

UNIVERSIDAD DE HUANUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



TESIS

**“CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS Y SATISFACCIÓN DEL
TURISTA QUE VISITA LA LAGUNA DE LOS MILAGROS - LEONCIO
PRADO – HUANUCO 2021”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS

AUTOR: Blas Granados, Deivi Junior

ASESORA: Huerto Orizano, Diana

HUÁNUCO – PERÚ

2021

U

TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis (X)
- Trabajo de Suficiencia Profesional ()
- Trabajo de Investigación ()
- Trabajo Académico ()

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Gestión administrativa

AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)

CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

Área: Ciencias sociales

Sub área: Economía, Negocios

Disciplina: Negocios, Administración

DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas

Código del Programa: P13

Tipo de Financiamiento:

- Propio (X)
- UDH ()
- Fondos Concursables ()

DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 46381740

DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 40530605

Grado/Título: Maestro en gestión y negocios, mención en gestión de proyectos

Código ORCID: 0000-0003-1634-6674

DATOS DE LOS JURADOS:

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Blanco Tipismana, José Martin	Maestro en gestión y negocios, mención en gestión de proyectos	22474198	0000-0001-7118-719X
2	Ventura Crispín, Erica Luz	Magister en ciencias de la educación psicología educativa	42528501	0000-0002-6595-8346
3	Arana Cárdenas, Sergio Martin	Maestro en ciencias económicas mención: proyectos de inversión	45946938	0000-0002-3023-1542

D

H

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las **09:00 horas del día 01 del mes de octubre del año 2021**, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron el sustentante y el Jurado Calificador mediante la plataforma virtual Google Meet, integrado por los docentes:

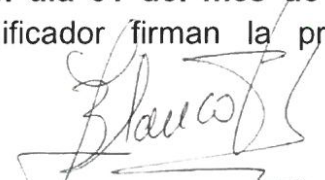
Mtro. José Martin Blanco Tipismana	(Presidente)
Mtra. Erica Luz, Ventura Crispín	(Secretaria)
Mtro. Sergio Martin Arana Cárdenas	(Vocal)

Nombrados mediante la Resolución N° RESOLUCIÓN N° 999-2021-D-FCEMP-PAAE-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: **“CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA QUE VISITA LA LAGUNA DE LOS MILAGROS - LEONCIO PRADO – HUANUCO 2021”**, presentada por el (la) Bachiller, **BLAS GRANADOS, Deivi Junior**; para optar el **título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas**.

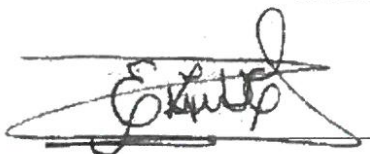
Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a) **Aprobado** con el calificativo cuantitativo de **11 (Once)** y cualitativo de **Suficiente** (Art. 47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

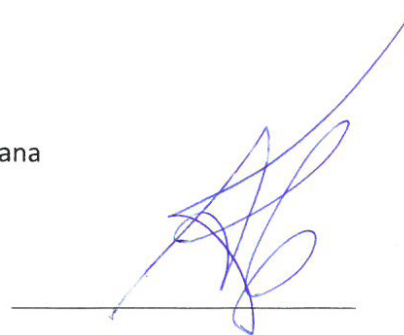
Siendo las **10:00 horas del día 01 del mes de octubre del año 2021**, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.



Mtro. José Martin Blanco Tipismana
PRESIDENTE



Mtra. Erica Luz, Ventura Crispín
SECRETARIA



Mtro. Sergio Martin Arana Cárdenas
VOCAL

DEDICATORIA

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros los debo a ustedes entre los que se incluye este. Me formaron con reglas y algunas libertades, pero al final de cuentas me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

AGRADECIMIENTO

A las personas de la comunidad del caserío de los Milagros, quienes me brindaron facilidades en la recolección de datos de esta investigación.

En primera instancia agradezco a mis formadores, personas de gran sabiduría quienes se han forzado por ayudarme a llegar al punto donde me encuentro. Por aceptar el reto de dirigir mi tesis y dedicar una parte de su tiempo ser gran ejemplo vida.

la universidad de Huánuco me dio la bienvenida como tal, las oportunidades que me han brindado son incomparables y antes de todo esto no pensaba que fuera posible que algún día siquiera me topara con cada una de ellas.

Agradezco mucho por la ayuda de mis maestros, mis compañeros, y a la universidad en lo general por todo lo anterior en conjunto con todos los copiosos conocimientos que me han otorgado.

A mis padres, Leoncio Blas Jara y Delia Betty Granados Torres que siempre estuvieron atentos a mis necesidades y no dejaron que me rinda ante las adversidades.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCION	xii
CAPÍTULO I.....	14
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1. Descripción del Problema.....	14
1.2. Formulación del Problema.....	16
1.2.1. Problema General.....	16
1.2.2. Problema Específico	16
1.3. Objetivo General	17
1.4. Objetivos Específicos	17
1.5. Justificación.....	17
1.5.1. Justificación Práctica.....	17
1.5.2. Justificación Teórica.....	18
1.5.3. Justificación Metodológica	18
1.6. Limitaciones de la Investigación.....	18
1.7. Viabilidad.....	19
CAPÍTULO II.....	20
2. MARCO TEÓRICO.....	20
2.1. Antecedentes de la investigación	20
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	20
2.1.2. Antecedentes Nacionales	21
2.1.3. Antecedentes Locales.....	24
2.2. Bases Teóricas.....	25
2.2.1. Calidad de los servicios	25
2.2.2. Tipologías de los servicios	25
2.2.3. Categorización de los servicios.....	27

2.3. Definiciones Conceptuales	33
2.3.1. Atención de calidad	33
2.4. Variables	35
2.4.1. Variable	35
2.5. Operacionalización de Variables	36
CAPÍTULO III	37
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	37
3.1. Tipo de Investigación	37
3.1.1. Enfoque	37
3.1.2. Alcance o Nivel	37
3.1.3. Diseño	38
3.2. Población y Muestra	38
3.2.1. Población	38
3.2.2. Muestra	38
3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	39
3.3.1. Técnica	39
3.3.2. Instrumentos	40
3.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información	40
CAPÍTULO IV	41
4. RESULTADOS	41
4.1. Procesamientos de datos	41
CAPITULO V	64
5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	64
5.1. contrastación de los resultados del trabajo de Investigación	64
5.1.1. Con relación a los antecedentes	64
5.1.2. Con relación al marco teórico	66
CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES	71
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
ANEXOS	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Lugar de procedencia	42
Tabla N° 2. Edad.....	43
Tabla N° 3. Numero de visita	44
Tabla N° 4. Con quienes visita La Laguna de los Milagros.....	45
Tabla N° 5. ¿Usted viene con una agencia de viajes o por su cuenta?	46
Tabla N° 6 Servicios que utiliza	47
Tabla N° 7. Cómo califica la calidad del servicio de hospedaje (camping) ..	48
Tabla N° 8. ¿Cuál es su nivel de satisfacción de la calidad del servicio de camping de atención brindada en la laguna de los milagros?	49
Tabla N° 9. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto al trato brindado en los recreos por el servicio del camping?	50
Tabla N° 10. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto a la atención que usted apreció en la laguna de los milagros?	51
Tabla N° 11. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto al trato cordial en cada recreo en la laguna de los milagros?	52
Tabla N° 12 .¿Los recreos brindan un servicio de calidad y Ud. se siente satisfecho por la atención?	53
Tabla N° 13. ¿Cuál es su nivel de satisfacción del servicio recibido en los restaurantes?	54
Tabla N° 14. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención brindada en los restaurantes?	55
Tabla N° 15. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato?	56
Tabla N° 16. ¿considera que los guías de turismo brindan una adecuada calidad de guiado y se siente satisfecho?.....	57
Tabla N° 17. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos, en los recreos?	58

Tabla N° 18. ¿los parqueos de los recreos están en la capacidad de brindarles seguridad a los visitantes?.....	59
Tabla N° 19. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos en la laguna de los milagros?	60
Tabla N° 20. ¿los parqueos de los recreos están en la capacidad de brindarles seguridad a los visitantes?.....	61
Tabla N° 21. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención que usted apreció en este lugar?	62
Tabla N° 22. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato cordial en los servicios que se puede apreciar en la laguna de los milagros?	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Lugar de procedencia	42
Figura N° 2. Edad	43
Figura N° 3. Numero de visita	44
Figura N° 4. Con quienes visita La Laguna de los Milagros.....	45
Figura N° 5. ¿Usted viene con una agencia de viajes o por su cuenta?.....	46
Figura N° 6. Servicios que utiliza	47
Figura N° 7. ¿Cómo califica la calidad del servicio de hospedaje (camping)?	48
Figura N° 8. ¿Cuál es su nivel de satisfacción de la calidad del servicio de camping de atención brindada en la laguna de los milagros?	49
Figura N° 9. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto al trato brindado en los recreos por el servicio del camping?	50
Figura N° 10. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto a la atención que usted apreció en la laguna de los milagros?	51
Figura N° 11 .¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto al trato cordial en cada recreo en la laguna de los milagros?	52
Figura N° 12. ¿Los recreos brindan un servicio de calidad y Ud. se siente satisfecho por la atención?	53
Figura N° 13. ¿Cuál es su nivel de satisfacción del servicio recibido en los restaurantes?	54
Figura N° 14. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención brindada en los restaurantes?	55
Figura N° 15. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato brindado por el servicio en los restaurantes?.....	56
Figura N° 16. ¿considera que los guías de turismo brindan una adecuada calidad de guiado y se siente satisfecho?.....	57

Figura N° 17. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos, en los recreos?	58
Figura N° 18. ¿Algún servicio turístico le ha causado satisfacción en su visita a la laguna de los milagros?	59
Figura N° 19. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos en la laguna de los milagros?	60
Figura N° 20. ¿los parqueos de los recreos están en la capacidad de brindarles seguridad a los visitantes?.....	61
Figura N° 21. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención que usted apreció en este lugar?.....	62
Figura N° 22. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato cordial en los servicios que se puede apreciar en la laguna de los milagros?	63

RESUMEN

Esta investigación que lleva por título “Calidad de los servicios turísticos y satisfacción del turista que visita La Laguna de los Milagros - Leoncio Prado – Huánuco 2021”, tiene como objetivo principal describir calidad de los servicios turísticos y la satisfacción de los turistas que visitan la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021.

La metodología empleada para este estudio fue de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo y nivel de investigación descriptivo, así mismo tiene un diseño de investigación no experimental en su forma transversal.

La variable independiente de esta investigación es la Calidad de los servicios como variable dependiente tenemos a la satisfacción del turista que visita La Laguna de los Milagros; la población está conformada por la afluencia de turistas del año del 2011 a marzo del 2019, con una muestra de 384 turistas.

En conclusión, se pudo llegar que la calidad de los servicios brindados que se encuentran de los diferentes negocios en la laguna de los Milagros está en un porcentaje promedio de 56.51% se encuentran satisfechos, y con un trato cordial con un promedio de 53.13% se encuentran satisfecho, y con un nivel de satisfacción de 51.82% satisfecho y de servicio adecuado con un promedio de 58.85% adecuado y la administración están siendo de una manera muy empírica. Y se está dejando de lado el (PODICO) la planificación, organización, dirección y control para una buena administración.

Palabras claves: Calidad de los Servicios turísticos, Satisfacción del Turista.

ABSTRACT

This research entitled "QUALITY OF TOURIST SERVICES AND SATISFACTION OF TOURISTS VISITING THE LAGOON OF THE MIRACLES - LEONCIO PRADO - HUANUCO 2021", has as its main objective to describe the quality of tourist services and the satisfaction of tourists visiting the Laguna de los Milagros - Leoncio Prado - Huánuco 2021.

The research methodology used for this study was an applied type of study, with a qualitative approach and a descriptive and explanatory level of research, as well as a non-experimental research design in its cross-sectional form.

The independent variable of this research is the Quality of the Services as a dependent variable we have the Satisfaction of the Tourist that visits the Laguna de los Milagros; the population is confirmed by the affluence of tourists from the year 2011 to March 2019, with a sample of 384 tourists.

In conclusion, it could be reached that the quality of the services provided that are found of the different businesses in the lagoon of Miracles is in an average percentage of 56.51% are satisfied, and with a cordial treatment with an average of 53.13% are satisfied, and with a level of satisfaction of 51.82% satisfied and adequate service with an average of 58.85% adequate and the administration are being in a very empirical way. And the (PODICO) planning, organization, direction and control for a good administration is being left aside.

Key words: Quality of tourism services, tourist satisfaction.

INTRODUCCION

La presente investigación ha sido elaborada teniendo en cuenta el reglamento de grados y títulos de la Universidad de Huánuco. La finalidad de la presente investigación es describir cómo se relaciona la “CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA QUE VISITA LA LAGUNA DE LOS MILAGROS - LEONCIO PRADO – HUANUCO 2021” Para ello se ha logrado diseñar instrumentos de investigación para poder obtener información de los turistas que visitan la Laguna de los Milagros. La metodología aplicada diseñada para la presente investigación nos ha permitido obtener información para poder ser contrastada con la bibliografía demandada, en ese sentido la presente tesis se presenta en cuatro capítulos fundamentales:

En el primer capítulo, se trata sobre la fundamentación del problema de investigación, lográndose precisar las razones de la investigación, así mismo se presentan los objetivos y la importancia de la investigación.

En el segundo capítulo, se analiza el marco teórico, precisando los antecedentes de las investigaciones realizadas por parte de las instituciones importantes cuya investigación sostienen conclusiones útiles para este trabajo de investigación, así mismo, en este acápite también se ha tenido en cuenta las bases teóricas o marco conceptual donde las teorías expuestas permiten fundamentar las variables consideradas en mi investigación, así mismo se definió la operacionalización de las variables en estudio a través de sus dimensiones e indicadores.

En el tercer capítulo, se describe la metodología utilizada donde se precisa el tipo de investigación aplicada, así mismo un diseño de la investigación no experimental en donde se utilizó herramientas como la encuesta, entrevistas e información secundaria. Y por último en el cuarto capítulo, se muestran los resultados obtenidos de las fuentes primarias presentados en tablas e imágenes debidamente ordenados.

Así mismo se detalla las conclusiones y recomendaciones por parte del investigador teniendo en cuenta los objetivos de investigación planteada. XII Finalmente se presentan las fuentes bibliográficas, tales como libros, página web, etc. Y anexos, así mismo incorporamos las evidencias de la investigación realizada como panel fotográfico de la realización de dichas encuestas, Que fueron importantes para el desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del Problema

A NIVEL INTERNACIONAL. (Zárraga Cano, Molina Morejón & Corona Sandoval, 2018). A modo de ejemplo podemos ver que a nivel mundial la oferta de destinos turísticos se ha diversificado notoriamente como así también la participación de países y regiones en la cuota del mercado turístico mundial. La satisfacción del cliente en los atractivos turísticos, se encuentra influida de una manera significativa por la evaluación que se hace del producto o servicio de calidad. Para un servicio como el que presta en los atractivos turísticos un restaurante, las características más relevantes podrían ser: el personal que atiende, los horarios, las instalaciones, el mobiliario, la variedad de los platillos, la sazón de los platillos, el ambiente del restaurante, el tiempo en el que prestan el servicio.

La Organización Mundial del Turismo. De convenio a las capacidades propuestas en diversos países, a favor de la prosperidad de la calidad turística, se ha de indagar resultados beneficiosos tanto para las compañías turísticas como para los turistas. La mejora empresarial, son algunos de los resultados que intentan alcanzar. De igual modo, la mejora continua es un proceso vital no sólo para el capital humano sino asimismo para el sostenimiento de las empresas en el mercado turístico existente, tal cual revela la **OMT**.

Según la **Ley N° 27790**, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR menciona que se beneficiará el desarrollo de la actividad turística a fin de ayudar el desarrollo económico y social, fomentando la iniciativa privada y la generación de empleo. La Ley N° 29408, Ley General de Turismo, y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 003-2010- MINCETUR, resalta que tanto el Ministerio como sus peticiones descentralizadas

comprometen suscitar las buenas experiencias, la regulación y estandarización de los mercados turísticos.

En el nuestro país se cuenta con el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR, herramienta de proyección y gestión sectorial de un amplio plazo. Este instrumento busca optimizar las condiciones para mercantilizar de manera unida, satisfacer la petición y fortalecer el impulso socioeconómico exhaustivo de nuestro país. Se enfatiza, entre sus diferentes políticas; asimismo su guía de gestión será público privado y se establecerá en los recintos de los destinos turísticos reconocidos a nivel nacional.

En el Perú el año 2016, el Mincetur indica que se encuentra en proceso de reajuste de las herramientas del Plan Nacional de Calidad Turística, establecer en un modelo de gestión distinto a nivel de destinos turístico como lo plantea el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR al 2021. Señala este nuevo instrumento presenta los mismos ámbitos que el preliminar; sin embargo, al término se prolongan efectuando sus herramientas definidas en la presente investigación.

La calidad de los servicios cabe indicar como algunos estudios de indagación, no sólo hace informe a la satisfacción del consumidor final (viajeros o visitantes) asimismo a su contribución con el desarrollo social, sostenible y económico del lugar en que se ejecuta la actividad turística (Castellucci 2009). Es necesario conocer los aspectos que podrían también ser considerados para brindar un destino turístico de eficacia, que genere capacidad entre sus actores implicados.

