

**UNIVERSIDAD DE HUANUCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE TURISMO, HOTELERÍA Y**  
**GASTRONOMÍA**



**TESIS**

---

**“NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS PROGRAMAS TURÍSTICOS  
DIRIGIDOS AL ADULTO MAYOR DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL  
DE MIRAFLORES 2021 - 2022”**

---

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

**AUTORA: Rueda Rivera, Susana**

**ASESORA: Huerto Orizano, Diana**

**HUÁNUCO – PERÚ**

**2022**

# U

**TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:**

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

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:** Gestión del patrimonio histórico y cultural

**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 Licenciada en turismo, hotelería y gastronomía

Código del Programa: P37

Tipo de Financiamiento:

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

**DATOS DEL AUTOR:**

Documento Nacional de Identidad (DNI): 25527625

**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:**

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Villena Andrade, Tomas Dali	Grado de magister en gestión y negocios gestión y proyectos	04085862	0000-0002-1290-1434
2	Bravo Taboada, Yossary Darill	Maestra en ciencias administrativas con mención en gestión publica	42816455	0000-0001-8701-4453
3	Leonardo Beltrán, Carlos Dante	Maestro en ciencias administrativas con mención en gestión publica	43962129	0000-0003-3910-7916

# D

# H

**UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO HOTELERIA Y**  
**GASTRONOMIA**

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Huánuco, siendo las **16:30 horas del día 27 del mes de julio del año 2022.**, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron la sustentante y el Jurado Calificador mediante la plataforma virtual Google Meet, integrado por los docentes:

Mtro. Tomas Dali Villena Andrade	<b>(Presidente)</b>
Mtra. Yossary Darill Bravo Taboada	<b>(Secretaria)</b>
Mtro. Carlos Dante Leonardo Beltrán	<b>(Vocal)</b>

Nombrados mediante la **RESOLUCIÓN N° 1107-2022-D-FCOMP-PAMNI-UDH**, para evaluar la Tesis intitulada: **“NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS PROGRAMAS TURÍSTICOS DIRIGIDOS AL ADULTO MAYOR DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MIRAFLORES 2021 - 2022”** presentada por la Bachiller, **RUEDA RIVERA, Susana**, para optar el **título Profesional de Licenciada en TURISMO HOTELERIA Y GASTRONOMIA**.

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, declarándola **Aprobada** con el calificativo cuantitativo de **15 (Quince)** y cualitativo de **Bueno** (Art. 47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las **17:15 horas del día 27 de julio del año 2022**, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.

  
Mtro. Tomas Dali Villena Andrade  
**PRESIDENTE**

  
Mtra. Yossary Darill Taboada Bravo  
**SECRETARIA**

  
Mtro. Carlos Dante Leonardo Beltran  
**VOCAL**

## **DEDICATORIA**

La presente Tesis está dedicada a mis amados padres Ernesto y Teodora (f) que con mucho sacrificio me dieron las herramientas para labrarme un futuro fuera de mi santa tierra Huánuco. A mis tres razones de vivir mis hijos: Susann, Jorge y Giancarlo por ser mi fortaleza y mi motor para lograr mis sueños. A mi esposo Jorge por ser siempre mi apoyo en todos los momentos de mi vida. A mis queridos hermanos Luis Ernesto, Beatriz, Guillermo y a mi ángel en el cielo Zenaida. A toda mi gran familia, porque la familia es la familia para toda la vida.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad de Huánuco por brindarme la oportunidad de culminar con éxito mi formación profesional.

A la Facultad de Ciencias Empresariales; Escuela académica de Turismo, Hotelería y Gastronomía.

A toda la plana docente, quienes me brindaron sus conocimientos y experiencias durante mi formación profesional.

A mi Asesora Mg. Diana Huerto Orizano,

por su valioso apoyo y su gran profesionalismo para el desarrollo y elaboración de mi tesis, por su dedicación, sus palabras de aliento cuando las cosas se ponían difíciles, el cansancio arreciaba por las grandes y recargadas responsabilidades laborales.

A la Municipalidad Distrital de Miraflores por la oportunidad de desarrollarme profesionalmente, y a la Gerencia de Desarrollo Humano por las facilidades brindadas para la realización del presente estudio.

# ÍNDICE

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
ÍNDICE.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS .....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCIÓN .....	xii
CAPÍTULO I.....	13
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	13
1.1. Descripción del problema.....	13
1.2. Formulación del problema.....	15
1.2.1. Problema general.....	15
1.2.2. Problema específico.....	15
1.3. Objetivo general .....	16
1.4. Objetivos específicos .....	16
1.5. Justificación.....	17
1.5.1. Justificación práctica.....	17
1.5.2. Justificación teórica.....	17
1.5.3. Justificación metodológica .....	17
1.6. Limitaciones de la investigación.....	18
1.7. Viabilidad.....	18
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.....	22
2.2. Bases Teóricas.....	23
2.2.1. Definición de Turismo: .....	23
2.2.2. Turismo social.....	24
2.2.3. Turismo de la tercera edad .....	26

2.2.4. Dimensiones .....	27
2.3. Programa de actividades turísticas de la Municipalidad Distrital de Miraflores.....	31
2.4. Definiciones Conceptuales.....	36
2.4.1. Variable Única.....	38
2.4.2. Dimensiones .....	38
2.5. Operacionalización de Variable.....	39
CAPÍTULO III.....	40
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	40
3.1. Tipo de Investigación .....	40
3.1.1. Enfoque.....	40
3.1.2. Alcance o Nivel .....	40
3.1.3. Diseño.....	41
3.2. Población y Muestra .....	41
3.2.1. Población .....	41
3.2.2. Muestra.....	44
3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	44
3.3.1. Técnica .....	44
3.3.2. Instrumentos .....	44
3.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información.....	45
CAPÍTULO IV.....	46
4. RESULTADOS .....	46
4.1. Procesamiento de datos.....	46
CAPITULO V.....	67
5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	67
CONCLUSIONES .....	71
RECOMENDACIONES.....	73
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS .....	75
ANEXOS.....	80

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. ¿Podría indicarme a qué casa de adulto mayor pertenece usted? .....	46
Tabla 2. ¿Cuál es su rango de edad? .....	47
Tabla 3. . ¿Cuál es su género? .....	48
Tabla 4. ¿Cuál es su motivación de viaje? .....	49
Tabla 5. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los protocolos de bioseguridad de las actividades turísticas?.....	50
Tabla 6. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al proceso de inscripción de las actividades turísticas? .....	51
Tabla 7. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la difusión y canales de comunicación de las actividades turísticas? .....	52
Tabla 8. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al tiempo de respuesta en el proceso de inscripción de las actividades turísticas? .....	53
Tabla 9. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los horarios de atención para la inscripción en las actividades turísticas? .....	54
Tabla 10. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la empatía del personal de atención a cargo de la inscripción en las actividades turísticas? .....	55
Tabla 11. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al equipamiento (limpieza, comodidad) de las unidades vehiculares usadas en las actividades turísticas? .....	56
Tabla 12, ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al servicio y forma de conducir del chofer usado en las actividades turísticas? .....	57
Tabla 13. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la seguridad de las unidades vehiculares usadas en las actividades turísticas? .....	58
Tabla 14. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la calidad y sabor de la comida ofrecida en las actividades turísticas? .....	59
Tabla 15. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la presentación y	



bioseguridad de las comidas ofrecidas en las actividades turísticas? .....	60
Tabla 16. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la infraestructura de los restaurantes usados en las actividades turísticas? .....	61
Tabla 17. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la apariencia y empatía del guía que acompaña en las actividades turísticas? .....	62
Tabla 18. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al nivel de conocimiento del guía que acompaña en las actividades turísticas? .....	63
Tabla 19. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto Afinidad / empatía / desenvolvimiento del guía que acompaña en las actividades turísticas? ....	64
Tabla 20. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los sorteos realizados en las actividades turísticas? .....	65
Tabla 21. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al merchandising entregado en las actividades turísticas? .....	66

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿Podría indicarme a qué casa de adulto mayor pertenece usted?.....	46
Figura 2. ¿Cuál es su rango de edad?.....	47
Figura 3. ¿Cuál es su género?.....	48
Figura 4. ¿Cuál es su motivación de viaje? .....	49
Figura 5. Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los protocolos de bioseguridad de las actividades turísticas.....	50
Figura 6. Cuál es su nivel de satisfacción respecto al proceso de inscripción de las actividades turísticas .....	51
Figura 7. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la difusión y canales de comunicación de las actividades turísticas? .....	52
Figura 8. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al tiempo de respuesta en el proceso de inscripción de las actividades turísticas? .....	53
Figura 9. Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los horarios de atención para la inscripción en las actividades turísticas .....	54
Figura 10. Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la empatía del personal de atención a cargo de la inscripción en las actividades turísticas .....	55
Figura 11. Cuál es su nivel de satisfacción respecto al equipamiento (limpieza, comodidad) de las unidades vehiculares usadas en las actividades turísticas .....	56
Figura 12. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al servicio y forma de conducir del chofer usado en las actividades turísticas .....	57
Figura 13. Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la seguridad de las unidades vehiculares usadas en las actividades turísticas .....	58
Figura 14. Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la calidad y sabor de la comida ofrecida en las actividades turísticas .....	59
Figura 15. Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la presentación y bioseguridad de las comidas ofrecidas en las actividades turísticas .....	60

Figura 16. Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la infraestructura de los restaurantes usados en las actividades turísticas.....	61
Figura 17. Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la apariencia y empatía del guía que acompaña en las actividades turísticas.....	62
Figura 18. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al nivel de conocimiento del guía que acompaña en las actividades turísticas.....	63
Figura 19. Cuál es su nivel de satisfacción respecto Afinidad / empatía / desenvolvimiento del guía que acompaña en las actividades turísticas .....	64
Figura 20. Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los sorteos realizados en las actividades turísticas .....	65
Figura 21. Cuál es su nivel de satisfacción respecto al merchandising entregado en las actividades turísticasElaboración: La tesista.....	66

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal medir el nivel de satisfacción de los programas turísticos dirigidos a los Adultos Mayores de las tres casas CIAM con las que cuenta y administra la Municipalidad Distrital de Miraflores, entre los meses de agosto 2021 a abril 2022.

Para ello se aplicó la metodología de investigación básica con un enfoque cuantitativo y de alcance descriptivo, de diseño no experimental. La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta y el instrumento que se usó fue el cuestionario. El muestreo fue aleatorio por conveniencia dado el tiempo limitado. Se realizó el estudio utilizando un 10% del total de 1472 socios que usaron los servicios de las diferentes actividades turísticas programadas mensualmente para las Casas Aurora, Armendáriz y Tovar.

Se obtuvo como resultado que el nivel de satisfacción general del adulto mayor es muy alto en la gran mayoría de sus dimensiones, alcanzando un índice promedio de Muy satisfecho superior al 29.8% y un promedio de Satisfecho de 57.15% en todas las variables.

El resultado fue que los encuestados indicados estar Satisfechos en la gran mayoría de dimensiones estudiadas como Organización (63.61%), Guía de turismo (49.66%) y Alimentación (64.4%). Un punto de mejora es el rubro de Transporte (17.7% refirieron no estar satisfechos ni insatisfechos) y Aspectos Generales (26.2% de satisfacción), ya que los encuestados mencionan preferir buses más cómodos, amplios y seguros, así como requieren un tipo de merchansiding más acorde a sus necesidades.

**Palabras claves:** Satisfacción, calidad de servicios, comunicación y excelencia.

## ABSTRACT

The main objective of this research was to measure the satisfaction level of the touristic programs directed to the Elderly population at Municipality of Miraflores, between August 2021 to April 2022.

The basic rese

arch methodology was applied with a quantitative approach and descriptive scope, the technique used was the survey and the instrument used was the questionnaire. Sampling was done randomly given limited time. The study was prepared using 10% of the total of 1472 members who used the services of the different tourist activities scheduled monthly for Casas Aurora, Armendáriz and Tovar.

The survey technique was used as a research tool, which was applied interchangeably, achieving a positive reaction from the respondents since a study had not previously been carried out to see if the services offered are accepted and provide quality services.

In general, the result was satisfactory since the vast majority of dimensions studied such as Organization, Tour Guide and Food presented a level of satisfaction above 55%. A point of improvement is the category of Transportation and general aspects, since the respondents refer to preferring more comfortable, spacious and safe buses, as well as requiring a type of merchandising more in line with their needs.

**Keywords:** Satisfaction, quality of services, communication and excellence.

# INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulado “Nivel de satisfacción de los Programas Turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad de Miraflores 2021 – 2022” se realizó con el objetivo de conocer el nivel de satisfacción de los servicios turísticos ofrecidos a los usuarios de las tres casas del Adulto Mayor que funciona en el Distrito de Miraflores. El trabajo de investigación consta de seis capítulos.

**Capítulo I:** Se realizó la descripción del problema, su formulación y en la que se pudo conocer el problema general objeto de estudio. Asimismo, se pudo establecer los objetivos específicos, la justificación que detalle el motivo, las limitaciones, así como la viabilidad de la investigación.

**Capítulo II:** En el presente capítulo se desarrolla el marco teórico a fin de interpretar el objeto del estudio, los antecedentes que permitirán avalar la investigación, las bases legales y normas vigentes que estén relacionadas con el problema a investigar.

**Capítulo III:** Examinaremos la metodología de la investigación en la que escogeremos indistintamente la población para la muestra, base importante de la investigación, así como la forma de recolección de datos a utilizar que nos permita analizar e interpretar el problema, el plan de procesamiento de datos y los análisis de la información para establecer los resultados.

**Capítulo IV:** Se demuestra el análisis y la interpretación de resultados de los instrumentos y técnicas utilizados, a fin de verificar la hipótesis.

**Capítulo V:** Se establece la discusión de los resultados, las conclusiones y recomendaciones de acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación.

**Capítulo VI:** Se establece los aspectos administrativos necesarios para la realización de la presente investigación-

# CAPÍTULO I

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Descripción del problema

El concepto de satisfacción hace referencia a la valoración personal o subjetiva de la experiencia que tuvo el **turista** y que generalmente es valorada a través de escalas de medición.

El turismo de la tercera edad se refiere a las actividades turísticas realizadas por personas comprendidas en el rango etario a partir de los 60 años.

Desde 1996, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) denomina personas adultas mayores a quienes son mayores de 60 años, de acuerdo con la Resolución 50/141 aprobada por la Asamblea General (como lo cita Aguilar, 2014).

Asimismo, según la Organización Mundial de la Salud (OMS) se considera la etapa de vida adulto mayor a personas que sobrepasen los 60 años de vida, vale decir, que se encuentran en la etapa de la vejez (como lo cita Canitas, 2022, en línea).

En el Perú, la Ley N° 30490, Ley de la Persona Adulta Mayor los reconoce como aquella que tiene 60 o más años de edad. Asimismo, se reconoce a los adultos mayores como un grupo de personas con atención prioritaria y sus acciones tienen como finalidad la protección de sus derechos (Defensoría del Pueblo, 2022).

Al respecto a nivel nacional, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en 2020 se proyectó que en el país existe una población de adultos mayores que se calcula en 4 millones 140 mil. Ellos representan el 12,7% de la población total en el Perú (...) siendo el 52,4% mujeres (Diario El Comercio, 2021).

En ese sentido, es importante reconocer la importancia de dicho grupo etario, dado que tienen derecho a participar activamente en las actividades sociales, económicas, políticas y culturales del país.

En el Perú, se tiene registros de turismo de la tercera edad del año 2005 aproximadamente, cuando las oficinas de turismo en coordinación con las casas de adulto mayor de los distritos como Barranco, San Borja, Miraflores empezaron a realizar los primeros tours dirigidos a este segmento de población.

La Municipalidad Distrital de Miraflores, posee en la actualidad tres Centros Integrales de Atención al Adulto Mayor (CIAM), que “son espacios creados por los gobiernos locales, en el marco de sus competencias, para la participación e integración social, económica y cultural de la persona adulta mayor, a través de la prestación de servicios, en coordinación o articulación con instituciones públicas o privadas; programas y proyectos que se brindan en su jurisdicción a favor de la promoción y protección de sus derechos” (Ley N° 30490, 2018, p. 3).

Al respecto, la Municipalidad Distrital de Miraflores a través del CIAM realiza actividades y servicios para el disfrute y recreación de los adultos mayores. Cuenta con tres sedes o Casas del Adulto Mayor, su estructura administrativa se basa en una Coordinadora General y las personas encargadas de cada uno de los tres centros del adulto mayor presentes en el distrito. A su vez cada centro administrativamente cuenta principalmente con cuatro personas: es dirigido por la encargada, un médico geriátrico, un promotor y un asistente administrativo.

Hasta la fecha, Miraflores cuenta con: la Casa de la Juventud Prolongada “Tovar”, la Casa del Adulto Mayor “Aurora” y la Casa del Adulto Mayor “Armendáriz”, las cuales son espacios exclusivos para el adulto mayor en el distrito donde se desarrollan las actividades del CIAM y se busca la integración social a través de actividades comunitarias, artísticas, culturales, deportivas, turístico-ambientales, entre otras.

Sin embargo, en el 2020, debido a la actual pandemia de la COVID-19 afectó de manera desproporcionada a la población, en especial a los adultos mayores, ocasionando el cierre temporal de las cuatro casas y la suspensión de sus actividades. Esto también ocasiona que una de las casas se fusione con otra debido a la poca afluencia de usuarios.



