

1

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE**  
**TURISMO Y HOTELERÍA**



Oferta turística y satisfacción de turistas en el parque zonal Chavín de  
Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete -2024

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE**  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y**  
**HOTELERÍA**

**AUTORES:**

Bach. Sánchez Garcia María del Bach.  
Rosario Flores Remuzgo Alexia Verónica

**ASESOR:** Dra. Miriam Ñañez Silva

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-8929-2916>

**San Vicente de Cañete, 2025, Perú**

## Hoja del jurado



Firmado digitalmente por:  
OCHOA PAREDES Filiberto Fernando  
FAU 20491363402 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 12/09/2025 11:50:12-0500

Dr. Filiberto Fernando Ochoa Paredes

PRESIDENTE



Firmado digitalmente por:  
LARICO QUISPE BERTHA  
NANCY FIR 40611975 hard  
Motivo: Soy el autor del  
documento  
Fecha: 16/09/2025 13:17:12-0500

Dra. Bertha Nancy Larico Quispe

SECRETARIA

Mg. Lesly Elizabeth Torres Chumbiauca

VOCAL

Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva

ASESORA

### **Dedicatoria**

Esta presente investigación está dedicada a mi querido tío Alejandro y a mis amados abuelos. Su inquebrantable apoyo, sabios consejos y enseñanzas sobre la perseverancia han sido el faro que iluminó mi camino a lo largo de este arduo proceso. Gracias por ser mi fuente de fortaleza y por inspirarme a luchar incansablemente por mi futuro.

Dedico este trabajo de investigación con gran amor a mi abuelo quien hoy es un ángel en mi vida, a mis padres por haberme forjado como la persona que soy y a mi hermanito que día a día con su presencia y cariño me impulsan a seguir adelante.

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por brindarme fuerza y sabiduría durante esta travesía académica. A mi familia, por su apoyo inquebrantable y amor constante. A la Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva, por su paciencia y dedicación constante hacia todos sus alumnos. Su presencia ha sido una guía valiosa en esta lucha continua. Este logro no hubiera sido posible sin el respaldo de cada uno de ustedes.

Agradezco el apoyo incondicional de toda mi familia, por los esfuerzos que hacen para ayudarme a completar mis estudios. En especial a mi compañera inseparable de cuatro patas Hanna quién fue parte de mis largas horas de desvelo en la madrugada, este logro es para ustedes.

## ÍNDICE

Resumen .....	X
Abstract.....	XI
Introducción.....	1
CAPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
1.1 Descripción de la realidad problemática .....	3
1.2 Formulación el problema.....	5
1.2.1 <i>Problema general</i> .....	5
1.2.2 <i>Problemas específicos</i> .....	5
1.3 Objetivos.....	5
1.3.1 <i>Objetivo general</i> .....	5
1.3.2 <i>Objetivos específicos</i> .....	5
1.4 Justificación .....	5
1.4.1 <i>Justificación teórica</i> .....	5
1.4.2 <i>Justificación práctica</i> .....	6
1.4.3 <i>Justificación metodológica</i> .....	6
1.5 Delimitación de la investigación.....	6
1.5.1 <i>Delimitación teórica</i> .....	6
1.5.2 <i>Delimitación temporal</i> .....	6
1.5.3 <i>Delimitación espacial</i> .....	7
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO .....	8
2.1 Marco teórico.....	8
2.1.1 <i>Oferta Turística</i> .....	8
A. Definición .....	8
B. Dimensiones .....	10
C. Indicadores.....	12
D. Teorías .....	15
2.1.2 <i>Satisfacción del Turista</i> .....	16
A. Definición .....	16
B. Dimensiones .....	17
C. Indicadores.....	19
D. Teorías .....	22

2.2	Antecedentes.....	23
	A. Antecedentes nacionales .....	23
	B. Antecedentes internacionales .....	25
2.3	Definición de términos básicos.....	27
CAPITULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES .....		29
3.1	Hipótesis .....	29
	3.1.1 <i>Hipótesis General</i> .....	29
	3.1.2. <i>Hipótesis Especifica</i> .....	29
3.2	Definición conceptual de las variables.....	29
	3.2.1 <i>Variable 1: Oferta turística</i> .....	29
	3.2.1 <i>Variable 2: Satisfacción del turista</i> .....	29
3.3	Operacionalización de las variables.....	30
CAPITULO IV. DISEÑO METODOLÓGICO.....		34
4.1	Enfoque y tipo de investigación.....	34
	4.1.1 <i>Enfoque</i> .....	34
4.2	Diseño de investigación.....	34
4.3	Nivel de Investigación .....	35
4.4	Método de investigación.....	35
4.5	Población y muestra de estudio .....	35
	4.5.1 <i>Población</i> .....	35
	4.5.2 <i>Muestra</i> .....	35
	4.5.3 <i>Criterios de inclusión y exclusión</i> .....	36
4.6	Lugar de estudio .....	37
4.7	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	37
	4.7.1 <i>Técnica</i> .....	37
	4.7.2 <i>Instrumento</i> .....	38
	A. Validez.....	40
	B. Confiabilidad .....	42
4.8	Análisis y procesamiento de datos.....	42
	4.8.1 <i>Estadística descriptiva</i> .....	42
	4.8.2 <i>Estadística inferencial</i> .....	43
CAPITULO V: RESULTADOS.....		45

5.1 Resultados descriptivos.....	45
5.1.1 <i>Análisis descriptivo de la variable oferta turística</i> .....	45
5.1.2 <i>Análisis descriptivo de la dimensión atractivo turístico</i> .....	46
5.1.3 <i>Análisis descriptivo de la dimensión infraestructura turística</i> .....	46
5.1.3 <i>Análisis descriptivo de la dimensión servicios turísticos</i> .....	47
5.1.5 <i>Análisis descriptivo de la variable satisfacción del turista</i> .....	48
5.1.6 <i>Análisis descriptivo de la dimensión expectativas del servicio</i> .....	49
5.1.7 <i>Análisis descriptivo de la dimensión calidad de servicio</i> .....	50
5.1.8 <i>Análisis descriptivo de la dimensión nivel de satisfacción</i> .....	51
5.2 Resultados inferenciales.....	52
5.2.1 <i>Prueba de normalidad</i> .....	52
5.2.3 <i>Prueba hipótesis</i> .....	53
CAPITULO VI: DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	57
CAPITULO VII: CONCLUSIONES.....	60
CAPITULO VIII: RECOMENDACIONES.....	62
REFERENCIAS.....	65
IX. ANEXOS.....	75
10.1 Matriz de consistencia.....	75
10.2 Validez de los instrumentos.....	76
10.3 Base de datos.....	83
10.4 Instrumentos de Investigación.....	84
.....	85
10.5 Fot.....	86

## Lista de tablas

<i>Tabla 1 Matriz operacional de la variable Oferta turística.....</i>	<i>31</i>
<i>Tabla 2 Matriz Operacional de la variable Satisfacción de los turistas.....</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 3 Ficha técnica de la variable Oferta Turística .....</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 4 Ficha técnica de la variable Satisfacción de los turistas .....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 5 Puntuación numérica .....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 6 Aspectos a evaluar.....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 7 Opinión de aplicación .....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 8 Estadística de confiabilidad del instrumento de la variable oferta turística.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 9 Estadística de confiabilidad del instrumento de la variable satisfacción del turista .....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 10 Distribución de frecuencia de la V1: oferta turística .....</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 11 Distribución de frecuencia de la D1: atractivo turístico .....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 12 Distribución de frecuencia de la D2: Infraestructura turística.....</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 13 Distribución de frecuencia de la D3: Servicios turísticos .....</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 14 Distribución de frecuencia de la V2: Satisfacción del turista .....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 15 Distribución de frecuencia de la D4: expectativas del servicio .....</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 16 Distribución de frecuencia de la D5: calidad de servicio.....</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 17 Distribución de frecuencia de la D6: Nivel de satisfacción.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 18 Prueba de Kolmogórov-Smirnov.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 19 Estadístico de prueba de la Variable oferta turística y satisfacción del turista.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 20 Estadístico de prueba de la dimensión atractivo turístico y la variable satisfacción del turista.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 21 Estadístico de prueba de la dimensión infraestructura turística y la variable satisfacción del turista... </i>	<i>55</i>
<i>Tabla 22 Estadístico de prueba de la dimensión servicios turísticos y la variable satisfacción del turista.....</i>	<i>56</i>

## Lista de gráficos

<i>Figura 1 Gráfico de la oferta turística .....</i>	<i>9</i>
<i>Figura 2 Distribución porcentual de la V1: Oferta turística.....</i>	<i>45</i>
<i>Figura 3 Distribución porcentual de la D1: atractivo turístico.....</i>	<i>46</i>
<i>Figura 4 Distribución porcentual de la D2: Infraestructura turística.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 5 Distribución porcentual de la D3: Servicios turísticos.....</i>	<i>48</i>
<i>Figura 6 Distribución porcentual de la V2: Satisfacción del turista.....</i>	<i>49</i>
<i>Figura 7 Distribución porcentual de la D4: expectativas del servicio .....</i>	<i>50</i>
<i>Figura 8 Distribución porcentual de la D5: calidad de servicio.....</i>	<i>51</i>
<i>Figura 9 Distribución porcentual de la D6: Nivel de satisfacción .....</i>	<i>52</i>