La tendencia turística se basa en la prestación de los servicios; sin embargo, cómo resaltar e identificar el nivel de atributo de calidad de estos, existiendo tan intrínseco el conocimiento de aptitud entre un turista y visitante. Conforme existen una sucesión de ilustraciones que se basan en la comprobación de disposición de productos, pocos son los prósperos en mercados turísticos exclusivamente. La satisfacción del turista es importante porque influye en la elección del destino, el consumo de

bienes y servicios turísticos y en la intención de regresar al lugar (Yoon & Uysal,). La disposición en aquel momento se agrupará en tres niveles: el inicial, nivel inferior si es que la asistencia turística perfeccionado no cumple con las posibilidades; nivel regular, si es el servicio turístico avanzado cumple parcialmente con las perspectivas, y el nivel alto, si es que el servicio turístico perfeccionado cumple o prevalece las perspectivas.

En la región Huánuco La problemática con respecto a la calidad de servicio y satisfacción del turista. Pentur Huánuco 2019-2025 Plan Estratégico Regional de Turismo. Existe una estacionalidad turística marcada que se debe romper para la sostenibilidad económica de las comunidades y la falta de planes estratégicos que nunca se ejecutaron por falta de gestión y recursos, para empezar a competir como destino y no como un puñado de empresas que compiten entre sí.

Asimismo, en el caserío de los milagros de la Laguna de los Milagros, desde que se inició a promover el turismo la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción se presentaron como un problema de asegurar un desarrollo turístico. En lo consiguiente se busca describir y evaluar las variables de este estudio de investigación, para su contribución con el bienestar de brindar una excelente satisfacción a los visitantes ya sean Extranjeros, Nacionales, regionales y locales.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿Cómo es la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción de los turistas que visitan la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021?

1.2.2. Problema Específico

- ¿Cómo es la calidad de los establecimientos de Hospedaje en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021?

- ¿Cómo es la calidad de los restaurantes en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021?
- ¿Cómo es la calidad de servicio de los guías de turismo en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021?
- ¿Cómo es la calidad de los servicios complementos en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 202?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los turistas que visitan en la Laguna de los Milagros?

1.3. Objetivo General

Describir calidad de los servicios turísticos y la satisfacción de los turistas que visitan la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021.

1.4. Objetivos Específicos

OE1: Describir la calidad de los establecimientos de Hospedaje en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021

OE2: Describir la calidad de los restaurantes en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021.

OE3: Describir la Calidad de los servicios de Guías de turismo en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021

OE4: Describir la calidad de los servicios complementarios en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021.

Oe5 Determinar el nivel de satisfacción de los turistas en la Laguna de los Milagros-Leoncio Prado-Huánuco 2021.

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación Práctica

Los resultados que se encontraron en la investigación servirán a las instituciones públicas y también privadas en el procedimiento de la

atención al usuario, brindando un servicio de calidad a los turistas en la Laguna de los Milagros. Además, aportará elementos necesarios para mejorar una atención de servicio muy satisfactoria

1.5.2. Justificación Teórica

Este estudio se justifica de contribuir teóricamente mis resultados obtenidos mediante la investigación, y a la vez favorecerá a la teoría científica como aporte sobre los conceptos de la calidad de servicio y la satisfacción.

1.5.3. Justificación Metodológica

La investigación será importante metodológicamente porque servirá a futuros investigadores como modelo de referencia para llevar a cabo sus respectivas investigaciones, teniendo en cuenta los resultados del presente estudio que permitirán explicar la validez de los instrumentos aplicados durante su desarrollo. Además, la estructura que se va utilizar en la presente investigación será un buen referente para estudios similares y aplicarlos en situaciones similares o en diferentes contextos en los gobiernos locales.

1.6. Limitaciones de la Investigación.

En cuanto a las limitaciones durante el desarrollo de la presente investigación serán las siguientes:

- ✓ Obtener fidelidad de la información de los encuestados.
- ✓ Que los encuestados no respondan con veracidad la información verídica.
- ✓ El periodo de tiempo en la recolección de la información comprende 15 días a partir de la aprobación del proyecto.
- ✓ Al momento de aplicar las encuestas, solo se podrá hacer los fines de semana, debido a las restricciones por la cuarentena.

1.7. Viabilidad

Recursos humanos

Esta investigación será viable porque se va a disponer de los recursos humanos suficientes para el apoyo en su ejecución, tal es así que se contará con el apoyo de personal profesional especializado en investigación, lo cual es de mucho interés.

Recursos económicos

En este estudio se dispondrá de los recursos económicos necesarios para que se desarrolle con toda normalidad y asimismo el financiamiento para su ejecución será propio del investigador.

Recursos tecnológicos

Para facilitar el desarrollo del presente estudio, así como el proceso de identificaciones y la obtención de la indagación a través de las técnicas y los instrumentos programados, se contará con los recursos tecnológicos de la información y comunicación tales como: computadora, impresora, scanner, softwares estadísticos, etc.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Título: “ESTUDIO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN PUERTO AYORA, ISLA SANTA CRUZ”

Autor: Laura Gema Alava Pisco

Janier Alexandra Bastidas Cadena

Lugar: Universidad Central Del Ecuador

Año: 2016

Conclusiones:

1. El actual artículo es notable para la actividad turística, por tanto, una vez obtenido a su capítulo de última etapa, se desglosan las terminaciones que a continuidad se puntualizan:
 - Las sucursales de viajes son el componente primordial para obtener un beneficio turístico, por ello corresponderán proponer una bonita atención a sus consumidores, así los excursionistas se sentirán seguros y la satisfacción al instante antes de adquirir un paquete turístico.
 - Considerando que las agencias de viajes son terceras de los productos turísticos en el Cantón Santa Cruz estas corresponderán proponer un servicio de eficacia, para que al instante de adquirir el beneficio el excursionista no tenga ningún tipo de preocupación al momento de finalizar su paquete no haya considerado con sus perspectivas
 - La diligencia de agenciamiento corresponderá estar al tanto cuáles son sus necesidades y obligaciones hacia los excursionistas, cabe

distinguirse que al estar al tanto estas cuantificaciones las sucursales estarían ofreciendo un mejor ayuda hacia los excursionistas y a su vez estarían impidiendo multas y ordenanzas.

- Las sucursales de viajes deberán obtener comprensión sobre la participación de delegaciones mediante talleres de adiestramientos, así se impediría la competitividad desleal y ofreciendo servicios de disminución de calidad que fermentarían transgredir contra la seguridad de los excursionistas.

Actualmente el trabajo investigado contiene una herramienta significativa para lograr el progreso de la aptitud de servicio de las Agencias de Viajes que manejan en el lugar, se pone a disposición “El Manual de Solicitud al Cliente para las Agencias de viajes del cantón Santa Cruz” con el fin de que sea consciente por quienes despliegan esta importante acción.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Título: “CALIDAD DEL SERVICIO Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA QUE VISITA WASAÍ LODGE, MADRE DE DIOS 2017”.

Autor: Condori Rocca, Carmela

Lugar: Universidad Nacional Amazónica De Madre De Dios

Año: 2018.

Conclusiones:

Se consideró la disposición de la prestación en tres espacios de la compañía: comedor, posada y regido obteniendo a la terminación de que la disposición en la compañía Wasaí Lodge hacer caer la balanza significativa en el agrado del excursionista con el consentimiento del 86% que simboliza a 249 excursionistas encuestados.

En el espacio del comedor; el lema de la higiene de las provisiones prevaleció la complejidad de platillos que brinda. Asimismo, discurre la confianza cordial del propio joven y cocina que hubo gran aprobación,

esto corrobora que los mozos manifiestan gracia y atención al intervalo de aprovechar en la atención. En cuanto al alimento los excursionistas distinguen saborear un alimento latinoamericano realizado de fritadas café líquido, cuando llegue el refrigerio eligen gustar platillo gourmet y nacional criollo, no obstante, hay una menor proporción que eligen la comida naturista, plato típico y gourmet. Alcanzando la terminación que y aptitud de los bienes en el mercado del comedor tiene una alta aprobación del 69% por ciento que simboliza a 200 viajeros o visitantes encuestados.

Antes de la prestación de mandado destacó el extenso discernimiento del guía al instante de aclarar el atrayente y consigue responder sus dudas del excursionista, asimismo sobresale, proceder cordial y amable con el comentario. así mismo, se puede aseverar la dominación del dialecto (inglés) se visualiza una apreciación mínima que la cortesía, la comprensión frecuente del atrayente, donde es manifestado en alta participación del consentimiento obteniendo una apreciación completa del 94% que simboliza a 273 excursionistas encuestados.

En la prestación de hospedaje, las personas que trabajan en la empresa es un gran aliado en Wasá Lodge donde se aprecia un cordial trato de los trabajadores obteniendo un mayor porcentaje. Los ambientes de la habitación son muy volubles, sin embargo, la higiene es un semblante de tomarlo en cuenta y optimizar, y escudriñar y evitar el ingreso de los insectos en cada habitación, la aptitud en el espacio de hospedaje logró mayor consentimiento con los paseantes 95% que personifica a 276 viajeros encuestados.

Cuando un visitante se siente seguro absolutamente en la seguridad del Lodge durante su registro, sin embargo, no todos aprecian un poco de desconfianza en vista de que algunos viajan eventualmente a la región del país, la correspondencia integre la aptitud, precio es caritativa; los viajeros no tienen muchos obsenos con el costo del que ofrece la empresa cuando trata de disfrutar su pausa, sin embargo, proporcionaron algunas explicaciones de optimizar el servicio

Título: “CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA EXTRANJERO EN EL BAR Y RESTAURANTE ALMA DEL HOTEL CASA ANDINA PREMIUM DE PUNO-2019”

Autor: Ismael Gaston Serena

Lugar: Universidad Nacional Del Altiplano

Año: 2020.

Conclusiones:

- PRIMERO. Los estudios en la comprobación de la aptitud del servicio del Taberna Restaurante Alma, se ejecutaron enfatizando, el instrumento del Modelo Servqual, que accedió examinar las posibilidades y conocimientos de los turistas extranjeros que consumieron en dicha empresa y cuyas evaluaciones son positivas que fortalece a las cinco dimensiones.
- SEGUNDO. En el Bar Restaurante Alma los resultados de la evaluación a partir de la percepción del turista extranjero son altos de acuerdo a las cinco dimensiones del modelo Servqual, en colectividad estuvieron de acuerdo con las respuestas de los manifestaciones con un promedio del porcentaje del 91% en tangible, 96.2% en desconfianza, 96.2% en aforo de contradicción, 99.8% se vieron seguros 64.5 % y 100% en empáticos, contando con un nivel alto de percepción del servicio y las brechas son mínimas por tanto deben seguir mejorando y manteniendo los servicio de calidad para la satisfacción.
- TERCERO. La valoración de las perspectivas del viajero forastero por la ayuda de asistencia en el Bar Comedor es auténtica con las cinco superficies de aptitud de prestación, en generalidad quedó muy contento, totalmente en alianza en réplicas de las manifestaciones con un promediar del 97.8% en visible, 99% en desconfianza, 97.63% en cavidad de réplica, 97% seguros al 96.4% empáticos, los mismos

que deben conservar en esa capacidad y prevalecer las brechas pequeña en disconformidades.

- CUARTO. Se propuso lineamientos de mejora continua con la aplicación del ciclo Deming que fortalezcan las 05 dimensiones del exploratorio Servqual para seguir mejorando el servicio del Bar Restaurante Alma en forma global y la percepción y 94 expectativa de una experiencia por parte del turista extranjero cuando tome los servicios, sea de calidad.

2.1.3. Antecedentes Locales

Título: “LA CALIDAD DE SERVICIO Y LOS RESULTADOS ECONÓMICOS EN LOS RECREOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE PILLCO MARCA – HUÁNUCO, 2017”

Autor: Yobana, Ambrocio Magariño

Lugar: Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote

Año: 2017.

Conclusiones:

- Considerando la relación de la aptitud de servicios y las Derivaciones Financieros en los Entretenimientos turísticos del distrito de Pillco Marca – Huánuco, 2017. nos arroja un resultado de 0,697 es decir existe una correlación de Pearson positiva significativa. Que casi siempre cumple con sus expectativas y el propietario se preocupan más por los elementos tangibles descuidando otros aspectos como la capacidad de respuesta, motivación y seguridad al cliente.
- El resultado nos indica que la Calidad de servicio y el Precio, los Entretenimientos turísticos del distrito de Pillco Marca – Huánuco, 2017 nos arroja un resultado de 0,792, es decir existe una correlación de Pearson positiva significativa. Que casi siempre cumple con un precio significativo de acuerdo de como esta sus productos ejm: la comida con una cantidad y sabor que satisfaga al cliente.

- La correlación de Pearson de la Calidad de servicio y la Productividad en los Entretenimientos turísticos del distrito de Pillco Marca – Huánuco, 2017 nos arroja un resultado de 0,604 es decir existe una correlación positiva significativa. Nos indica que casi siempre cumple con la actividad individual, el trabajo en equipo y los procesos bien definidos y eso se denomina eficacia.
- La correlación de Pearson de la Calidad de servicio y la Comercialización en los Entretenimientos turísticos del distrito de Pillco Marca – Huánuco, 2017 nos arroja un resultado de 0,604, es decir existe una correlación positiva significativa. Nos indica que la artesanía, los alimentos y bebidas que cumplen un papel importante en el recreo.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Calidad de los servicios

Un esclarecimiento único de aptitud resulta algo dificultoso, tiene desigual significado. “es ecuánime y fundamental la satisfacción del consumidor, la cual se obtiene lograr mediante el compromiso bien ejecutado; es avanzar en la caracterización, aprobación de las perspectivas de los consumidores internos, exterior de la compañía; es el horizonte de excelentísimo que una organización, elige conseguir para compensar a los consumidores; con reflexión que el consumidor posee sobre un beneficio o prestación”. (ALFONSO, 2014)

2.2.2. Tipologías de los servicios

Los productos muestran una gran dificultad en la publicación que cuentan con tipologías que diversifican generosamente de los bienes: heterogeneidad, Intangibilidad inseparabilidad y representación perecedero.

Intangibilidad: “la situación en el mercado considerable no es fácil referir, considerar, clasificar, cotejar o experimentar anteriormente de formar la transmisión de certificar la aptitud”. (ALFONSO, 2014)

Heterogeneidad: “Diversos mercados, esencialmente con un implícito compromiso compasivo, son múltiples, esto pretende indicar que el cometido modifica de provisor a provisor, de consumidor a consumidor y en estación a estación. cuyo procedimiento de ayuda casi personal es arduo de afirmar por que la compañía pretende conceder puede ser completamente otro a lo que el consumidor recoge”. (ALFONSO, 2014)

Inseparabilidad: “La elaboración y el agotamiento de muchos mercados es inherente, los productos no suelen hacerse una expresión de industria de fabricación (donde se consigue inspeccionar a partir su proyecto a su liquidación), en la eventualidad entrega al consumidor. 36 pertenece a la interacción del consumidor el adecuado la compañía que hace contacto, dependerá de que cantidad control posea la compañía de prestación, propio, que está interesado el comprador en la prestación, en diversas veces éste furtivamente perturba su aptitud”. (ALFONSO, 2014)

Representación perecedera. Los bienes no logran conseguir y acumular hacia su comercialización o manejo. “un consumidor (comprador) de la prestación, estar a la mira dos bienes: los bienes explícitos, donde sonpreciados (requeridos) visiblemente el provisor, de bienes implícitos, considerablemente no fueron aludido en los pactos, se solicitan en la tasación de última etapa. Colectivamente, implícito pretende expresar en lo tradicional una experiencia frecuente para la compañía acreedora de la prestación, sus consumidores y distintos fragmentos interesados”. (ALFONSO, 2014)

“cuya razón en las tipologías considera una prestación, indica un discernimiento en representación cuando se especula con la presencia de consumidores, las insuficiencias conductas, es un componente primordial hacia el triunfo de cualquier dependencia de este ejemplar.

