completa del turista.
- Aprovechar los recursos de flora y fauna para implementar actividades turísticas dentro del lugar.
- Aplicar el diseño un guion turístico como herramienta para lograr la satisfacción completa del turista.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. (2003). *Gestión de marketing de destinos turísticos en el ambiente competitivo actual, aportes y transferencias* (Vol. 2). Mexico: Trillas.
- Aragón, I. (2016). *Influencia de los Guías de Turismo en la calidad y la sostenibilidad de los destinos turísticos el caso de Barcelona*. Tesis de Maestría, Universidad de Girona, España.
- Obtenido de https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/13898/AragonNicolasIratxe_Treball.pdf?sequence=1
- Armario, E. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente* (Primera ed.). Madrid: Trillas.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2003). *Fundamentos del Marketing*. Mexico: Prentice Hall Mexico.
- Bateson, J., & Hoffman, D. (2012). *Comprender el marketing de servicios*. (4 ed.). Australia: Cengage Learning.
- Bernard, R. (1995). *Internal service quality*. Usa: Bradford.
- Calero, B. R. (2013). *La cadena de valor del Sacha Inchi en la región San Martín: Análisis y lineamientos estratégicos para su desarrollo*. Biblioteca Nacional del Perú N° 2013- 09771. Lima, Perú: Perú Biodiverso.
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: PEARSON.
- Díaz, L., & Lama, G. (2015). *Estudio de la satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de Barrio Florido y alrededores, periodo 2014*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de la Amazonia, Iquitos, Perú. Obtenido de http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3474/Luisa_Tesis_Titulo_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Dutka, A. (2010). *Manual de AMA para la satisfacción del cliente*. España: Granica.
- García, E. (2006). La satisfacción del turista en España: Un análisis de los estudios

- Familiatur y Frontur. Estudios turísticos, 168, 47-59. Recuperado de: <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-168-2006-pag49-59-97138.pdf>
- Festival De La Hormiga - Yantaló. (09 de octubre, 2016). [Publicación de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/hormigas.yantalo/photos/171624869952668>
- García, E. (2006). La satisfacción del turista en España: Un análisis de los estudios Familiatur y Frontur. Estudios turísticos, 168, 47-59. Recuperado de: <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-168-2006-pag49-59-97138.pdf>
- García, J. (2016). *Calidad de servicio en la agencia de viajes Pain Tours – 2016*. LIMA: Universidad César Vallejo. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/2253/Garc%C3%ADa_GJG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Goeldner, C., & Ritchie, B. (2011). *Recursos Naturales. TURISMO: planeación, administración y perspectivas (Vol. 3)*. Editorial Limusa Wiley. México
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ta ed.). México DF: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.
- Hoffman, K. Y Bateson, J. (2011). *Marketing de servicios. Conceptos estrategias y casos*. (G. Meza, Trad). Querétaro, Qro.: GENGAGE Learning.
- Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana. (2009). *Estudio de viabilidad económica del cultivo de Plukenetia volubilis Linneo, Sacha inchi, en el departamento de San Martín*. Biblioteca Nacional del Perú N° 2009 - 14427. Iquitos, Perú: Servicios Generales “Imagen Amazonía”.
- Imai, M. (1998). *Cómo implementar el kaizen en el sitio de trabajo (Gemba)*. Bogotá: McGraw- Hill Interamericana.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing* (8va Edición ed.). Mexico: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing* (12va Edición ed.). Mexico: Pearson Education..
- Liljander, V., & Tore, S. (2004). *Different comparisons standards as determinants of*

service quality. New York: Journal of Consumer Satisfaction.

López, F. (2003). *Acceplan. Plan de accesibilidad 2003-2010. Libro Blanco*. Ceapat.

Martinez, Y. (2017). *Calidad de servicio de los guías oficiales de Turismo desde la perspectiva del Turista Nacional, Centro Historico de Lima 2017*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de San Martín, Lima. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6972/Martinez%20-%20AY..pdf?sequence=1>

Melendez, Y., & Suelperes, A. (2016). *Causas que limitan la satisfacción de los visitantes de la festividad virgen de la natividad en el Distrito de Tabalosos, Provincia de Lamas, Región San Martín-2014*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú. Obtenido de http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/UNSM/2237/TP_TUR_00004_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mincetur. (2007). *Manual de buenas practicas*. Lima. Obtenido de http://ww2.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documento_Caltur/MBP_GT_VERSION_FINAL_190707/MBP_Guias_de_Turismo_y_Operacion_Turistica.pdf

Mincetur. (2007). *Manual de buenas prácticas guías de turismo y operación turística gestión de servicio*. Lima, Lima, Perú.