## Resumen

La presente investigación, titulada “*Oferta turística y la satisfacción de los turistas que visitan el parque zonal Chavín de Huántar en el distrito de Quilmaná, Cañete – 2024*”, tiene como objetivo analizar la relación entre las variables. El estudio parte de una problemática identificada en la limitada oferta turística del lugar, caracterizada por la escasa promoción, ausencia de guías especializados y falta de innovación en los servicios ofrecidos, factores que afectan negativamente la experiencia del turista. Se empleó un enfoque cuantitativo, de tipo básico, con un nivel correlacional y un diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo compuesta por los 18,500 turistas que visitaron el parque durante el año 2024. A través del cálculo muestral se seleccionó una muestra representativa de 264 visitantes, considerando un nivel de confianza del 90 % y un margen de error del 5 %. La técnica utilizada fue la encuesta, mediante un cuestionario estructurado con 15 ítems por variable, utilizando la escala de Likert. Los datos fueron procesados mediante el software estadístico SPSS. Los resultados revelaron una correlación positiva moderada ( $p = 0.566$ ) entre la oferta turística y la satisfacción del visitante, lo que evidencia la influencia directa de la calidad de los servicios turísticos en la percepción del turista. Se concluye que el fortalecimiento de una oferta turística diversificada y bien gestionada es fundamental para mejorar la experiencia del visitante y posicionar al parque como un destino turístico relevante en la provincia de Cañete.

Palabras clave: Oferta turística, satisfacción del turista, innovación, promoción, deficiencias, turismo.

## **Abstract**

The present research, titled “*Tourism Offer and Tourist Satisfaction at the Chavín de Huántar Zonal Park in the District of Quilmaná, Cañete – 2024,*” aims to analyze the relationship between these variables. The study originates from a problem identified in the limited tourism offer of the area, characterized by poor promotion, lack of specialized guides, and insufficient innovation in the services provided—factors that negatively affect the tourist experience. A quantitative approach was employed, using a basic research type, with a correlational level and a non-experimental, cross-sectional design. The population consisted of the 18,500 tourists who visited the park in 2024. A representative sample of 264 visitors was selected through a sampling calculation, considering a 90% confidence level and a 5% margin of error. The technique used was a survey, through a structured questionnaire with 15 items per variable, using the Likert scale. Data were processed using the SPSS statistical software. The results revealed a moderate positive correlation ( $p = 0.566$ ) between the tourism offer and visitor satisfaction, showing the direct influence of the quality of tourism services on the tourist’s perception. It is concluded that strengthening a diversified and well-managed tourism offer is essential to improve the visitor experience and position the park as a relevant tourist destination in the province of Cañete.

**Keywords:** Tourism offer, tourist satisfaction, innovation, promotion, deficiencies, tourism.

## **Introducción**

El turismo, al desempeñar un papel crucial como motor del desarrollo económico, social y cultural, se encuentra en constante evolución. La gestión eficiente de esta actividad se ha convertido en una necesidad imperativa para garantizar su sostenibilidad y su contribución al bienestar de las comunidades locales. En este contexto, la presente investigación titulada “Oferta turística y la satisfacción de los turistas que visitan el parque zonal Chavín de Huántar en el distrito de Quilmaná, Cañete – 2024”, se orienta a analizar la relación existente entre la calidad de la oferta turística y el nivel de satisfacción de los visitantes de dicho parque.

Este análisis reviste especial importancia al buscar comprender de qué manera una oferta turística sólida, diversa y bien gestionada influye en la experiencia del visitante, afectando directamente su nivel de satisfacción. En un entorno turístico cada vez más competitivo, resulta esencial identificar los factores que potencian la competitividad de los destinos, promueven una comercialización responsable y fomentan la colaboración entre los sectores público, privado y comunitario. Para ello, se examina la oferta turística como un conjunto integral de bienes y servicios que un destino pone a disposición de sus visitantes, donde la participación de la comunidad local, la conservación del entorno natural y la intervención de las autoridades locales juegan un papel decisivo. Asimismo, se evalúa la satisfacción del turista a partir de criterios como la calidad del servicio, la infraestructura y los atractivos ofrecidos, reconociendo su influencia en la fidelización del visitante y en la imagen del destino.

La investigación se estructura en ocho capítulos que desarrollan de forma ordenada y coherente cada etapa del estudio. El Capítulo I aborda el planteamiento del problema, la formulación de los objetivos, las justificaciones y las delimitaciones del estudio. El Capítulo II presenta el marco teórico y empírico, donde se definen las variables principales, se identifican sus dimensiones e indicadores, y se revisan antecedentes relevantes, tanto nacionales como internacionales. En el Capítulo III, se formulan las hipótesis y se conceptualizan y operacionalizan las variables. El Capítulo IV describe el diseño metodológico, incluyendo el enfoque, tipo, nivel y método de investigación, la población, la muestra, y los instrumentos y técnicas para la recolección y análisis de datos.

El Capítulo V expone los resultados descriptivos e inferenciales obtenidos a partir del trabajo de campo. En el Capítulo VI, se discuten dichos hallazgos a la luz del marco teórico y los antecedentes revisados, permitiendo reflexionar sobre su relevancia. El

Capítulo VII presenta las conclusiones, que responden a los objetivos y al problema planteado, mientras que el Capítulo VIII ofrece recomendaciones orientadas a mejorar la oferta turística del parque y elevar la satisfacción del visitante. Esta organización busca asegurar un desarrollo claro, riguroso y coherente del proceso investigativo.

## **CAPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Descripción de la realidad problemática**

La oferta turística se define como el conjunto de bienes y servicios disponibles en un destino, cuyo propósito es ser comercializados a un precio determinado para satisfacer las expectativas de los visitantes (Socatelli, 2013). Esta oferta no puede entenderse de forma aislada, ya que depende de la articulación de cuatro elementos clave: el medio ambiente, la comunidad local, los prestadores de servicios turísticos y las autoridades. El medio ambiente proporciona los recursos naturales que constituyen los atractivos principales del destino; la comunidad local, al involucrarse activamente, enriquece la experiencia del visitante mediante el intercambio cultural; y las autoridades tienen la responsabilidad de desarrollar infraestructura, servicios básicos y medidas de seguridad que garanticen una visita satisfactoria (Covarrubias, 2015).

Por otro lado, la satisfacción del turista se refiere a la percepción positiva que experimenta un visitante al comparar los servicios recibidos con sus expectativas iniciales (Kotler y Keller, 2012). Esta se encuentra estrechamente relacionada con la calidad del servicio, que implica no solo la prestación de productos adecuados, sino también la generación de confianza y seguridad durante la estadía (Rey, 2019). En este sentido, ofrecer una experiencia integral que cumpla con las expectativas del turista es fundamental para garantizar su retorno, su recomendación del destino y, en última instancia, la sostenibilidad del turismo.

A nivel Internacional, estudios como el de Mejía y Bolaño (2014) evidencian una alta insatisfacción entre los turistas que visitan el departamento de La Guajira, en Colombia. Los problemas más frecuentes están vinculados con la falta de innovación, la escasa diversidad de productos turísticos y la deficiente infraestructura, lo cual afecta negativamente la imagen del destino. Esta situación pone de manifiesto la necesidad de implementar estrategias conjuntas entre las autoridades, los empresarios turísticos y la comunidad, con el objetivo de fortalecer la oferta y adaptarse a las nuevas demandas del mercado.

En este contexto, la formación continua del personal y la actualización constante de conocimientos se representan como herramientas clave para ofrecer servicios de calidad. Naranjo & Martínez (2022) destacan que el conocimiento sobre la oferta turística es esencial para el desarrollo integral del turismo, ya que permite adaptarse a las nuevas tendencias y afrontar los desafíos futuros con mayor eficacia.

Cumplir con las expectativas de los visitantes no solo mejora su experiencia, sino que también contribuye a consolidar la competitividad del destino.

A nivel nacional, el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR, 2016) identifica importantes deficiencias en la diversificación de la oferta turística, lo cual limita el crecimiento del sector. Para superar estas carencias, el plan recomienda promover el desarrollo de festividades, talleres y actividades culturales con altos estándares de calidad, así como incentivar la participación activa de la población en estas iniciativas, evitando su desvinculación del proceso turístico.

En el ámbito regional, un estudio realizado en la Región Amazonas por Orosco (2019) encontró una correlación directa entre la oferta turística y la satisfacción del visitante. Sin embargo, también se identificó un alto nivel de insatisfacción atribuible a la falta de capacitación del personal y a la fuerte competencia entre empresas turísticas. Esta situación repercute negativamente en la reputación del destino, generando comentarios desfavorables que afectan su posicionamiento. En este sentido, fortalecer las capacidades del recurso humano es fundamental para elevar la calidad del servicio y ofrecer experiencias memorables a los visitantes.