Usualmente sucede con las riquezas, los consumidores requieren favores, deleites en mercados donde hay productos. Cuando los productos son adquiridos se deben utilizar los bienes brindados, en insuficiencias que compensan”. (ALFONSO, 2014)

2.2.3. Categorización de los servicios

- Cualesquiera de las generalizaciones van a ser indiscutibles en relación a cada bien que están en otros esclarecimientos que se relatan y se presumen otros discernimientos a modo:
- Según Hill (1997): En cargo si perturba a individuos en bienes y de efecto (que pueden ser ya sea intactos o solo transitorios, variables, físicos o especulativos). (ALFONSO, 2014).
- Lovelock (1997): “Aumenta un bosquejo nuevo fundado en métodos que ejecutan ejercicios tanto perceptibles como intangibles sobre individuos o territorios, con permanencia en la entrega de los bienes (entrega de pocos minutos a distintos tiempos, y persistencia observada de bienes en transitoria y de años-décadas)”. (ALFONSO, 2014)
- Lovelock (1984): “Establecido en 05 aspectos que logran armonizar entre sí dando lugar a categorizaciones de expedición: el entorno de la asistencia: quien o que servicio toma y si éste tiene resultados visibles; tipo de dependencia: serio o inconsecuente, la prestación del servicio es incesante o facultativo; singularización de la prestación: si se facilita de representación propio o compuesta y con diferentes valores de adaptación al consumidor, ya sea poca o considerable naturaleza de la acogida y solicitud en función de la estacionalidad de la demanda y aforo de ajuste de mercado(incertidumbre transitoria de la petición, alto o bajo, ajuste contigua de la acogida a las diferenciaciones de la petición); forma de suministro del servicio: puede prestarse en uno o varios lugares, exigir el desplazamiento del beneficiario o del que proporciona el servicio”. (ALFONSO, 2014)

- Zikmund y D'Amico (1989): Según la intervención del beneficiario (sin mediación del consumidor, con la colaboración o uso de un beneficio).
- Schmener (1986): "Se precisa en función de La condición de interacción y adaptación a los clientes (exista bajo y alto valor), en función de la categoría de interacción en consecuencia de ocupación (disminución intensidad-mayor propio experto y menor equipamiento costoso, alta intensidad-poco propio profesional y sin equipamiento costoso)". (ALFONSO, 2014).

Dimensiones

2.2.3.1. Servicio de hospedaje

En el caserío de los Milagros distrito de Pueblo Nuevo (Laguna de los Milagros), contamos con servicio de camping. Asimismo, identifico a los negocios que se encuentran dentro de la actividad turística a fin de

2.2.3.2. Restaurantes

Se identifica cinco restaurantes que brindan servicios de alimentación a los visitantes, cada restaurante tiene una oferta turística en atención a los comensales; cada restaurante opta por brindar un servicio categorizado Guías de turismo

En el circuito turístico del deporte de aventura y el circuito de caminata se cuentan con guías donde ofrecen un tour informativo y entretenido en una zona determinada.

2.2.3.3. Servicios complementarios

Dentro de los servicios complementarios, se cuenta con cuatrimotos en un circuito de 400 metros. Asimismo, también se realiza una caminata, de 12 minutos a la laguna mística con guías, que cuentan algunos recreos.

Satisfacción del cliente

el entusiasmo del cliente es un campo de estudio extenso e incluye distintas métodos y guías. Esta percepción ha sido orientada desde aspectos muy diferentes y por escritores pertenecientes en científicos diversos. El diccionario de la Real Academia Española (RAE): “indica emoción riqueza que se consigue siendo protegido una bien necesario”, en este asunto se atenúa una réplica conveniente mediante, aclaración o incertidumbre.

Para Atalaya P. María C. (1995:23): “indica complacencia es un indicador de no ser indeterminado perennemente está combinado en exteriores objetivos siendo claramente sobresaltan un beneficiario con discernimiento”.

Según Oliver, Richard L. (2009:40) precisa: “si la Satisfacción es la contestación en satisfacción de un consumidor”. Es una reflexión acerca de que un rasgo del beneficio o prestación, de que producto o prestación en el mismo provee un nivel satisfactorio de distinción que corresponde con el Consumo.

Compendios que Acceden el grado del Consumidor La satisfacción del consumidor está conformada por tres compendios:

El Beneficio Descubierta cuenta ejercicio (encima todo lo que la cancelación del coste) donde el consumidor discurre haber derivado luego de alcanzar un beneficio o prestación. de distinto carácter, es la “consecuencia” que el consumidor “descubre” cuando consigue el beneficio o prestación que alcanzó.

El beneficio descubierto tiene las consecutivas características:

- Se establece desde el lugar de perspectiva del consumidor, no de la compañía.
- Se fundamentó en las derivaciones que el consumidor consigue con la prestación.

- Está establecido los conocimientos del consumidor, no necesariamente están en la situación.
- Sufre cambios considerables de los veredictos de otros individuos que influyan en el consumidor.

Dependiendo del cambio de esfuerzo del consumidor y de sus lógicas. Dada su complicación el “beneficio descubierto” puede ser definitivo luego de una absoluta exploración que aborda y finaliza en el “consumidor”.

Las expectativas cuyas expectativas de los consumidores pueden alcanzar muestra. Cuyas perspectivas del consumidor se ocasionan por el resultado de algunas cuatro circunstancias.

- Proposiciones que indica la compañía aproxima de los beneficios que propone la prestación. Experiencia de adquisiciones preliminares. Dictámenes de recomendaciones, familiares, acreditados y guías de veredicto. Ofrecimientos que brindan los competidores.
- En el fragmento es establecida de la compañía, se debe asumir el cuidado de instaurar el nivel correcto de perspectivas. Por ejemplo: si las perspectivas son excesivas descienden, no conquistarán bastantes consumidores; pero si son altas, los consumidores se concebirán sorprendidos inmediatamente en adquisición. Una referencia muy sugestiva donde indica el punto, la depreciación en las tablas de satisfacción del consumidor no perennemente representa una disminución en la aptitud de los mercados o servicios; en muchos casos son los resultados 77 de un aumento en las expectativas del cliente, situación que imputa a los movimientos de marketing (en específico, de la radiodifusión y las ventas propios).
- En de suma importancia monitorear “normalmente las perspectivas” de los consumidores para instaurar lo continuado: Si concurren dentro de lo que la compañía puede proporcionar. Si, por debajo o

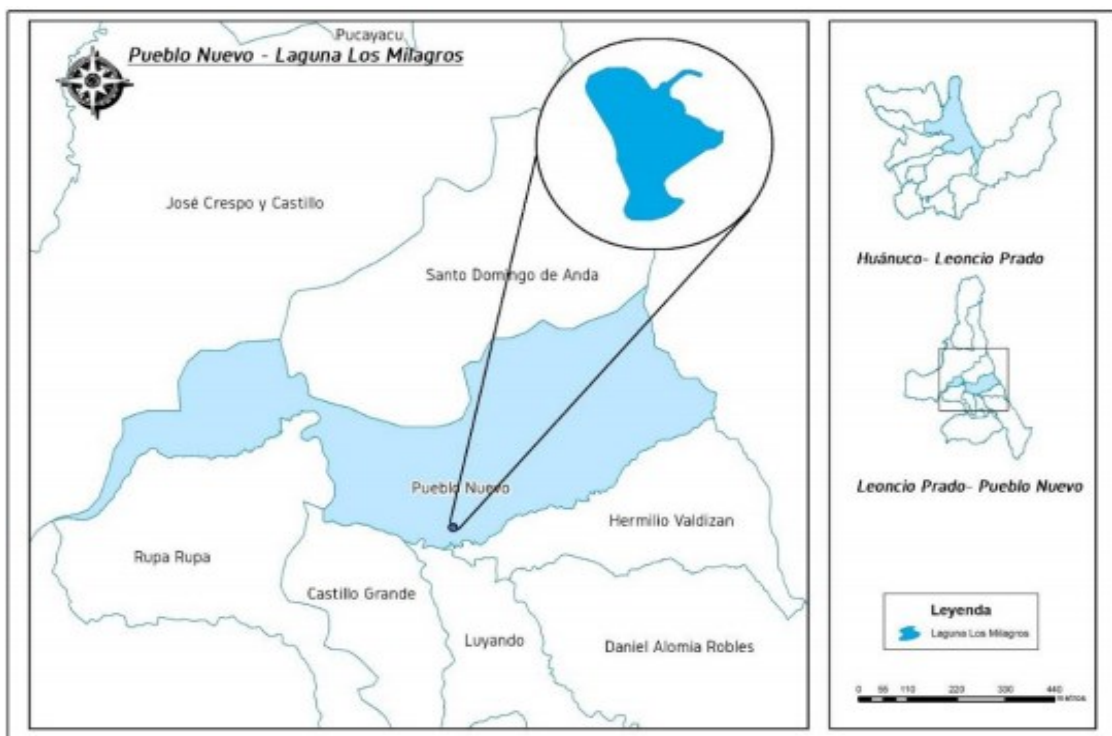
encima de los medios que forma la capacidad. Si concuerdan con lo que el interesado promedio espera, para animar a lograr.

- El nivel de Satisfacción Luego de ejecutar la ventaja de un beneficio o prestación, los clientes estiman uno de éstos tres horizontes de satisfacción: Agrado:
- Se ocasiona cuando el cometido descubierto del beneficio no alcanza los aspectos del consumidor. Satisfacción:
- Se origina cuando el trabajo observado del beneficio concuerda con las perspectivas del consumidor. Complacencia:
- Se origina cuando el cometido percibido excede a las perspectivas del consumidor.

Laguna De Los Milagros

“Los Milagros” situado en el caserío del mismo nombre, a 200m del margen derecho de la carretera Fernando Belaunde Terry, distrito de Pueblo Nuevo, provincia de Leoncio Prado, departamento de Huánuco.

Plano De Ubicación De La Laguna de los Milagros



Altitud

La laguna Los Milagros tiene una altitud media de 690 m.s.n.m. (PEÑA ,2015).

Superficie

El área superficial con que cuenta la laguna Los Milagros es de aproximadamente 50 Ha (PEÑA ,2015).

Limites

Al nor-este limita con el cerro Belén, y el resto de su perímetro con campos de cultivo. Al sur se encuentra una trocha no carrozable (ÑIQUE et al.2001).

Clima

Ore (2007), citado por ALARCON (2015) El área de estudio presenta alta pluviosidad con una precipitación anual promedio de 3300.0 mm. Las mayores precipitaciones se producen entre los meses de diciembre a abril y alcanza un máximo extremo en el mes de enero y febrero, y teniendo menor pluviosidad en los meses de agosto y setiembre. Con una humedad relativa de 85.30% y una temperatura media anual de 25 °C.

Hidrología

Ore (2007), citado por ALARCON (2015) la laguna de Los Milagros cuenta con una quebrada llamada Belén, quien alimenta a la laguna con un 28 caudal promedio de 14.00 lt/s; y cuenta con una masa anual de 202.356 m3 de volumen.

Fauna

ÑIQUE et al. (2001), menciona que en la Laguna "Los Milagros" y sus alrededores se han identificado numerosas especies conformantes de la herpetofauna, avifauna y anfibios. Las aves en su mayoría utilizan la vegetación de esta laguna como lugar de reproducción y protección.

Identificación de zonas de importancia particular en la laguna Los Milagros

Para la identificación de zonas de importancia particular, se procedió de la siguiente forma

Recreos turísticos

El Nativo del Milagro, el Árbol del deseo, la Anaconda, la Rueda el Paraíso del Milagro. Muchos de ellos están alrededor de la laguna y algunos dentro de ello.

Organismos fotosintéticos

Se encontró de la laguna abundante crecimiento de algas. Los pobladores realizan constante limpieza para poder navegar en bote.

Organismos fotosintéticos

Se encontró de la laguna abundante crecimiento de algas. Los pobladores realizan constante limpieza para poder navegar en bote.

Balneario

Dentro de la laguna existen lugares donde las personas practican el nado y el buceo, especialmente en los alrededores, y en ocasiones en la parte media de ella.

Afluente

El afluente de la laguna Los Milagros es una quebrada, que baja del cerro Belén.

2.3. Definiciones Conceptuales

2.3.1. Atención de calidad

Es un conjunto de operaciones que de forma directa o indirecta se relacionan con el turismo y a su vez pueden influir sobre él, siempre que conlleve la prestación de servicios a un turista. Son aquellas actividades que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. (YANES, 2004)

Oferta turística. Son conjuntos de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinados precios, mientras que Quesada (2007), por su parte, la Organización Mundial del Turismo (1998), define la oferta turística “como un conjunto

de productos turísticos y servicios puestos a la predisposición del turista en un destino determinado, para su disfrute y consumo”.

Turismo. Según la OMT (1994) “abarca todas las actividades que realizan

las personas durante sus viajes y estadía en lugares distintos al de su ambiente habitual, por un periodo consecutivo mínimo a un período mínimo, con conclusiones de entretenimiento negocios u otros motivos que no están relacionados necesariamente con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”. (JULIAN PEREZ PORTO, 2008)

Satisfacción. Se relaciona al grado de consentimiento del individuo cuando efectúa una adquisición o utiliza una prestación. La lógica indica que, a mayor satisfacción, mayor posibilidad de que el cliente vuelva a comprar o a contratar servicios en el mismo lugar” (JULIAN PEREZ PORTO, DEFINICION.DE, 2011).

Demanda turística: La demanda turística es, por tanto, el total de las personas participantes en actividades turísticas, cuantificada como número de llegadas o salidas de turistas, valor en dinero gastado u otros datos estadísticos. Entre los factores que influyen en la demanda turística se encuentra el poder económico de los turistas, la disponibilidad de vacaciones y otros factores motivadores. Panosso, A., Lohman, G. (2012). Demanda turística. Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas (pp. 149-150). México: Trillas.

Demanda turística suprimida

Aquellos que quieren viajar, pero existen diversas razones que se los impiden. Se pueden dividir en:

Demanda potencial. Aquella demanda turística reprimida que tarde o temprano viajará, pero que no puede hacerlo inmediatamente o cuando le gustaría, por factores propios que se lo impiden, por ejemplo, falta de disponibilidad de vacaciones o estar ahorrando para el viaje.

Demanda diferida. Aquella que por problemas debidos a los proveedores (por ejemplo, falta de lugares de hospedaje o en el transporte), al clima, u otros, se ve obligada a posponer un viaje hasta otra fecha. Kotler y Armstrong (1993) denominan a este tipo de demanda excesiva, haciendo referencia en los casos en los que la demanda de un producto o servicio supera la oferta.

Artesanía: CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y ARTES (CNCA), 2008, es la acción de producir y crear un objeto o una serie de objetos y que se constituye como una actividad cuya cadena de valor contiene hitos relacionados al Patrimonio Cultural Inmaterial y Material, relacionados simbólicamente con el territorio y la construcción de identidad de la comunidad a nivel local o nacional. VICTORIA NOVELO (2002) antropóloga menciona que la artesanía es el arte culto y de la clase dominante. En este sentido, se aclara los conceptos de “artesanía” y de “arte popular”. Parecen ser ambos la misma cosa, pero su significado también ha estado cambiando de acuerdo a los discursos oficiales que se han tejidos y por los espacios ocupados a lo largo de la historia.

2.4. Variables

2.4.1. Variable

Calidad de servicio

2.4.1.1. Dimensiones

- Servicio de hospedaje
- Restaurantes
- Guía de turismo
- Servicios complementarios
- Nivel de satisfacción

2.5. Operacionalización de Variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM
Calidad de Servicio	Servicios de hospedaje (camping)	Instalaciones Apariencia Seguridad Protocolos de seguridad	1. ¿Ud. cree que se siente satisfecho con la calidad del servicio de camping? 2. ¿Cuál es su nivel de satisfacción de la calidad del servicio de camping de atención brindada en la laguna de los milagros? 3. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto al trato brindado en los recreos por el servicio del camping?
	Restaurantes	Instalaciones Apariencia Servicio Variedad de platos Capacidad de respuesta Protocolos de seguridad	1. ¿los recreos brindan un servicio de calidad y Ud. se siente satisfecho por la atención? 2. ¿Cuál es su nivel de satisfacción del servicio recibido en los restaurantes? 3. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención brindada en los restaurantes? 4. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato brindado por el servicio en los restaurantes?
	Guía de turismo	Apariencia personal Conocimiento Atención al cliente Capacidad de respuesta Protocolos de seguridad	1. ¿considera que los guías de turismo brindan una adecuada calidad de guiado y se siente satisfecho? 2. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos, en los recreos? 3. ¿Algún servicio turístico le ha causado satisfacción en su visita a la laguna de los milagros? 4. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos en la laguna de los milagros?
	Servicios complementarios	Instalaciones Estado de conservación Limpieza Orden Comportamiento de los empleados	1. ¿los parqueos de los recreos están en la capacidad de brindarles seguridad a los visitantes? 2. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención que usted apreció en este lugar? 3. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato cordial en los servicios que se puede apreciar en la laguna de los milagros?
Satisfacción al turista	Nivel de satisfacción	Expectativa del servicio Servicio esperado Servicio adecuado	1. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto a la atención que usted apreció en la laguna de los milagros? 2. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto al trato cordial en cada recreo en la laguna de los milagros?

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

Investigación aplicada. El interés de la investigación aplicada es práctico, pues sus resultados son utilizados inmediatamente en la solución de problemas de la realidad. La investigación aplicada normalmente identifica la situación problema y busca, dentro de las posibles soluciones, aquella que pueda ser la más adecuada para el contexto específico.

3.1.1. Enfoque

Cuantitativo. Este enfoque investigativo plantea la unidad de la ciencia, es decir, la utilización de una metodología única que es la misma de las ciencias exactas y naturales (Hernández, 2014).

Debido que esta investigación, su medio principal es la medición y el cálculo.

3.1.2. Alcance o Nivel

Descriptivo explicativo: Estos estudios son los encargados de explicar porque ocurre uno o más fenómenos Hernández, Fernandez y Baptista (2006), los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier fenómeno que se sustenta en un análisis. Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas para describir lo que se investiga. Es así que, en el presente estudio se busca medir las dimensiones de la variable mediante ciertos indicadores, los mismos que se han detallado en el cuadro de operacionalización para

ser aplicados a una población el cual se han definido en el subtítulo precedente.