Mincetur. (2011). *Marco conceptual Mincetur. Recuperado el Mayo de 2017, de MINCETUR.Gob:* http://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf

Mincetur. (2018). *Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual_para_la_Elaboaracion_y_actualizacion_del_inventario_de_recursos_turisticos.pdf

Molano, A. B., Ramiro, N., & López, J. G. (2016). *Producción y comercialización del*

- aceite sacha inchi cultivado en Colombia con fines de exportación a Alemania*. Tesis de pregrado, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá, Colombia.
- Moreno, B. (2018). *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente*, en *Lasmypes del sector servicios, agencias de viaje, distrito de Calleria*, año 2018. Pucallpa: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5926/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_MORENO_VASQUEZ_BETSY_REYNA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nguyen, H. L. (2015). *The Impacts of Tour Guide Performance on Foreign Tourist Satisfaction and Destination Loyalty in Vietnam*. Suiza. Obtenido de <http://https://www.researchgate.net/file.PostFileLoader.html>
- Oliver, R. (1994). *Cuestiones Conceptuales en el Análisis Estructural del Consumo Emoción, Satisfacción y Calidad*. España: Ecoe.
- Olmedo, K. (2014). *Evaluación de la calidad del servicio turístico de los guías de los museos del centro Histórico de Quito (CHQ) y propuestas de mejoras*. Tesis de Pregrado, Quito, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9929/tesis%20Cd.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Olvera, I. (2009). *El cliente y la calidad de servicio* (Primera ed.). Mexico: Trillas.
- Oliveira, B. (2011). Determinantes de la satisfacción del turista: Un estudio en la ciudad de Guarujá-Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(1), 229-242. Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S18
- Pajuelo, R. (2011). *Francia: Oportunidades comerciales*. Lima, Perú: Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior.
- Pérez, J. (2010). *Gestión de la calidad empresarial*. Madrid: ESIC.
- Philip, K., & Armstrong, G. (1998). *Fundamentos de mercadotecnia*. Mexico. Picazo, C. (2011). *Procesos de Guía y Asistencia Turística*. Madrid: Síntesis.
- Picazo, C. (2014). *Los servicios turísticos de asistencia y guía*. Barcelona: Síntesis. Obtenido de <https://www.casadellibro.com/libro-los-servicios-turisticos-de-asistencia-y- guia/9788490770061/2318599>
- Productos Naturales Pisonay. (17 de julio, 2016). La Yarina, una palmera amazónica

- cuyas hojas son muy utilizadas para la fabricación de techos. Gracias a nuestras amigas de [Publicación de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/PRODUCTOS.NATURALES.PISONAY/posts/1081508015266050/>
- PROMPERU. (2008). Perfil del Turista Extranjero 2008. Perú.
- Proyecto Perúbiodiverso - PBD. (2009). *Manual de producción de sachá inchi para el biocomercio y la agroforestería sostenible* (1ra ed.). Lima, Perú: Cooperación Alemana al Desarrollo – GTZ.
- Quispe, E. (2017). *Nivel de satisfacción del turista por servicios en la ruta Cusco-Puno de la empresa de transporte turístico cusco coaching 2017*. Tesis de Pregrado, Universidad Andina Del Cusco, Cusco, Perú. Obtenido de http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/1079/3/Edward_Tesis_bachiller_2017.pdf
- Ramos, F. (2014). *Caracterización y trazabilidad del aceite de Sachá Inchi (Plukenetia volubilis Linneo)*. Tesis doctoral, Universidad de Sevilla, Sevilla, España.
- Rodríguez, Á., Corazon, M., Cachique, D., Mejía, K., Del Castillo, D., Renno, J.-F., & García, C. (2010). *Diferenciación morfológica y por ISSR (Inter simple sequence repeats) de especies del género Plukenetia (Euphorbiaceae) de la Amazonía peruana: propuesta de una nueva especie*. Facultad de Ciencias Biológicas UNMSM. Lima, Perú: Rev. peru. biol. 17(3): 325 - 330.
- Romani, M. (2017). Calidad turística y buenas prácticas de servicios turísticos en Lima Metropolitana, 2016. Lima: Universidad César Vallejo. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9084/Romani_NML.pdf?sequence=1
- Ruiz, G. (2016). *Medición de nivel satisfacción del turista extranjero respecto a la calidad del servicio de las oficinas de información turística de la ciudad de la Paz*. Tesis de Pregrado, Universidad Mayor de San Andrés, La paz, Bolivia. Obtenido de <http://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/14801/TG-2644.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sánchez, R., & Amiquero, B. (2004). *Manual de cultivo de sachá inchi*. Perú: Agroservicios LIMAG.
- Stauss, M. (2004). *La contribución de la satisfacción emocional a la lealtad del*

consumidor.