En la provincia de Cañete, existen distritos que reciben una considerable afluencia turística durante diversas épocas del año, entre ellos el distrito de Quilmaná, que cuenta con una extensión territorial de 437,4 km<sup>2</sup> y una población de 16,091 habitantes, según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017). Este distrito destaca por albergar el Parque Zonal Chavín de Huántar, un atractivo turístico que combina elementos naturales, flora, fauna y réplicas de las maravillas del mundo. No obstante, en los últimos años se ha registrado una disminución en el número de visitantes, motivada por el incremento de las exigencias del turista moderno, quien busca experiencias diferenciadas y ajustadas a las tendencias actuales. Esta situación ha generado una reducción en los ingresos económicos y en el reconocimiento del distrito como destino turístico.

Frente a este panorama, la presente investigación se orientó a analizar la relación entre la oferta turística y la satisfacción de los visitantes del Parque Zonal Chavín de Huántar. El propósito central fue identificar de qué manera una oferta limitada influye en la experiencia del turista y, a partir de los hallazgos, formular conclusiones y recomendaciones que sirvan como insumo para que las autoridades

locales optimicen los servicios ofrecidos. Se espera que estos aportes contribuyan a mejorar la percepción del destino, incrementar la recomendación por parte de los visitantes y fortalecer el desarrollo turístico del distrito de Quilmaná.

## **1.2 Formulación el problema**

### *1.2.1 Problema general*

¿Cómo se relaciona la oferta turística con la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete 2024?

### *1.2.2 Problemas específicos*

¿De qué manera los atractivos turísticos se relacionan con la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete – 2024?

¿Cómo la infraestructura del parque se relaciona con la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024?

¿Cuál es la relación de los servicios turísticos con la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024??

## **1.3 Objetivos**

### *1.3.1 Objetivo general*

Analizar la relación entre la oferta turística y la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete – 2024.

### *1.3.2 Objetivos específicos*

Determinar la relación entre los atractivos turísticos y la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete - 2024  
Identificar cómo la infraestructura del parque se relaciona con la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete - 2024

Establecer la relación entre los servicios turísticos y la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete – 2024.

## **1.4 Justificación**

### *1.4.1 Justificación teórica*

Desde un análisis fundamentado en la teoría, la presente investigación aportó un valioso aporte al conocimiento sobre la oferta turística y la satisfacción de los turistas en el parque zonal Chavín de Huántar, ubicado en Quilmaná, Cañete. Los resultados obtenidos no solo enriquecieron de manera

significativa la base de estudios relacionados con destinos turísticos que enfrentan desafíos similares, sino que también sensibilizaron a las autoridades respecto a la imperiosa necesidad de mejorar la oferta turística del destino favoreciendo una comprensión más profunda y una gestión más eficiente del turismo.

#### *1.4.2 Justificación práctica*

El presente trabajo de investigación ha contribuido significativamente al ofrecer alternativas de solución y valiosos aportes destinados a abordar la problemática principal. Estas propuestas resultarán de gran utilidad tanto para las autoridades como para los empresarios locales y residentes. De esta manera, se tomarán decisiones informadas y necesarias que permitan fortalecer la oferta turística además se previó que estos resultados contribuyeran a mejorar la competitividad y sostenibilidad del parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete – 2024.

#### *1.4.3 Justificación metodológica*

Dentro del contexto de este análisis cuantitativo, se ejecutó un cuestionario dirigido a los visitantes del parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete, durante el año 2024. El enfoque principal de esta investigación consistió en evaluar la relación de los servicios turísticos ofrecidos en la satisfacción de los visitantes y para lograr este propósito, se emplearon cuadros estadísticos, los cuales desempeñaron un papel fundamental en el procesamiento de los resultados objetivos a través de la información recogida.

### **1.5 Delimitación de la investigación**

#### *1.5.1 Delimitación teórica*

El alcance de este estudio se centró de manera exclusiva en dos variables esenciales: la oferta turística y la satisfacción de los visitantes del parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete - 2024. La investigación se limitó a la recopilación y análisis de datos específicamente vinculados con estas dos variables, excluyendo cualquier otro aspecto que no guardara una relación directa con ellas.

#### *1.5.2 Delimitación temporal*

Dado que este análisis se llevó a cabo durante el año 2024, se reconoció que, aunque hubiera sido deseable contar con un período más extenso para un análisis más detallado, las limitaciones de tiempo y recursos llevaron a establecer un plazo de un año para llevar a cabo este estudio. Durante este período, se llevó a cabo la recolección de datos, lo que permitió obtener una visión actualizada sobre la relación entre la oferta turística y la satisfacción del turista.

### *1.5.3 Delimitación espacial*

El estudio se llevó a cabo en el parque zonal Chavín de Huántar, ubicado en el distrito de Quilmaná. La investigación se centró exclusivamente en este espacio, abarcando su extensión y las distintas áreas que contiene con el fin de enfocar el estudio en un destino turístico específico y facilitar la recopilación de datos directamente de los turistas que lo visitaron. Por otro lado dadas las limitaciones de transporte y con el objetivo de garantizar seguridad, todas las actividades se llevaron a cabo tanto por la mañana como por la tarde, evitando así cualquier riesgo.

## CAPITULO II. MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO

### 2.1 Marco teórico

#### 2.1.1 *Oferta Turística*

##### A. Definición

En el contexto del desarrollo de un país, la oferta turística desempeña un rol esencial, influyendo de manera significativa en los ámbitos sociales, medioambientales y económicos a través del fomento de la promoción de esta flamante industria. En términos sencillos, esta engloba la gama completa de servicios y recursos que caracterizan a un destino, los cuales se ponen a disposición de los visitantes mediante estrategias de promoción y difusión. Estos esfuerzos generan una serie de beneficios concretos para la comunidad local, no obstante, con el fin de asegurar y garantizar sostenibilidad a largo plazo y sobre todo atractividad, es esencial dedicarse a mejoras continuas tanto en la infraestructura como en la preservación del entorno. Por lo tanto, se hace imperativo reconocer su papel central desempeñando un rol central en la planificación y ejecución de cualquier proyecto turístico.

Según Cabarcos (2006) nos dice que se puede clasificar en dos tipos: Básica y complementaria, la primera se destaca por estar enfocada en el rubro turístico, mientras que la segunda brinda productos secundarios que complementan y enriquecen la experiencia del viajero. En otras palabras, estas dos tipologías trabajan en conjunto para atraer visitantes a la localidad, proporcionándoles vivencias memorables. Asimismo, Dávila-Maldonado et al. (2021) enfatiza que para enriquecer la oferta turística y desarrollar productos que resulten atractivos para los visitantes, es imperativo enfocarse en divulgar y dar a conocer estos maravillosos encantos mediante los diversos canales que hoy existen dirigidos a la comunicación. Por otra parte, cuando concebimos y diseñamos un conjunto de servicios turísticos, resulta esencial identificar las auténticas las nuevas tendencias de los clientes y personalizar nuestra oferta de acuerdo a estas demandas, en otras palabras el turista, debe estar en el centro de nuestras estrategias.

Teniendo en cuenta a Naranjo y Martínez (2020) señala que, la evaluación de los recursos, servicios, equipamiento e infraestructura es un pilar fundamental para la formular un producto sólido. El secreto para

alcanzar el éxito radica en ajustar la oferta y difusión de los recursos, servicios y experiencias para llamar la atención y cumplir con los nuevos gustos del visitante.

Este enfoque integral tiene como objetivo atraer visitas y satisfacer las expectativas y percepciones del destino. Esto implica la disponibilidad de servicios de alta calidad, infraestructuras adecuadas y una variedad de actividades que puedan adaptarse a los gustos y tendencias de los visitantes, asegurando se sientan bienvenidos y disfruten de su estancia en el destino. (González, 2016; Olmos y García, 2011 y Gómez, 2017)

### **Figura 1**

*Gráfico de la oferta turística*



*Nota.* En el presente gráfico se detalla la importancia y como ofrecer una oferta turística

En conclusión, la oferta turística representa un componente esencial en la industria del turismo al proporcionar una diversidad de actividades y servicios que captan la atención de los visitantes hacia una localidad.. Para garantizar su éxito continuo, es esencial que esta sea accesible y adecuada, brindando experiencias memorables que posicionen al destino como un lugar atractivo, recomendable y seguro para los viajeros. Esto requiere la colaboración de diversos sectores, una planificación adecuada y una gestión

eficaz para garantizar que la oferta turística evolucione y se ajuste constantemente a las cambiantes necesidades de los visitantes y a las demandas del mercado turístico.