3.1.3. Diseño

La investigación será “no experimental”, en su forma transversal. Es transversal porque se realizará un corte en el tiempo para recabar la opinión de las personas involucradas en el problema.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Población

La población en estudio estará conformada por los turistas nacionales y extranjeros que visitan La Laguna de los Milagros, se va a tomar los datos del 2019 como referencia.

Población	total
Visitantes de la Laguna de los Milagros	52,871

FLUJO DE VISITAS TURISTICAS NACIONALES Y EXTRANJEROS 2011 - 2019									
RECURSOS TURISTICOS	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
PARQUE NACIONAL TINGO MARIA	-	64,786	72,559	65,485	83,583	90,251	92,417	107,287	113,597
LAGUNA LOS MILAGROS	4,157	4,298	1,524	4,804	3,234	916	31,459	57,663	52,871
ZOOCRIADERO UNAS	20,477	24,217	-	-	-	-	-	46,764	48,195
SERPENTARIO A.P.	2,350	2,213	-	-	-	-	17,558	15,491	19,871
CATARATAS SANTA CARMEN						36,400	31,800	35,900	36,782
CATARATAS ONOLULO								10,936	26,558

Fuente: flujo de visitas turísticas DICERTUR-LEONCIO PRADO.

3.2.2. Muestra

La muestra para el presente estudio se empleará el muestreo probabilístico, que es una técnica de muestreo en virtud de la cual las muestras son recogidas en un proceso que brinda a todos los

individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados. Será aleatorio simple donde todos los miembros de la población sean incluidos en la lista y luego se seleccionará al azar el número deseado de sujetos.

Se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde,

N = Tamaño de la población

Z = Nivel de confianza,

p = Probabilidad de éxito, o proporción esperada

q = Probabilidad de fracaso

d = Precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

Reemplazando la Formula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{52871 * (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(0.1)^2 * (52871 - 1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{52871 * 3.8416}{0.01 * 52873.841}$$

$$n = 384.14$$

$$n = 384.$$

Muestra: = 384 visitantes

3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.3.1. Técnica

En la presente investigación se empleó la técnica de la encuesta para recolectar información y convertirlas en datos precisos de nuestra muestra, en este caso a los visitantes en la Laguna de los Milagros.

3.3.2. Instrumentos

El instrumento que se utilizó en el presente estudio de investigación fue el cuestionario. Para el autor Hernández (2014), menciona que el cuestionario es tal vez el instrumento más utilizado para recolectar los datos. La cual consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir de acuerdo a las dimensiones de la calidad de los servicios turísticos y satisfacción del turista en la Laguna de los Milagros.

3.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información

Se usó las siguientes tecnologías para facilitar el trabajo del procesamiento, análisis y presentación de datos, según siguiente detalle:

- **WORD**, se utilizó este software para el procesamiento y redacción del proyecto e informe final del estudio de investigación.
- **SPSS**, este software permitió procesar las tabulaciones de las encuestas aplicadas a los turistas de la Laguna de los Milagros.
- **Excel**, este programa ayudó al diseño y presentación de los cuadros y gráficos en el proyecto e informe final de la tesis.
- **Power Point**, este software me permitió hacer una presentación didáctica de los resultados obtenidos

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1. Procesamientos de datos

Selección de instrumento:

El instrumento utilizado para la investigación fue:

- Encuesta:

Fue elaborado con la finalidad de obtener la información para analizar la calidad de los servicios turísticos y satisfacción del turista que visita la Laguna de los Milagros, por ello se elaboró un cuestionario para cada variable de estudio, donde se nos permitió conocer en cuanto a su opinión la calidad de los servicios turísticos y satisfacción del turista que visita la Laguna De Los Milagros.

Se usó para categorizar las variables Muy inadecuado, Inadecuado, Ni adecuado ni inadecuada, Adecuado, Muy adecuado Muy insatisfecho, Insatisfecho, Aceptable, Satisfecho, Muy satisfecho. Asimismo, ello nos permite evidenciar el cumplimiento de las variables de estudio.

Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En las consecutivos tablas e imágenes que a continuación se muestran, reflejan los resultados obtenidos de la investigación para conocer la calidad de los servicios turísticos y satisfacción del turista que visita la Laguna de los Milagros– Leoncio Prado – Huánuco 2021. Dicho estudio tuvo como muestra a 384 turistas seleccionados de manera aleatoria quienes visitaron la Laguna de los Milagros– Leoncio Prado – Huánuco 2021.

Resultados de la Encuesta

A continuación, se presenta los resultados de las encuestas realizadas que visitaron la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021.

Aspectos generales

Tabla N° 1.

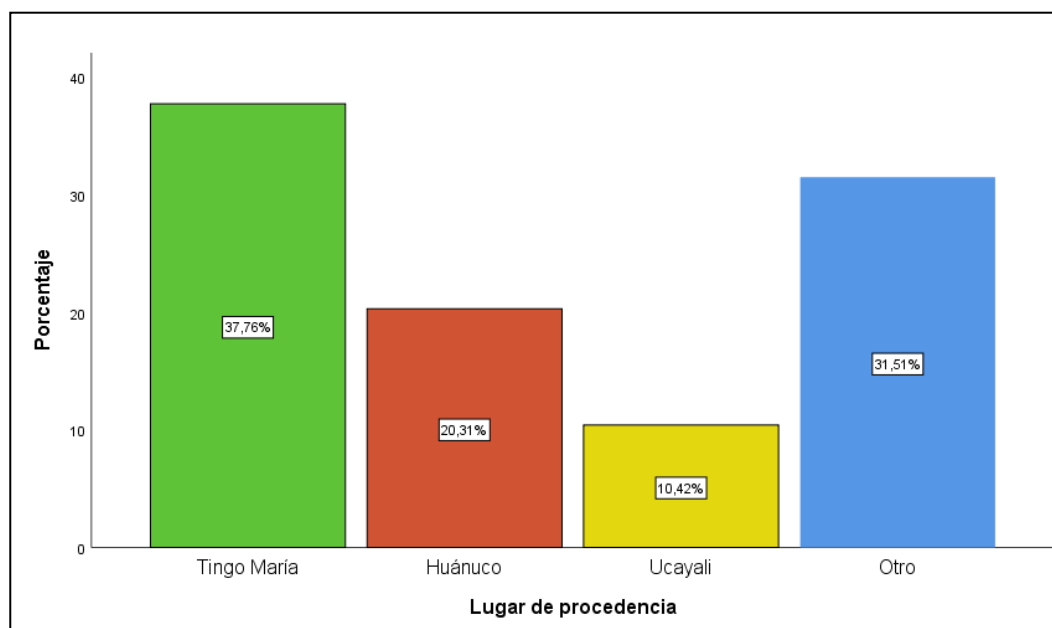
Lugar de procedencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Tingo María	145	37,8	37,8	37,8
	Huánuco	78	20,3	20,3	58,1
	Ucayali	40	10,4	10,4	68,5
	Otro	121	31,5	31,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 1.

Lugar de procedencia



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede apreciar que el 37% de los visitantes a la Laguna de los Milagros procede de la ciudad de Tingo María, el 20.31% procede de Huánuco, el 10,42% de Ucayali y un 31.51% de otras ciudades.

Tabla N° 2.

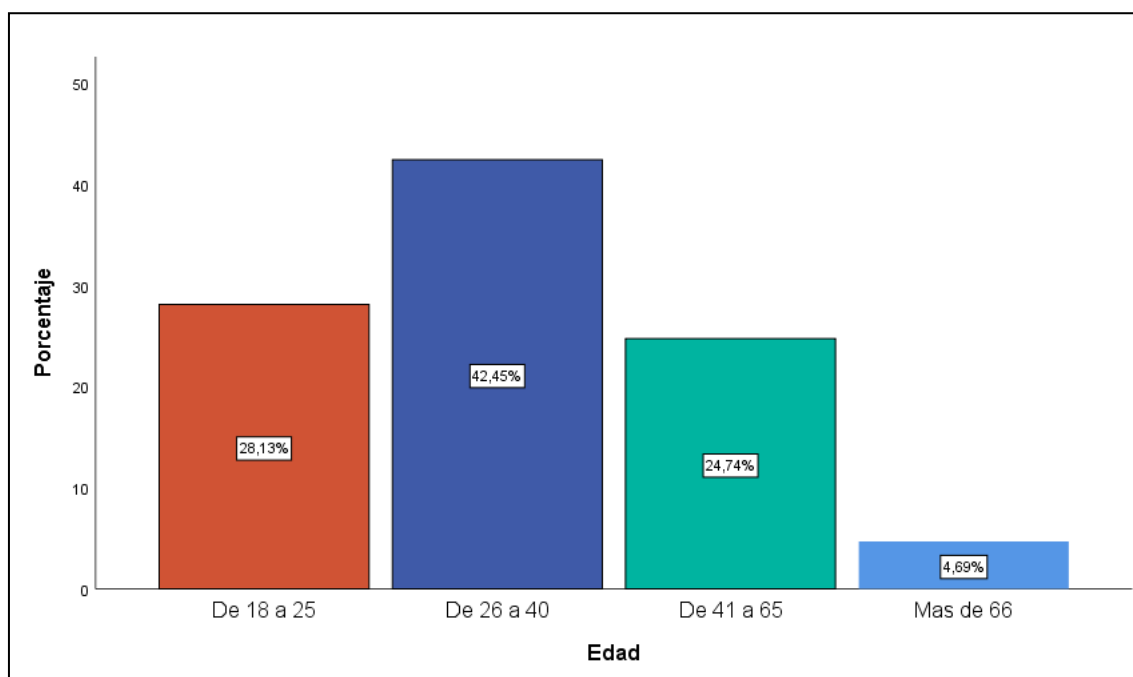
Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 18 a 25	108	28,1	28,1	28,1
	De 26 a 40	163	42,4	42,4	70,6
	De 41 a 65	95	24,7	24,7	95,3
	Mas de 66	18	4,7	4,7	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 2.

Edad



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 28.13% de los que tienen la edad de 18 a 25 años visitan a la Laguna de los Milagros, el 42.45% de los que tiene la edad de 26 a 40 años, el 24,74% de los que tiene la edad de 41a 65 años, el 4.69% de los que tiene la edad de más 66 años.

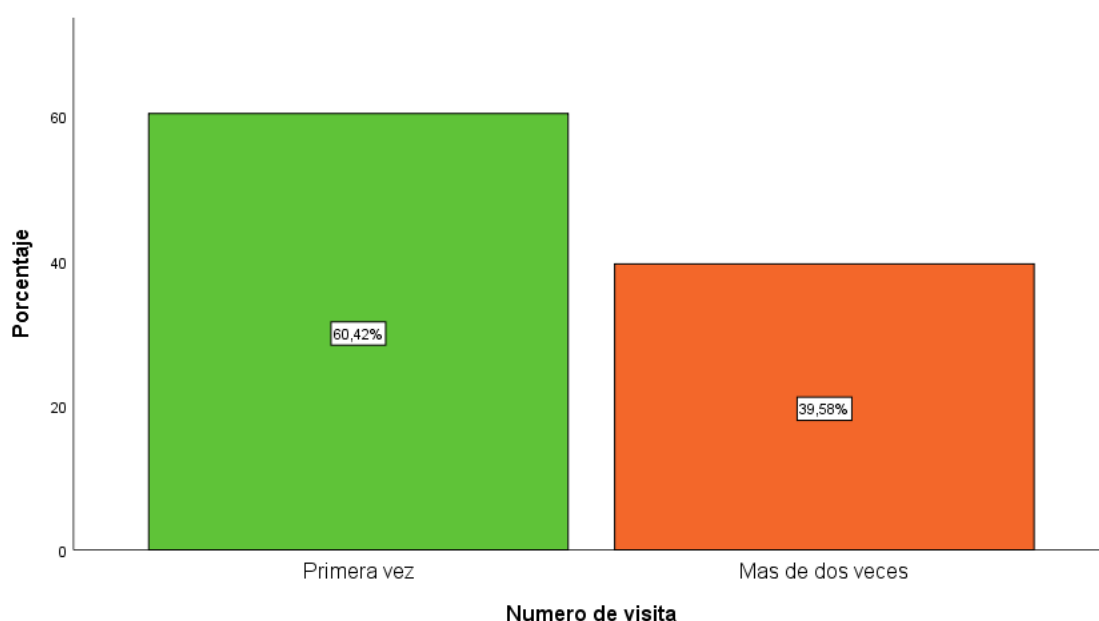
Tabla N° 3.

Numero de visita

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primera vez	232	60,4	60,4	60,4
	Mas de dos veces	152	39,6	39,6	100,0
Total		384	100,0	100,0	

Figura N° 3.

Numero de visita



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 60.42% de los visitantes a la Laguna de los Milagros que llegan es por primera vez, el 35,58% visitan más de dos veces de la ciudad de Tingo María.

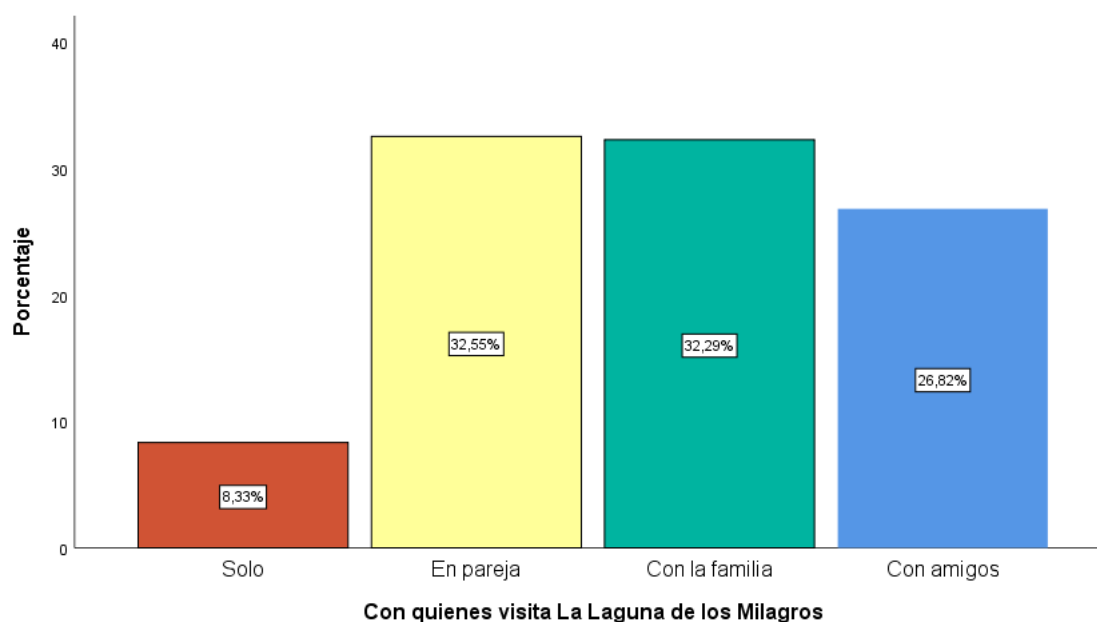
Tabla N° 4.

Con quienes visita La Laguna de los Milagros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Solo	32	8,3	8,3	8,3
	En pareja	125	32,6	32,6	40,9
	Con la familia	124	32,3	32,3	73,2
	Con amigos	103	26,8	26,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Figura N° 4.

Con quienes visita La Laguna de los Milagros



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 08.33% de los visitantes a la Laguna de los Milagros llegaron solo, el 32.55% llegan en pareja, el 32.29% llegan con familia, el 26.82% llegan con amigos.

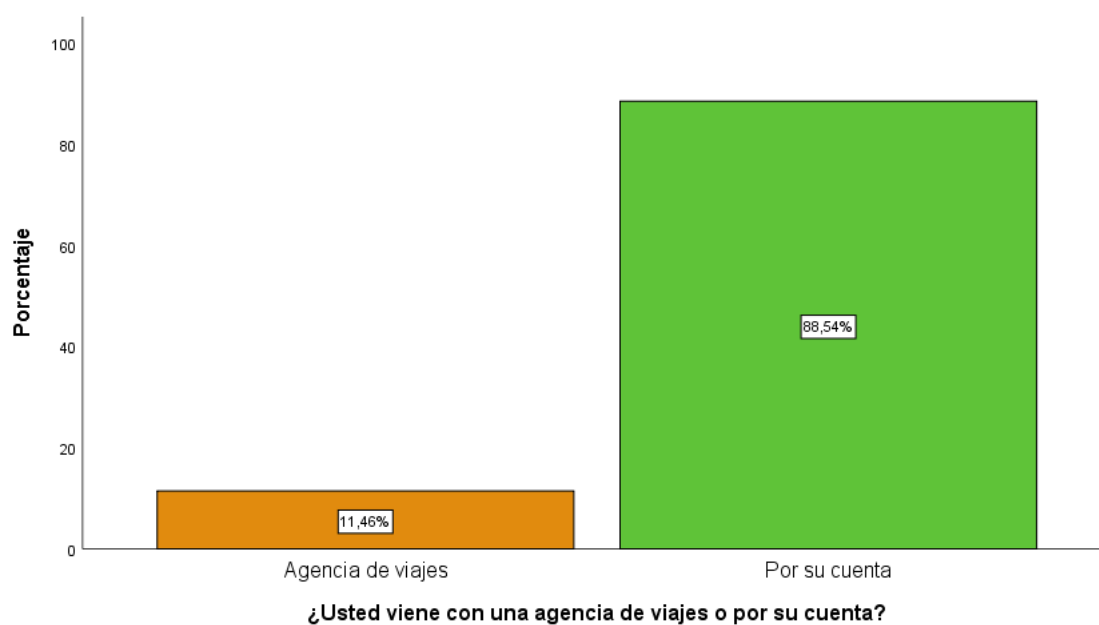
Tabla N° 5.