No obstante, el pasado 26 de setiembre 2021, la Municipalidad Distrital de Miraflores, reapertura sus Casas del Adulto Mayor, en una fecha cercana a la conmemoración al Día Internacional del Adulto Mayor. Durante el periodo del cese de servicios los inmuebles fueron remodelados, ampliados y reequipados. Previo a la pandemia los programas contaban con un nivel de participación del 80%, con la pandemia los programas fueron suspendidos por 18 meses. Sin embargo, en la actualidad con la reanudación de los programas la participación de la población ha aumentado, llegando a niveles casi comparables con la época prepandémica.

Asimismo, también se reactivaron los programas culturales y turísticos a adultos mayores que incluyen visitas a emblemáticos museos y/o lugares turísticos dentro de Miraflores, así como fuera del distrito.

La presente investigación tiene como propósito evaluar el nivel de satisfacción de los servicios turísticos dirigidos al adulto mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores. De esa manera, se conocerá su opinión en relación con el servicio que ofrece la municipalidad para identificar y evaluar las posibles deficiencias que se podrían encontrar en el proceso de cada actividad que se realice.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores 2021 – 2022?

### **1.2.2. Problema específico**

PE<sub>1</sub>: ¿Cuáles son las características de los turistas que forman parte de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de Municipalidad Distrital de Miraflores?

PE<sub>2</sub>: ¿Cuál es el nivel de satisfacción respecto a la organización de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores?

**PE<sub>3</sub>:** ¿Cuál es el nivel de satisfacción respecto al servicio transporte de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores?

**PE<sub>4</sub>:** ¿Cuál es el nivel de satisfacción respecto al servicio de guiado de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores?

**PE<sub>5</sub>:** ¿Cuál es el nivel de satisfacción respecto a la alimentación de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores?

**PE<sub>6</sub>:** ¿Cuál es el nivel de satisfacción respecto a los aspectos complementarios de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores?

### **1.3. Objetivo general**

Describir el nivel de satisfacción de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores 2021 – 2022

### **1.4. Objetivos específicos**

**OE<sub>1</sub>:** Describir las características de los turistas que forman parte de los programas turísticos dirigido al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores.

**OE<sub>2</sub>:** Describir el nivel de satisfacción con respecto a la organización de los programas turísticos dirigido al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores.

**OE<sub>3</sub>:** Describir el nivel de satisfacción con respecto al servicio transporte de los programas turísticos dirigido al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores.

**OE<sub>4</sub>:** Describir el nivel de satisfacción con respecto al servicio de guiado de los programas turísticos dirigido al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores.

**OE<sub>5</sub>:** Describir el nivel de satisfacción con respecto a la alimentación de los programas turísticos dirigido al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores.

**OE<sub>6</sub>:** Describir el nivel de satisfacción con respecto a los aspectos complementarios de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores.

## **1.5. Justificación**

La presente investigación resultó significativa al pretender brindar aportes en los siguientes aspectos:

### **1.5.1. Justificación práctica**

Se pretende que los resultados de la investigación brinden aportes que sirvan de base o punto de partida para las instituciones públicas y privadas en el procedimiento de la atención adecuada al Adulto Mayor. A su vez, aportará elementos necesarios para mejorar la imagen de la Municipalidad Distrital de Miraflores.

### **1.5.2. Justificación teórica**

Contribuirá a que los usuarios de la Municipalidad Distrital de Miraflores se beneficien con este estudio, dado que el resultado obtenido brindará recomendaciones para mejorar la calidad de atención a los usuarios. La alta dirección de la Municipalidad tendrá una mayor capacidad para poder orientar a sus funcionarios y servidores en beneficio de la población Adulto Mayor.

### **1.5.3. Justificación metodológica**

La presente investigación se justifica por su característica integral de la ciencia porque los resultados de la investigación servirán para poder identificar nuevos problemas, objetivos y a la aplicación de nuevas metodologías, pertinentes al estudio de esta variable. Además, servirá como base que conlleve a otras investigaciones y aplicarlos en

situaciones similares o en diferentes contextos en los gobiernos locales. Finalmente, la presente investigación se realizó bajo la normativa de la Universidad de Huánuco (Reglamento de Grados y Títulos).

#### **1.6. Limitaciones de la investigación.**

Algunas limitaciones que se encontraron durante la presente investigación son:

- Falta de veracidad en las respuestas de los participantes. Esta limitación pudo superarse ya que la encuesta se realizó al finalizar cada actividad, a fin de que las respuestas sean veraces y oportunas, así como en las diversas casas se escogió a grupos que hacen uso de este servicio.
- Tiempo limitado para responder las encuestas, en este caso no existió mayor dificultad, dado que los usuarios disponen y manejan libremente sus tiempos, además suelen ser muy puntuales para asistir a sus diversos talleres, en la que se aprovechó esos momentos de espera o descansos para realizar las encuestas.
- Falta de colaboración por parte de los encuestados, superamos esta dificultad mediante una explicación muy breve, indicando que el objetivo de la encuesta permitiría conocer sus inquietudes y superar las deficiencias de los servicios ofrecidos.

#### **1.7. Viabilidad**

La presente investigación fue viable debido a que la que suscribe labora en la Municipalidad Distrital de Miraflores, en la Gerencia de Desarrollo Humano, dicha Gerencia fue la que brindó las facilidades para realizar las encuestas.

Asimismo, no existe un estudio sobre el nivel de satisfacción de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital De Miraflores, por lo tanto, dicha investigación sería pionera y con sus resultados se podrá implementar o tener como modelo para adaptarla a

otras áreas de la Municipalidad y/o entidades.

Se contó con los recursos, el tiempo limitado y el conocimiento necesario para realizar la presente investigación.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de la investigación

##### 2.1.1. Antecedentes Internacionales

Medina Lascano (2016) en su tesis titulada “El Turismo Social como factor inclusivo en la oferta turística orientada a los Adultos Mayores” realizada en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador tuvo como principal objetivo fue analizar el turismo social como factor inclusivo en la oferta turística orientada a adultos mayores. La investigación fue de tipo cuantitativa y aplicó a la población el muestreo no probabilístico intencional; donde se tiene en cuenta el criterio del investigador, la técnica fue el cuestionario y constó de 11 preguntas que fueron aplicadas a una población y muestra de 160 personas. El estudio llegó a la conclusión de que el factor económico es una de las limitaciones que impiden al adulto mayor viajar y tener intercambio de experiencias con otros grupos de la tercera edad. Además, el 98% de los encuestados muestran su interés en realizar viajes de turismo como medio de descanso y recreación. El 100% de los encuestados está de acuerdo en la creación de un plan estratégico de turismo social que promueva la inclusión de los adultos mayores en la oferta turística.

Agudelo Castañeda (2020) realiza el trabajo de grado “Identificar la valoración que tienen los Adultos Mayores frente a los servicios ofertados en el Municipio Jardín Antioquia”, realizado por la Universidad Católica de Oriente en Antioquía, Colombia. El objetivo de esta investigación consistió en identificar la valoración que tienen los adultos mayores frente a los servicios turísticos ofertados en el municipio de Jardín Antioquia, en el periodo comprendido entre febrero de 2019 y junio de 2020. En enfoque fue transversal, de carácter observacional con alcance descriptivo. Dentro de las técnicas e instrumentos elegidos se encuentran: la encuesta, la entrevista, la conversación y la observación. A manera de conclusión, el tema de turismo gerontológico no ha sido

explorado ampliamente, tampoco se ha identificado en Colombia el potencial que trae para los distintos destinos diseñar planes ajustados a este grupo poblacional con el fin de satisfacer las demandas y expectativas de los adultos mayores. Los planes turísticos deben contemplar este tipo de actividades.

### **2.1.2. Antecedentes Nacionales**

Castillo Yui (2018) realiza la tesis “Experiencias en socialización y gestión turística en el adulto mayor valiente en Lima” para la Universidad San Martín de Porres.

La investigación se ajusta a un diseño exploratorio descriptivo y el enfoque es mixto, ya que utilizó técnicas cuantitativas (cuestionario) y cualitativas (sondeo), para la recolección de datos. El instrumento fue un cuestionario de 10 preguntas y la muestra la constituyeron 80 adultos mayores del CIAM de San Borja, en el año 2017. Las edades estuvieron comprendidas entre los 60 y 84 años. El 71.5% de sexo femenino y 28.5% de sexo masculino. El estudio tuvo como principales resultados, respecto a la edad, fueron los siguientes: de 60 a 64 años de edad 42%; de 65 a 69 años de edad 30%; de 70 a 74 años de edad 22.5% y de 75 a 80 años de edad 5.5%. Este segmento prefiere viajar con allegados, amigos y familiares, y también solos. El 95% de encuestados prefiere contar con personal especializado para la organización de sus viajes. La práctica del turismo les permite socializar, entre otros beneficios. Son los organizadores quienes, deben plantear propuestas y trabajar para satisfacer las expectativas y brindar las bondades que se deriven de sus productos especializados. Entre los motivos para viajar resulta razonable afirmar que el turista adulto mayor prioriza las vacaciones. Las personas satisfechas constituyen un 43.7 % de los encuestados lo que confirma que este segmento de mercado busca usar el tiempo libre para distraerse, relajarse y, al mismo tiempo, como terapia, pues es una forma de mantenerse activos e incluso mejorar su salud. Aunque tengan tiempo y dinero, priorizan la necesidad de mantener un buen estado de salud, lo que marca una buena diferencia.

### **2.1.3. Antecedentes Locales**

Bocangel Rafaele (2019) realizó la tesis titulada “Satisfacción del turista adulto mayor con respecto al turismo termal en Churín. Oyón – Lima, 2019” para la Universidad César Vallejo y tuvo como objetivo principal determinar el nivel de satisfacción del turista adulto mayor con respecto al turismo termal en Churín. Se trató de una investigación de nivel descriptivo, enfoque cuantitativo y tipo de diseño no experimental-transversal. La población fue de 148,000 turistas que visitan Churín anualmente y de la cual se obtuvo la muestra de estudio que estuvo constituida por 384 turistas adultos mayores que visitaron Churín en más de una ocasión; así mismo el instrumento aplicado fue un cuestionario elaborado por 13 preguntas de escala. A manera de conclusión, se pudo determinar que el nivel de satisfacción del turista adulto mayor con respecto al turismo termal en Churín es alto, con un 94.5% de satisfacción. Los resultados obtenidos fueron favorables ya que indicaron que el turista mayor se encuentra satisfecho porque considera que las propiedades minerales con las que cuentan las fuentes termales contribuyen a mejorar su salud; sin embargo, el panorama no fue muy agradable para la seguridad debido que aseguraron no sentirse protegidos ante algún accidente que pueda ocurrir dentro de los baños termales.

Pérez Sihuin (2017) realizó la tesis “Calidad del servicio turístico y el grado de satisfacción del turista de la tercera edad, al visitar la sección de textilería del mercado de San Pedro de la ciudad del Cusco – en el segundo trimestre 2016”, realizada para la Universidad Andina del Cusco. El objetivo del presente trabajo de investigación es determinar la calidad de servicio del turista de la tercera edad, así mismo se ha determinado que existe una inadecuada calidad de servicio la cual se debe de mejorar implementando nuevas propuestas y planes de acción los cuales cambien esta realidad. Teniendo como pregunta de investigación; ¿Cómo se relaciona la calidad de servicio turístico y el grado de satisfacción del turista de la tercera edad al visitar la sección de textilería del mercado de San Pedro de la ciudad del Cusco - en el segundo



trimestre 2016? La metodología de investigación utilizada para el desarrollo de esta tesis fue, al tipo sustantivo básico, no experimental, descriptivo correlacionar, porque se trata de medir y evaluar la relación de dos variables: la calidad de servicio y el grado de satisfacción de los turistas de la tercera edad que llegan a visitar la sección de textilería del mercado de San Pedro del Cusco. La investigación tiene como conclusión que un 72.5% de los encuestados; no encontraron una satisfacción adecuada a sus necesidades, al momento de visitar esta área de textilería del mercado de San Pedro de la ciudad del Cusco. Entre los hallazgos más relevantes, se ha identificado que el área de textilería del Mercado de San Pedro, no es la adecuada; para la recepción de turistas nacionales y extranjeros; debido a que no cuenta con la infraestructura adecuada para la venta de textiles y del mismo modo; aun el personal dedicado a esta actividad de venta, no se encuentra calificado. Se ha concluido de los turistas que visitan esta área, son extranjeros; lo cual conlleva a que las personas dedicadas a la venta de estos textiles deberían estar más preparados al momento de tener este contacto con el turista, y así estar preparados, para ofrecer sus productos. Debido a que muy pocos de ellos manejan un idioma inglés básico.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Definición de Turismo:**

Según la OMT, el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que implica supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico

Real Academia de la Lengua Española, turismo viene del término tourism (inglés); su raíz es tour, es un vocablo latín torner que significa voltear o girar.

Mathieson y Wall (1982), es el desplazamiento temporal de la gente, en diferentes lugares y espacios por tiempo inferior a un año, se transportan afuera de sus casas y hacen diferentes acciones en el lugar elegido, creándose experiencias y satisfacer necesidades de los turistas.

Hunziker y Krapf, (1942) dice que hacer turismo crea una serie de experiencia fuera de tu lugar de origen, también indica que no se considera el trabajo pagado dentro del viaje.

Organización Mundial del Turismo (1994), el turismo es el grupo de actividades que desarrollan los viajeros en otros espacios fuera de sus residencias o de su lugar natal, no puede pasar más de un año, y ese tiempo lo debe aprovechar para conocer, relajarse, compartir experiencias y otros motivos.

Enríquez, Osorio, Castillo, Arellano (2012), nos dicen que la actividad del turismo es un tema de gobierno y su escenario en el nuevo liberalismo es «funcional-positivista», que sobresale como una alternativa de acaparamiento, desde que sale de su residencia habitual y no tiene los límites en el espacio y en el tiempo.

### **2.2.2. Turismo social**

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el turismo social es la iniciativa que tiene por objetivo promover y facilitar el acceso al turismo a los ciudadanos de escasos recursos o con ciertas limitaciones de ingresos con el fin de mejorar su calidad de vida, aprovechamiento del tiempo libre, valoración cultural, fomento del sentido de identidad nacional y preservación del medio ambiente.

MINCETUR, en la página web nos dice que el turismo social promueve el acceso al turismo a todas las personas sin miramientos de condiciones sociales ni físicas con el fin de:

Da calidad de vida.

Emplear el tiempo libre.

Apreciar la cultura.

Vivificar el sentido de identidad nacional.

Custodiar el medio ambiente.

Gurria (1991), menciona que el turismo es un factor social, para ello el movimiento se planifica por un tiempo determinado. El turismo puede ser individual o de más personas, para disfrutar, descansar, conocer nuevas culturas y no realizar ninguna actividad laboral.

Korstanje (2009), nos manifiesta que el turismo social es la búsqueda de experiencias y el turista experimenta, comprueba gratuitamente lo que el viaje le ofrece.

De la Torre (1980), manifiesta que para muchos hacer turismo es cosa de personas con mucho dinero, ósea un lujo. Hoy en día es para cualquier persona de diferente condición económica que con dinero puede disfrutar haciendo turismo. Actualmente el gobierno fomenta el turismo social a través de campañas u ofertas especiales para el provecho de la población.

Lanquar (1984), dice que nos debe agradar a todos hacer turismo social, realizando las actividades que nos propone el gobierno. El Estado puede lograr que sus acciones se identifiquen por los precios a menor costo, buenos servicios, evitar el lucro y como objetivo importante es el bienestar de los habitantes en todos sus segmentos.

Schenkel (2015), indica que el turismo es un derecho del hombre que trabaja y que en sus vacaciones debe descansar. Podemos ver que los jóvenes, los adultos mayores, familia, grupos con discapacidades, gozan de este derecho sin ningún impedimento.

Declaración Americana de los Derechos del Hombre (1948), instaaura el derecho al reposo y a su beneficio (Artículo 15). Confirma al divulgar que las personas están en todo su derecho al descanso, organizar su tiempo libre y ser retribuidos con vacaciones pagadas.

Posteriormente se manifiestan otras organizaciones, firmaron diferentes documentos como la Carta de Viena Declaración de Montreal, donde se asegura el cumplimiento del derecho a hacer turismo para todas las clases sociales.

Acerenza (2006), el tiempo libre sirve para hacer turismo, son parte del descanso para hacer actividades y compone una forma exclusiva de esparcimiento. Debemos decir que el turismo no solo mejora la calidad de vida de las personas y tan importante como el deporte y el desarrollo personal, que dependerá del desarrollo que haya alcanzado la sociedad para lograr la estabilidad social de la comunidad.

### **2.2.3. Turismo de la tercera edad**

Hossain, Bailey y Lubulwa (2003), nos indican que el significado “Senior” describe a las personas que tienen 55 años o más, que son autosuficientes en todas sus capacidades y por la buena salud pueden viajar a donde ellos escojan.

González (2010), vincula a los adultos mayores con la edad que tiene el individuo y considera la edad diferenciar el turismo y establecer en 4 grupos:

Más de 50 años.

Más de 55 años

Más de 60 años

Más de 65 años

Nielsen (2011) define al turista adulto mayor según su ocupación, considerándolos con 60 años y su situación laboral jubilado o retirado.