## B. Dimensiones

### **Atractivo turístico**

Los atractivos turísticos son considerados elementos más importantes al hablarse sobre la oferta turística, dado que se refieren a los lugares, monumentos, paisajes, actividades, eventos culturales, entre otros, que atraen a los visitantes a un lugar específico. La selección y promoción adecuada de estos resulta crucial para obtener el éxito al realizar un proyecto, ya que son la principal motivación para que los turistas elijan un destino en particular. Además, la identificación y el desarrollo de la misma pueden ser una estrategia efectiva para diversificar la oferta y atraer a diferentes tipos de visitantes. En este sentido, la importancia de los atractivos turísticos radica en su capacidad para generar interés y demanda en el mercado turístico, así como también el aporte al progreso económico y social comunidades locales.

Herrera et al. (2014) describe a los atractivos turísticos como sistemas de valor clave para diseñar una oferta que pueda cumplir con las necesidades y generar experiencias memorables en los visitantes. De igual manera Sandoval et al. (2018) lo define como intangible o tangible que pueden estar o no catalogados, además tiene como objetivo maximizar efectos positivos que ayuden en la preservación y progreso de las actividades turísticas. Por ello estos deben ser de principal interés en una localidad con la finalidad generar conciencia para su cuidado y protección.

En síntesis, al ser los atractivos una fuente de valor e ingreso económico para la comunidad no se debe ser ajeno a ello, dado que como personas debemos conocer nuestra cultura y brindarla hacia los demás con el objetivo de que nuestro destino pueda ser reconocido como tal, además de que las distintas entidades que comercializan estos lugares deben mantenerse en constante capacitación para minimizar así los impactos causados por las visitas masivas.

### **Infraestructura turística**

Uno de los principales factores para realización de cualquier tipo de turismo en el mundo es la infraestructura turística, puesto que engloba una

amplia variedad de componentes que proporcionan beneficios tanto al atractivo como a la localidad en la que se encuentra, no obstante, es importante conocer su propósito principal, aumentar la seguridad de los viajeros contribuyendo así una mejor experiencia en su estadía.

Citando a Jovanović (2016) menciona que la infraestructura turística contribuye a una mejor organización y productividad de los servicios a brindar, es decir la eficiencia con la que se realice esta labor es esencial para poder obtener como resultado la satisfacción del viajero, por otro lado Malpartida (2019) agrega que se distribuye en seguridad, conservación, comunicación, energía, accesibilidad, alcantarillado, entre otros, de modo que si no están como prioridad al momento de ofertar un destino, se volvería un obstáculo para poder desarrollar dicha actividad.

Recapitulando, invertir en proyectos que ayuden en el fortalecimiento de la infraestructura de los puntos turísticos a ofertar logrará un mayor éxito para el destino, además de posicionarlo y lograr que sea recomendado a más turistas.

### **Servicios turísticos**

Considerado como actividades que se ofrecen con la finalidad de lograr una recreación, aprendizaje y demás dependiendo del tipo de público que se requiera atraer, no obstante, la calidad con la que se ofrece dicho producto crea un interés importante en el nivel de agrado y confiabilidad del visitante.

Zamorano (2008) sostiene que, para realizar una oferta turística eficiente enfocada en los servicios turísticos, se debe planificar coordinada y unificadamente una adecuada promoción y gestión de las actividades que se realizaran, dado que de ella depende recibir un flujo alto de viajeros. Por otro lado, Loayza (2013) enfatiza que existe un aumento de competencia gracias al avance de la tecnología y por ello lo que puede parecer satisfactorio para el visitante, con el pasar de los días dejaron de ser llamativos, debido a eso es importante la capacitación y adaptación a las nuevas exigencias de nuestros clientes.

En definitiva, los servicios turísticos indispensables en la realización de una actividad turística, sin embargo, para que sea factible deben ser ajustables a los cambios y los gustos de la demanda, de modo que los operadores deben

mantener una educación constante y actualización para así lograr un mejor rendimiento.

### C. Indicadores

#### **Parque temático**

Los parques temáticos están enfocados en lograr un entretenimiento al público en general, además se caracterizan por estar centrados en temas de interés turístico con la finalidad de lograr una experiencia llena de diversión a todas las edades, creando un ambiente único y memorable.

Antón (1999) menciona que se le conoce también como mundos ficticios, ya que son simulaciones de la realidad, con la finalidad de atraer lo que se encuentra en distintos países reconocidos de manera más fácil logrando que la imaginación en los visitantes crezca aún más. No obstante, Solà-Morales (1998) refiere que dichos parques también están enfocados en la cultura, con el propósito mostrar las distintas civilizaciones antiguas y las tareas que realizaban plasmadas en esculturas. Es por ello que muchos de los visitantes suelen elegir estos parques como recreación principal, ya que pueden conectarse con distintas culturas de forma divertida, incluyendo a menores de edad para un mejor aprendizaje.

En definitiva, los parques basados en distintas temáticas, nos muestran un aprendizaje cultural y a la vez recreativo ya que su principal función es enseñar a el público de todas las edades, como eran las civilizaciones en épocas antiguas, además de mostrar esculturas de distintos personajes que son percibidos virtualmente, de esa manera logra un entretenimiento en cada visita.

#### **Mini zoológico**

Los mini zoológicos son una modalidad que ofrece una estadía inolvidable y enriquecedora, libre para todas las edades, en ella puede albergar una amplia gama de especies de animales que se encuentran en un ambiente parecido a su hábitat natural y resguardados para que los visitantes puedan apreciarlos.

Según Maripangui (2012) menciona que un mini zoológico es una ostentación en la que se muestran distintos animales a los visitantes con la finalidad de informar sobre su hábitat, tipo de alimentación, lugar de procedencia, entre otros. Por otro lado, Goyes (2016) opina que este parque

abarca 3 objetivos principales, los cuales son fomentar una actitud comprometida y responsable con el medioambiente, conservación de nuestra fauna y mayor conocimiento científico. En otras palabras, dar a conocer la importancia del cuidado y protección de nuestra fauna, además de conocer el tipo de hábitat al que pertenecen, su reproducción e indicar los impactos negativos, como por ejemplo la extensión de dichas especies.

En conclusión, los mini zoológico son servicios de principal atracción a los turistas, dado que muestran distintas especies que no es común para la localidad sin embargo también es un elemento clave para concientizar la seguridad que estos animales deben tener, así como la función que cumplen en el ecosistema.

### **Accesibilidad**

La accesibilidad turística está basada en la reducción de barreras sociales, es decir un turismo participativo en el que las personas puedan gozar la dicha de visitar un destino, ahora bien, de no ser prioridad reduciría el flujo de turistas y el prestigio del lugar se vería afectado.

Citando a Callapiña (2017) , enfatiza que la accesibilidad contribuye a una oferta turística más eficiente, ya que generaría placer a todas las personas sin discriminación alguna. Ello es importante dado que los servicios que brindaremos deben estar a disposición de todos para su goce y disfrute. De igual manera Guerrero (2018), sostiene que este debe ser completa y abarcar también las carreteras, el transporte y demás con la finalidad de obtener un producto que otorgue seguridad a todos los visitantes sin excepción alguna.

En resumen, una buena accesibilidad turística no solo beneficia a los turistas que llegan para recibir un servicio, sino también al destino ya que puede lograr ser posicionado como seguro y confiable, apto para todos.

### **Señalización**

La señalización turística es primordial para instruir la llegada al destino, esta es considerada como un grupo de mapas, carteles y demás que proporcionan una información breve de los espacios a visitar. Además, mejora la permanencia de ellos ya que no se generan conflictos a la hora dirigirse a un lugar, aumentando así la comodidad y satisfacción.

Vílchez (2001) , indaga que para una buena señalización es necesario enfocarnos en distintos aspectos necesarios para poder cumplir el objetivo, por ejemplo: colocar la imagen representativa con el tamaño y en el lugar adecuado para que los receptores puedan percibirlo fácilmente de igual manera utilizar distintos idiomas con el fin de integrar a todos. Del mismo modo Rodríguez (2011), agrega que las autoridades no deben omitir este elemento si desean lograr una actividad turística o local, dado que sin la existencia de estas las personas no lograrían ubicarse, optando por no dirigirse a ese destino.

Sintetizando, la señalización ayuda en la competitividad del país, pero muchos lugares aún no cuentan con ella, es decir hacen caso omiso a esta problemática, es por ello que esta debe estar incluida en cualquier proyecto como también ser adaptado para todo tipo de visitante.

### **Conservación**

La conservación es una de las herramientas principales para poder resguardar el valor cultural e histórico logrando su perdurabilidad, ahora bien, para llevar a cabo este objetivo se debe tener una adecuada gestión con la finalidad de realizar inspecciones mensuales y poder realizar los mantenimientos o cambios adecuados.

De acuerdo con Reck y Martínez (2010), nos dice que la consecuencia del turismo de masas genera una degradación del ambiente, como también una perturbación en la fauna. Algo similar ocurre con Muñoz (2015), que recomienda realizar programas para incluir a la población interna y externa mostrando interés por combatir la problemática, es decir lograr que las personas tomen conciencia a través de una conservación amigable.

A resumidas cuentas la conservación es insustituible en la realización de actividades turísticas, de modo que sin ellas el destino se vería en peligro y perdería su esencia, por ello es vital el apoyo de las autoridades en conjunto con la población.