Mexico: Trillas.

Stephen, L. (2003). *Cuestiones conceptuales y metodológicas en la investigación de la satisfacción del consumidor*. Madrid: Ecoe.

Tejero, Y. S. (2015). *Oportunidades de exportación del aceite de sacha inchi peruano al mercado francés*. Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Lima, Perú.

Tito, P. L., & Bautista, E. (2009). *Estrategias de comercialización del Sacha Inchi*. Lima, Perú: Gestión en el Tercer Milenio, Rev. de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM (Vol. 12, N° 23).

Ushiñahua, H., & Vasquez, L. (2015). *Principales causas que limitan la satisfacción del visitante nacional y extranjero a la provincia de San Martín-2014*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de San Martín, Trapoto, Perú. Obtenido de http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/UNSM/2238/TP_TUR_00005_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vargas, D., Lechuga, M., Alcérreca, L., & Aparicio, L. (2012). *Evaluación de desempeño de los destinos turísticos en el marco de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos (CCRR)*. Universidad Anahuac México Norte, México.

Vargas, F. (2016). *Principales causas que limitan el nivel de satisfacción de los visitantes del atractivo turístico la cascada de Ahuashiyacu- Distrito de la banda de Shilcayo, provincia de San Martín*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú. Obtenido de http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/UNSM/2234/TP_TUR_00002_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vavra, T. (2010). *Como medir la satisfacción del cliente*. (2 ed.). Buenos Aires, Argentina: CF.

William, S., & Ammons, J. (2008). *Selected Determinants of Consumer Satisfaction and Complaint Reports* (Primera ed.). Usa: Trillas.

Fany, J, 15 de octubre del 2018,

<https://regionsanmartin.gob.pe/Noticias?url=noticia&id=5384> Ishuiza, M. entrevistado, 22 de octubre de 2018.

ANEXOS

Anexo A:

Matriz de consistencia

**Título: Relación entre Calidad de Servicio de Guiado y Satisfacción del
Turista- Catarata de Pucayaquillo-comunidad nativa Nuevo Lamas-
Distrito de Shapaja 2019.**

Problema	Objetivos	Marco Teórico Conceptual	Hipótesis
¿Cuál es la Relación entre Calidad de Servicio de Guiado y Satisfacción del Turista- Catarata de Pucayaquillo-comunidad nativa Nuevo Lamas-Distrito de Shapaja 2019??	<p align="center">Objetivo General</p> <p>Determinar la relación entre la calidad de servicio del guiado y la satisfacción del turista en la Catarata de Pucayaquillo, comunidad nativa de Nuevo Lamas, distrito de Shapaja-2019.</p> <p align="center">Objetivos Específicos</p> <p>a. Evaluar la calidad de servicio del guiado en la Catarata de Pucayaquillo, comunidad nativa de Nuevo Lamas, distrito de Shapaja – 2019.</p> <p>b. Determinar el nivel de satisfacción de los turistas en la Catarata Pucayaquillo, Comunidad Nuevo Lamas, distrito de Shapaja -2019.</p> <p>c. Elaborar un inventario de recursos de flora y fauna de la Catarata Pucayaquillo, Comunidad Nuevo Lamas, distrito de Shapaja -2019.</p> <p>d. Diseñar un guion turístico de la Catarata de Pucayaquillo, comunidad nativa de Nuevo Lamas, distrito de Shapaja – 2019.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de Servicio: Es el nivel de cumplimiento de los requisitos del servicio o del producto, que lo hace preferido el cliente. (Riveros, 2007) • Satisfacción al turista: Es aquella en que se comparan las expectativas del cliente con sus percepciones respecto del contacto real del servicio. (Hoffman y Bateson, 2012) 	<p>H= Las condiciones de calidad de servicio del guiado se relacionan significativamente con la satisfacción de los turistas que visitan la Cascada de Pucayaquillo, distrito de Shapaja-2019.</p>
Variables e Indicadores		Metodología	
<p>Para demostrar y comprobar la hipótesis anteriormente formulada, la operacionalizamos, determinando las variables e indicadores que a continuación se mencionan:</p> <p>Variable X = Variable Independiente: Calidad de servicio</p> <p>Dimensión: X₁ = Elementos tangibles</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Equipos de aspecto moderno - Instalaciones físicas atractivas - Empleados pulcros - Materiales asociados al servicio <p>Dimensión: X₂ = Fiabilidad</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promesa de cumplir en tiempo acordado Precio - Interés por resolver el problema del cliente - Desempeñar bien el servicio por primera vez - Proporcionar los servicios en el momento que promete hacerlo. - Registros libres de error. <p>Dimensión: X₃ = Sensibilidad</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> - Información de la ejecución del servicio - Servicio expedido y rápido - Disposición de ayudar a los clientes - Los empleados no deben estar ocupados para ayudar a los clientes. <p>Dimensión: X₄ = Seguridad</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> - Colaboradores que transmiten confianza 		<p align="center">Tipo de Investigación</p> <p>El tipo de investigación es No Experimental - Transeccional</p> <p align="center">Nivel de Investigación</p> <p>El nivel de investigación es no experimental transeccional o transversal porque se recolectará datos en un solo momento y en un tiempo único.</p> <p align="center">Diseño de investigación</p> <p>Según su profundidad y alcance fue Descriptivo – Correlacional mixta , ya que en la investigación se pretende conocer detalladamente cada una de las variables, para posteriormente conocer la relación entre la variable independiente (calidad de servicio del guiado) y la variable dependiente (satisfacción del turista) y lograr un mayor entendimiento del población bajo estudio.</p> <p align="center">Población</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para la población se ha estimado la presencia de 10 667 en el año 2018 - 2019. <p align="center">Muestra</p> <ul style="list-style-type: none"> • Según la aplicación de la formula dio como resultado una muestra de 57. 	