¿Usted viene con una agencia de viajes o por su cuenta?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Agencia de viajes	44	11,5	11,5	11,5
	Por su cuenta	340	88,5	88,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Figura N° 5.

¿Usted viene con una agencia de viajes o por su cuenta?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 11.46% vienen con agencias de viajes a la Laguna de los Milagros, el 88.54% llegan por su cuenta.

Tabla N° 6*Servicios que utiliza*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	75	19,5	98,7	98,7
	2	1	0,3	1,3	100,0
	Total	76	19,8	100,0	
Perdidos	Sistema	308	80,2		
Total		384	100,0		

Figura N° 6.*Servicios que utiliza*

	Respuestas N	Porcentaje de casos
Hospedaje	69	18,2%
Restaurantes	356	93,7%
Guía de turismo	153	40,3%
Servicio de parqueo	116	30,5%
Alquiler de botes	326	85,8%
Venta de artesanía	88	23,2%
Servicios higiénicos	196	51,6%
Servicio de cannopy	109	28,7%
Total	1413	371,8%

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar el servicio de restaurantes es más usado por los visitantes en la Laguna de los Milagros con 93.7%, y el segundo servicio mas frecuentado es el alquiler de botes con 85.8%, y 51.6% servicios higiénicos, el 40.3% es de guía de turismo, el 30.5% son servicios de parqueo, el 28.7% son servicio de cannopy, el 23.2% es venta de artesanía, el 18.2% son servicios de hospedaje.

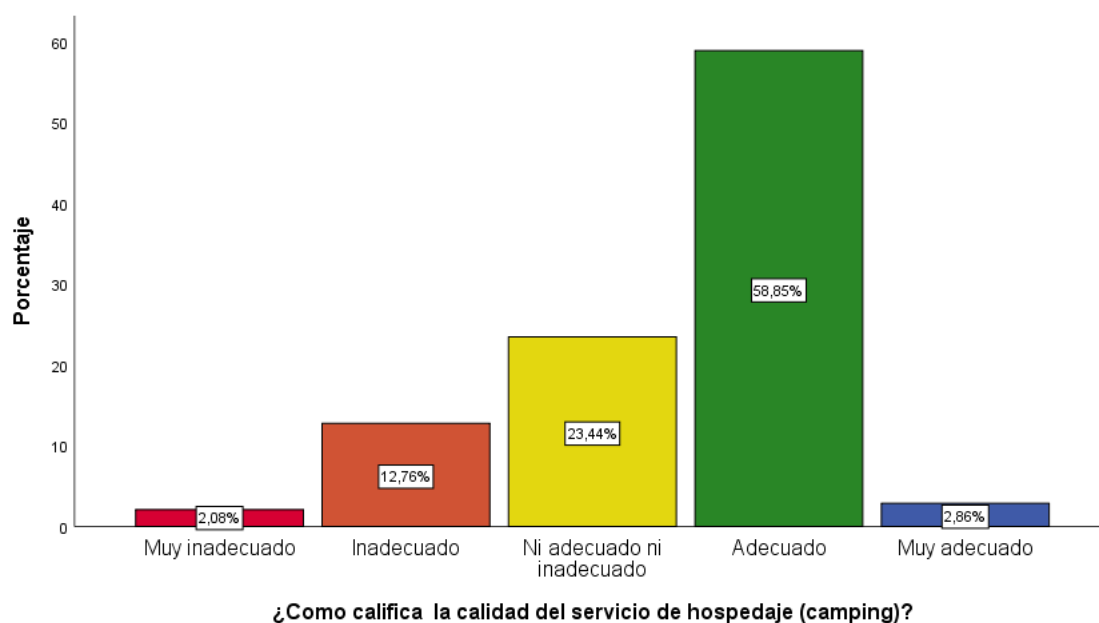
Tabla N° 7.

Cómo califica la calidad del servicio de hospedaje (camping)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy inadecuado	8	2,1	2,1	2,1
	Inadecuado	49	12,8	12,8	14,8
	Ni adecuado ni inadecuado	90	23,4	23,4	38,3
	Adecuado	226	58,9	58,9	97,1
	Muy adecuado	11	2,9	2,9	100,0
	Total		384	100,0	100,0

Figura N° 7.

¿Cómo califica la calidad del servicio de hospedaje (camping)?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede apreciar que el 2,06% están muy inadecuado con la calificación del servicio de hospedaje (camping), el 12,76% se encuentran inadecuado, el 23,44% ni adecuado ni inadecuado, el 58,85% es adecuado, el 2,86% es muy adecuado.

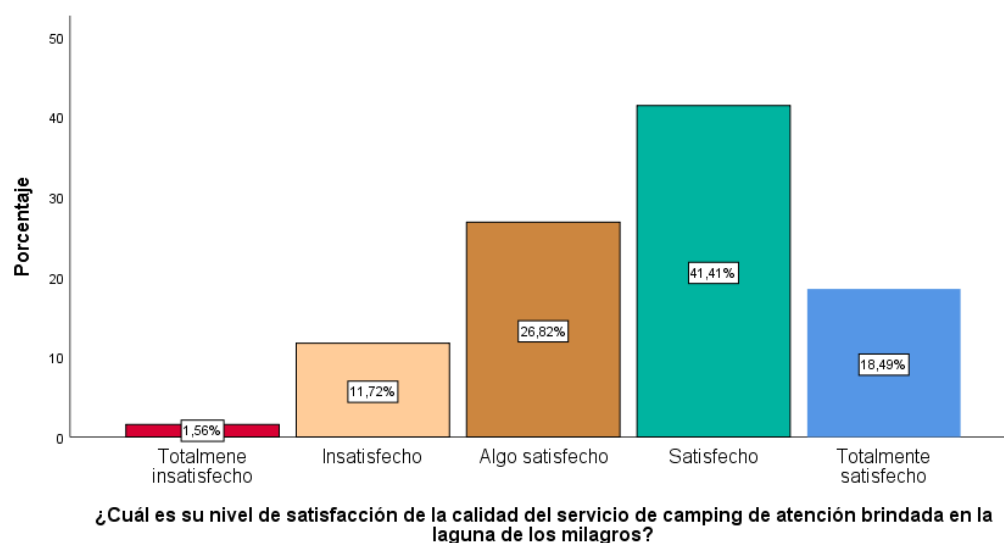
Tabla N° 8.

¿Cuál es su nivel de satisfacción de la calidad del servicio de camping de atención brindada en la laguna de los milagros?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente insatisfecho	6	1,6	1,6	1,6
	Insatisfecho	45	11,7	11,7	13,3
	Algo satisfecho	103	26,8	26,8	40,1
	Satisfecho	159	41,4	41,4	81,5
	Totalmente satisfecho	71	18,5	18,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Figura N° 8.

¿Cuál es su nivel de satisfacción de la calidad del servicio de camping de atención brindada en la laguna de los milagros?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 1.56% están totalmente insatisfecho por el servicio del camping que se le brinda, el 11.72% se encuentran insatisfecho, el 26.82% se encuentra algo satisfecho, el 41.41% se encuentran satisfechos, el 18.49% se encuentra totalmente satisfecho.

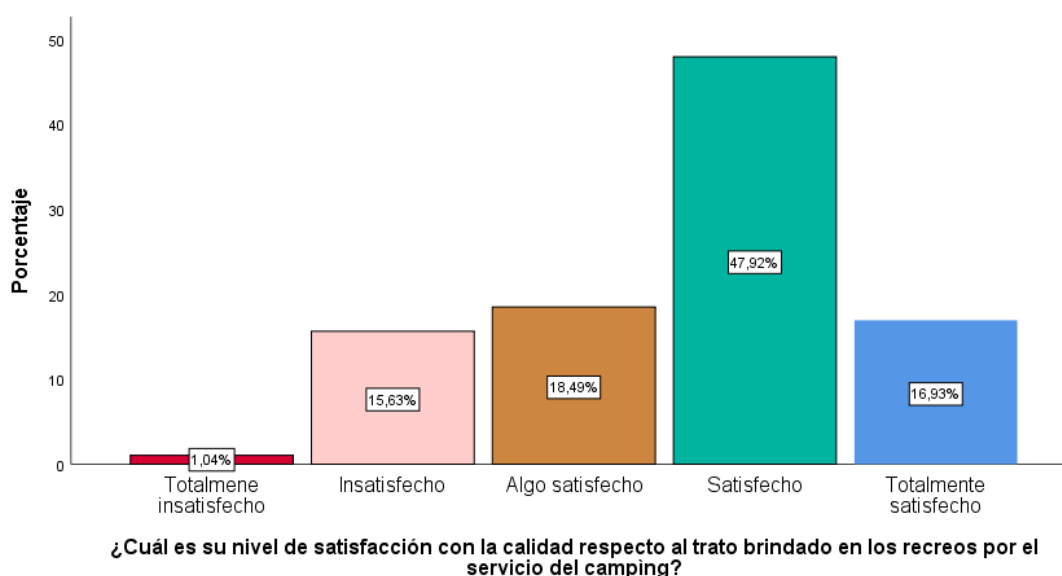
Tabla N° 9.

¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto al trato brindado en los recreos por el servicio del camping?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente insatisfecho	4	1,0	1,0	1,0
	Insatisfecho	60	15,6	15,6	16,7
	Algo satisfecho	71	18,5	18,5	35,2
	Satisfecho	184	47,9	47,9	83,1
	Totalmente satisfecho	65	16,9	16,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Figura N° 9.

¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto al trato brindado en los recreos por el servicio del camping?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 1.04% están totalmente insatisfecho con la calidad respecto al trato brindado en los recreos por el servicio de camping, el 15.63% se encuentran insatisfecho, el 18.49% se encuentra algo satisfecho, el 47.92% se encuentran satisfecho, el 16.93% se encuentra totalmente satisfecho.

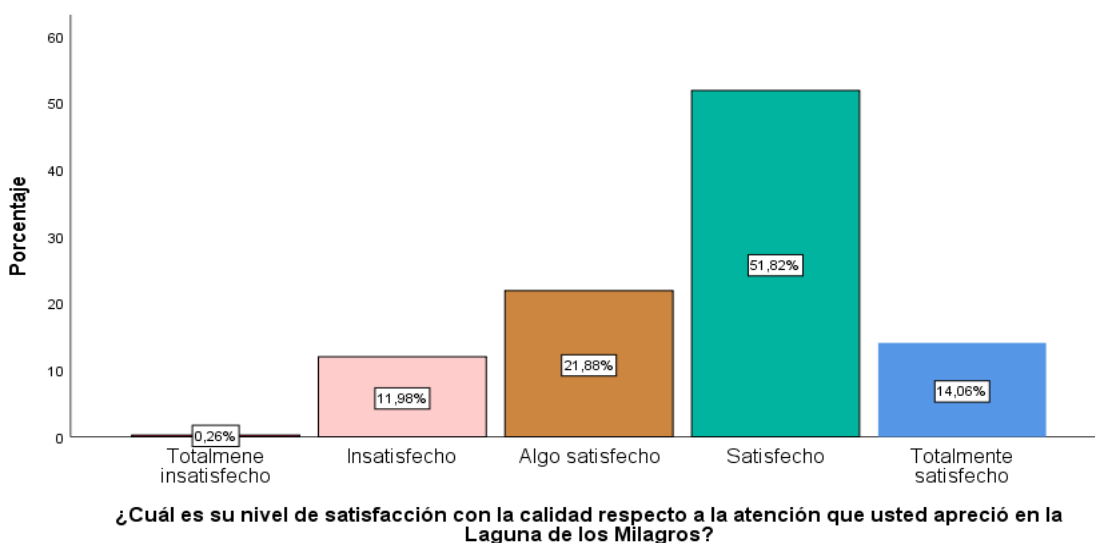
Tabla N° 10.

¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto a la atención que usted apreció en la laguna de los milagros?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente insatisfecho	1	,3	,3	,3
	Insatisfecho	46	12,0	12,0	12,2
	Algo satisfecho	84	21,9	21,9	34,1
	Satisfecho	199	51,8	51,8	85,9
	Totalmente satisfecho	54	14,1	14,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Figura N° 10.

¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto a la atención que usted apreció en la laguna de los milagros?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 0.26% están totalmente insatisfecho con la calidad respecto a la atención que aprecio en la laguna de los Milagros, el 11.98% se encuentran insatisfecho, el 21.68% se encuentra algo satisfecho, el 51.82% se encuentran satisfecho, el 14.06% se encuentra totalmente satisfecho.

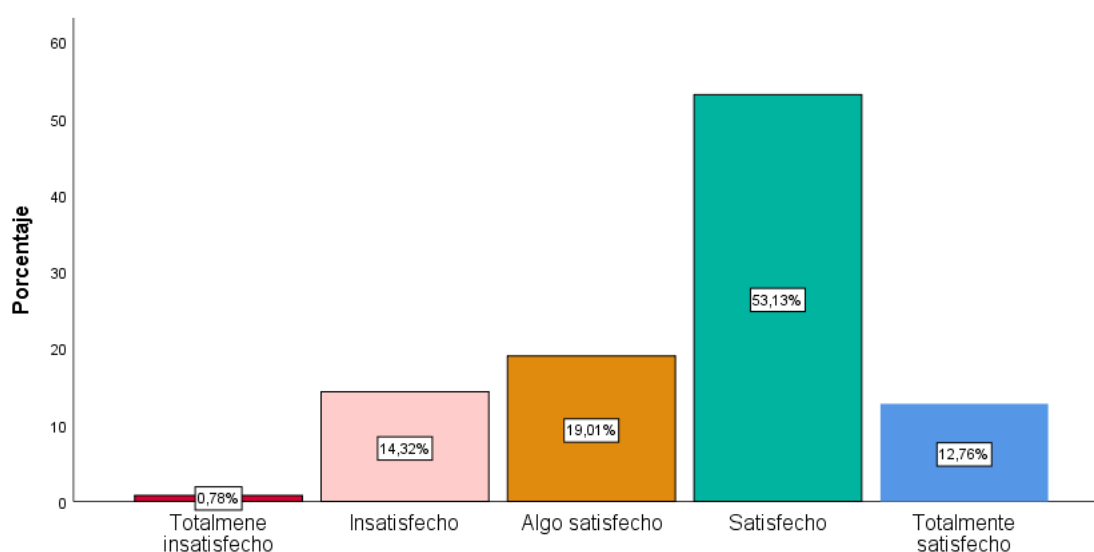
Tabla N° 11.

¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto al trato cordial en cada recreo en la laguna de los milagros?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente insatisfecho	3	,8	,8	,8
	Insatisfecho	55	14,3	14,3	15,1
	Algo satisfecho	73	19,0	19,0	34,1
	Satisfecho	204	53,1	53,1	87,2
	Totalmente satisfecho	49	12,8	12,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Figura N° 11

¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto al trato cordial en cada recreo en la laguna de los milagros?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 0.78% están totalmente insatisfecho con la calidad respecto al trato cordial en cada recreo en la laguna de los Milagros, el 14.32% se encuentran insatisfecho, el 19.01% se encuentra algo satisfecho, el 53.13% se encuentran satisfecho, el 12.76% se encuentra totalmente satisfecho.

Restaurantes

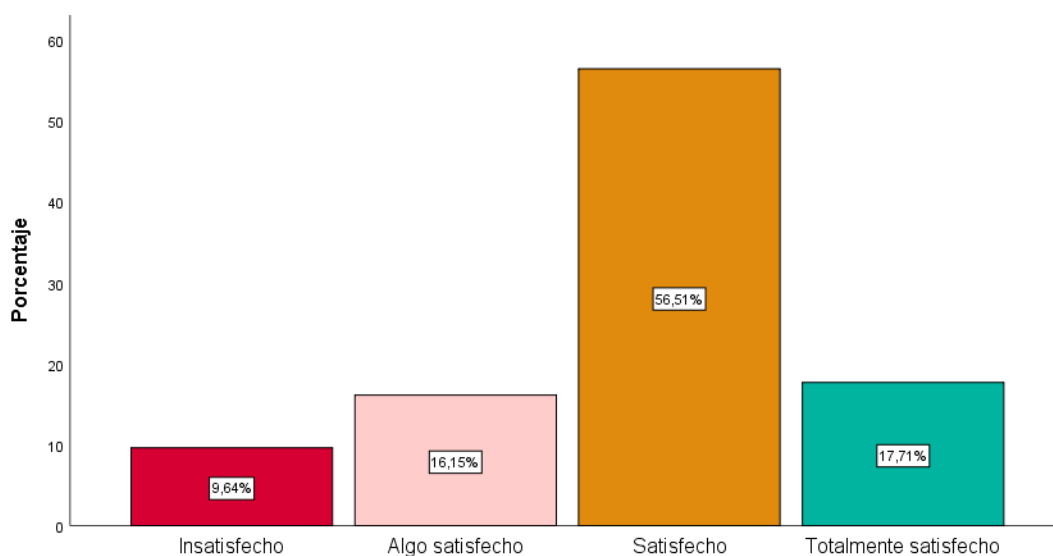
Tabla N° 12

¿Los recreos brindan un servicio de calidad y Ud. se siente satisfecho por la atención?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Insatisfecho	37	9,6	9,6	9,6
	Algo satisfecho	62	16,1	16,1	25,8
	Satisfecho	217	56,5	56,5	82,3
	Totalmente satisfecho	68	17,7	17,7	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Figura N° 12.