### **Restaurante**

Los restaurantes juegan un papel fundamental en la oferta turística dado que, al presentar dichos servicios muestran la gastronomía que los representa como destino, por ello muchos turistas suelen asistir a distintos lugares en donde degustar distintos platos típicos, se vuelve el punto principal de atracción.

Torres (2021), opina que un establecimiento de AyB genera la mayor oferta de un destino, de modo que da a conocer la historia detrás de cada plato, motivando así a los visitantes, por otro lado, Falcón (2014), agrega que una buena decoración, precio y atención adecuada logran una mejor experiencia, por esta razón es necesaria la capacitación para brindar un servicio adecuado.

En conclusión, dedicar un servicio no solo se enfoca en entregar el producto, este va más allá, pues el objetivo es que el turista sienta comodidad y esté satisfecho en el lugar, de esa manera recomendará la atención a futuros visitantes.

### **Actividades recreativas**

Se les conoce como tal, dado que promueven la relajación a través de la destreza y agilidad de la persona, en otras palabras, pueden realizar distintas actividades que les generen una satisfacción y goce. Cabe resaltar, que actualmente como resultado de la pandemia muchos de los turistas optan por visitar lugares turísticos que sean recreativos y en donde puedan convivir con la naturaleza, de este modo muchos destinos buscan adaptarse a esa medida para aprovecharlos al máximo.

Según Salazar (2010), enfatiza que son esenciales para personas que deseen romper la rutina y distraerse de manera divertida, además menciona que se clasifica en: al aire libre, deportivas, personales e incluso artísticas. Arroyo (2018) añade que estas actividades generan ingresos a la localidad o destino, puesto que en ellas existe una conexión del viajero con el medio ambiente en el cual se siente seguro y libre de estrés, por ello es de vital importancia la implementación continua de más actividades que ayuden a combatir la angustia.

Finalmente, este servicio busca mejorar la salud física e interna de la persona, dado que genera complacencia en ellos, dejando atrás los hábitos diarios de manera divertida y satisfactoria.

## **D. Teorías**

### **Teoría convencional de la oferta turística**

Esta teoría tiene como principal enfoque la comprensión y análisis de los puntos que engloban la oferta, incluyendo servicios, atracciones turísticas e infraestructura. Su objetivo radica en entender cómo estos elementos se interrelacionan y contribuyen a la experiencia turística, es decir busca

comprender cómo se desarrolla, gestionan y coordinan estos componentes, con el fin de garantizar su calidad y competitividad.

De acuerdo con Naranjo y Martínez (2022) esta teoría surge como una respuesta a la visión predominantemente centrada en la demanda en el estudio del turismo, en este sentido se reconoce que esta depende de las características de la oferta, el visitante y el costo por el desplazamiento, ya que su objetivo radica en comprender en entender el funcionamiento de los diversos sectores y su rol en la satisfacción de los turistas.

En resumen, esta perspectiva permite abordar de manera integral la estructura y manejo de la oferta turística y cómo estos influyen en la experiencia de los viajeros.

### 2.1.2 *Satisfacción del Turista*

#### A. Definición

Es el resultado que toda empresa prestadora de servicios o localidad desea obtener, pues si ello se logra, este optaría por recomendar el destino; por consiguiente, buscaría volver generando así mayor afluencia e ingresos, es por esta razón que la capacitación sobre la calidad es vital para ofrecer una asistencia adecuada. La satisfacción no solo influye en su propia experiencia, sino también en la imagen general de un destino turístico, además contribuye al mouth marketing positivo, atrayendo a futuros visitantes y generando mayores beneficios para la comunidad local. Por lo tanto, la capacitación enfocada en mejorar la calidad del servicio desempeña un rol vital en la transformación de debilidades en fortalezas.

Huamani y Venancio (2023), señalan que la medición de la satisfacción a menudo se centra en comparar las expectativas del turista con lo que realmente experimentan. Cuando un turista queda satisfecho, es probable que considere regresar al mismo destino en el futuro, lo que resalta la importancia de la satisfacción percibida. Sin embargo, existen malas prácticas que obstaculizan el progreso de un destino turístico, ello puede alejar a potenciales visitantes y dañar la reputación del destino, lo que subraya la importancia de la supervisión continua.

Díaz y Lama (2015) , agrega que no es factible esperar las quejas de los visitantes para poder tener la iniciativa de medir la satisfacción, es decir la labor

principal de una empresa es verificar constantemente si la atención es la adecuada y no esperar a que ocurra una dificultad para recién ponerla en marcha. Asimismo, Oliveira (2011) resalta que un turista insatisfecho ocasiona que se pierdan posibles nuevas visitas, además lograr que no desee volver, por ello es importante verificar continuamente nuestro servicio y de esa manera prevenir sucesos inapropiados.

Cabe resaltar que para examinar correctamente una satisfacción se debe enlazar las expectativas de servicio de los visitantes y la vivencia efectiva del servicio que reciben con la intención de ganar un conocimiento acerca de las nuevas exigencias para adaptarse a ellas (Moreno et al, 2002; Pérez et al, 2015; Silva et al, 2021). Para Balcázar (2023), comprender y mejorar la satisfacción permite atraer a más visitantes, generar ingresos adicionales, promover la comunidad local y crear nuevas oportunidades de empleo, además resalta Ol que, no solo se trata de cumplir con las expectativas, sino de superarlas y asegurar que cada visita sea memorable y deseable para futuros viajes.

En conclusión, la satisfacción de los turistas representa una tarea esencial para todas las empresas que ofrecen servicios turísticos. Es crucial para comprender a fondo lo que verdaderamente atrae a los turistas a elegir un destino y para garantizar una mayor rentabilidad mediante la recomendación positiva. Aunque a veces se subestima, la satisfacción del turista juega un papel fundamental en cualquier actividad turística, ya que inciden en la popularidad en la del destino y en la posibilidad de atraer a más visitantes en el futuro.

## B. Dimensiones

### **Expectativas del servicio**

Las expectativas que el viajero tiene sobre el servicio turístico intervienen en la satisfacción del cliente, dado que estos ansían una experiencia memorable que supere sus perspectivas en todo el recorrido realizado.

Desde el punto de vista científico Cássia et al. (2009) resalta que distinguirlas ayuda en el progreso para una mejora continua en la administración, optimización de los servicios, entre otros, con el fin de prevenir sucesos negativos, generando así un mejor prestigio del lugar. De igual manera Otero et al. (2014) agrega se le conoce como la previsión de los resultados futuros, en otras palabras, la capacidad de identificar las necesidades y

preferencias del viajero para poder reconocer el mercado al que se dirigirá con el fin de acoplarlo a los servicios ofrecidos de manera que satisfagan sus expectativas.

En conclusión, es la visión que tienen los viajeros sobre un destino a conocer y para ello es importante entenderlo, de tal manera que los servicios se ajusten a sus gustos, además de no poner énfasis a dicho tema será perjudicial en el posicionamiento del lugar.

### **Calidad de servicio**

Considerado también como una característica esencial para poder superar las perspectivas de los visitantes en toda su estadía, es decir se enfatiza en realizar una labor más eficiente, agradable e idónea en la atención, higienización, conservación, entre otros para complacer dichas necesidades.

Bazán (2020) menciona que es fundamental generar estrategias que una organización debe cumplir en donde la atención que se brinde al visitante sea lo primordial generando resultados positivos, del mismo modo Arellano (2017) agrega que la calidad es sustancial para la competitividad puesto que, muchas empresas buscan alcanzarla y a través de una mejora continua mantenerla.

Cuando la calidad del servicio es alta, los turistas tienen una experiencia positiva y son más probables a regresar al destino y recomendarlo a otros. Adicionalmente, la excelencia en la calidad del servicio puede constituir un elemento distintivo fundamental entre los destinos turísticos. Aquellos que proporcionan un servicio excepcional pueden alcanzar una ventaja competitiva significativa frente a otros destinos. En consecuencia, resulta crucial que los proveedores de servicios turísticos enfoquen sus esfuerzos en la mejora constante de la calidad de sus servicios, garantizando de esta manera la satisfacción y lealtad a largo plazo de sus clientes

### **Nivel de satisfacción**

En este nivel se hace referencia al grado de satisfacción ya sea positivo o negativo que los turistas puedan tener involucrando una variedad de actividades como la calidad, la vivencia durante su estadía, el precio, la confianza y demás, ya que contribuye en la perspectiva general de los turistas.

Boluarte y Bravo (2019) expresan que dicho nivel es cotejar la productividad y el resultado obtenido con el objetivo de conocer si la labor es

eficiente, igualmente Pérez (2017) agrega que gracias a ello se pueden identificar las carencias y mejorarlas de modo que se logren ofrecer servicios que superen la perspectiva de los turistas sobre el lugar.

En resumen, el nivel de satisfacción sirve de ayuda para comprender distintas situaciones que suelen ser negativas para el lugar además de un manejo adecuado en la organización interna a fin de capacitar a los trabajadores mejorando así su habilidad y desempeño.