Plan de Competitividad Conglomerado de Turismo Montevideo (2009) refirieron al turismo “senior”, como grupos de personas mayores de 60 años, autovalente que organizan su tiempo y dinero para viajar y hospedarse en un destino turístico.

Le Serre (2008), indica nuevas definiciones, asegurando este concepto del consumidor senior como: Turista potencial del mercado turístico; integrados viajeros mayores y poder adquisitivos para compra. La edad de las personas no se relaciona con la vejez, pero si con la juventud, para aprovecharla en su descanso.

Álvarez (2006) nos dice que el turista mayor es actualmente un modelo para otros países ya que invierten para mejorar su calidad de vida, aprovechando los tiempos de precios bajos. Estos grupos tienen características propias y genera un mercado muy particular debido al oneroso presupuesto. Para lograr la felicidad de este segmento se debe ofrecer servicios de buena calidad.

Plan de Competitividad - Conglomerado de Turismo Montevideo (2009) refirieron al turismo "senior", como grupos de personas mayores de 60 años, autovalente que organizan su tiempo y dinero para viajar y hospedarse en un destino turístico.

Moscardo (2006), considera que las poblaciones envejecerán a lo largo del tiempo y se debe aprovechar esta naturaleza de la vida para generar un ingreso económico a los estados de gobierno.

#### **2.2.4. Dimensiones**

##### **2.2.4.1. Características del turista de la tercera edad**

**Procedencia.** – La población en estudio en su gran mayoría es miraflorentina de nacimiento, otros provienen de las diferentes regiones del país, muchas veces porque sus familias trabajan en el distrito y han afincado su residencia con sus familias ya que sus hijos estudian en esta ciudad o cercanos al distrito.

**Edad:** Los vecinos que participan de los diferentes programas turísticos son Adultos Mayores desde los 60 años hasta los 85 años.

**Género:** La mayoría son de sexo femenino, porque son las que mayormente son más accesibles a los cambios y aceptación de su edad

**Motivación de viaje:** La principal motivación es buscar distraerse conociendo nuevos lugares en compañía de personas de su misma edad y condiciones físicas. La alta necesidad de ser atendidos y sentirse útiles después de haber cesado en sus trabajos o que ya sus hijos son grandes o profesionales.

**Protocolos de seguridad:** Debido a la pandemia se ha incrementado los protocolos, la exigencia de las 3 dosis de vacunas, estricta higiene de las manos, el uso constante de las mascarillas sobre todo en lugares cerrados, el distanciamiento social.

#### 2.2.4.2. Organización del tour

**Programación:** Los tours son programados conforme a las estaciones de año, viendo siempre que los lugares sean beneficiosos para su salud, brinden todos los servicios de fácil acceso y posean todas las comodidades que el usuario necesite. Se buscan alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas a fin de lograr bajar los costos que estén al alcance de todos o en su defecto la exoneración de entradas o ingresos. Esto nos permite tener un programa al alcance de todas las economías. Teniendo en cuenta que los usuarios son jubilados viven de una pensión, algunos tienen ingresos por alquiler de propiedades y otros son solventados por hijos o familiares.

**Difusión:** Los programas son promocionados utilizando todos los canales comunicacionales al alcance de los usuarios, teniendo en cuenta que no todos se familiarizan con el manejo del celular o redes sociales, esto nos permite llegar a la gran mayoría. Para una mayor comunicación y promoción se utiliza: Las vitrinas o pizarras ubicadas en cada casa, vía telefónica, correos, WhatsApp, en las diferentes redes sociales, la página web de la institución, así como también en algunos casos material impreso, tratando siempre de llegar a la gran mayoría. La programación se difunde desde el primer día útil de cada mes.

**Inscripción:** El proceso de inscripción se inicia el primer día útil de cada mes, es de acuerdo con el orden de llegada o vía telefónica hasta agotar

los cupos. Dando prioridad en los primeros asientos a las personas que presenten alguna dolencia (acompañado de un familiar o cuidadora). El proceso de inscripción es inmediato.

Horarios de atención: De lunes a viernes de 8:00 am., a 5:00 pm.

**Empatía:** El personal que atiende a los usuarios están capacitados para brindar una atención de calidad, sobre todo tener la alta capacidad de brindar una información clara y precisa de acorde al segmento a atender.

### **2.2.4.3. Transporte**

**Equipamiento:** La Municipalidad Distrital de Miraflores cuenta con 2 buses para la atención de los servicios turísticos a los adultos mayores que son utilizados por las 3 casas de acuerdo a una programación mensual. La primera unidad es una cúster con capacidad para 30 pasajeros con asientos cómodos, aire acondicionado, amplificador de voz, y botiquín de primeros auxilios.

La segunda unidad es un bus inclusivo con capacidad para 27 personas con asientos confortables, tapizados de cuero, aire acondicionado, 2 espacios para sillas de ruedas, con rampa eléctrica, amplificador de voz, tachos y botiquín de primeros auxilios.

**Servicio:** Los buses brindan los servicios de city tour dentro y fuera del distrito. Además del full day a destinos cercanos.

Cabe indicar que para los destinos más lejanos o que impliquen más horas de viaje se contratan los buses de servicios turísticos con baño incorporado.

**Seguridad:** En cuanto a la seguridad en las diferentes actividades turísticas son acompañados por personal especializado en atención a adultos mayores, así como una Licenciada en Enfermería. En caso de ir a algunas zonas que requiere mayor seguridad se solicita apoyo a los Municipios para el acompañamiento del personal Serenazgo.

#### 2.2.4.4. Alimentación

**Calidad:** En cuanto a la alimentación se requiere de productos de calidad y sobre todo la preparación debe ser especial, considerando bajo en condimentos, azúcares y una porción razonable. Nos preocupamos muchísimo por las personas que presentan alguna alergia o las que no pueden consumir determinados alimentos.

**Presentación:** Este rubro es muy importante, ya que debe ser muy atractivo a la vista y un deleite al paladar, ya que son un público muy exigente y están pendientes de los mínimos detalles.

**Infraestructura:** En este tema es de suma importancia que los restaurantes, cafeterías o clubes cuenten con vías de fácil acceso, con rampas, baños con barras de seguridad, servicios de salvavidas, tópicos y todos los servicios básicos que hagan de la permanencia en cada lugar sea de lo más agradable y placentero.

#### 2.2.4.5. Guía de turismo

**Apariencia:** El aspecto del personal de turismo debe ser impecable y pulcro en su presentación, llevar siempre su fotocheck, el chaleco y gorro distintivo de la Institución, así como la banderita señalética del guía, a fin de ser reconocido fácilmente en los diferentes desplazamientos.

**Nivel de conocimiento:** Demostrar un alto conocimiento del lugar a visitar, de los servicios que ofrece y las recomendaciones importantes.

**Afinidad:** Es muy importante realizar una conexión inicial entre los usuarios y el guía de ello dependerá el normal desarrollo de cada actividad, y sobre todo lograr el objetivo de recreación y de sano esparcimiento. La confianza que se pueda generar desde un inicio ayudará muchísimo al éxito del programa.

**Desenvolvimiento:** El Guía de turismo debe tener un alto grado de manejo de grupos, saber llegar a ellos de una manera dinámica, jovial, irónica en algunos casos, contar historias que los remonten a ellos a su



niñez, adultez y a su presente, hacer que ellos participen con sus experiencias. Emplear todas las herramientas y la psicología, ya que muchas veces es muy difícil atravesar las barreras emocionales con las que vienen, arrancar una sonrisa es muy difícil pero aún más difícil es sostenerla durante las 3, 4 u 8 horas que dure la actividad.

#### **2.2.4.6. Servicios complementarios**

**Folletos:** Son una herramienta de comunicación muy importante toda vez que se promociona todas las actividades programadas mensualmente, teniendo en cuenta que algunos no hacen uso de los celulares o la tecnología.

**Sorteo:** Se realizan sorteos de artesanías, mascarillas, algunos regalos o diversos objetos simbólicos ya que se busca premiar su asistencia, captar su atención y motivarlos a seguir participando en las siguientes actividades.

**Merchandising:** Se realiza la entrega de souvenirs de los lugares a visitar o visitados, así como porta mascarillas, llaveros, entre otros.

### **2.3. Programa de actividades turísticas de la Municipalidad Distrital de Miraflores**

#### **Reseña:**

Miraflores es un distrito turístico por excelencia, que cuenta con hermosos atractivos, desde la época prehispánica hasta la actualidad con la modernidad de sus grandes edificios construidos con vista al mar.

Es un distrito que posee una gran cantidad de población de Adulto Mayor; en ese sentido, se vio la necesidad de realizar un programa de turismo social que logre la participación de sus vecinos, con el objetivo de reintegrarlos a la actividad y alejarlos del aislamiento en la que se sumergen cuando se retiran de sus actividades laborales o cotidianas de casa por los factores de la edad. Este programa inicialmente consideró realizar visitas solo dentro del distrito, pero debido a la gran acogida se pudo realizar visitas a distritos aledaños y hacia otros destinos.

Es por ello que se da inicio en el mes de abril del año 2019 a un programa de actividades turísticas dirigido exclusivamente a los Adultos Mayores.

La Gerencia de Desarrollo Humano de la Municipalidad Distrital de Miraflores a través de la Sub-Gerencia de Salud y Bienestar Social tiene la responsabilidad de la programación, promoción y ejecución de dicho programa dirigidas a los Adultos Mayores del distrito.

Para ello se realiza coordinaciones durante todo el año con instituciones públicas y privadas a fin de lograr mayores opciones de lugares a conocer, así como precios especiales o promociones que estén al alcance de la economía de sus vecinos adultos mayores, de esta manera lograr una mayor participación de éstos.

Cabe mencionar que en los diversos atractivos turísticos que se encuentran ubicados en el distrito y son administrados por la Municipalidad de Miraflores los costos de ingresos son exonerados.

La programación se realiza de acuerdo con las estaciones del año o las diversas temporadas o los lugares que ofrezcan una experiencia diferente, se aprovechan las temporadas de playa en el verano, y en el invierno ya se programan los lugares que presenten un mejor clima para ellos. Sobre todo, se busca ofrecer servicios de calidad, que brinde las mayores comodidades y cubra las expectativas de los vecinos.

Finalmente, cabe precisar que algunos de estos lugares que se han podido visitar cumpliendo las medidas de seguridad y los protocolos establecidos durante el Covid 19.

## **Principales atractivos turísticos visitados por los Adultos Mayores**

### **Museo de sitio Pucllana**

Dirección: Ca. Gral. Borgoño Cdra. 8, ubicado en pleno corazón de Miraflores. Fue un Centro Ceremonial y administrativo construido durante los años 200 al 700 DC por la cultura Lima, construido en base

adobitos, en la sala de exposiciones apreciaremos los materiales culturales encontrados en las excavaciones, además de un recorrido por el parque de flora ya fauna nativa. La visita dura dos horas y media.

### **Casa Museo Ricardo Palma**

Dirección: Calle General Suárez 246, Miraflores

Ranchito típico del siglo XX, donde vivió el Ilustre Tradicionista autor de las Tradiciones Peruanas. Podemos apreciar los objetos personales de Don Ricardo Palma, muebles de la época, el dormitorio, manuscritos, cartas a su esposa, a sus hijos. La visita dura dos horas y media.

### **Museo Señor de los Milagros**

Dirección: Jr. Huancavelica 583, Cercado de Lima (a un costado de la Iglesia de las Nazarenas)

El Museo del Señor de los Milagros es un recorrido enriquecedor a través de la historia de una de las devociones más antiguas y grandes de la ciudad de Lima. Cuenta el origen del culto al llamado “Cristo de Pachacamilla”, se encuentra ubicado dentro del complejo del Monasterio de las Nazarenas. La visita dura cuatro horas.

### **Playa Curayacu (Full day)**

Dirección: Av. San Martín S/N – Curayacu - Playa San Bartolo.

Su nombre proviene de un vocablo quechua que significa “agua que cura”, es una de las sedes del ACENESPAR GC.

Es un centro de esparcimiento, ideal para desconectarse de Lima, relajarse y disfrutar de la naturaleza. Todo lo que necesitas en un solo lugar junto al mar.

### **Playa Punta Hermosa (Full day)**

Dirección: Km 39 de la Panamericana Sur.

Punta Hermosa es uno de los distritos más atractivos de la costa peruana.

Denominada inicialmente “Roca Negra” debido al color de los peñones que se encuentran en sus playas. Los pobladores exclamaban “¡Qué hermosa se ve la punta!”, lo que derivó luego en “Punta Hermosa”.

### **Museo Bodega y Quadra**

Dirección: Jr. Áncash 213, Cercado de Lima

Ubicado en una antigua casa, donde se encontró vestigios de la época inca, virreinal y hasta republicana.

Sus salas exhiben los diversos objetos descubiertos durante la excavación.

Antiguamente, le perteneció al marino y explorador peruano Juan Francisco de la Bodega y Quadra. La visita dura 4 horas.

### **Coayllo: La tierra de los nísperos (Full day)**

Ubicada en la provincia de Cañete, sus principales atractivos turísticos son la plaza principal, que data de la época de la colonia, desde ahí se puede ver el tobogán natural más alto del Perú, la Iglesia Colonial San Pedro de Coayllo; el Palacio Inca de Uqaira, construida por Pachacútec, por los años de 1,450 después de Cristo, enlazado con el Qhapaq Ñan.

El níspero es el fruto bandera de Coayllo, es un pueblo que posee sol todo el año.

### **Tour: Callao Monumental de hoy**

Un recorrido por la emblemática zona patrimonial del puerto, sus calles históricas, la Plaza y Dársena Miguel Grau, la Plaza Matriz, la Plaza Gálvez y el antiguo edificio Ronald a través del arte, la música, gastronomía, historia, el arte urbano y su cultura viva.

En La Punta, se visita la Plaza y el malecón Wiese; finaliza el tour con un almuerzo en un restaurante de la zona para disfrutar del tradicional menú marino.

### **La Ruta de los Murales de Miraflores**

Un recorrido por las diversas obras artísticas realizado por los mayores exponentes del arte urbano o el muralismo en el país.

Esta propuesta artística se muestra en diversos edificios de Miraflores, en la que jóvenes artistas del muralismo urbano plasman sus coloridas obras. Actualmente existen alrededor de 40 murales. El tour dura 3 horas.

### **La Ruta de las Esculturas de Miraflores**

Esta ruta permite conocer esculturas, monumentos y murales de Miraflores, diversas obras de arte de artistas peruanos y extranjeros que embellecen la ciudad, es un recorrido de cultura e historia, en la que conoceremos la trayectoria de sus creadores, en algunos recorridos son los propios artistas quienes comparten sus experiencias. El tour dura tres horas y media.

### **Tour amores del cacao en Barranco**

Los deseos de tu corazón se conceden en el Puente de los Suspiros y en las mágicas callecitas históricas del hermoso Barranco. Disfrutemos de un recorrido de arte, cultura, historia, tradiciones. Almuerzo amores del cacao en la Casa Taller de investigación del cacao Las Morenitas. Visitaremos Galería Dédalo, visita al Mirador Recavarren, visita a Puente de los Suspiros, recorreremos el Parque Municipal y alrededores. El tour dura cinco horas.

### **Full day: Chancay / Huaral**

Se visita el más antiguo pueblo de Aucallama; luego una parada en la Finca Ecológica Eco Truly Park, donde se conoce la forma de vida y actividades sostenibles de la Eco Aldea. Una visita al Castillo de Chancay para recorrer sus instalaciones como: el Parque Temático Cultural; donde hay réplicas de los atractivos turísticos de países como Egipto, Tailandia, India, Italia, México, Grecia. Finalmente, en Huaral, conoceremos la

Hacienda Huando, una de las más antiguas ex haciendas.

### **Día de sol en Cieneguilla: Mesa de Piedra (Full day)**

El distrito de Cieneguilla, que data su origen en el siglo XX, es creado políticamente un 3 de marzo 1970, ubicado a 300 m.s.n.m, era una gran hacienda agrícola donde se sembraba principalmente algodón, es un distrito ecológico por excelencia la zona estuvo vinculada también al valle de Páchacamac y Lurín, durante el apogeo del Tahuantinsuyo cuando figuró como el último tramo del Qapak Ñan o camino Inca. La presentación de un espectáculo de danzas típicas del Perú y su variada gastronomía hacen de su permanencia en el lugar ideal de entretenimiento.

### **Antioquía Pueblo de Colores (Full day)**

Es un pequeño y apacible pueblo ubicado entre las colinas de la provincia de Huarochirí, a tan solo 70 km. de Lima. Este mágico rincón del Perú es conocido por tener construcciones con frontis muy alegres y coloridos. Es por ello, que también lo llaman “pueblo de colores”.

El pueblo es ideal para ejercitar la imaginación y, de paso, para tomarse hermosas fotos con estas obras de arte de fondo.

## **2.4. Definiciones Conceptuales**

- a) Atención al cliente:** Según (Ariza Ramírez, 2020) conjunto de actuaciones mediante las cuales una empresa gestiona la relación con sus clientes actuales o potenciales
  
- b) Atractivo turístico:** Es el recurso turístico al cual la actividad humana le ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor.
  
- c) Calidad:** Según American Society of Quality Control, calidad se define por “la totalidad de los rasgos y características de un producto

o servicio que se sustenta en su habilidad para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas”.