¿Los recreos brindan un servicio de calidad y Ud. se siente satisfecho por la atención?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 9.64% están totalmente insatisfecho con la calidad de atención, el 16.15% se encuentran algo insatisfecho, el 56.51% se encuentra satisfecho, el 17.71% se encuentran se encuentra totalmente satisfecho.

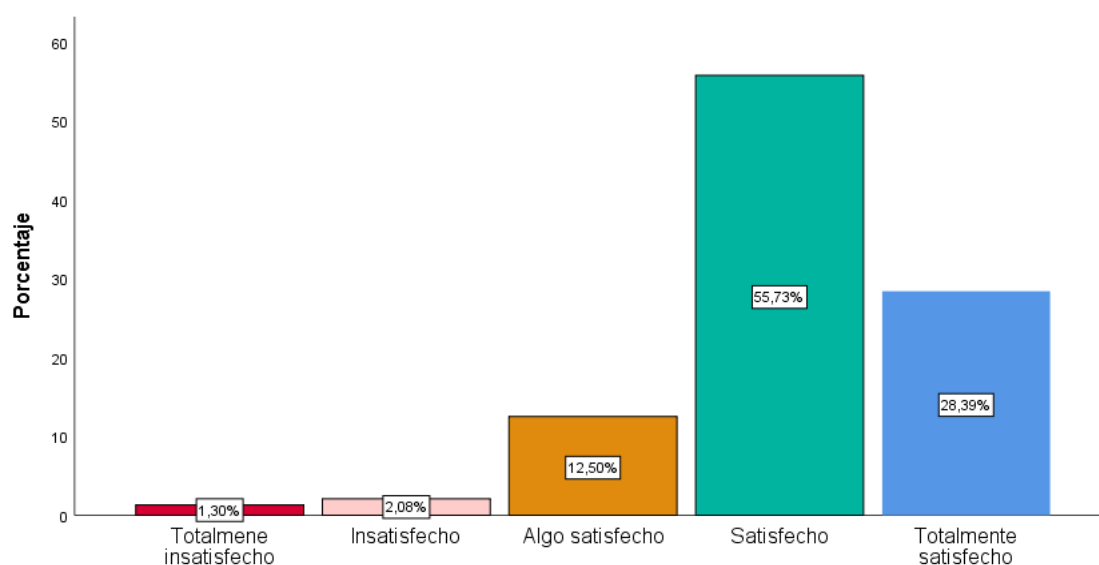
Tabla N° 13.

¿Cuál es su nivel de satisfacción del servicio recibido en los restaurantes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente insatisfecho	5	1,3	1,3	1,3
	Insatisfecho	8	2,1	2,1	3,4
	Algo satisfecho	48	12,5	12,5	15,9
	Satisfecho	214	55,7	55,7	71,6
	Totalmente satisfecho	109	28,4	28,4	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Figura N° 13.

¿Cuál es su nivel de satisfacción del servicio recibido en los restaurantes?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 1.30% se encuentran satisfechos del servicio recibido en los restaurantes, el 2.08% se encuentran insatisfecho, el 12.50% se encuentra algo satisfecho, el 55.73% se encuentran se encuentra satisfecho, el 28.39% se encuentra totalmente satisfecho.

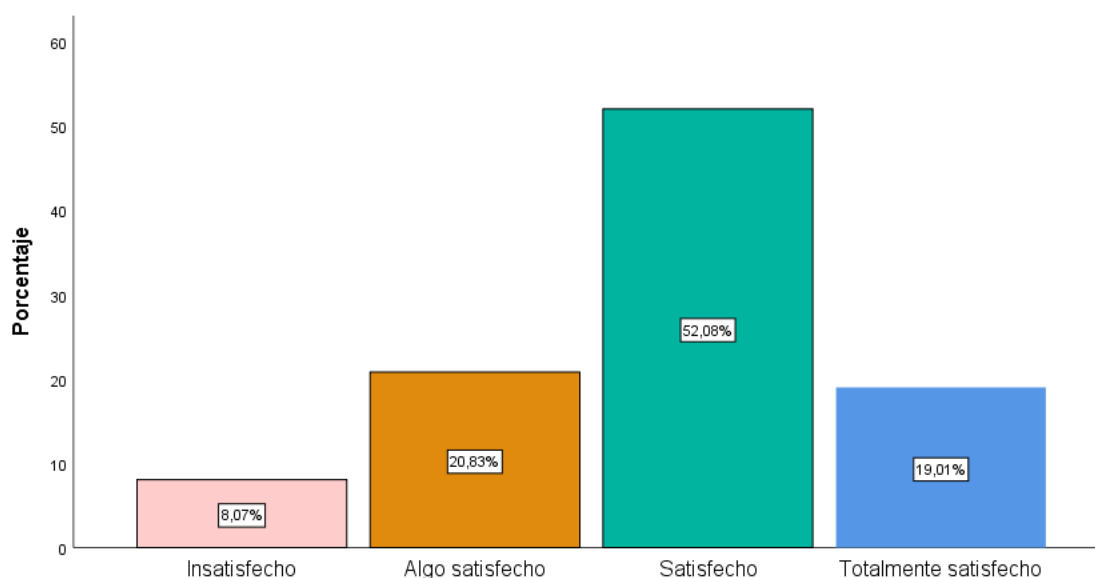
Tabla N° 14.

¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención brindada en los restaurantes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Insatisfecho	31	8,1	8,1	8,1
	Algo satisfecho	80	20,8	20,8	28,9
	Satisfecho	200	52,1	52,1	81,0
	Totalmente satisfecho	73	19,0	19,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Figura N° 14.

¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención brindada en los restaurantes?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 8.07% se encuentran satisfechos respecto a la atención brindada en los restaurantes, el 20.83% se encuentran satisfecho, el 52.08% se encuentran se encuentra satisfecho, el 19.01% se encuentra totalmente satisfecho.

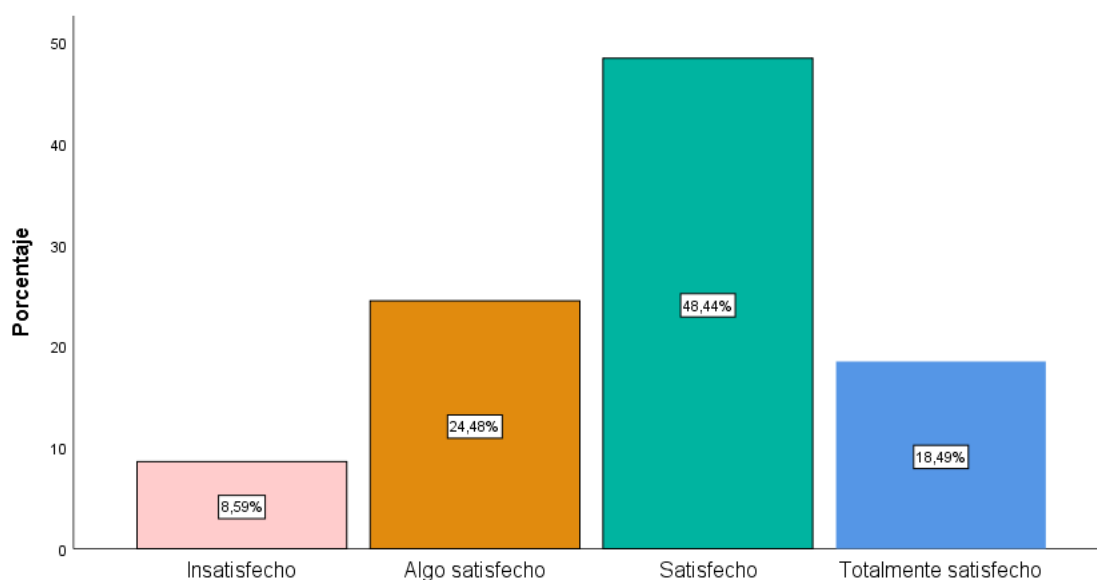
Tabla N° 15.

¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Insatisfecho	33	8,6	8,6	8,6
	Algo satisfecho	94	24,5	24,5	33,1
	Satisfecho	186	48,4	48,4	81,5
	Totalmente satisfecho	71	18,5	18,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Figura N° 15.

¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato brindado por el servicio en los restaurantes?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede apreciar que el 8.59% se encuentran satisfechos respecto al trato brindado por el servicio en los restaurantes, el 24.48% se encuentran algo satisfecho, el 48.44% se encuentran satisfecho, el 18.49% se encuentra totalmente satisfecho.

Servicio de guiado

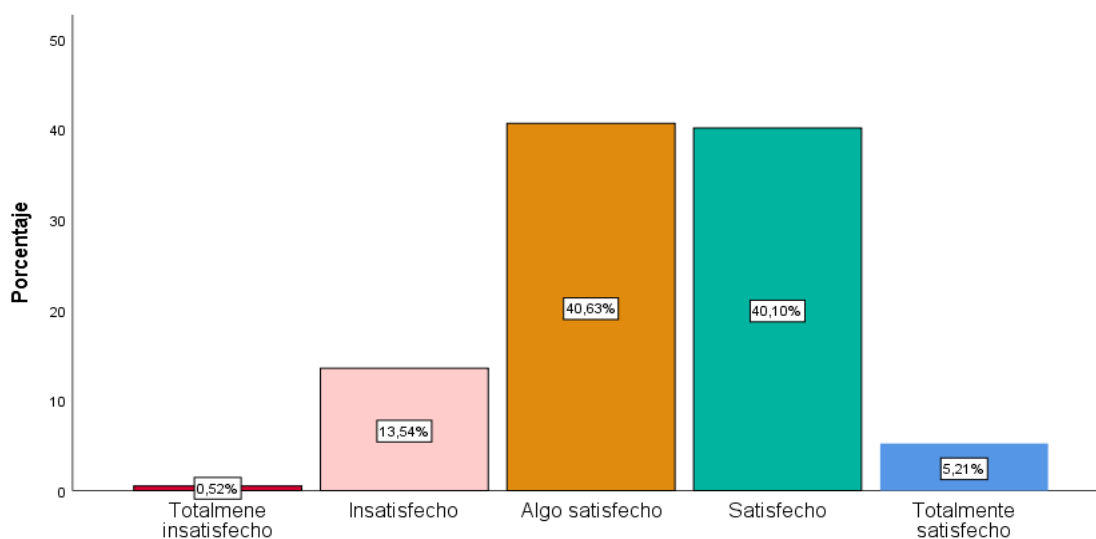
Tabla N° 16.

¿considera que los guías de turismo brindan una adecuada calidad de guiado y se siente satisfecho?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente insatisfecho	2	,5	,5	,5
	Insatisfecho	52	13,5	13,5	14,1
	Algo satisfecho	156	40,6	40,6	54,7
	Satisfecho	154	40,1	40,1	94,8
	Totalmente satisfecho	20	5,2	5,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Figura N° 16.

¿considera que los guías de turismo brindan una adecuada calidad de guiado y se siente satisfecho?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 0.52% consideran que los guías no le brindan una calidad de guiado y se sienten totalmente insatisfechos, el 13.54% se encuentran algo insatisfecho, el 40.63% se encuentran se encuentra algo satisfecho, el 40.10% se encuentra totalmente satisfecho, el 5.21% se encuentran totalmente satisfecho.

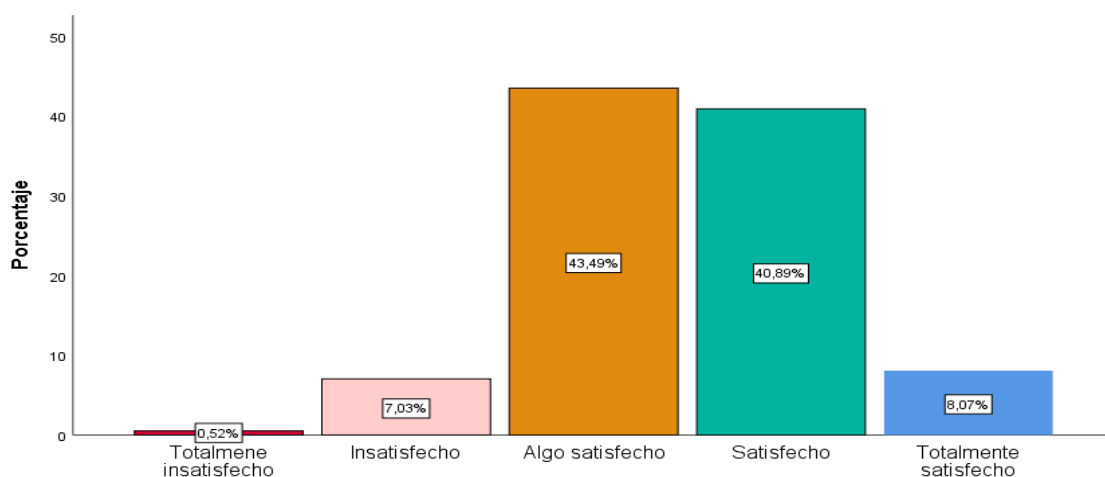
Tabla N° 17.

¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos, en los recreos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente insatisfecho	2	,5	,5	,5
	Insatisfecho	27	7,0	7,0	7,6
	Algo satisfecho	167	43,5	43,5	51,0
	Satisfecho	157	40,9	40,9	91,9
	Totalmente satisfecho	31	8,1	8,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Figura N° 17.

¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos, en los recreos?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 0.52% su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías es totalmente insatisfecho, el 7.03% se encuentran insatisfecho, el 43.49% se encuentran se encuentra algo satisfecho, el 40.89% se encuentran satisfecho, el 8.07% se encuentran totalmente satisfecho.

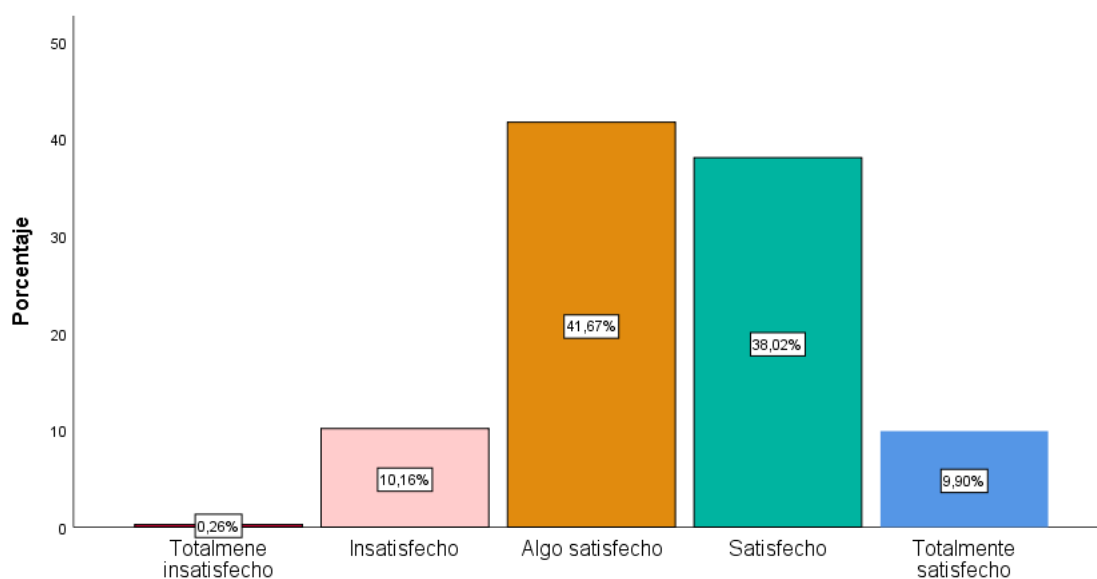
Tabla N° 18.

¿los parques de los recreos están en la capacidad de brindarles seguridad a los visitantes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente insatisfecho	1	,3	,3	,3
	Insatisfecho	51	13,3	13,3	13,5
	Algo satisfecho	177	46,1	46,1	59,6
	Satisfecho	116	30,2	30,2	89,8
	Totalmente satisfecho	39	10,2	10,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Figura N° 18.

¿Algún servicio turístico le ha causado satisfacción en su visita a la laguna de los milagros?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 0.26% de algún servicio turístico de la laguna de los milagros está totalmente insatisfecho, el 10.16% se encuentran insatisfecho, el 41.67% se encuentran se encuentra algo satisfecho, el 38.02% se encuentran satisfecho, el 9.90% se encuentran totalmente satisfecho.