### C. Indicadores

#### **Servicio esperado**

Es el servicio que todos los visitantes buscan recibir antes de conocer el destino, esto se da mayormente gracias a las recomendaciones o promociones que se realizan a través de diversas redes, por ello el turista toma la decisión visitarlo y trae consigo expectativas altas sobre dicho destino, por otro lado, muchas veces no se suele recibir este servicio y genera insatisfacción.

Según Díaz y Lama (2015) es una unión entre lo que posiblemente puede ser y lo realmente es, es decir tienen consigo la esperanza de construir una experiencia memorable o gratificante, pero que depende mucho de si se supera o no. Además Ornelas et al. (2020) menciona que el mouth marketing, vivencia pasada y necesidades propias influyen en el servicio que se espera obtener, dado que a través de ellas nace el incentivo de cambiar lo cotidiano.

En otras palabras este servicio refleja la importancia que debe tener una empresa para adaptarse y actualizarse con respecto a las nuevas exigencias que tienen los turistas con la finalidad de poder brindar el servicio adecuado sin fracazar en el intento.

#### **Servicio adecuado**

Este servicio es crucial en la satisfacción de una visita, ya que se considera como la eficiencia de los prestadores para ofrecer un servicio adaptado y personalizado a los gustos del visitante además de estar preparado para cualquier problema que se presente.

La investigación realizada por Rojas et al. (2020) nos dice que constituye a un nivel aceptable, es decir no supera sus expectativas, pero cumple con algunos requisitos, esta problemática se da mayormente por experiencias pasadas en las que empresas presentan a través de la promoción distintos

servicios, que al final no son brindados, del mismo modo Díaz y Lama (2015) lo refiere como un nivel admisible, gracias a la poca confiabilidad que suele tener un impacto negativo a futuro.

En resumen, dicho servicio puede traer impactos positivos buenos, pero a corto plazo ya que es el gusto mínimo aceptable por el turista, por ello es esencial brindar confianza con cada servicio de manera que puedan crecer la percepción y superarla.

### **Seguridad**

La seguridad es considerada como una faceta excepcional en la decisión del viajero para seleccionar un lugar turístico, este a su vez no solo debe cuidarlo físicamente sino también a través de una buena información, ya que muchas empresas suelen ser engañosas y no cumplir con lo dan a conocer.

Espinoza (2017) resalta que la seguridad se debe brindar no solo a los prestadores de servicio y a los visitantes, sino también a la población en donde se encuentra el destino, con la finalidad de ofrecer estabilidad a todos en general, además Salas et al. (2019) agrega que una buena seguridad minoriza la delincuencia como asesinatos, robos e incluso huelgas, con la finalidad de proteger la vida de la comunidad y los viajeros.

Para concluir la seguridad es vital en cualquier destino como también, para el posicionamiento de estos ya que los visitantes eligen lugares para conocer que sean confiables y a través de ellos nace la recomendación lo que genera más afluencia turística.

### **Confiabilidad**

La confiabilidad es considerada también la certeza de que brindaran un servicio o producto de calidad, es decir cumplirán con la perspectiva que tiene el turista de manera adecuada y satisfactoria.

Díaz y Lama (2015) enfatiza que es la habilidad de ofrecer un servicio de forma precisa y puesto que constituye la dimensión más significativa de la percepción del turista con respecto a la evaluación de la calidad del servicio, por otro lado Calle (2018) nos dice que es de vital importancia mantener capacitados a los trabajadores dado que, no solo se basa en atraer turistas, sino también de satisfacer sus necesidades de manera consistente en el tiempo

determinado, es decir cumplir su compromiso lo que genera confianza y lealtad de sus clientes.

En síntesis la confiabilidad es un aspecto fundamental en cualquier sistema ya que garantiza su funcionamiento sin fallas, donde los clientes buscan tener experiencias predecibles en los destinos y en la interacción con los proveedores de servicios, por lo tanto, es crucial que las empresas se esfuercen por mejorar la confiabilidad.

### **Valor percibido**

El valor percibido refiere a la evaluación subjetiva entre los servicios obtenidos y los costos que incurren durante su experiencia de viaje, por otro lado, no solo se basa en el precio, sino también en los aspectos afectivos y psicológicos de la experiencia de viaje, como la comodidad, calidad, entre otros. Por esta razón los turistas tienden a percibir un mayor valor cuando sus expectativas se ven superadas y cuando la calidad del servicio supera los costos percibidos.

Gallarsa y Gil (2006) hacen mención que dicho valor se identifica por determinar si la calidad es mayor al precio del producto turístico, en otras palabras, es la evaluación del viajero la cual determina una opinión positiva o negativa sobre nuestro servicio. Asimismo, González (2015) indaga que es fundamental para lograr la competitividad en el sector y que el visitante aprecia antes, durante y al finalizar el servicio.

Para concluir, el valor percibido juega un papel importante en la satisfacción y las experiencias memorables del turista pues dependiendo de ello varía su elección. Muchos destinos turísticos generan precios alzados de sus servicios y no ofrecen calidad en ello, por consecuencia genera la pérdida de afluencia turística.

### **Experiencia Turística**

Es considerada el resultado final de la estadía en un destino turístico, en ella cada etapa desde la llegada a la salida contribuye en la satisfacción del visitante, por lo que es fundamental que las empresas generen diversas actividades que incluyan la interacción de las personas con el objetivo de crear experiencias inolvidables.

De acuerdo con Carballo (2014) argumenta que la experiencia turística integra dimensiones cognitivas, a través de los cinco sentidos como factor clave para generar entretenimiento, felicidad, recuerdos, satisfacción, aprendizaje y más, en otras palabras cambiar la rutina, además Pasaco (2022) ratifica que es un disfrute en el que el viajero no solo busca la belleza en el destino sino también su autenticidad y en esta interacción entre el viajero y el lugar, se generan recuerdos memorables y experiencias distintas en cada persona.

Para terminar, podemos decir que las experiencias nos hacen cambiar de rutina, fomentando la interacción entre la cultura y la sociedad, además de contribuir en la conservación de los recursos puesto que nos unen más a ellos generando conciencia y valoración.

#### D. Teorías

##### Teoría de la confirmación-des confirmación

Es considerado una perspectiva relevante en el estudio de la satisfacción, dado que se centra en como la percepción de esta basada en las experiencias durante su estadía y el cumplimiento de sus expectativas o no, influyen la evaluación de su nivel de satisfacción.

Citando a Ramos et al. (2016) enfatiza que esta teoría se clasifica en dos variables: el rendimiento del producto y las expectativas, es decir centra en cómo la experiencia del producto puede confirmar o desconfirmar si se cumplió con el objetivo, mostrando una evaluación de satisfacción o insatisfacción por parte del turista. Por otro lado, Carrillo et al. (2016) opinan que existe la confirmación, la cual se refiere a la comparación de lo percibido con alguna experiencia anterior en donde esta genera un cumplimiento de expectativas, la des confirmación positiva en donde el turista crea una perspectiva antes de la llegada al lugar turístico, luego experimenta percepciones después de esta y al final determina que el producto ofrecido supero las expectativas, mostrándose satisfecho, por último la des confirmación negativa, esta se presenta cuando el producto no cumple las expectativas mínimas aun comparándolas con otras experiencias.

En resumen, la satisfacción se basa en la comparación entre las expectativas y el rendimiento percibido del servicio, determinando el grado de satisfacción o insatisfacción experimentado.

## 2.2 Antecedentes

### A. Antecedentes nacionales

Calderón y Navarro (2024), efectuaron la investigación “Análisis de la oferta turística para la satisfacción de la demanda turística del distrito de Tambogrande”. Utilizaron un enfoque mixto, con un diseño no experimental y de tipo descriptivo. La población contempló 180 turistas, de los cuales fueron seleccionados 126 participantes, recolectaron datos a través de un cuestionario y el uso del SPSS para obtener resultados, los cuales evidenciaron que la oferta se distingue por la calidad favorable obteniendo así un alto nivel de satisfacción. Estos hallazgos mantienen correspondencia con la presente investigación dado que ambas indagaciones buscan evaluar la relación existente entre las dos variables principales.

Durand (2023) llevó a cabo una investigación titulada "Servicios turísticos y la satisfacción del turista en la comunidad Ausangate, anexo Pacchanta del distrito de Ocongate, provincia de Quispicanchis, Cusco - 2023". El estudio adoptó un enfoque cuantitativo no experimental, empleando un diseño transversal de tipo correlacional. La población objetivo abarcó a un total de 3196 residentes, de los cuales se seleccionó una muestra de 100 individuos. Asimismo, se aplicaron dos cuestionarios, uno de 20 ítems y otro de 23. Se utilizó el software SPSS V25 para el procesamiento de los datos. Los resultados de la investigación señalaron la importancia crucial de un servicio turístico adecuado para ofrecer un producto turístico que contribuya a la satisfacción de los habitantes. Además, se identificó una conexión positiva fuerte entre las variables, con un valor de  $p=0,89$  según el análisis de Spearman. Estos resultados concuerdan con los objetivos específicos de la investigación, resaltando un indicador principal que se busca desarrollar.