- d) Calidad total:** Según la ASQ (American Society of Quality), la Gestión de Calidad Total o TQM por sus siglas en inglés, se puede sintetizar como: un sistema de gestión para el éxito a largo plazo una organización centrada en el cliente y que involucra a todos los colaboradores en la mejora continua.
  
- e) Circuito turístico:** Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega al mismo sitio luego de circundar y/o bordear una zona. Provee la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.
  
- f) Full day:** Programa turístico que implica la visita de uno o más atractivos turísticos y que tiene como duración máxima un día completo. No implica pernocte en el destino.
  
- g) Producto turístico:** según la OMT es la combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia de un destino y genera una experiencia turística integral.
  
- h) Servicio:** Kotler, Bloom y Hayes (2004), definen servicio como: “Una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico.
  
- i) Recurso turístico:** Según el MINCETUR se refiere a las expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico. Variables

### **2.4.1. Variable Única**

La presente investigación, ha identificado la Variable Única: Nivel de satisfacción.

### **2.4.2. Dimensiones**

- Características
- Organización
- Transporte
- Guiado
- Alimentación
- Servicios complementarios



## 2.5. Operacionalización de Variable

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM
<b>Nivel de satisfacción</b>	Características del turista Adulto Mayor	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Procedencia</li> <li>- Rango de edad</li> <li>- Género</li> <li>- Motivación de viaje</li> <li>- Protocolos de bioseguridad</li> </ul>	1, 2, 3, 4 y 5
	Organización del viaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proceso de inscripción.</li> <li>- Difusión y canales de comunicación.</li> <li>- Capacidad de respuesta.</li> <li>- Horarios de atención para información y de los tours.</li> <li>- Empatía del personal de atención.</li> </ul>	6, 7, 8, 9 y 10
	Transporte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipamiento/Apariencia: Limpieza / comodidad / condiciones (Tangible)</li> <li>- Servicio (chofer y forma de conducir)</li> <li>- Seguridad</li> </ul>	11, 12 y 13
	Alimentación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Calidad y sabor de la comida.</li> <li>- Presentación / Bioseguridad</li> <li>- Infraestructura del restaurante</li> </ul>	14, 15 y 16
	Guía de turismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apariencia del guía.</li> <li>- Nivel de conocimiento</li> <li>- Afinidad / empatía</li> <li>- Desenvolvimiento</li> </ul>	17, 18 y 19
	Servicios complementarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Folletería</li> <li>- Sorteos</li> <li>- Merchandising</li> </ul>	20 y 21

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación utilizada fue básica, la cual es definida por Carrasco (2006) como “es la que no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad”.

##### 3.1.1. Enfoque

**Cuantitativo:** Se utilizó la recolección de datos para probar una hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (Hernández Sampieri, 2014).

Debido a que, en esta investigación, su medio principal es la medición y el cálculo claramente se puede definir con enfoque cuantitativo.

##### 3.1.2. Alcance o Nivel

**Descriptivo:** (Hernández Sampieri, 2014) 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 en la que se seleccionó una serie de cuestiones, en la que se midió y recolectó información sobre cada una de ellas para describir lo que se investigó. Es así que, en el presente estudio se buscó medir las dimensiones de la variable mediante ciertos indicadores, los mismos que se han detallado en el cuadro de operacionalización que se aplicó a una población, el cual se ha definido en el subtítulo precedente.

### **3.1.3. Diseño**

Podría definirse como una investigación que se realizó sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de un estudio en la que no se hizo variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que se hizo en la investigación no experimental fue observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos (Hernández Sampieri, 2014).

La investigación tuvo un diseño de corte Transeccional o Transversal: este diseño se utiliza para realizar estudios de investigación de hechos y fenómenos de la realidad de un momento determinado del tiempo (Carrasco, 2006).

## **3.2. Población y Muestra**

### **3.2.1. Población**

Para el presente estudio, la población estuvo conformada por una población de 1472 vecinos mirafloresinos adultos mayores que participaron en las diversas actividades turísticas programadas en las 3 casas del adulto mayor.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES CULTURALES Y TURÍSTICAS					
CASAS DEL ADULTO MAYOR - MIRAFLORES					
AÑO 2021					
Mes	Día	Casa	Lugar	Participantes	Total
Setiembre	21	Aurora	Casa Museo Ricardo Palma	22	50
	29		Museo de Sitio Huaca Pucllana	28	
	20	Armendáriz / Aljovin	Casa Museo Ricardo Palma	27	56
	27		Museo de Sitio Huaca Pucllana	28	
	22	Tovar	Casa Museo Ricardo Palma	22	47
	30		Museo de Sitio Huaca Pucllana	28	
Octubre	6	Aurora	Museo Señor de los Milagros	23	103
	12		Museo Señor de los Milagros	25	
	22		Museo Señor de los Milagros	25	
	27		Antioquía	30	
	7	Armendáriz / Aljovin	Museo Señor de los Milagros	25	100
	15		Museo de Sitio Huaca Pucllana	25	
	21		Museo Señor de los Milagros	25	
	26		Coaylo: La tierra del níspero	25	
	5	Tovar	Museo Señor de los Milagros	25	85
	18		Casa Museo Ricardo Palma	20	
	20		Museo Señor de los Milagros	20	
	25		Museo de Sitio Huaca Pucllana	20	
	Noviembre	16	Aurora	Club Regatas Lima-La Cantuta	25
24		Club Regatas Lima-La Cantuta		25	
9		Armendáriz / Aljovin	Coaylo: La tierra del níspero	25	68
17			La Ruta de los Murales de Miraflores	20	
30			Museo Bodega y Quadra - Lima	23	
12		Tovar	La Ruta de los Murales de Miraflores	22	70
18			Museo Bodega y Quadra - Lima	24	
26			Mesa de Piedra - Cieneguilla	24	
Diciembre	2	Aurora	Club Regatas Lima-La Cantuta	25	75
	13		Club Regatas Lima-La Cantuta	25	
	16		Club Regatas Lima-La Cantuta	25	
	17	Armendáriz / Aljovin	Callao Monumental -La Punta	27	27
	9	Tovar	Callao Monumental -La Punta	25	55
	14		Cerro Azul - Lunahuaná	30	
				<b>Total anual</b>	<b>786</b>

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES CULTURALES Y TURÍSTICAS					
CASAS DEL ADULTO MAYOR - MIRAFLORES					
AÑO 2022					
Mes	Día	Casa	Lugar	Participantes	Total
Enero	12	Aurora	Playa Curayacu	25	102
	13		Callao Monumental -La Punta	27	
	18		Playa Curayacu	25	
	26		Playa Curayacu	25	
	14	Armendáriz Aljovín	Mesa de Piedra - Cieneguilla	25	74
	19		Playa Punta Hermosa	24	
	27		Callao Monumental -La Punta	25	
	21	Tovar	Playa Punta Hermosa	23	73
	25		Playa San Bartolo	20	
28	Museo Bodega y Quadra - Lima		25		
Febrero	8	Aurora	Playa Curayacu	20	71
	16		Playa Curayacu	25	
	18		Callao Monumental -La Punta	26	
	11	Armendáriz / Aljovín	Tour Amores del Cacao-Barranco	22	68
	25		Callao Monumental -La Punta	26	
	30		Playa Curayacu	20	
	22	Tovar	Playa Curayacu	22	42
29	Museo Bodega y Quadra - Lima		20		
Abril	7	Aurora	Playa Punta Hermosa	24	94
	12		Playa Curayacu	24	
	20		Playa Curayacu	24	
	28		Tour Amores del Cacao-Barranco	22	
	8	Armendáriz / Aljovín	Huaca Pucllana-Parque Chino	18	66
	19		Playa Curayacu	24	
	25		Playa Punta Hermosa	24	
	5	Tovar	Playa Curayacu	24	96
	11		Playa Punta Hermosa	24	
	18		Playa Punta Hermosa	24	
27	Playa Curayacu		24		
				<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>686</b>
				<b>TOTAL 2021-2022</b>	<b>1472</b>
Muestra	147	encuestas	Por el tiempo se usará esta muestra, se justifica		

2021					2022			
Actividades	SET	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR
	X	X	X	X	X	X	X	X

Nota: Elaboración propia

### **3.2.2. Muestra**

Para la toma de muestra del presente estudio se empleó el muestreo no probabilístico, que es una técnica de muestreo en virtud de la cual las muestras son recogidas en un proceso que brindó a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados. Fue aleatorio simple donde todos los miembros de la población fueron incluidos en la lista y luego se seleccionó al azar el número deseado de sujetos.

La muestra fue realizada en las 3 sedes de las casas del adulto mayor que funcionan en el distrito.

El tamaño de la muestra fue aleatorio por conveniencia del investigador, dado que se dispone de tiempo limitado para recolectar los datos, se consideró el 10% de la población total, que hace un total de 147 encuestados.

## **3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

### **3.3.1. Técnica**

Para la presente investigación se empleó la técnica de la encuesta para recolectar información y convertirlas en datos precisos de nuestra muestra, en este caso los usuarios de la Municipalidad Distrital de Miraflores.

### **3.3.2. Instrumentos**

El instrumento que se utilizó en el presente estudio de investigación es 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 del “Nivel de satisfacción de los Programas Turísticos dirigido al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores”. El cuestionario estuvo compuesto por 21 preguntas.

### **3.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información**

Se utilizó la tecnología 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 los datos obtenidos de la encuesta.
- **Power Point**, este software permitió realizar una presentación didáctica de los resultados obtenidos.

## CAPÍTULO IV

### 4. RESULTADOS

#### 4.1. Procesamiento de datos

##### Aspectos generales

**Tabla 1.**

*¿Podría indicarme a qué casa de adulto mayor pertenece usted?.*

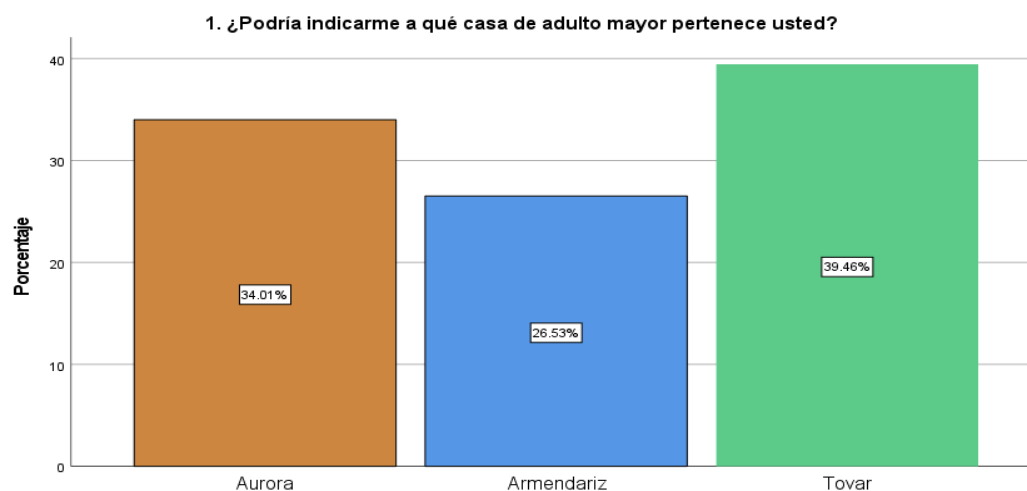
	Frecuencia	Porcentaje
Aurora	50	34.0
Armendáriz	39	26.5
Tovar	58	39.5
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta de recolección de datos

Elaboración: La tesista

**Figura 1.**

*¿Podría indicarme a qué casa de adulto mayor pertenece usted?.*



Elaboración: La tesista

#### Interpretación

En la tabla 1, de acuerdo con los resultados obtenidos el 39.5% (58) de los encuestados son usuarios que frecuentan la casa de adulto Mayor de Manuel Tovar, el 34% (50) visita la casa ubicada en la Aurora y el 26.5% (39) es asiduo a la casa ubicada en Armendáriz. Este resultado nos podría ayudar a inferir que se deberían orientar esfuerzos para lograr una mayor participación en las actividades están bien distribuidas entre las 3 casas y se está logrando una convocatoria uniforme entre las 3 casas.

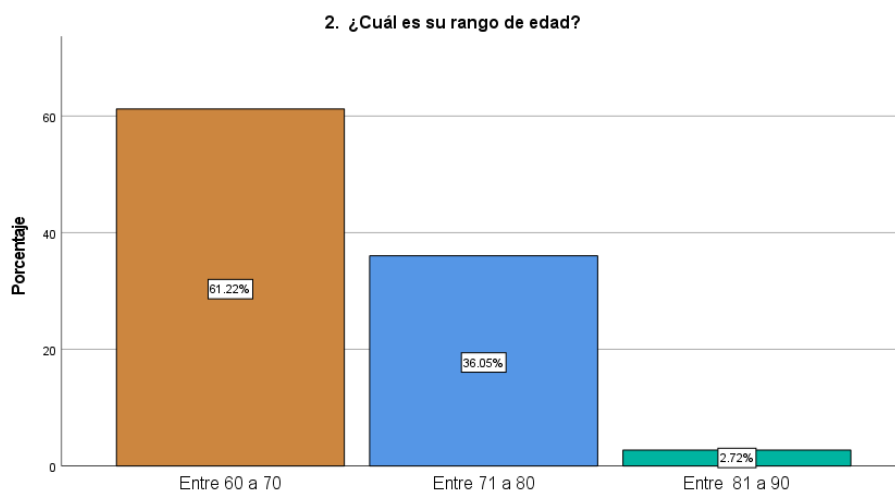


**Tabla 2.**  
*¿Cuál es su rango de edad?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Entre 60 a 70	90	61.2
Entre 71 a 80	53	36.1
Entre 81 a 90	4	2.7
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta de recolección de datos  
 Elaboración: La tesista

**Figura 2.**  
*¿Cuál es su rango de edad?*



### Interpretación

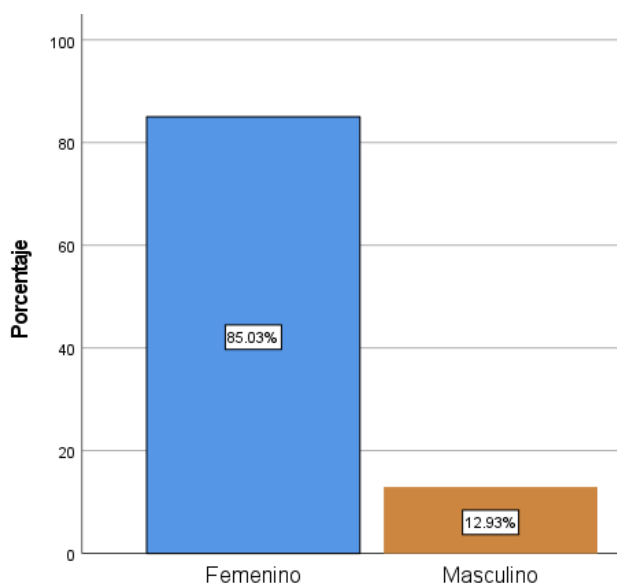
En tabla 2 podemos analizar que la gran mayoría de adultos mayores se ubica en el rango etario de 60 a 70 años, representando un 61.2% (90). Seguido por el grupo etario de 71 a 80 años con un 36.1% (53) y el 2.7% (4) se ubica entre las edades de 81 a 90 años. Es muy marcado que el grupo de edades que predomina es el de 60 a 70 años por lo que las actividades a futuro deberían orientarse a este grupo de personas.

**Tabla 3.**  
*¿Cuál es su género?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Femenino	127	85.39
Masculino	20	13.61
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta de recolección de datos  
 Elaboración: La tesista

**Figura 3.**  
*¿Cuál es su género?*



### **Interpretación**

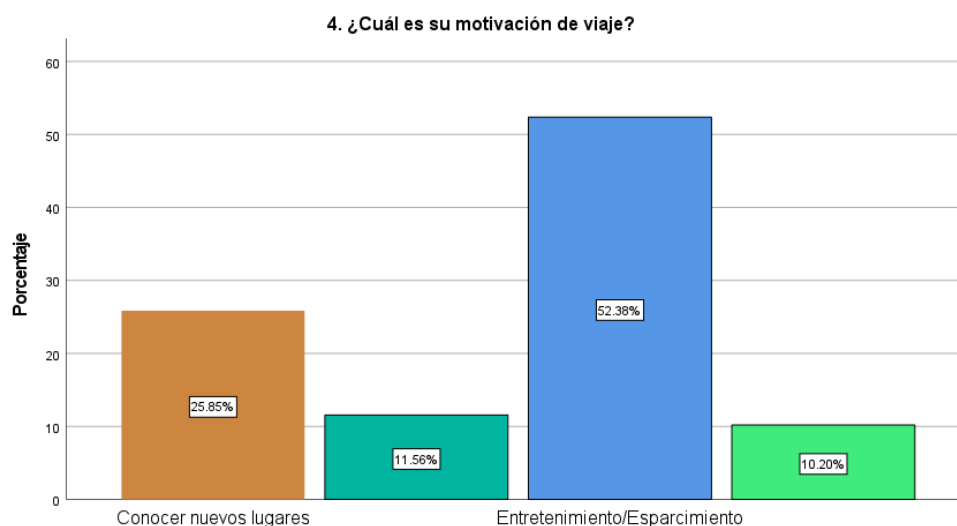
En tabla 3 se identifica que los encuestados están representados en su mayoría por personas de género femenino con un 85.39% (127) y el resto es de género masculino lo que significa un 13.61% (20). Este resultado es un indicador de que las actividades deberían orientarse al público femenino que es el que predomina.