<ul style="list-style-type: none"> - Clientes seguros con su proveedor - Colaboradores amables - Colaboradores bien formados <p>Dimensión: X₅= Empatía</p> <p>Indicadores</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atención individualizada a los cliente. - Empleados que dan atención personal. - Preocuparse de los interés de uds. - Los empleados deben entender las necesidades específicas de los clientes. - Horarios de atención convenientes <p>Variable Y = Variable Dependiente: Satisfacción del turista</p> <p>Dimensión: Y₁= Accesos</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Condiciones de las rutas de acceso para llegar a la Catarata Pucayaquillo. - Estado de Conservación de los senderos en la Catarata Pucayaquillo. <p>Dimensión: Y₂= Costos y Acondicionamiento</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Costo de paquete a la Catarata Pucayaquillo. - Las instalaciones dentro de la Catarata. - Servicios básicos (servicios higiénicos) en la Catarata Pucayaquillo. - Presencia y estado de Señalización turística y Paneles interpretativos. - Cantidad adecuada de contenedores de basura dentro y fuera del atractivo. <p>Dimensión: Y₃= Atractivos Naturales y Culturales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seguridad que posee las instalaciones turísticas. <p>Dimensión: Y₄= Prestación de servicios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Condiciones y estado de conservación de los recursos - Acceso a la información Centro de Interpretación Puestos de Control y Vigilancia (registro de visitantes) - Servicio de guiado - Resolución de dudas e inconvenientes, respuesta eficiente a las peticiones de los turistas 	<p>Métodos de Investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Método Inductivo -Método Deductivo <p>Técnicas e instrumentos de Investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observación -Encuesta - Análisis documental <p>Procesamiento de la información</p> <p>Para procesar los resultados; se utilizara el programa Microsoft Excel.</p>
--	---

Fuente: Elaboración Propia; junio 2019

Anexo B:

Instrumentos Cuestionario calidad de servicio

Buenos días/ tardes. Sr. / Sra. / Srta. Somos estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Nacional de San Martín y estamos desarrollando un proyecto de investigación. En esta oportunidad nos encontramos realizando una encuesta con el propósito de conocer su opinión con respecto a la CALIDAD DE SERVICIO. Por la importancia que tiene esta encuesta para nuestro proyecto le agradeceré que colabore respondiendo con sinceridad. ¡Muchas Gracias!

1= Muy en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4= De acuerdo; 5= Muy de acuerdo.

Dimensión de fiabilidad

1. El orientador turístico cumple con el tiempo establecido en el guiado.
2. Cuando el turista tiene un problema, el orientador debe mostrar un sincero interés en resolverlo.
3. Los orientadores en turismo, debe desempeñar bien el servicio por
4. El orientador en turismo cumple con sus servicios ofrecidos
5. Los orientadores en turismo deben insistir en registros libres de error.