Huaytalla y Espillco (2023), desarrollaron un estudio titulado “Gestión del atractivo turístico y satisfacción de los excursionistas: Aguas Turquesas de Millpu, 2023”, con el propósito de analizar la relación entre la gestión de recurso y el nivel de satisfacción. El trabajo tuvo como ejes específicos la evaluación del impacto de las instalaciones turísticas, la planta turística y las actividades recreativas en la experiencia de los excursionistas. La metodología que adoptaron fue de enfoque mixto, combinando estrategias inductivas y deductivas, dentro de un diseño no experimental y transversal, enmarcado en un nivel descriptivo-correlacional. La muestra contempló a 278 excursionistas, incluyendo residentes regionales, turistas nacionales y visitantes internacionales. Para la contrastación

estadística de hipótesis, aplicaron la prueba de correlación de Spearman, la cual arrojó un coeficiente rho de 0,779 y un valor p de 0,000; lo que indica una relación positiva y significativa entre la gestión del atractivo y la satisfacción del visitante. Este antecedente resulta pertinente para la presente investigación dado que respalda el primer objetivo específico.

Cahuaza y Gutierrez (2023), exploraron en su investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Caynarachi” la relación existente entre distintos componentes del servicio turístico y el nivel de satisfacción experimentado por los visitantes. La indagación empleó un enfoque cuantitativo, de tipo básico, con diseño no experimental y corte transversal. Trabajaron con una muestra de 196 personas, a quienes aplicó un cuestionario estructurado como instrumento principal de recolección de datos. Los resultados revelaron correlaciones estadísticamente significativas, en todos los casos, los valores de significancia fueron  $p = 0.000$  y los coeficientes de Spearman oscilaron entre 0.638 y 0.668, lo que indica una relación moderada y positiva. El valor global obtenido ( $\rho = 0.655$ ) confirmó que una mejora en la calidad percibida del servicio turístico se vincula estrechamente con un mayor grado de satisfacción entre los visitantes. Este antecedente resulta pertinente para el presente estudio, ya que permite sustentar empíricamente que diversos elementos asociados a la oferta turística.

Burga y Cruzado (2022), ejecutaron la investigación “Gestión turística Municipal para mejorar la oferta turística del distrito de Zaña-Lambayeque” este se desarrolló bajo un enfoque mixto, con diseño no experimental y de tipo descriptivo- propositivo. El público objetivo fue un total de 12,303 habitantes de los cuales se extrajo una muestra de 374 residentes, aplicaron dos cuestionarios, el primero compuesto por 12 ítems y el otro de 6, el resultado reflejó que la gestión turística presentó un bajo nivel del 34.49% mientras que la oferta apenas alcanzó un 59.36% puesto que no contaban con estrategias orientadas a su fortalecimiento. El estudio comparte similitudes con la evaluación de la primera variable.

Bautista (2021) realizó un estudio sobre: “Nivel de satisfacción de los Turistas Nacionales que visitan el Complejo Arqueológico de Cumbe mayo”. El estudio fue de enfoque mixto, utilizando un método analítico deductivo y adoptando un diseño no experimental - transversal. La población fue de 5500 turistas, de los cuales seleccionó una muestra de 359 turistas. Produjo un cuestionario para recoger los datos y posteriormente empleó el programa Microsoft Excel para su procesamiento. Los resultados que obtuvo le

permitieron concluir que los turistas revelan un nivel alto de satisfacción, debido a la calidad del servicio en dimensiones de confianza, fiabilidad, etc. Estos hallazgos coinciden con la propia en los aspectos que se pretenden analizar.

Villanueva (2021) realizó la investigación “Evaluación de la Infraestructura e Instalaciones turísticas para el turista con discapacidad motriz en el santuario histórico Bosque de Pómac”. El enfoque que utilizó fue mixto y la investigación la clasificó como descriptiva no experimental. La población total estuvo constituida por 4690 y seleccionó una muestra de 355, empleó un cuestionario para recolectar datos y posteriormente el programa SPSS para el procesamiento y análisis. Concluyó que un alto porcentaje de los visitantes expresaron insatisfacción con respecto a la infraestructura del atractivo ya que no están en constante mantenimiento ni cumplen con las necesidades de los turistas. Esta investigación coincide con la misma en el segundo objetivo específico a analizar.

Silva et al. (2021) realizaron una investigación “Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú” El artículo de estudio fue de enfoque cuantitativo no experimental de corte transversal con un nivel correlacional. La población de estudio fue infinita y obtuvo una muestra de 196 turistas. Para recolectar diversos datos, realizó un cuestionario compuesto por 66 ítems, así como el programa estadístico SPSS versión 20 para procesar los datos. Concluyó que la relación seguridad y satisfacción tienen una correlación significativa (sig. <0.05). La investigación coincide con la misma en los indicadores a analizar.

Cáceres (2020), desarrolló un estudio titulado “Oferta turística de la comunidad de Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca, Cusco”, aplicando un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo y diseño no experimental. A partir de encuestas dirigidas a 177 turistas, los resultados evidencian que el 95.5 % valoró positivamente la presencia de recursos naturales y culturales, así como la infraestructura y superestructura existente. Además, el 91.0 % calificó favorablemente la planta turística, destacando elementos como accesos, señalización, senderos y servicios turísticos. En conjunto, estos datos reflejan importancia en la investigación.

#### B. Antecedentes internacionales

Vásquez (2023) realizó la investigación: “La infraestructura turística del cantón espejo y su incidencia en la demanda de visitantes”. El análisis adoptó un enfoque cuantitativo de tipo correlacional. Dada la falta de conocimiento sobre el número anual de turistas que ingresan al destino, se consideró la población como infinita, y se obtuvo una

muestra de 167 personas. La recopilación de datos se llevó a cabo a través de encuestas, y la herramienta SPSS se empleó para procesar la información. La conclusión principal indica que no existe una relación específica entre la infraestructura turística y la satisfacción de los visitantes, como se evidencia en el valor obtenido de 0,009 siendo la correlación positiva baja esto se debe gracias a que se llevó a cabo una renovación de los establecimientos para mejorar su oferta y así satisfacer las expectativas de los turistas. Esta investigación coincide con la propia en el segundo objetivo específico, al destacar la infraestructura turística que se pretende desarrollar.

Cepeda (2023), realizó una investigación titulada “Satisfacción del cliente y oferta en los servicios de alojamiento en el cantón baños de agua santa”. El enfoque que utilizó fue mixto, descriptivo correlacional. La población de 287 357 turistas y seleccionó una muestra de 380 participantes. Para la recoger datos utilizó un cuestionario, así como el programa IBM SPSS Statistics V – 22 para procesarlo. Concluyó que existe una influencia significativa entre la satisfacción del cliente y la oferta del servicio, mediante la prueba estadística chi-cuadrado, con un valor de 0,024 obtenido de las encuestas. Esta investigación coincide con la propia, ya que se busca analizar impacto de satisfacción en la oferta.

Reyes (2023), desempeñó el estudio “La calidad del servicio, la satisfacción de los visitantes y sus intenciones conductuales en las excursiones de día”. El análisis adoptó un enfoque cuantitativo, utilizando un muestreo por conveniencia compuesto por 195 turistas. Para adquirir información implementó un cuestionario con 18 ítems, distribuidos en 4 dimensiones clave, en cuanto al procesamiento de datos recurrió al software SPSS V18. Los resultados evidenciaron que los servicios adquirieron puntuaciones favorables superior a 4.4 ya que la percepción de los turistas abarcó distintos factores tales como la calidad de servicio en las actividades realizadas, lo obtenido en este análisis guardan relación con el presente trabajo ya que evalúan la relación de la segunda variable.

El estudio realizado por Guilcapi (2021) fue una investigación titulada “Calidad y Oferta de los Servicios turísticos comunitarios Chakana Lodge Parroquia San Juan, Catón Riobamba”. El enfoque que empleó El enfoque de la investigación fue cuantitativo no experimental, utilizando un diseño descriptivo y correlacional-causal. La población se seleccionó a través de un método no probabilístico, obteniendo una muestra de 30 encuestados para cada variable. La recolección de datos se llevó a cabo mediante un cuestionario, y el procesamiento se realizó utilizando el programa IBM SPSS Statistics

V25. Los resultados del estudio indicaron que no se encontró una relación significativa entre la calidad y oferta de los servicios, ya que se observó una correlación positiva muy baja. No obstante, sugiere que al enfocarse en mejorar la calidad de los servicios proporcionados, podría surgir una relación entre ambos aspectos. Estos hallazgos coinciden con la investigación propia al examinar la oferta turística y la calidad de los servicios.