**Tabla 4.**  
*¿Cuál es su motivación de viaje?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Conocer nuevos lugares	38	25.9
Hacer vida social	17	11.6
Entretenimiento/Esparcimiento	77	52.4
Hacer amistades	15	10.2
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta de recolección de datos  
 Elaboración: La tesista

**Figura 4.**  
*¿Cuál es su motivación de viaje?*



### **Interpretación**

En tabla 4 se identifica que la motivación de viaje por excelencia para la mayoría de los encuestados es Entretenimiento / Esparcimiento con un 52.4% (77). El 25.9% (38) indica que su motivación de viaje es conocer nuevos lugares, el 11.6% (17) refirió que le interesa hacer vida social y un 10.2% (15) de los encuestados realiza las actividades turísticas para hacer amistades.

**Tabla 5.**

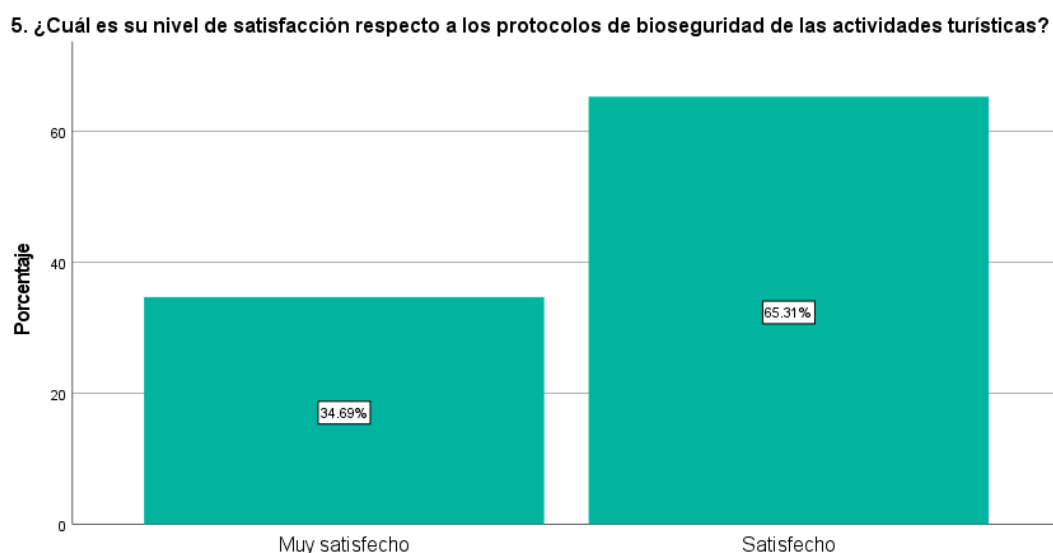
*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los protocolos de bioseguridad de las actividades turísticas?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy satisfecho	51	34.7
Satisfecho	96	65.3
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta de recolección de datos  
Elaboración: La tesista

**Figura 5.**

*Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los protocolos de bioseguridad de las actividades turísticas*



Elaboración: La tesista

### **Interpretación**

En tabla 5 se identifica que el 65.3% (96) se encuentra satisfecho con los protocolos de bioseguridad de las actividades turísticas. Un 34.7% (51) refiere que se encuentra muy satisfecho con dicha característica. No hubo encuestados que indiquen estar No satisfechos con esta variable. Esto es un gran indicador ya que ante el contexto actual de la pandemia es una característica muy valorada entre los usuarios.

**Tabla 6.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al proceso de inscripción de las actividades turísticas?*

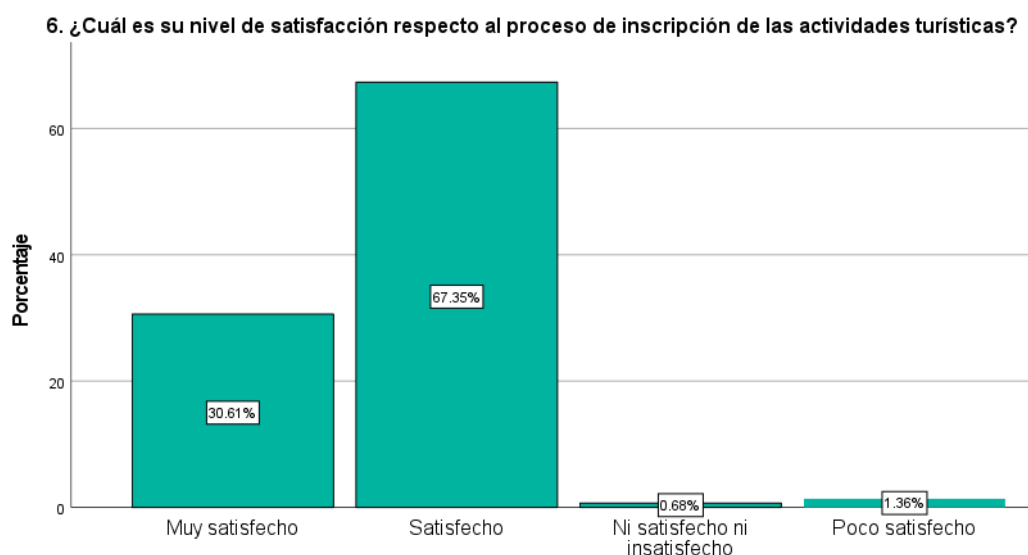
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy satisfecho	45	30.6
Satisfecho	99	67.3
Ni satisfecho ni insatisfecho	1	0.7
Poco satisfecho	2	1.4
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta de recolección de datos

Elaboración: La tesista

**Figura 6.**

*Cuál es su nivel de satisfacción respecto al proceso de inscripción de las actividades turísticas*



### **Interpretación**

En tabla 6 se puede determinar que un contundente 67.3% (99) de los entrevistados se encuentra Satisfecho con el proceso de inscripción en las actividades turísticas. El 30.6% (45) refiere que se encuentra Muy satisfecho. Una gran minoría que representa el 1.4% (2) se encuentra Poco satisfecho con el proceso y finalmente el 0.7% (1) se encuentra Ni satisfecho Ni insatisfecho.

**Tabla 7.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la difusión y canales de comunicación de las actividades turísticas?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy satisfecho	35	23.8
Satisfecho	92	62.6
Ni satisfecho ni insatisfecho	19	12.9
Poco satisfecho	1	.7
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

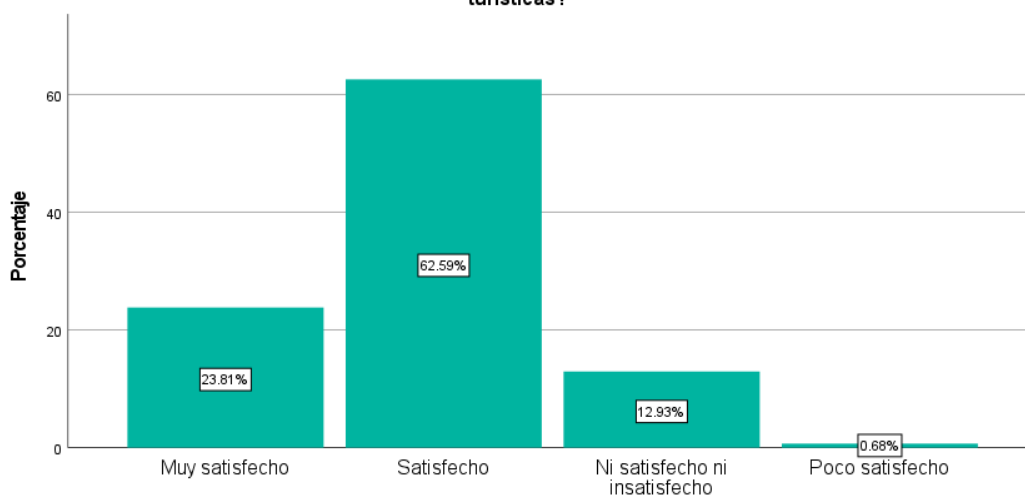
Fuente: Encuesta de recolección de datos

Elaboración: La tesista

**Figura 7.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la difusión y canales de comunicación de las actividades turísticas?*

7. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la difusión y canales de comunicación de las actividades turísticas?



Elaboración: La tesista

### **Interpretación**

En tabla 7 se puede determinar que un contundente 62.6% (92) de los entrevistados se encuentra Satisfecho con respecto a la difusión y canales de comunicación de las actividades turísticas. El 23.8% (35) refiere que se encuentra Muy satisfecho. Un 12.9% (19) refiere que se encuentra Ni Satisfecho Ni Insatisfecho y finalmente un 0.7% (1) se encuentra Poco Satisfecho.

**Tabla 8.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al tiempo de respuesta en el proceso de inscripción de las actividades turísticas?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy satisfecho	49	33.3
Satisfecho	93	63.3
Ni satisfecho ni insatisfecho	5	3.4
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

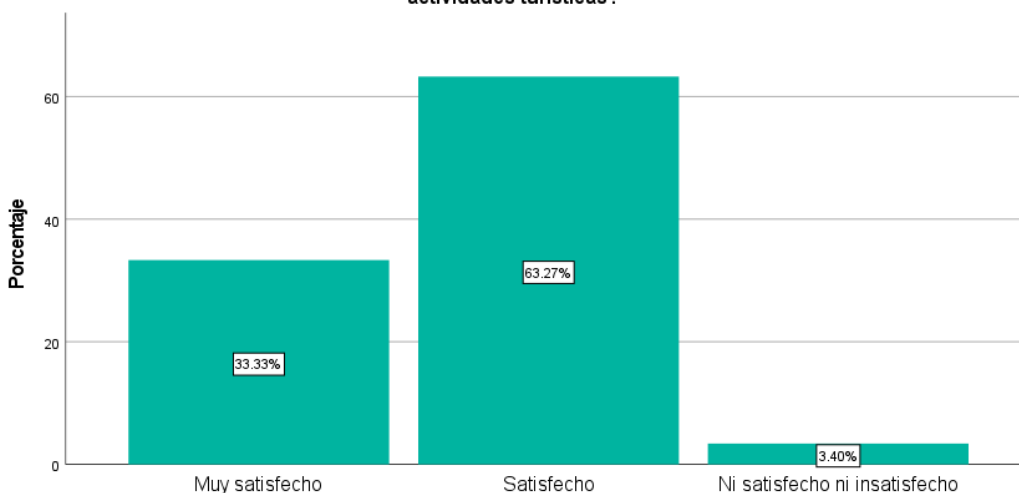
Fuente: Encuesta de recolección de datos

Elaboración: La tesista

**Figura 8.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al tiempo de respuesta en el proceso de inscripción de las actividades turísticas?*

8 . ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al tiempo de respuesta en el proceso de inscripción de las actividades turísticas?



Elaboración: La tesista

### **Interpretación**

En tabla 8 se identifica que el 63.3% (93) se encuentra Satisfecho con el tiempo de respuesta en el proceso de inscripción de las actividades turísticas. Un 33.3% (49) refiere que se encuentra Muy satisfecho y el 3.4% (5) contestó que se encuentra Ni Satisfecho Ni Insatisfecho con dicho proceso.

**Tabla 9.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los horarios de atención para la inscripción en las actividades turísticas?*

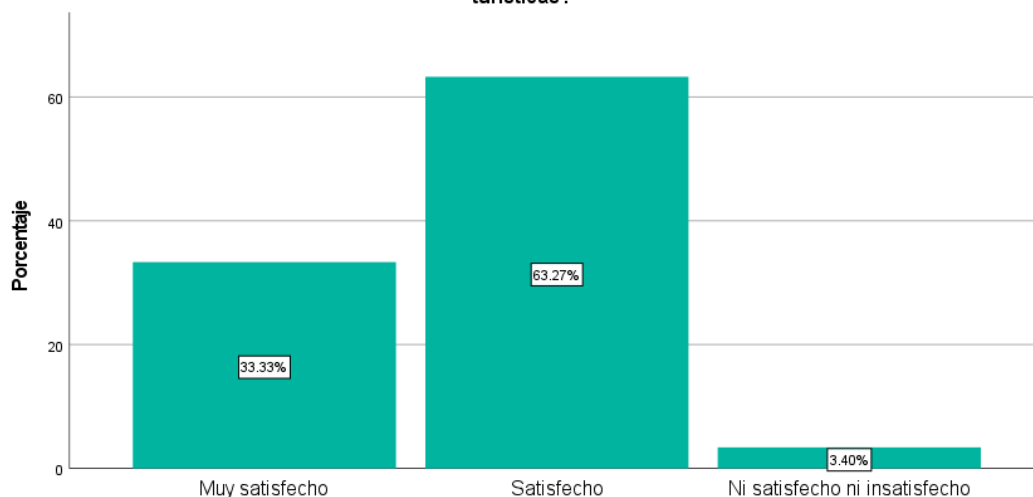
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy satisfecho	49	33.3
Satisfecho	93	63.3
Ni satisfecho ni insatisfecho	5	3.4
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta de recolección de datos  
Elaboración: La tesista

**Figura 9.**

*Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los horarios de atención para la inscripción en las actividades turísticas*

9. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los horarios de atención para la inscripción en las actividades turísticas?



Elaboración: La tesista

### **Interpretación**

En tabla 9 se identifica que el 63.3% (93) se encuentra Satisfecho con los horarios de atención para la inscripción en las actividades turísticas. Un 33.3% (49) refiere que se encuentra Muy satisfecho y el 3.4% (5) contestó que se encuentra Ni Satisfecho Ni Insatisfecho con dicho proceso.



**Tabla 10.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la empatía del personal de atención a cargo de la inscripción en las actividades turísticas?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy satisfecho	53	36.1
Satisfecho	88	59.9
Ni satisfecho ni insatisfecho	6	4.1
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

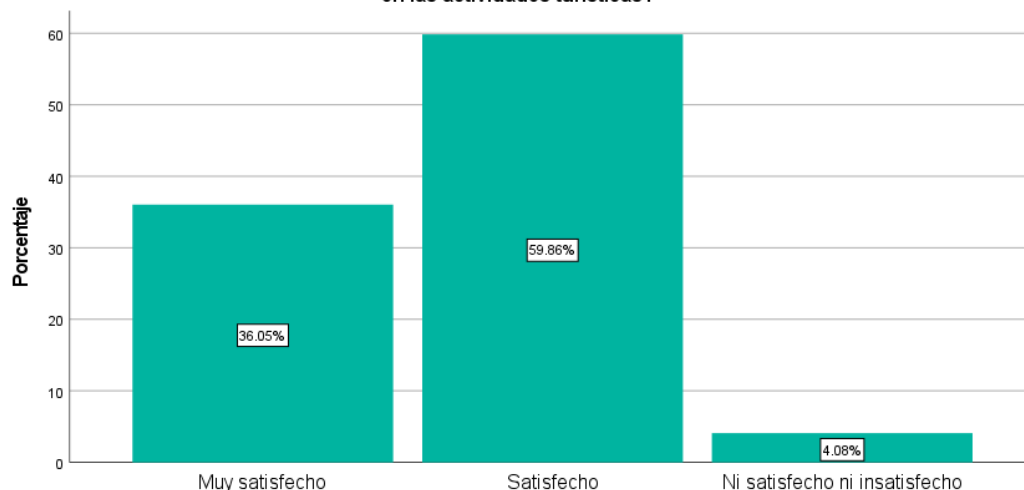
Fuente: Encuesta de recolección de datos

Elaboración: La tesista

**Figura 10.**

*Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la empatía del personal de atención a cargo de la inscripción en las actividades turísticas*

10. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la empatía del personal de atención a cargo de la inscripción en las actividades turísticas?



Elaboración: La tesista

### **Interpretación**

En tabla 10 se identifica que el 59.9% (88) se encuentra Satisfecho con la empatía demostrada por el personal de atención a cargo de la inscripción en las actividades turísticas. Un 36.1% (53) refiere que se encuentra Muy satisfecho y el 4.11 (6) contestó que se encuentra Ni Satisfecho Ni Insatisfecho con el personal.