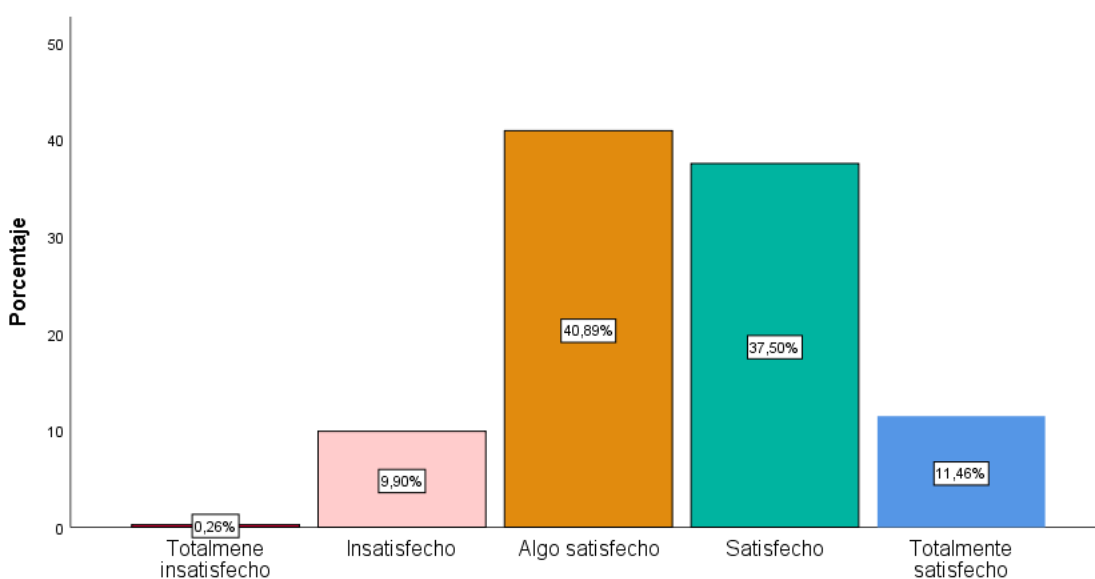
Tabla N° 19.

¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos en la laguna de los milagros?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente insatisfecho	1	,3	,3	,3
	Insatisfecho	38	9,9	9,9	10,2
	Algo satisfecho	157	40,9	40,9	51,0
	Satisfecho	144	37,5	37,5	88,5
	Totalmente satisfecho	44	11,5	11,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Figura N° 19.

¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos en la laguna de los milagros?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 0.26% su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos está totalmente insatisfecho, el 9.90% se encuentran insatisfecho, el 40.89% se encuentran se encuentra algo satisfecho, el 37.50% se encuentran satisfecho, el 11.46% se encuentran totalmente satisfecho.

Servicios complementarios

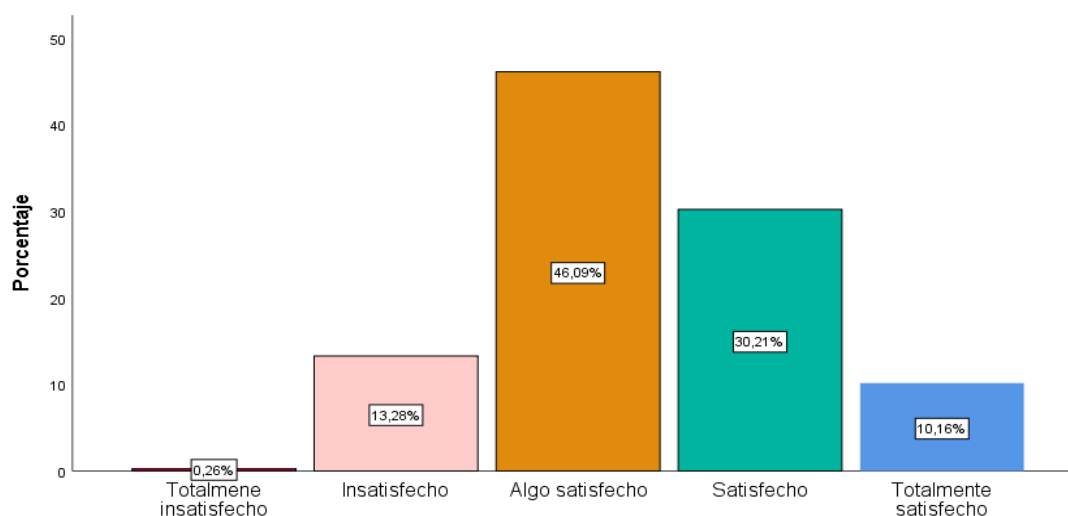
Tabla N° 20.

¿los parqueos de los recreos están en la capacidad de brindarles seguridad a los visitantes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente insatisfecho	1	,3	,3	,3
	Insatisfecho	51	13,3	13,3	13,5
	Algo satisfecho	177	46,1	46,1	59,6
	Satisfecho	116	30,2	30,2	89,8
	Totalmente satisfecho	39	10,2	10,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Figura N° 20.

¿los parqueos de los recreos están en la capacidad de brindarles seguridad a los visitantes?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 0.26% los parqueos de los recreos están en la capacidad de brindarles seguridad a los visitantes están totalmente insatisfecho, el 13.28% se encuentran insatisfecho, el 46.09% se encuentran se encuentra algo satisfecho, el 30.21% se encuentran satisfecho, el 10.16% se encuentran totalmente satisfecho.

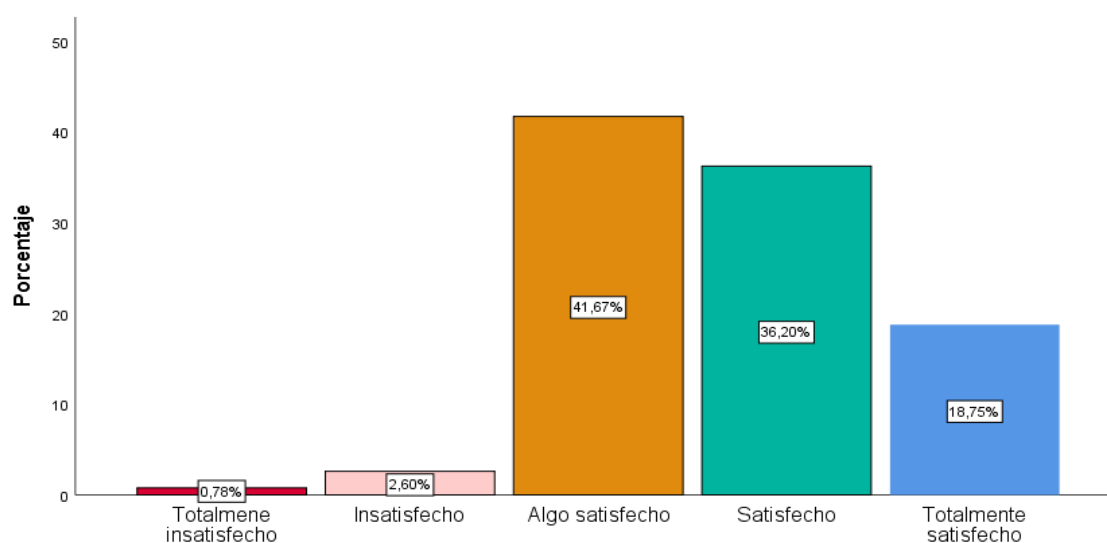
Tabla N° 21.

¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención que usted apreció en este lugar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente insatisfecho	3	,8	,8	,8
	Insatisfecho	10	2,6	2,6	3,4
	Algo satisfecho	160	41,6	41,6	44,9
	Satisfecho	139	36,1	36,1	81,0
	Totalmente satisfecho	72	18,7	18,7	99,7
	21	1	,3	,3	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Figura N° 21.

¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención que usted apreció en este lugar?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 0.78% su nivel de satisfacción respecto a la atención que apreció en el lugar se encuentra totalmente insatisfecho, el 2.60% se encuentran insatisfecho, el 41.67% se encuentran se encuentra algo satisfecho, el 36.20% se encuentran satisfecho, el 18.75% se encuentran totalmente satisfecho.

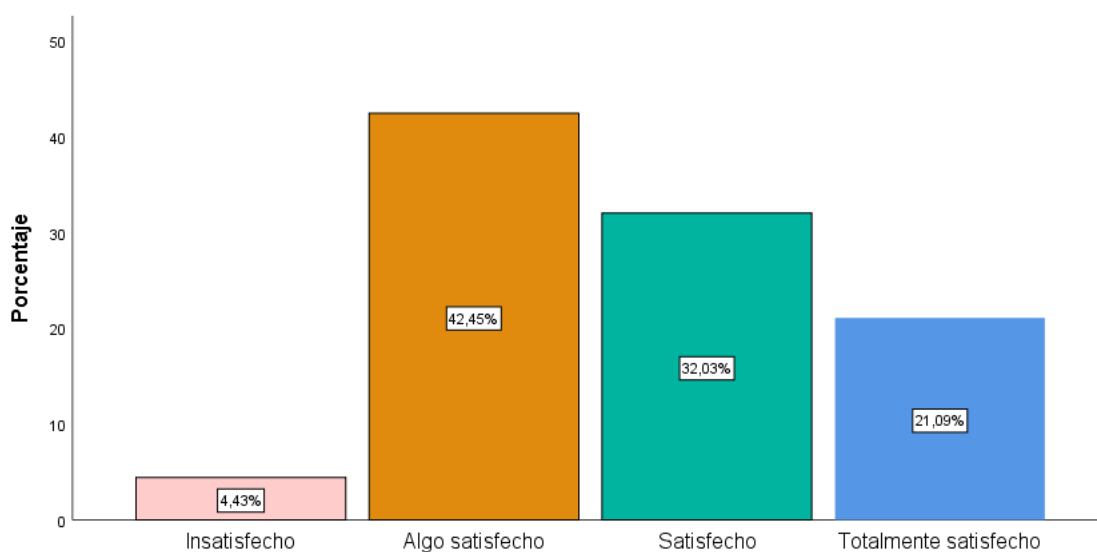
Tabla N° 22.

¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato cordial en los servicios que se puede apreciar en la laguna de los milagros?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Insatisfecho	17	4,4	4,4	4,4
	Algo satisfecho	163	42,3	42,3	46,8
	Satisfecho	123	31,9	31,9	78,7
	Totalmente satisfecho	81	21,0	21,0	99,7
	22	1	,3	,3	100,0
Total		385	100,0	100,0	

Figura N° 22.

¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato cordial en los servicios que se puede apreciar en la laguna de los milagros?



Fuente: Elaboración Propia

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenido se puede apreciar que el 4.43% su nivel de satisfacción respecto al trato cordial en los servicios que se pueden apreciar en la laguna de los milagros está totalmente insatisfecho, el 42.45% se encuentran se encuentra algo satisfecho, el 32.03% se encuentran satisfecho, el 21.09% se encuentran totalmente satisfecho.

CAPITULO V

5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. contrastación de los resultados del trabajo de Investigación

El objetivo de la tesis fue describir la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción de los turistas que visitan la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021.

5.1.1. Con relación a los antecedentes

Antecedentes Internacionales

Laura Gema Alava Pisco Janier y Alexandra Bastidas Cadena (2016), en su tesis: Título: “ESTUDIO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN PUERTO AYORA, ISLA SANTA CRUZ”, concluye:

1. El actual artículo es notable para la actividad turística, por tanto, una vez obtenido a su capítulo de última etapa, se desglosan las terminaciones que a continuidad se puntualizan:
 - Las sucursales de viajes son el componente primordial para obtener un beneficio turístico, por ello corresponderán proponer una bonita atención a sus consumidores, así los excursionistas se sentirán seguros y la satisfacción al instante antes de adquirir un paquete turístico.
 - Considerando que las agencias de viajes son terceras de los productos turísticos en el Cantón Santa Cruz estas corresponderán proponer un servicio de eficacia, para que al instante de adquirir el beneficio el excursionista no tenga ningún tipo de preocupación al momento de finalizar su paquete no haya considerado con sus perspectivas
 - La diligencia de agenciamiento corresponderá estar al tanto cuáles son sus necesidades y obligaciones hacia los excursionistas, cabe

distinguirse que al estar al tanto estas cuantificaciones las sucursales estarían ofreciendo un mejor ayuda hacia los excursionistas y a su vez estarían impidiendo multas y ordenanzas.

- Las sucursales de viajes deberán obtener comprensión sobre la participación de delegaciones mediante talleres de adiestramientos, así se impediría la competitividad desleal y ofreciendo servicios de disminución de calidad que fermentarían transgredir contra la seguridad de los excursionistas.

Actualmente el trabajo investigado contiene una herramienta significativa para lograr el progreso de la aptitud de servicio de las Agencias de Viajes que manejan en el lugar, se pone a disposición “El Manual de Solicitud al Cliente para las Agencias de viajes del cantón Santa Cruz” con el fin de que sea consciente por quienes despliegan esta importante acción.

Procedemos a discutir los principales hallazgos de la tesis:

Para ello se estableció un análisis inferencial, por ende, se dicotomizaron las variables planteadas en el estudio. Se usó para categorizar las variables en una escala de “Muy inadecuado” “Inadecuado” “Ni adecuado ni inadecuada” “Adecuado” “Muy adecuado”- “Muy insatisfecho” “Insatisfecho” “Aceptable”

“Satisfecho” “Muy satisfecho” según los indicadores establecidos. Asimismo, ello nos permitió evidenciar el cumplimiento de las variables de estudio. En la tabla 7 califica la calidad del servicio de hospedaje (camping) en la Laguna de los Milagros, se evidencia el comportamiento de la variable de la calidad de los servicios como adecuado en un 58.85% ni acuerdo ni inadecuado.

Procediendo con la variable dependiente (**satisfacción del turista**) la tabla 9 nivel de satisfacción de la calidad del servicio de camping nos permitió a conocer como satisfecho en un 41.41%, algo satisfecho en un

26.82% y totalmente satisfecho en un 18.49%. en cuanto a la satisfacción en el servicio de camping.

Nos permitió conocer el nivel de satisfacción respecto al trato en un 48.44% satisfecho y algo satisfecho un 24,48%,

5.1.2. Con relación al marco teórico

De las aportaciones teóricas se citan distintos autores para ser contrastados con los respectivos resultados propios conseguidos en la investigación.

Según Oliver, Richard L. (2009:40) precisa: "si la Satisfacción es la contestación en satisfacción de un consumidor". Es una reflexión acerca de que un rasgo del beneficio o prestación, de que producto o prestación en el mismo provee un nivel satisfactorio de distinción que corresponde con el Consumo.

Un esclarecimiento único de aptitud resulta algo dificultoso, tiene desigual significado. "es ecuánime y fundamental la satisfacción del consumidor, la cual se obtiene lograr mediante el compromiso bien ejecutado; es avanzar en la caracterización, aprobación de las perspectivas de los consumidores internos con reflexión que el consumidor posee sobre un beneficio o prestación". (ALFONSO, 2014)

Según los autores señalan que la calidad de los servicios turísticos y satisfacción a los turistas se determina mediante el rasgo del beneficio o prestación del tipo de producto que se provee para el consumo, con los adecuados criterios fundamentales para su consumo. Por tanto, esta investigación también confirma lo citado por los autores.

CONDORI, (2018) considera que la disposición de la prestación en tres espacios de la compañía: comedor, posada y regido obteniendo a la terminación de que la disposición en la compañía Wasaí Lodge hacer caer la balanza significativa en el agrado del excursionista con el consentimiento del 86% que simboliza a 249 excursionistas encuestados.

De acuerdo a los resultados obtenido se obtuvo que el 37% de los visitantes a la Laguna de los Milagros procede de la ciudad de Tingo María, el 20.31% procede de Huánuco, el 10,42% de Ucayali y un 31.51% de otras ciudades. Asimismo, se puede apreciar que el 42.45% de los que tiene la edad de 26 a 40 años.

Los visitantes a la laguna de los Milagros llegan en un 88.54% y además se puede decir que más del 50% se encuentran satisfecho en atención, trato, calidad y diferentes servicios por los diferentes recreos turísticos.

CONCLUSIONES

Según los objetivos planteados e inquiridos en el estudio se obtuvieron a las siguientes conclusiones.

1. Al determinar de acuerdo a la calidad de los establecimientos de hospedaje en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021 en los resultados alcanzados se puede considerar que el 2.06% están muy inadecuado con la calificación del servicio de hospedaje(camping), el 12.76% se encuentran inadecuado, el 23.44% ni adecuado ni inadecuado, el 58.85% es adecuado, el 2.86% es muy adecuado.
2. Al determinar de acuerdo a la calidad de los restaurantes en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021 en los resultados obtenido se puede apreciar que el 9.64% están totalmente insatisfecho con la calidad de atención, el 16.15% se encuentran algo insatisfecho, el 56.51% se encuentra satisfecho, el 17.71% se encuentran se encuentra totalmente satisfecho.
3. Al determinar la calidad de los servicios de guías de turismo de acuerdo a la calidad de los servicios de guías de turismo en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021 en los resultados conseguido se puede apreciar que el 0.52% consideran que los guías no le brindan una calidad de guiado y se sienten totalmente insatisfechos, el 13.54% se encuentran algo insatisfecho, el 40.63% se encuentran se encuentra algo satisfecho, el 40.10% se encuentra totalmente satisfecho, el 5.21% se encuentran totalmente satisfecho.
4. Al determinar la calidad de los servicios complementarios en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021 en los resultados logrado se puede apreciar que el 0.26% los parqueos de los recreos están en la capacidad de brindarles seguridad a los visitantes están totalmente insatisfecho, el 13.28% se encuentran insatisfecho, el 46.09% se encuentran se encuentra algo satisfecho, el 30.21% se encuentran satisfecho, el 10.16% se encuentran totalmente satisfecho.