1	2	3	4	5

Dimensión de sensibilidad

1. El orientador en turismo debe mantener informados a los turistas con respecto a cuándo se ejecutaron los servicios
2. Los orientadores en turismo deben dar un servicio rápido.
3. Los orientadores en turismo, deben estar dispuestos a ayudarles.

Dimensión de seguridad

1. El comportamiento de los orientadores en turismo, debe influir confianza en usted
2. El turista debe sentirse seguro durante el recorrido con los orientadores en turismo.
3. Los orientadores en turismo, deben mostrar cortesía con los turistas
4. Los orientadores en turismo, deben tener conocimiento para responder a las preguntas de los turistas.

Dimensión de empatía

1. El orientador en turismo debe dar atención personalizada a los turistas.
2. El orientador en turismo debe preocuparse de sus mejores intereses.
3. Los orientadores en turismo deben comprender las inquietudes de los turistas.
4. El horario de ingreso a la Catarata de Pucayaquillo debe estar de acorde al tiempo de turistas

Dimensión de elementos tangibles

1. En la Catarata de Pucayaquillo debe contar con los equipos necesarios para la prestación de servicios.
2. Las instalaciones físicas de la Catarata de Pucayaquillo, deben ser atractivas para el turista.
3. La Catarata de Pucayaquillo debe verse pulcra para los turistas.
4. Los materiales asociados con el servicio, deben ser visualmente atractivos.

Satisfacción al turista

Buenos días/ tardes. Sr. / Sra. / Srta. Somos estudiantes del décimo ciclo de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Nacional de San Martín y estamos desarrollando un proyecto de investigación. En esta oportunidad nos encontramos realizando una encuesta con el propósito de conocer su opinión Con Respecto a la SATISFACCIÓN DEL TURISTA. Por la importancia que tiene esta encuesta para nuestro proyecto le agradeceré que colabore respondiendo con sinceridad. ¡Muchas Gracias!

1= Muy en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= Ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4= De acuerdo; 5= Muy de acuerdo.

Dimensión Acceso

1. Accesibilidad adecuada a la Catarata de Pucayaquillo
2. Senderos en buen estado de conservación.

1	2	3	4	5

Dimensión Costo y acondicionamiento

1. La Catarata de Pucayaquillo cumple con sus expectativas
2. Los servicios higiénicos cuentan con las condiciones adecuadas
3. Se encuentra satisfecho con los servicios higiénicos dentro de las instalaciones de la Catarata de Pucayaquillo.
4. La señalización turística orienta al turista durante el recorrido.
5. Se encuentra satisfecho con la señalización turística hacia la Catarata de Pucayaquillo.
6. El panel interpretativo brinda información para la orientación del turista.
7. Se encuentra satisfecho con los contenedores de basura en el camino hacia la Catarata de Pucayaquillo
8. Está usted de acuerdo con las instalaciones turísticas de la Catarata de Pucayaquillo

Dimensión Atractivos Naturales y Culturales

1. Está de acuerdo con el estado conservación de los recursos naturales dentro de la Catarata Pucayaquillo.

--	--	--	--	--

Dimensión Prestación de servicios

1. Se encuentra satisfecho con la prestación de servicios de la Catarata de Pucayaquillo.
2. Recibió información por parte de los orientadores antes de comenzar el recorrido hacia la Catarata Pucayaquillo.
3. Se encuentran satisfechos con el servicio del guiado por parte del orientador durante su recorrido.

Anexo C:7 Galería de Fotos



Fotografía 1: Recolección de datos de flora y fauna acompañados por el Sr. Ishuiza Sangama Miguel (APU de la Comunidad Nativa De Nuevo Lamas). (Fuente: Archivo propio. (22/10/2018).



Fotografía 2: Recolección de datos de flora y fauna acompañados por el Sr. Ishuiza Sangama Miguel (APU de la Comunidad Nativa De Nuevo Lamas). (Fuente: Archivo propio. (22/10/2018)).



Fotografía 3: Realizando la aplicación encuestas a los turistas en la Catarata de Pucayaquillo. (Fuente: Archivo propio. Vargas J, y Chistama R. (13/07/2019)).



Fotografía 3: Realizando la aplicación encuestas a los turistas en la Catarata de Pucayaquillo. (Fuente: Archivo propio. Vargas J, y Chistama R. (13/07/2019)).