**Tabla 11.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al equipamiento (limpieza, comodidad) de las unidades vehiculares usadas en las actividades turísticas?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy satisfecho	24	16.3
Satisfecho	97	66.0
Ni satisfecho ni insatisfecho	26	17.7
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

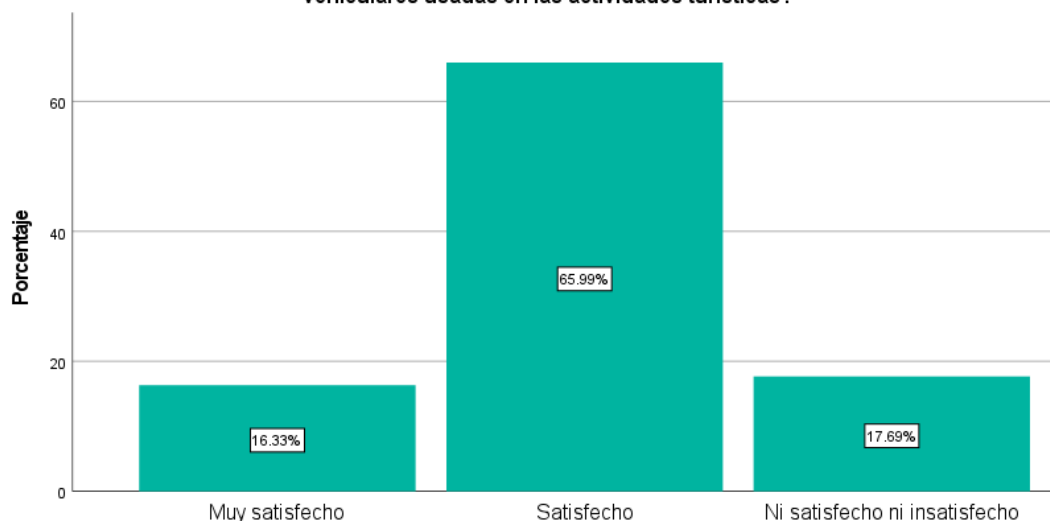
Fuente: Encuesta de recolección de datos

Elaboración: La tesista

**Figura 11.**

*Cuál es su nivel de satisfacción respecto al equipamiento (limpieza, comodidad) de las unidades vehiculares usadas en las actividades turísticas*

11. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al equipamiento (limpieza, comodidad) de las unidades vehiculares usadas en las actividades turísticas?



Elaboración: La tesista

### **Interpretación**

En tabla 11 se identifica que el 66% (97) se encuentra Satisfecho con el equipamiento de las unidades vehiculares usadas en las actividades turísticas. Un 16.3% (24) refiere que se encuentra Muy satisfecho y el 17.7% (26) contestó que se encuentra Ni Satisfecho Ni Insatisfecho.

**Tabla 12,**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al servicio y forma de conducir del chofer usado en las actividades turísticas?*

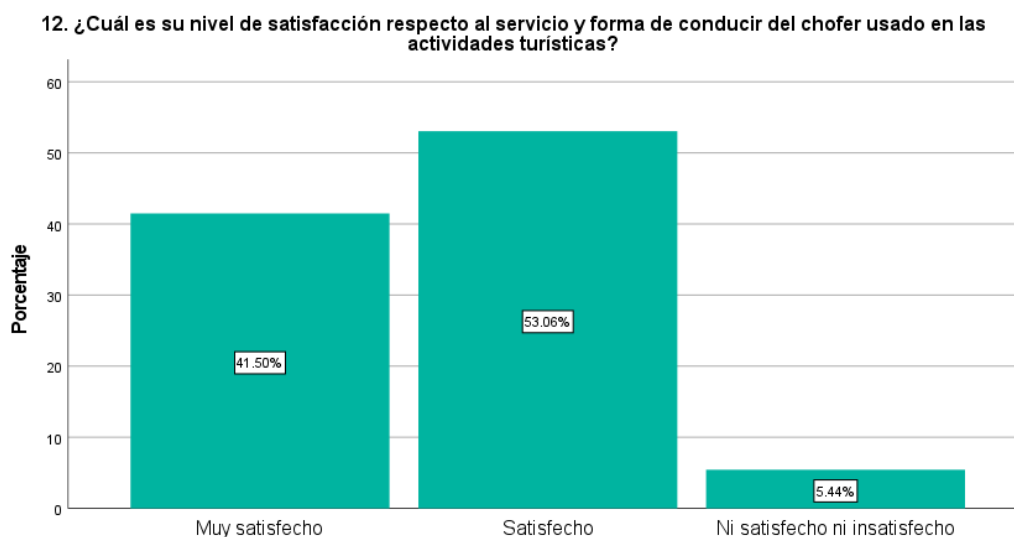
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy satisfecho	61	41.5
Satisfecho	78	53.1
Ni satisfecho ni insatisfecho	8	5.4
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta de recolección de datos  
Elaboración: La tesista

Elaboración: La tesista

**Figura 12.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al servicio y forma de conducir del chofer usado en las actividades turísticas*



### **Interpretación**

En tabla 12 se identifica que el 53.1% (78) se encuentra Satisfecho con el servicio y forma de conducir del chofer usado en las actividades turísticas. Un 41.5% (61) refiere que se encuentra Muy satisfecho y el 5.4% (8) contestó que se encuentra Ni Satisfecho Ni Insatisfecho.

**Tabla 13.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la seguridad de las unidades vehiculares usadas en las actividades turísticas?*

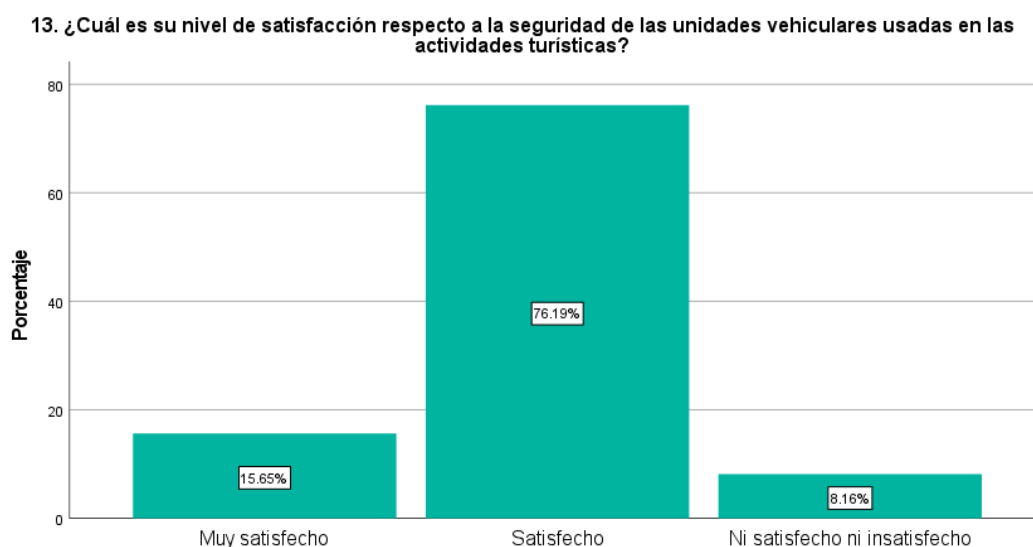
	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	23	15.6
Satisfecho	112	76.2
Ni satisfecho ni insatisfecho	12	8.2
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta de recolección de datos

Elaboración: La tesista

**Figura 13.**

*Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la seguridad de las unidades vehiculares usadas en las actividades turísticas*



Elaboración: La tesista

### Interpretación

En tabla 13 se identifica que el 76.2% (112) se encuentra Satisfecho con respecto a la seguridad de las unidades vehiculares usadas en las actividades turísticas. El 15.6% (23) refiere que se encuentra Muy satisfecho y el 8.2% (12) contestó que se encuentra Ni Satisfecho Ni Insatisfecho.

**Tabla 14.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la calidad y sabor de la comida ofrecida en las actividades turísticas?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy satisfecho	45	30.6
Satisfecho	87	59.2
Ni satisfecho ni insatisfecho	12	8.2
Poco satisfecho	3	2.0
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

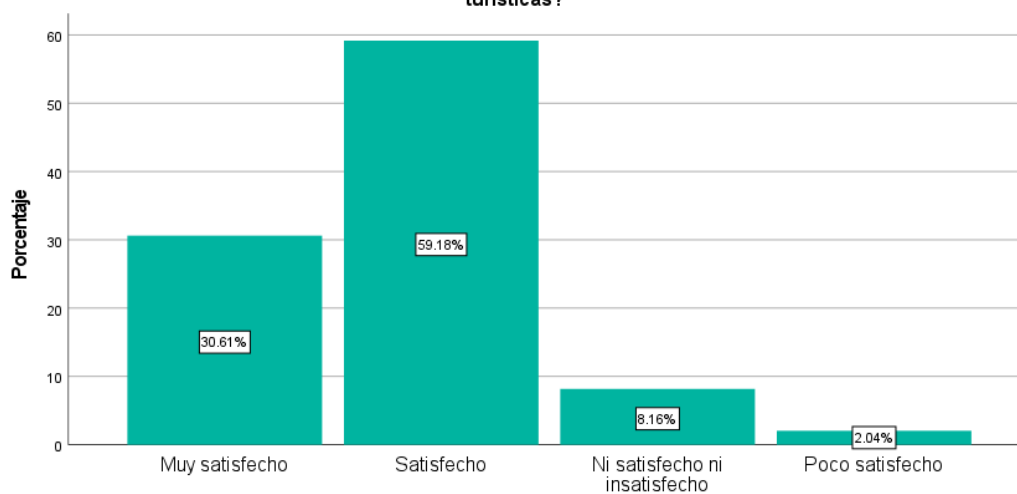
Fuente: Encuesta de recolección de datos

Elaboración: La tesista

**Figura 14.**

*Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la calidad y sabor de la comida ofrecida en las actividades turísticas*

14. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la calidad y sabor de la comida ofrecida en las actividades turísticas?



Elaboración: La tesista

### **Interpretación**

En tabla 14 se identifica que el 59.2% (87) se encuentra Satisfecho con respecto a la seguridad de la calidad y sabor de la comida ofrecida en las actividades turísticas. El 30.6% (45) refiere que se encuentra Muy satisfecho y el 8.2% (12) contestó que se encuentra Ni Satisfecho Ni Insatisfecho. Un mínimo porcentaje de encuestados correspondiente al 2% afirmó encontrarse Poco Satisfecho con la comida.

**Tabla 15.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la presentación y bioseguridad de las comidas ofrecidas en las actividades turísticas?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy satisfecho	41	27.9
Satisfecho	96	65.3
Ni satisfecho ni insatisfecho	7	4.8
Poco satisfecho	3	2.0
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

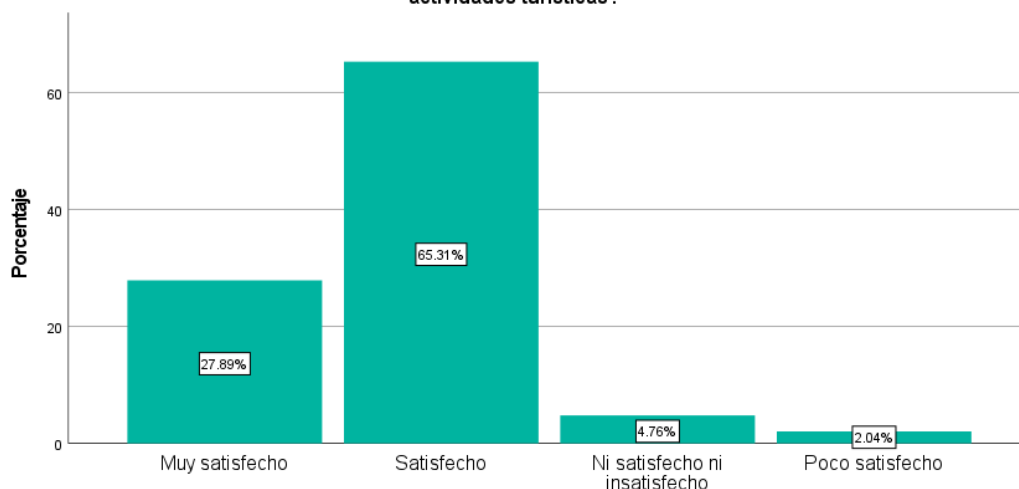
Fuente: Encuesta de recolección de datos

Elaboración: La tesista

**Figura 15.**

*Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la presentación y bioseguridad de las comidas ofrecidas en las actividades turísticas*

15. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la presentación y bioseguridad de las comidas ofrecidas en las actividades turísticas?



### **Interpretación**

En tabla 15 se identifica que el 65.3% (96) se encuentra Satisfecho respecto a la presentación y bioseguridad de las comidas ofrecidas en las actividades turísticas. El 27.9% (41) refiere que se encuentra Muy satisfecho y el 4.8% (7) contestó que se encuentra Ni Satisfecho Ni Insatisfecho. El 2% (3) contestó que se encontraba No satisfecho.

**Tabla 16.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la infraestructura de los restaurantes usados en las actividades turísticas?*

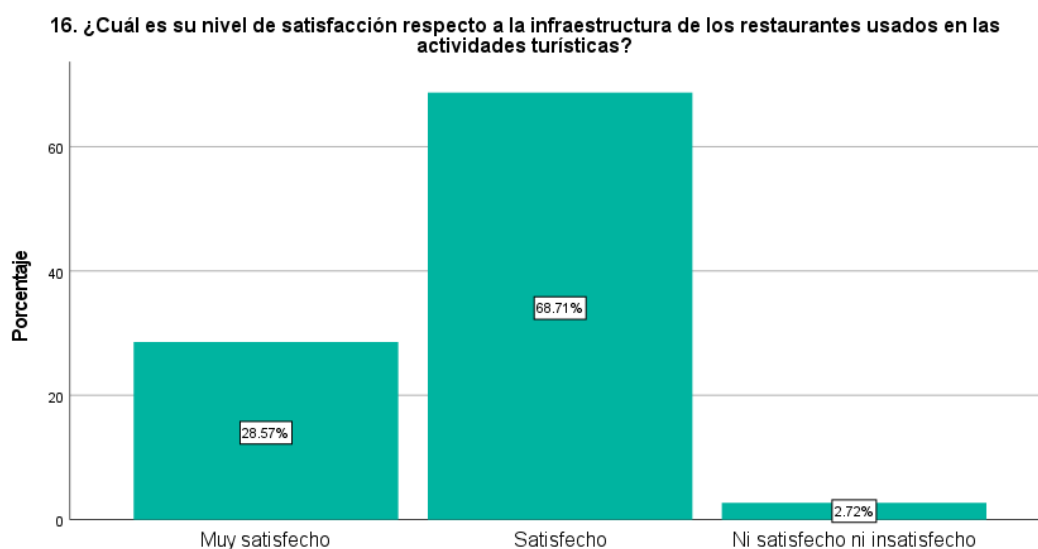
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy satisfecho	42	28.6
Satisfecho	101	68.7
Ni satisfecho ni insatisfecho	4	2.7
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta de recolección de datos

Elaboración: La tesista

**Figura 16.**

*Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la infraestructura de los restaurantes usados en las actividades turísticas*



### **Interpretación**

En tabla 16 se identifica que el 68.7% (101) se encuentra Satisfecho respecto a la infraestructura de los restaurantes usados en las actividades turísticas. El 28.6% (42) refiere que se encuentra Muy satisfecho y el 2.7% (4) contestó que se encuentra Ni Satisfecho Ni Insatisfecho.

**Tabla 17.**

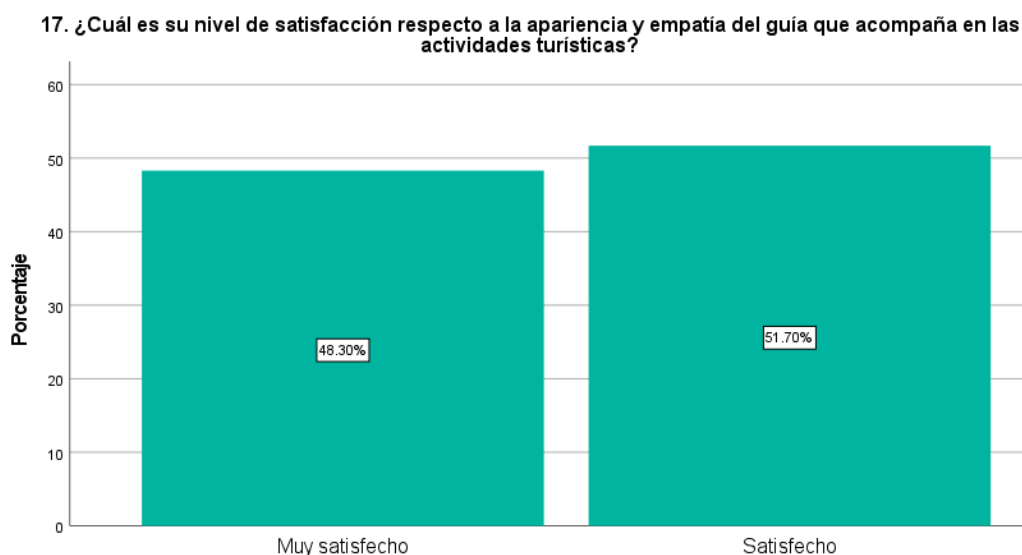
*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la apariencia y empatía del guía que acompaña en las actividades turísticas?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy satisfecho	71	48.3
Satisfecho	76	51.7
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta de recolección de datos  
Elaboración: La tesista

**Figura 17.**

*Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la apariencia y empatía del guía que acompaña en las actividades turísticas*



Elaboración: La tesista

### **Interpretación**

En tabla 17 se identifica que el 51.7% (76) se encuentra Satisfecho con respecto a la apariencia y empatía del guía que acompaña en las actividades turísticas. El 48.3% (71) refiere que se encuentra Muy satisfecho.