El nivel de satisfacción de los turistas

- Se determinó el nivel de satisfacción de la calidad del servicio de camping, el 41.41% se encuentran satisfechos, el 18.49% se encuentra totalmente satisfecho.
- Se determinó el nivel de satisfacción con la calidad respecto al trato brindado en los recreos por el servicio, el 47.92% se encuentran satisfecho, el 16.93% se encuentra totalmente satisfecho.
- Se determinó el nivel de satisfacción con la calidad respecto a la atención el 51.82% se encuentran satisfecho, el 14.06% se encuentra totalmente satisfecho.
- Se determinó el nivel de satisfacción del servicio recibido en los restaurantes, el 55.73% se encuentran se encuentra satisfecho, el 28.39% se encuentra totalmente satisfecho.
- Se determinó el nivel de satisfacción respecto a la atención brindada en los restaurantes, el 52.08% se encuentran se encuentra satisfecho, el 19.01% se encuentra totalmente satisfecho.
- Se determinó el nivel de satisfacción respecto al trato brindado por el servicio en los restaurantes el 48.44% se encuentran se encuentra satisfecho, el 18.49% se encuentra totalmente satisfecho.
- Se determinó el nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos, en los recreos el 40.89% se encuentran satisfecho, el 8.07% se encuentran totalmente satisfecho.
- Se determinó el nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos en la laguna de los milagros el 37.50% se encuentran satisfecho, el 11.46% se encuentran totalmente satisfecho.
- Se determinó el nivel de satisfacción respecto a la atención que usted apreció el 36.20% se encuentran satisfecho, el 18.75% se encuentran totalmente satisfecho.

- Se determinó el nivel de satisfacción respecto al trato cordial en los servicios que se puede apreciar en la laguna de los milagros el 32.03% se encuentran satisfecho, el 21.09% se encuentran totalmente satisfecho.

RECOMENDACIONES

1. Ejecutar un procedimiento estratégico importante para la calidad de los servicios turísticos, y potenciar a la Satisfacción de los Turistas y de este modo brindar un servicio de calidad.
2. Realizar constantes capacitaciones para articular esfuerzos y tramitar mejores impulsos para el acondicionamiento de mejores infraestructuras en cada negocio que será necesario para comercializar en óptimas condiciones el servicio al agrado del turista.
3. Promover por parte de la Municipalidad al turismo para tener más afluencia de visita. Asimismo, de continuar fomentando relaciones amables con cada visitante para no seguir captando molestias de los turistas para mostrar bien las dificultades que requieren tener soluciones en los servicios de los recreos de la Laguna de los Milagros.
4. Ejecutar un análisis FODA de cada Recreo con un procedimiento o planes de compromiso y efectuar prosperidades a las actividades y delegar a cada propietario responsable de cada recreo de efectuar con sus funciones y brindar agrado a los turistas.
5. Se encomienda emplear el marketing interno para motivar a sus colaboradores, para que estos desplieguen sus habilidades enfocadas a satisfacer a sus clientes.
6. Se sugiere a los recreos de la Laguna de los Milagros que muestren actitud positiva en el trabajo para dar un buen servicio de atención a cada visitante o cliente. para lograr los objetivos y metas propuestos por cada propietario.
7. Se pide desarrollar capacitación del personal, en temas relacionados a la atención del cliente y servicios de restaurante, esto accederá mayor agrado de los clientes.
8. Debería ser conveniente que los propietarios de cada recreo de la Dirección Regional de Comercio exterior y Turismo Huánuco, lo consideren

relevantemente la calidad y promoción en los servicios turísticos hacia los turistas se lleven una buena práctica y tengan afirmación positiva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Atalaya P. María C. (1995:23): “indica complacencia es un indicador de no ser indeterminado perennemente está combinado en exteriores objetivos siendo claramente sobresaltan un beneficiario con discernimiento”.
- ALFONSO FERNANDEZ M. (2014) Definición de la terminología Calidad de servicios y tipologías de servicios. Sinaloa. Revista EAN, 18. Obtenido de:
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4226/Diaz%20Vasquez%20-%20Sanchez%20Bustamante%20.pdf?sequence=1>
- Blanco, A. (2001). Atención al cliente. Madrid.
- Cantú, H. (2011). Desarrollo de una Cultura de Calidad. México: Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Chang, J. J. (2014). “Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malactán San Marcos”. (Tesis de pregrado). Universidad Rafael Landivar, Quetzaltenango, Guatemala.
- Consulting, R. (22 de Abril de 2015). La calidad y su importancia en la Gestión Pública peruana. Obtenido de R&C Consulting: <https://rc-consulting.org/blog/2015/04/importancia-calidad-en-gestion-publica/>
- Condori Rocca, Carmela (2018) “Calidad Del Servicio Y Nivel De Satisfacción Del Turista Que Visita Wasaí Lodge, Madre De Dios 2017”de la Universidad Nacional Amazónica De Madre De Dios obtenido de (Tesis de pregrado).: <https://www.repositorio.unamad.edu.pe/>
- Fernandez, C. A. (2017). La gestión administrativa y la satisfacción de usuario en la Dirección de Fiscalización, control y vigilancia sanitaria de la DEMID – Dirección Regional de Salud Huánuco 2017”. (Tesis de pregrado). Universidad de Huánuco, Huánuco.

Gale, C. (20 de Noviembre de 2017). eHow en Español. Obtenido de Definición de ética del profesionalismo y trabajo: https://www.ehowenespanol.com/definicion-etica-del-profesionalismo-sobre_121884/.

Hernández, R. (2006). Metodología de la Investigación Científica. México: MacGrawhill.

Ismael Gaston Serena (2020) "Calidad Del Servicio Y Satisfacción Del Turista Extranjero En El Bar Y Restaurante Alma Del Hotel Casa Andina Premium De Puno-2019" de la Universidad Nacional Del Altiplano obtenido en: (Tesis de pregrado). <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4084/Bernaola%20Ticse%20-%20De%20La%20Cruz%20Garay.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández, R. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGran Hill.

INDECOPI. (2015). Libro de reclamaciones. Obtenido de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor: <https://www.consumidor.gob.pe/libro-de-reclamaciones>

Luis Miguel Peña Ríos (2015) cita al autor, ALARCÓN, B. 2015. · "Calidad Del Recurso Hídrico De La Laguna Los Milagros- José Crespo Y Castillo según NSF del humedal laguna "Los Milagros".

Laura Gema Alava Pisco Janier Alexandra Bastidas Cadena (2016) "Estudio De La Calidad Del Servicio Y Satisfacción Del Cliente De Las Agencias De Viajes de la Universidad de Puerto Ayora, Isla Santa Cruz" obtenido en (Tesis de pregrado).: Repositorio digital <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/10472>

Mercadeo.com. (12 de Diciembre de 2013). Atención al Cliente en el Sector Público. Obtenido de mercadeo.com: <https://www.mercadeo.com/blog/2013/12/atencion-al-cliente-en-el-sector-publico/>

Municipalidad de San Borja. (10 de Enero de 2011). Sistema de Gestión de la Calidad. Obtenido de Municipalidad de San Borja: <http://website.msb.gob.pe/index.php/fiscalizacion/defensa-civil/itemlist/tag/gestion%20de%20calidad.html>

Muñoz, A. (01 de Noviembre de 2019). ¿Qué es la empatía? Obtenido de ABOUT ESPAÑOL: <https://www.aboutespanol.com/que-es-la-empatia-2396438>

Melissa Lizbeth Romani Nazario (2017) Calidad turística y buenas prácticas de servicios turísticos Universidad César Vallejo obtenido de: (Tesis pregrado). https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/9084/Romani_NML.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Organización Mundial del Turismo, OMT (1994). señala en su revista” análisis de la oferta y la demanda de turismo de las prácticas de actividades físicas de aventura en la naturaleza. Concepto del turismo.

Pacheco, B. M. (11 de Mayo de 2019). Se debe mejorar servicio al cliente en el sector público. Obtenido de Diario Extra: <https://www.diarioextra.com/Noticia/detalle/388981/se-debe-mejorar-servicio-al-cliente-en-el-sector-publico>

PCM - SGP & GIZ. (2015). Manual para Mejorar la Atención a la Ciudadanía en las Entidades de la Administración Pública. Lima: NEVA STUDIO SAC.

PCM, P. d. (2019). Manual para Implementación de la Norma Técnica para la Gestión de la Calidad de Servicios en el Sector Público. Lima: Gráfica Fénix SRL.

Promo Negocios.Net

<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/caracteristicas-servicios.html>

- Panosso, A., Lohman, G. (2012). Demanda turística. Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas (pp. 149-150). México: Trillas.
- Quesada (2007). Definición de la oferta turística, encontrado en: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1756/1/BORBOR%20POZO%20DAVID.pdf>
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). Comportamiento Organizacional. México: Pearson Educación de México, S.A.
- Ruiz, R. (2017). "Calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Hospital ESSALUD II, Tarapoto, San Martín – 2016". (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto, Perú.
- Seguridad Personal y Profesional. (13 de Junio de 2014). Seguridad Integral. Obtenido de Seguridad Personal y Profesional: <https://seguridadpersonalprofesional.com/2014/06/13/seguridad-integral/>
- Según Oliver, Richard L. (2009): "si la Satisfacción es la contestación en satisfacción de un consumidor". Compendios que Acceden el grado del Consumidor La satisfacción del consumidor está conformada por tres compendios, pp. 40.
- Victoria Novelo, (2002). conceptos de "artesanía" y de "arte popular". En Culturas populares y política cultural (pp. 77-85). México: CNCA.
- Yanes (2004). Definición de atención de calidad encontrado en: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6551/1/111%20MK T.pdf>
- Zikmund y D'Amico (1989): Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, vol. 15, núm. 25, enero-junio, 2005, pp. 64-80

ANEXOS

ANEXO N.º 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

SATISFACCION DEL TURISTA QUE VISITA

TÍTULO: “CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURISTICOS Y SATISFACCION DEL TURISTA QUE VISITA LA LAGUNA DE LOS MILAGROS - LEONCIO PRADO – HUÁNUCO 2021

IDENTIFICACION DE PROBLEMAS	IDENTIFICACION DE PROBLEMAS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA	INSTRUMENTOS
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cómo es la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción de los turistas que visitan la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS ¿Cómo es la calidad de los establecimientos de Hospedaje en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021? ¿Cómo es la calidad de los restaurantes en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021? ¿Cómo es la calidad de servicio de los guías de turismo en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021? ¿Cómo es la calidad de los servicios complementos en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Describir calidad de los servicios turísticos y la satisfacción de los turistas que visitan la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS OE1: ¿Describir la calidad de los establecimientos de Hospedaje en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021? OE2: Describir la calidad de los restaurantes en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021. OE3: Describir la Calidad de los servicios de Guías de turismo en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021. OE4: Describir la calidad de los servicios complementarios en la Laguna de los Milagros – Leoncio Prado – Huánuco 2021.</p>	<p>VARIABLE Calidad de servicios Satisfacción al turista</p> <p>DIMENSIONES - Servicios de hospedaje - Restaurantes - Guías de turismo - Servicios complementarios - Nivel de satisfacción</p>	<p>TIPO DE IVESTIGACIÓN Aplicada</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN Descriptiva</p> <p>DISEÑO Y ESQUEMA DE INVESTIGACIÓN “no experimental”,</p> <p>Población: Muestra: 52,871 384 usuarios</p>	<p>Cuestionario Escala de Likert</p>



ANEXO N° 02

CUESTIONARIO

Encuesta para evaluar la calidad de los servicios turísticos y satisfacción del turista que visita la Laguna de los Milagros.

Estamos realizando un estudio con el objetivo de analizar la calidad de los servicios turísticos y satisfacción del turista que visita la Laguna de los Milagros. La información que nos proporcione es muy importante y será utilizada de forma estrictamente confidencial, la cual se analizara con fines estadísticos, por lo que agradecemos responder con sinceridad.

I.- APECTOS GENERALES

1. Indique su lugar de procedencia
 - a) Tingo María
 - b) Huánuco
 - c) Ucayali
 - d) Otro (especificar).....
2. Indique su rango de edad
 - a) De 18 a 25
 - b) De 26 a 40
 - c) De 41 a 65
 - d) Mas de 66
3. Es la primera vez que visita la Laguna de los Milagros
SiNO (cuantas veces vino antes)
4. Con quienes ha venido a la Laguna de los Milagros
 - a) Solo
 - b) En pareja
 - c) Con mi familia
 - d) Con amigos
5. Usted viene con una agencia de viajes o por su cuenta
 - a) Agencia
 - b) Por mi cuenta

II.- SERVICIOS. -

¿Cuál de los servicios que brinda la Laguna de los Milagros ha utilizado? Puede marcar todas varias alternativas.

- a) Hospedaje
- b) Restaurantes
- c) Guía de turismo
- d) Servicio de parqueo
- e) Alquiler de botes
- f) Venta de artesanía
- g) Servicio Higiénicos
- h) Servicio de cannopy.

Servicios de hospedaje

1. ¿Ud. cree que se siente satisfecho con la calidad del servicio de camping?
 - a) Muy inadecuado
 - b) Inadecuado
 - c) Ni adecuado ni inadecuada
 - d) Adecuado
 - e) Muy adecuado
2. ¿Cuál es su nivel de satisfacción de la calidad del servicio de camping de atención brindada en la laguna de los milagros?
 - a) Muy inadecuado
 - b) Inadecuado
 - c) Ni adecuado ni inadecuada
 - d) Adecuado
 - e) Muy adecuado
3. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto al trato brindado en los recreos por el servicio del camping?
 - a) Muy inadecuado
 - b) Inadecuado
 - c) Ni adecuado ni inadecuada
 - d) Adecuado
 - e) Muy adecuado
4. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto a la atención que usted apreció en la laguna de los milagros?
 - a) Muy inadecuado
 - b) Inadecuado
 - c) Ni adecuado ni inadecuada
 - d) Adecuado
 - e) Muy adecuado
5. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la calidad respecto al trato cordial en cada recreo en la laguna de los milagros?
 - a) Muy inadecuado
 - b) Inadecuado
 - c) Ni adecuado ni inadecuada
 - d) Adecuado
 - e) Muy adecuado

Restaurantes

1. ¿los recreos brindan un servicio de calidad y ud se siente satisfecho por la atención?
 - a) Muy inadecuado
 - b) Inadecuado
 - c) Ni adecuado ni inadecuada
 - d) Adecuado
 - e) Muy adecuado
2. ¿Cuál es su nivel de satisfacción del servicio recibido en los restaurantes?
 - a) Muy inadecuado
 - b) Inadecuado
 - c) Ni adecuado ni inadecuada
 - d) Adecuado

- e) Muy adecuado
- 3. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención brindada en los restaurantes?
 - a) Muy inadecuado
 - b) Inadecuado
 - c) Ni adecuado ni inadecuada
 - d) Adecuado
 - e) Muy adecuado
- 4. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato brindado por el servicio en los restaurantes?
 - a) Muy inadecuado
 - b) Inadecuado
 - c) Ni adecuado ni inadecuada
 - d) Adecuado
 - e) Muy adecuado

Guía de turismo

- 5. ¿considera que los guías de turismo brindan una adecuada calidad de guiado y se siente satisfecho?
 - a) Muy insatisfecho
 - b) Insatisfecho
 - c) Aceptable
 - d) Satisfecho
 - e) Muy satisfecho
- 6. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos, en los recreos?
 - a) Muy insatisfecho
 - b) Insatisfecho
 - c) Aceptable
 - d) Satisfecho
 - e) Muy satisfecho
- 7. ¿Algún servicio turístico le ha causado satisfacción en su visita a la laguna de los milagros?
 - a) Muy insatisfecho
 - b) Insatisfecho
 - c) Aceptable
 - d) Satisfecho
 - e) Muy satisfecho
- 8. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos en la laguna de los milagros?
 - a) Muy insatisfecho
 - b) Insatisfecho
 - c) Aceptable
 - d) Satisfecho
 - e) Muy satisfecho

Servicios complementarios

1. ¿los parqueos de los recreos están en la capacidad de brindarles seguridad a los visitantes?
 - a) Muy insatisfecho
 - b) Insatisfecho
 - c) Aceptable
 - d) Satisfecho
 - e) Muy satisfecho
2. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención que usted apreció en este lugar?
 - a) Muy insatisfecho
 - b) Insatisfecho
 - c) Aceptable
 - d) Satisfecho
 - e) Muy satisfecho
3. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato cordial en los servicios que se puede apreciar en la laguna de los milagros?
 - a) Muy insatisfecho
 - b) Insatisfecho
 - c) Aceptable
 - d) Satisfecho
 - e) Muy satisfecho

PANEL FOTOGRAFICO DE TRABAJO DE CAMPO