**Tabla 18.**

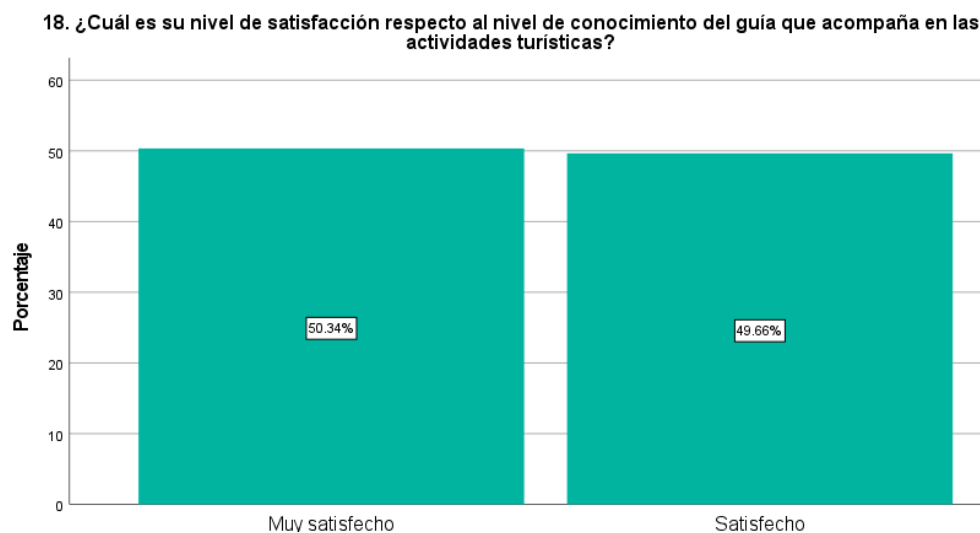
*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al nivel de conocimiento del guía que acompaña en las actividades turísticas?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy satisfecho	74	50.3
Satisfecho	73	49.7
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta de recolección de datos  
Elaboración: La tesista

**Figura 18.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al nivel de conocimiento del guía que acompaña en las actividades turísticas*



### **Interpretación**

En tabla 18 se identifica que el 50.3% (74) se encuentra Muy Satisfecho con respecto al nivel de conocimiento del guía que acompaña en las actividades turísticas. El 49.7% (73) indicó que se encuentra Satisfecho.

**Tabla 19.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto Afinidad / empatía / desenvolvimiento del guía que acompaña en las actividades turísticas?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy satisfecho	73	49.7
Satisfecho	70	47.6
Ni satisfecho ni insatisfecho	4	2.7
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

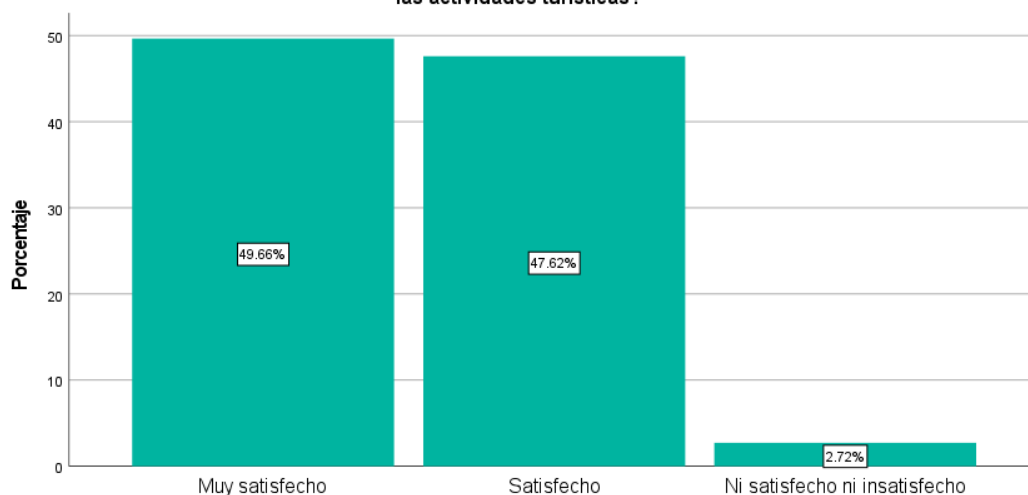
Fuente: Encuesta de recolección de datos

Elaboración: La tesista

**Figura 19.**

*Cuál es su nivel de satisfacción respecto Afinidad / empatía / desenvolvimiento del guía que acompaña en las actividades turísticas*

19. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto Afinidad / empatía / desenvolvimiento del guía que acompaña en las actividades turísticas?



Elaboración: La tesista

### **Interpretación**

En la tabla 19 se identifica que el 49.7% (73) se encuentra Muy Satisfecho con respecto a la Afinidad / empatía / desenvolvimiento del guía que acompaña en las actividades turísticas. El 47.6% (70) refiere que se encuentra Satisfecho y el 2.7% (4) contestó que se encuentra Ni Satisfecho Ni Insatisfecho.

**Tabla 20.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los sorteos realizados en las actividades turísticas?*

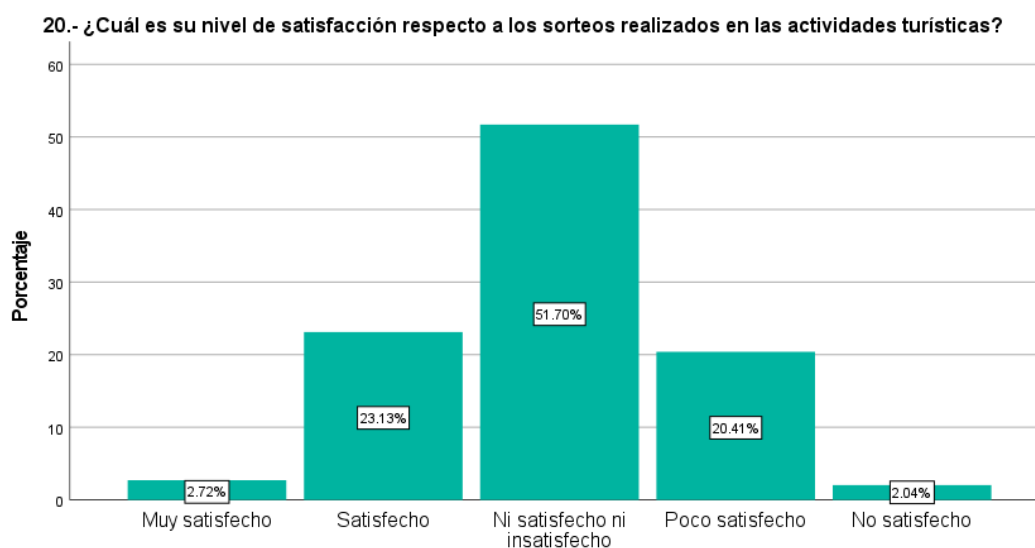
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy satisfecho	4	2.7
Satisfecho	34	23.1
Ni satisfecho ni insatisfecho	76	51.7
Poco satisfecho	30	20.4
No satisfecho	3	2.0
<b>Total</b>	<b>147</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta de recolección de datos

Elaboración: La tesista

**Figura 20.**

*Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los sorteos realizados en las actividades turísticas*



### **Interpretación**

En tabla 20 se identifica que el 51.7% (76) se encuentra Ni Satisfecho Ni Insatisfecho con respecto a los sorteos realizados en las actividades turísticas. El 23.1% (34) refiere que se encuentra Satisfecho. El 20.4 % (30) refiere que se encuentra Poco Satisfecho. El 2.7% (4) refiere que se encuentra Muy Satisfecho y el 2% (3) contestó que se encuentra No Satisfecho.

**Tabla 21.**

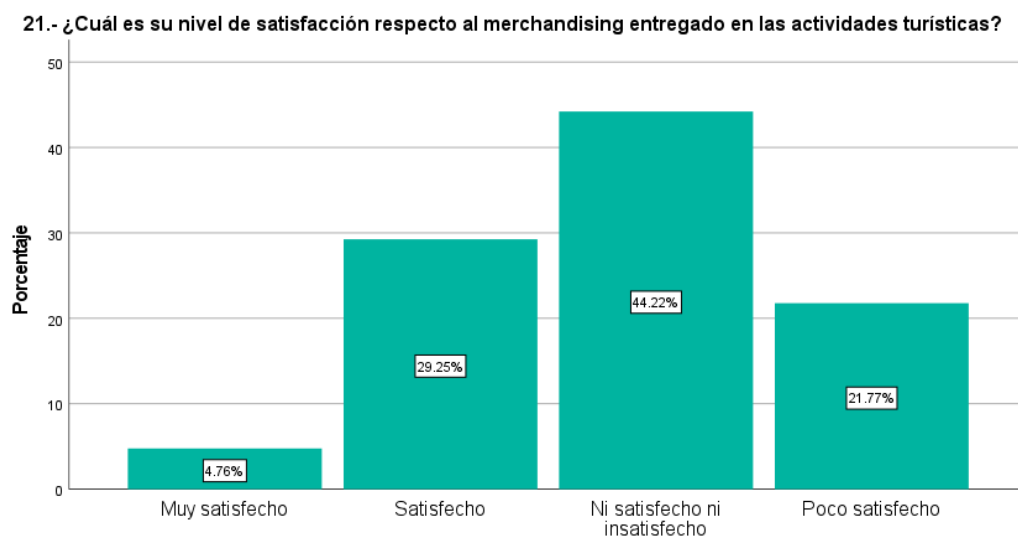
*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al merchandising entregado en las actividades turísticas?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy satisfecho	4.8	7
Satisfecho	29.25	43
Ni satisfecho ni insatisfecho	44.22	65
Poco satisfecho	21.77	32
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>147</b>

Fuente: Encuesta de recolección de datos  
Elaboración: La tesista

**Figura 21.**

*¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al merchandising entregado en las actividades turísticas?* Elaboración:



La tesista

### **Interpretación**

En tabla 21 se identifica que el 44.22% (65) se encuentra Ni Satisfecho Ni Insatisfecho con respecto al Merchandising entregado en las actividades turísticas. El 29.25% (43) refiere que se encuentra Satisfecho. El 21.77% (32) refiere que se encuentra Poco Satisfecho. El 4.76% (4) de los encuestados afirmó que se encuentra Muy Satisfecho.

## CAPITULO V

### 5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

**OG:** Describir el nivel de satisfacción de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad distrital de Miraflores 2021 – 2022

#### **Antecedentes Internacionales**

Medina Lascano (2016) en su tesis titulada “El Turismo Social como factor inclusivo en la oferta turística orientada a los Adultos Mayores” realizada en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador tuvo como principal objetivo analizar el turismo social como factor inclusivo en la oferta turística orientada a adultos mayores. El estudio llegó a la conclusión de que el factor económico es una de las limitaciones que impiden al adulto mayor viajar y tener intercambio de experiencias con otros grupos de la tercera edad. Además, el 98% de los encuestados muestran su interés en realizar viajes de turismo como medio de descanso y recreación.

En la relación a la presente investigación, se puede determinar que ambos estudios concluyen que el descanso y recreación son una de las principales motivaciones para realizar turismo social siendo así que el factor que más influye para tomar la decisión es la necesidad de encontrar momentos recreativos y de entretenimiento, esto se ve reflejado en el 52.4% de nuestros encuestados que refirieron hacer las actividades turísticas por Entretenimiento y Esparcimiento.

#### **Marco teórico**

Korstanje (2009), nos manifiesta que el turismo social es la búsqueda de experiencias y el turista experimenta, comprueba gratamente lo que el viaje le ofrece.

De la Torre (1980), manifiesta que para muchos hacer turismo es cosa de personas con mucho dinero, ósea un lujo. Hoy en día es para cualquier persona de diferente condición económica que con dinero puede disfrutar

haciendo turismo. Actualmente el gobierno fomenta el turismo social a través de campañas u ofertas especiales para el provecho de la población.

**OE:** *Describir las características de los turistas que forman parte de los programas turísticos dirigido al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores.*

### **Antecedentes**

Castillo Yui (2018) realiza la tesis “Experiencias en socialización y gestión turística en el adulto mayor valiente en Lima” para la Universidad San Martín de Porres. Dicha investigación es muy similar debido a ambas tienen un diseño exploratorio descriptivo, además, en ambas se utilizaron técnicas cuantitativas (cuestionario) para la recolección de datos. El estudio de Castillo Yui concluyó que las edades estuvieron comprendidas entre los 60 y 84 años. El 71.5% de sexo femenino y 28.5% de sexo masculino. El estudio tuvo como principales resultados, respecto a la edad, fueron los siguientes: de 60 a 64 años 42%; de 65 a 69 años de edad 30%; de 70 a 74 años de edad 22.5% y de 75 a 80 años de edad 5.5%. La práctica del turismo les permite socializar, entre otros beneficios. Entre los motivos para viajar se afirma que el turista adulto mayor prioriza las vacaciones y que este segmento de mercado busca usar el tiempo libre para distraerse, relajarse y, al mismo tiempo, como terapia, pues es una forma de mantenerse activos e incluso mejorar su salud.

Haciendo un paralelo se puede mencionar que coinciden con el resultado obtenido en el cual la gran mayoría de turistas de la tercera edad se encuentran en el rango de edad de 60 a 70 años representando un 61.2% de los encuestados. Otra coincidencia es que ambos estudios concluyen que el género femenino es el más asiduo a las actividades turísticas (en nuestro estudio representado por el 85.39%).

Finalmente, ambos estudios afirman que usar su tiempo libre, relajarse y distraerse son las principales motivaciones para realizar actividades turísticas.

### **Marco teórico**

Acerenza (2006), el tiempo libre sirve para hacer turismo, son parte del descanso para hacer actividades y compone una forma exclusiva de

esparcimiento. Debemos decir que el turismo no solo mejora la calidad de vida de las personas y tan importante como el deporte y el desarrollo personal, que dependerá del desarrollo que haya alcanzado la sociedad para lograr la estabilidad social de la comunidad.

**OE:** *Describir el nivel de satisfacción con respecto a la organización de los programas turísticos dirigido al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores.*

### **Antecedentes**

Bocangel Rafele (2019) realizó la tesis titulada “Satisfacción del turista adulto mayor con respecto al turismo termal en Churín. Oyón – Lima, 2019” para la Universidad César Vallejo y tuvo como objetivo principal determinar el nivel de satisfacción del turista adulto mayor con respecto al turismo termal en Churín. Se trató de una investigación de nivel descriptivo, enfoque cuantitativo y el instrumento aplicado fue un cuestionario elaborado por 13 preguntas de escala. A manera de conclusión, se pudo determinar que el nivel de satisfacción del turista adulto mayor con respecto al turismo termal en Churín es alto, con un 94.5% de satisfacción. Los resultados obtenidos fueron favorables ya que indicaron que el turista mayor se encuentra satisfecho porque considera que las propiedades minerales con las que cuentan las fuentes termales contribuyen a mejorar su salud; sin embargo, el panorama no fue muy agradable para la seguridad debido que aseguraron no sentirse protegidos ante algún accidente que pueda ocurrir dentro de los baños termales.

Nuestro estudio coincide con el realizado por Bocangel Rafele ya que ambos poseen un nivel de satisfacción general bastante alto (94.5% vs 87.04%). A su vez, los estudios difieren en cuanto al aspecto de seguridad ya que en nuestro estudio la seguridad si tiene un nivel de satisfacción alto.

### **Marco teórico**

Korstanje (2009), nos manifiesta que el turismo social es la búsqueda de experiencias y el turista experimenta, comprueba gratamente lo que el viaje le ofrece.

Álvarez (2006) nos dice que el turista mayor es actualmente un modelo para otros países ya que invierten para mejorar su calidad de vida, aprovechando los tiempos de precios bajos. Estos grupos tienen características propias y genera un mercado muy particular debido al oneroso presupuesto. Para lograr la felicidad de este segmento se debe ofrecer servicios de buena calidad.



## CONCLUSIONES

- De acuerdo con los resultados obtenidos se puede evidenciar que el nivel de satisfacción general de los adultos mayores respecto a los programas turísticos es bastante elevado y ello se puede evidenciar en las tablas 5 a 21, donde la respuesta Muy Satisfecho y Satisfecho alcanza un índice promedio de satisfacción superior al 87% en todas las dimensiones del estudio. Cabe mencionar que la dimensión de Guía turística resalta con una satisfacción del 50.3%.
- De acuerdo con la dimensión de **Características**, el estudio realizado nos permite determinar que el adulto mayor que participa en las actividades turísticas de la Municipalidad de Miraflores es principalmente de las casas de Manuel Tovar (39.5%) y Aurora (34%), se trata de un público donde predomina el género femenino y cuyas edades oscilan entre los 60 y 70 años (61.2%). Su motivación de viaje principal es el Entretenimiento y Esparcimiento con un 52.4%.
- En cuanto a la dimensión de **Organización**, se puede determinar que los encuestados se encuentran, en líneas generales, de Muy satisfechos a Satisfechos (promedio del 47.8%), con las variables que comprenden esta dimensión, como son: proceso de inscripción (30.6% y 60.3% respectivamente), difusión y canales de comunicación (23.8% y 62.6% respectivamente), tiempo de respuesta del proceso de inscripción (33.3% y 63.3% respectivamente), horarios de atención (33.3% y 63.3% respectivamente), y finalmente la empatía del personal a cargo de las inscripciones (36.1% y 59.9% respectivamente). Sin lugar a duda, estos resultados son un logro para la gestión, pero representa un reto mantener la continuidad de esta percepción a nivel de usuarios para lograr la excelencia en el servicio.
- Respecto a la dimensión de **Transporte**, un promedio del 65% de los encuestados indicaron estar Satisfechos con las características de las unidades vehiculares. Estos fueron los resultados de los que indicaron estar Satisfechos: en cuanto a equipamiento de las unidades (66%),

servicio y forma de conducir de los choferes (53.1%) y la seguridad de los vehículos (76.2%). Un resultado que llama la atención es que si bien es cierto el nivel de satisfacción es alto, un 17.7% refiere encontrarse Ni satisfecho ni insatisfecho, ya que solicitan una mejora en las unidades en cuanto a comodidad, capacidad, micrófonos, aire acondicionado, lo cual representa un punto de mejora y atención ya que es la variable que tiene un sesgo marcado en el nivel de satisfacción.

- Continuando con la variable de **Alimentación**, a nivel general posee un nivel de satisfacción promedio mayor al 46.7%, los encuestados están satisfechos con la calidad y sabor de las comidas (59.2%), la presentación y bioseguridad (65.3%), y finalmente la infraestructura de los restaurantes (68.7%), vale mencionar que esta última es la característica que ha logrado mayor puntuación de todas las preguntas realizadas.
- La dimensión de **Guiado** es la que posee los más altos índices de respuesta de Muy satisfecho y Satisfecho. En cuanto a la apariencia y empatía del guía (48.3% y 51.7% respectivamente), en referencia al nivel de conocimiento (50.3% y 49.7%. Finalmente, en cuanto al desenvolvimiento y afinidad del Guía de turismo (49.7% y 47.6 respectivamente. Vale la pena mencionar que en esta dimensión no se evidenció encuestados que indiquen estar Poco Satisfechos o no Satisfechos.
- Por último, la dimensión de **Aspectos Complementarios** es la variable que genera mayor interés dado que presenta un nivel de satisfacción inferior comparado con las anteriores variables. Por ejemplo, más del 44.22% indicó estar Ni satisfecho ni insatisfecho y el 21.77% Poco satisfecho con los sorteos realizados en las actividades turísticas, así como el Merchandising entregado. Es evidente que esta característica es una notable oportunidad de mejora para la actual gestión.

## RECOMENDACIONES

- Se sugiere a la Sub-Gerencia de Salud y Bienestar Social de la Gerencia Desarrollo Humano de la Municipalidad Distrital de Miraflores mantener este tipo de estudios de nivel de satisfacción y a realizarlos de manera periódica (cada 6 meses como mínimo), ya que representa un indicador importante de su gestión. Asimismo, le da visibilidad de las actividades que se están realizando de manera adecuada o sobresaliente y por otro lado los alerta acerca de los puntos de mejora.
- Es recomendable mejorar los canales de difusión y comunicación de las actividades turísticas para llegar a más vecinos y además lograr conectar con ellos en sus medios habituales de información, como son WhatsApp o a través de brochures. Es importante que la Municipalidad tome en cuenta la impresión física de material promocional de las actividades turísticas mensuales, toda vez que muchos usuarios no manejan las redes y el internet
- Es necesario que la Municipalidad Distrital de Miraflores mejore de manera inmediata la calidad del transporte utilizado en las actividades turísticas que es un factor importante en la percepción de satisfacción de los adultos mayores. De esta manera, se brindará un transporte cómodo, de fácil acceso, inclusivo, equipado con micrófonos, aire acondicionado y de mayor capacidad para atender a mayor cantidad de personas.
- La Sub-Gerencia debe mantener la calidad en cuanto a bioseguridad, calidad e infraestructura de la alimentación otorgada en los programas turísticos. Asimismo, se sugiere que se varíen los restaurantes periódicamente a fin de probar nuevas experiencias y también acorde a las posibilidades económicas de los adultos mayores.
- Se recomienda continuar con la calidad de guías de turismo a cargo de las actividades ya que significan la dimensión con mayor índice de satisfacción y es fundamental su continuidad para la excelencia en el servicio.

- El punto de mejora más importante son los Servicios complementarios de las actividades turísticas como son los sorteos y el Merchandising otorgado a los participantes ya que poseen un nivel de satisfacción bajo. Se sugiere la búsqueda de auspicio a marcas como Ensure, Tens, ópticas, entre otros, que provean de productos utilitarios y que ellos a su vez se vean beneficiados al promocionar sus productos mediante la entrega de muestras gratis y/o Merchandising afín al público objetivo usuario de los servicios turísticos.

## REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

1. Blanco, A. (2001). *Atención al cliente*. Madrid.
2. Cantú, H. (2011). *Desarrollo de una Cultura de Calidad*. México: Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
3. 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.
4. 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/>
5. 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.
6. 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/](https://www.ehowenespanol.com/definicion-etica-del-profesionalismo-sobre_121884/)
7. Hernández, R. (2006). *Metodología de la Investigacion Científica*. México: MacGrawhill.
8. Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGran Hill.
9. INDECOPI. (2015). *Libro de reclamaciones*. Obtenido de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor: <https://www.consumidor.gob.pe/libro-de-reclamaciones>
10. Kotler. (s.f.).
11. 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/>

12. 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>
13. -Muñoz, A. (01 de Noviembre de 2019). *¿Qué es la empatía?* Obtenido de ABOUT ESPAÑOL: <https://www.aboutespanol.com/que-es-la-empatia-2396438>
14. -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>
15. -PCM - SGP & GIZ. (2015). *Manual para Mejorar la Atención a la Ciudadanía en las Entidades de la Administración Pública*. Lima: NEVA STUDIO SAC.
16. -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.
17. -Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Educación de México, S.A.
18. -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.
19. -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/>
20. -Bocangel, V. (2019). "Satisfacción del turista adulto mayor con respecto al turismo termal en Churín. Oyón –Lima, 2019". 26 de abril 2022, de Universidad César Vallejo Sitio web: <https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/53138/BocangelRAV%20-%20SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

21. -Municipalidad de Miraflores. (2021). Atractivos turísticos de Miraflores. 26 de abril 2022, de Municipalidad de Miraflores Sitio web: <https://www.miraflores.gob.pe>
22. -PromPerú. (2020). Circuitos turísticos en Lima. 20 de abril 2022, de Y tu que planes Sitio web: <https://www.ytuqueplanes.com/>
23. [olas.peru.com](http://olas.peru.com)
24. -Perez, C. (2017). Calidad del servicio turístico y el grado de satisfacción del turista de la tercera edad, al visitar la sección de textilera del mercado de San Pedro de la ciudad del Cusco – en el segundo trimestre 2016. 20 de abril 2022, de Universidad Andina del Cusco Sitio web: <https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/2096>
25. -Martha Ligia Agudelo Castañeda Trabajo de grado para optar por el título de Gerontóloga - Universidad Católica de Oriente – Facultad de Salud – Gerontología- Rio Negro Antioquia.
26. -Carrasco, S.. (2006). Metodología de la Investigación Científica. Lima: San Marcos.
27. -Medina Lascano,. (2019). "EL TURISMO SOCIAL COMO FACTOR INCLUSIVO EN LA OFERTA TURÍSTICA ORIENTADA A ADULTOS MAYORES". 26 de abril 2022, de Universidad Técnica de Ambato Sitio web: <https://repositorio.uta.edu.ec/browse?type=author&value=Medina+Lascano%2C+Gabriela+de+los+%C3%81ngeles>
28. -Castillo, V. (2018). Experiencias en socialización y gestión turística en el adulto mayor valente en Lima. 26 de abril 2022, de Universidad San Martín de Porres Sitio web: [https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU\\_32\\_experiencias-en-socializacion-y-gestion-turistica-en-el-adulto-mayor-valente-en-lima.pdf](https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_32_experiencias-en-socializacion-y-gestion-turistica-en-el-adulto-mayor-valente-en-lima.pdf)
29. -Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española [Dictionary of the Spanish Language] (22nd ed.). Madrid, Spain: Author.
30. -Mathieson, A. y Wall, G.,(1982). Turismo: Impactos Económicos, Físicos y Sociales, México: Trillas. p. 68-83
31. -Hunziker, W – Krapf, K, (1942). Fundamentos de la Teoría General del Turismo.

Organización Mundial del Turismo (1994),

32. -Enríquez, M; Osorio, M; Castillo, M; Arellano, A; (2012). «Hacia una caracterización de la política turística». Pasos. Estudio del cluster de turismo en el suroeste Antioqueño. Corporación Universitaria. p.417-428.
33. -Gurria, M. (1991). Inducción al Turismo Mexico: Trillas, S.A.
34. Korstanje, M. (2013). Epistemología del turismo: teoría del sistema onírico. Palermo Business Revista, No.10.
35. -De la Torre, O. (1992), El turismo. Fenómeno social, 7ª reimpresión, Fondo de Cultura Económica, México, p. 35
36. -Lanquar, R. (1984).“El turismo social y su lógica como servicio de interés público”. en Estudios Turísticos, Madrid, p.
37. -Shenkel, E. (2015) Turismo Social en America Latina. Alba Sud Editorial. Barcelona. p.11-16
38. -Declaración Universal de los Derechos Humanos. (1948)
39. -Acerenza, M. (2006) Conceptualización, origen y evolución del turismo. -- México: Trillas,- (Trillas turismo) p. 116
40. -HOSSAIN, A., BAILEY, G. y LUBULWA, M. (2003): Characteristics and Travel Patterns of Older Australians: Impact of Population Ageing on Tourism. Ponencia presentada en la International Conference on Population Ageing and Health: Modeling our Future, Canberra, Australia.
41. -González, E., Domínguez, T. y Fraíz García, A. (2010). El turismo senior como segmento de mercado emergente, Cuadernos de Turismo p. 9-24.
42. -Nielsen, K. (2011). El turismo de la tercera edad en los destinos turísticos consolidados: el caso de la Costa del Sol. Geografía del Turismo, Ocio y Recreación, Colmenarejo.
43. Álvarez, C. (2006): Un ejemplo para Europa. Revista. p. 6-7
44. -Moscardo, G. (2006): «Third-Age Tourism», en D. Buhais y C. Costa (Eds.), Tourism Business Frontiers London: Butterworth-Heinemann. (p. 30-39).



45. -Plan de Refuerzo de la Competitividad. (2009): Conglomerado de Turismo en Montevideo .p.
46. -ASQ. (2021). Definición de calidad . 20 de mayo 2022, de American Society of Quality Sitio web: <https://asq.org/quality-resources/total-quality-management>

## **ANEXOS**

## ANEXO N° 01

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

**TÍTULO: NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS PROGRAMAS TURÍSTICOS DIRIGIDOS AL ADULTO MAYOR DE LA MUNICIPALIDAD DE MIRAFLORES  
2021 – 2022**

IDENTIFICACION DE PROBLEMAS	OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA	INSTRUMENTOS
<p><b>PROBLEMA GENERAL</b> ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad distrital de Miraflores 2021 – 2022?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b></p> <p>PE 1: ¿Cuáles son las características de los turistas que forman parte de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores?</p> <p>PE2: ¿Cómo es la organización de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores?</p> <p>PE3: ¿Cómo es el servicio transporte de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores?</p> <p>PE4: ¿Cómo es el servicio de guiado de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores?</p> <p>PE5 ¿Cómo es la alimentación de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores?</p> <p>OE6 ¿Cómo son los aspectos complementarios de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b> describir el nivel de satisfacción de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad distrital de Miraflores 2021 – 2022</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <p>OE1: Describir las características de los turistas que forman parte de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores.</p> <p>OE2: Describir la organización de los programas turísticos dirigido al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores.</p> <p>OE3: Describir el servicio transporte de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores.</p> <p>OE4: Describir es el servicio de guiado de los programas turísticos dirigidos al adulto mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores.</p> <p>OE5: Describir la alimentación de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores.</p> <p>OE6: Describir los aspectos complementarios de los programas turísticos dirigidos al Adulto Mayor de la Municipalidad Distrital de Miraflores.</p>	<p><b>VARIABLE ÚNICA</b> Nivel de satisfacción</p> <p><b>DIMENSIONES</b></p> <p>Características Organización Transporte Guiado Alimentación Servicios complementarios</p>	<p><b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b> Aplicada</p> <p><b>NIVEL DE INVESTIGACIÓN</b> Descriptiva</p> <p><b>DISEÑO Y ESQUEMA DE INVESTIGACIÓN</b> “no experimental”,</p> <p><b>Población:</b> 1492</p> <p><b>Muestra:</b> 147 usuarios</p>	<p>Questionario Escala de Likert</p>

--	--	--	--	--



## ANEXO N° 02

### CUESTIONARIO

Fecha: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Cuestionario N°

#### CUESTIONARIO SOBRE NIVEL DE SATISFACCION ACTIVIDADES TURISTICAS MUNICIPALIDAD DE MIRAFLORES

La presente encuesta es solo para fines de investigación con el objetivo de analizar la satisfacción en la atención que brinda la Municipalidad Distrital de Miraflores en los programas turísticos para las 3 Casas del Adulto Mayor del distrito.

INSTRUCCIONES DE LLENADO DE LA ENCUESTA: Marcar con una X conforme a su preferencia.

#### I. CARACTERÍSTICAS

1.- ¿Podría indicarme a qué casa de adulto mayor pertenece usted?

Aurora		Armendariz		Tovar	
--------	--	------------	--	-------	--

2.- ¿Cuál es su rango de edad?

Entre 60 a 70		Entre 71 a 80		Entre 81 a 90		91 a mas	
---------------	--	---------------	--	---------------	--	----------	--

3.- ¿Cuál es su género?

Femenino		Masculino	
----------	--	-----------	--

4.- ¿Cuál es su motivación de viaje?

- a. Conocer nuevos lugares
- b. Hacer vida social
- c. Entretenimiento / Esparcimiento
- d. Hacer amistades

5 ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los protocolos de bioseguridad de las actividades turísticas?

a. Muy satisfecho	b. Satisfecho	c. Ni satisfecho ni insatisfecho	d. Poco satisfecho	e. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	------------------

#### II. ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

6. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al **proceso de inscripción** de las actividades turísticas?

a. Muy satisfecho	b. Satisfecho	c. Ni satisfecho ni insatisfecho	d. Poco satisfecho	e. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	------------------

7. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la **difusión y canales de comunicación** de las actividades turísticas?

a. Muy satisfecho	b. Satisfecho	c. Ni satisfecho ni insatisfecho	d. Poco satisfecho	e.	f. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	----	------------------

8. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al **tiempo de respuesta en el proceso de inscripción** de las actividades turísticas?

a. Muy satisfecho	b. Satisfecho	c. Ni satisfecho ni insatisfecho	d. Poco satisfecho	e. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	------------------

9. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los **horarios de atención** para la inscripción en las actividades turísticas?

a. Muy satisfecho	b. Satisfecho	c. Ni satisfecho ni insatisfecho	d. Poco satisfecho	e. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	------------------

10. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la **empatía del personal** de atención a cargo de la inscripción en las actividades turísticas?

a. Muy satisfecho	b. Satisfecho	c. Ni satisfecho ni insatisfecho	d. Poco satisfecho	e. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	------------------

### III. TRANSPORTE

11. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al **equipamiento (limpieza, comodidad)** de las unidades vehiculares usadas en las actividades turísticas?

a. Muy satisfecho	b. Satisfecho	c. Ni satisfecho ni insatisfecho	d. Poco satisfecho	e. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	------------------

12. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al **servicio y forma de conducir del chofer** usado en las actividades turísticas?

a. Muy satisfecho	b. Satisfecho	c. Ni satisfecho ni insatisfecho	d. Poco satisfecho	e. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	------------------

13. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la **seguridad** de las unidades vehiculares usadas en las actividades turísticas?

a. Muy satisfecho	b. Satisfecho	c. Ni satisfecho ni insatisfecho	d. Poco satisfecho	e. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	------------------

### III. ALIMENTACION

14. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la **calidad y sabor de la comida** ofrecida en las actividades turísticas?

a. Muy satisfecho	f. Satisfecho	g. Ni satisfecho ni insatisfecho	h. Poco satisfecho	i. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	------------------

15. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la **presentación y bioseguridad** de las comidas ofrecidas en las actividades turísticas?

a. Muy satisfecho	b. Satisfecho	c. Ni satisfecho ni insatisfecho	d. Poco satisfecho	e. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	------------------

16. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la **infraestructura de los restaurantes** usados en las actividades turísticas?

a. Muy satisfecho	b. Satisfecho	c. Ni satisfecho ni insatisfecho	d. Poco satisfecho	e. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	------------------

### IV. GUIA DE TURISMO

17. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la **apariencia y empatía** del guía que acompaña en las actividades turísticas?

a. Muy satisfecho	b. Satisfecho	c. Ni satisfecho ni insatisfecho	d. Poco satisfecho	e. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	------------------

18. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al **nivel de conocimiento** del guía que acompaña en las actividades turísticas?

a. Muy satisfecho	b. Satisfecho	c. Ni satisfecho ni insatisfecho	d. Poco satisfecho	e. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	------------------

19. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto **Afinidad / empatía / desenvolvimiento** del guía que acompaña en las actividades turísticas?

a. Muy satisfecho	b. Satisfecho	c. Ni satisfecho ni insatisfecho	d. Poco satisfecho	e. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	------------------

### V. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

20.- ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a **los sorteos** realizados en las actividades turísticas?

a. Muy satisfecho	b. Satisfecho	c. Ni satisfecho ni insatisfecho	d. Poco satisfecho	e. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	------------------

21.- ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al **merchandising** (entregado en las actividades turísticas)?

a. Muy satisfecho	b. Satisfecho	c. Ni satisfecho ni insatisfecho	d. Poco satisfecho	e. No satisfecho
-------------------	---------------	----------------------------------	--------------------	------------------

Gracias por su colaboración