Silva et al. (2021) realizaron el estudio “La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: Un estudio de caso de una empresa comercial en México”. El enfoque que utilizó fue mixto y lo clasificó como descriptivo o explicativo correlacional. La población fue tomada de los clientes que asisten constantemente, obteniendo una muestra de 516. Por otro lado, empleó un cuestionario 34 ítems y posteriormente procesó los datos utilizando el programa estadístico SPSS versión 25. Los estudios revelaron la existencia de una correlación altamente significativa tanto entre la calidad de servicio como en la satisfacción del cliente ( $r = 0.820$ ) y la lealtad del mismo ( $r = 0.919$ ). El estudio coincide con el propio en las variables a analizar.

Trueba et al. (2020) realizaron el estudio “Análisis de la oferta y demanda del atractivo turístico: Playa de San Lorenzo” El estudio fue de enfoque mixto y no experimental. Para obtener el número de la población, considero a los turistas que visitaron la parroquia, sus espacios turísticos y las zonas de influencia, gracias a ello logró obtener una muestra de 385 visitantes. Además, produjo un cuestionario para recaudar información y el programa estadístico SPSS para procesar los datos. Concluyó que existe un índice de confiabilidad aceptable (0.88 en el alfa de Cronbach) es decir que tanto la variable oferta turística como el atractivo se relacionan y es importante mejorar las instalaciones como también conocer el perfil del turista a fin de favorecer la satisfacción de los visitantes y su estadía en el lugar. El estudio coincide con el propio en las variables a analizar.

### **2.3 Definición de términos básicos**

Actividades recreativas

Se conoce como actividades recreativas a todas aquellas que se realizan con fines de ocio, pueden ser deportivas, artísticas y demás. (Salazar, 2010).

Calidad del servicio

Es un factor crítico, que se refiere al grado en el cual el servicio prestado cumple con las expectativas del cliente. (Silva et al. 2021).

Conservación turística

Se conoce como conservación turística a la valoración y conservación de espacios naturales contribuyendo así el respeto por los atractivos. (Chaca et al. 2018)

#### Expectativas del servicio

Son habilidades que son útiles para recabar información sobre las necesidades y preferencias de los turistas buscando adaptarlos a sus servicios. (Otero et al. 2014).

#### Infraestructura turística

Es un conjunto de servicios y componentes indispensables para la operatividad de una organización o la ejecución eficaz de una actividad. (Zambrano & Palma, 2022).

#### Mini Zoológico

El mini zoológico es la presentación de variedad de animales con la finalidad de conocer su lugar de residencia y toda información referencial. (Maripangui, 2012).

#### Mouth Marketing

Se refiere a la información de la percepción sobre un producto o servicio comunicado de manera interpersonal. (Ayuso, 2015).

#### Oferta turística

Nos dice que es el grupo de productos y servicios de un destino que el vendedor pondrá a disposición de los visitantes a un precio determinado (Socatelli, 2018).

#### Parque temático

Considerados mundos ficticios que simulan la realidad, con la finalidad de atraer destinos reconocidos. (Antón, 1999).

#### Satisfacción del turista

Son las sensaciones producidas después de recibir un servicio, si este servicio supera las expectativas que se tenía se logra una satisfacción. (Kotler y Keller, 2012).

## CAPITULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

### 3.1 Hipótesis

#### 3.1.1 Hipótesis General

La Oferta turística se relaciona significativamente con la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024

#### 3.1.2. Hipótesis Específica

Los atractivos turísticos se relacionan significativamente con la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete - 2024.

La infraestructura se relaciona significativamente con la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete - 2024.

Los servicios turísticos se relacionan significativamente con la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete - 2024.

### 3.2 Definición conceptual de las variables

#### 3.2.1 Variable 1: Oferta turística

Covarrubias (2015) define la oferta turística como la colaboración de cuatro elementos esenciales que contribuyen a la creación de una propuesta atractiva, la cual será puesta a disposición de los turistas a través de un precio adecuado. En primer lugar, el entorno natural desempeña un papel esencial al proporcionar los recursos que los proveedores de servicios utilizarán. Simultáneamente, la participación activa de la comunidad local juega un rol de importancia crucial, al enriquecer la experiencia cultural de los visitantes y permitirles sumergirse en las tradiciones y conocimientos autóctonos. Por último, la intervención de las autoridades se torna necesaria para realizar mejoras en la infraestructura y establecer medidas de seguridad, con el objetivo de asegurar una estancia segura y agradable para los visitantes.

#### 3.2.1 Variable 2: Satisfacción del turista

Kotler y Keller (2012) definen la satisfacción del turista como la percepción que experimenta un individuo al evaluar la calidad del producto o servicio recibido en comparación con sus expectativas previas, ya que cuando se logra cumplir o superar estas expectativas, el turista se mostrará gratamente satisfecho de lo contrario los resultados serán negativos, Es relevante destacar que la satisfacción del turista se convierte en un factor crítico para el futuro del negocio, dado que una

experiencia positiva puede generar recomendaciones, fidelidad y un impacto positivo en la reputación del establecimiento turístico.

### **3.3 Operacionalización de las variables**

#### **Variable 1: Oferta turística**

Es el grupo de todos los servicios y productos que ofrece un destino, los cuales serán comercializados a través de una correcta promoción por los prestadores de servicios cuya sinergia es fundamental para el progreso de una localidad mediante la actividad turística. Ahora bien, para que esta pueda realizarse se incluye a los atractivos turísticos, puesto que son el punto principal interés para la llegada de viajeros, además la infraestructura turística juega un papel clave ya que, sin ello no se podría recibir a los visitantes de manera segura y confiable. Por último, se tiene a los servicios turísticos los cuales ofrecerán diversas actividades que enriquezcan el conocimiento y la diversión durante la estancia del visitante.

**Tabla 1***Matriz operacionalizacional de la variable Oferta turística*

DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	RANGO
Atractivo turístico	I <sub>1</sub> Parque Temático	1. ¿Considera usted que el parque temático ofrece una experiencia atractiva para diferentes grupos de visitantes (familias, parejas, amigos, etc.)?	Ordinal	Bajo: 15 - 34 Medio: 35 - 54 Alto: 55 - 75
		2. ¿Considera usted que el precio de entrada al parque temático es adecuado en relación a la variedad de entretenimiento y atracciones que ofrece?		
	I <sub>2</sub> Mini zoológico	3. ¿Considera usted que las condiciones y el cuidado de los animales en el mini zoológico son adecuadas?		
		4. ¿Considera usted que la información proporcionada sobre los animales en el mini zoológico es suficiente y educativa?		
		5. ¿Recomendaría usted a otros turistas visitar el parque temático y el mini zoológico?		
		6. ¿Considera usted que en el parque zonal existe una accesibilidad adecuada?		
Infraestructura turística	I <sub>1</sub> Accesibilidad	7. ¿Considera que la accesibilidad limitada tiene un impacto negativo en la experiencia durante la estadía en el destino?		
	I <sub>2</sub> Señalización	8. ¿Considera usted que el destino proporciona una adecuada señalización y brinda la información suficiente para facilitar la orientación de los visitantes durante su estadía?		
	I <sub>3</sub> Conservación	9. ¿Considera usted que la conservación de la zona en términos de su estado físico y apariencia general es adecuada?		
Servicios turísticos	I <sub>1</sub> Restaurante	10. ¿Considera usted que se han tomado medidas adecuadas para conservar y proteger los recursos naturales y culturales del parque zonal?		
		11. ¿Considera usted que el restaurante del parque zonal promueve la comida representativa del distrito?		
	I <sub>2</sub> Actividades recreativas	12. ¿Considera usted que el restaurante del parque zonal ofrece opciones de menú y precios adecuados para diferentes presupuestos de los turistas?		
		13. ¿Considera usted que las diversas actividades recreativas en el parque son innovadoras para atraer a los turistas y fomentar su participación?		
		14. ¿Considera usted que las actividades recreativas son de adecuada seguridad y entretenimiento?		
		15. ¿Considera usted que las actividades recreativas reflejan la cultura local y ofrecen oportunidades para aprender sobre su historia?		

*Nota.* En esta matriz se da a conocer las dimensiones, indicadores, ítems, escala y rango de la variable oferta turística

## Variable 2: Satisfacción del turista

Es el objetivo primordial que tanto las empresas prestadoras de servicios como las localidades desean alcanzar. Esta engloba las expectativas del servicio, puesto que son las perspectivas que los viajeros tienen antes de experimentar el servicio provisto, además abarca la calidad del servicio dado que, implica brindar una confianza, buena comunicación entre otros, por último se da el nivel de satisfacción también conocida como la evaluación que tiene el visitante en toda la estadía, por ello es importante conocer las diversas opiniones para una mejora continua, lo cual será factible al momento que el visitante recomiende el destino, logrando así una mayor afluencia de turística beneficiando a la localidad.

**Tabla 2**

*Matriz Operacional de la variable Satisfacción de los turistas*

DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	RANGO
Expectativas del servicio	I <sub>1</sub> Servicio esperado	1. ¿Considera usted que las expectativas que tenía sobre el servicio se cumplieron durante su experiencia turística en el parque zonal?	Ordinal	Bajo: 15 - 34 Medio: 35 - 54 Alto: 55 - 75
	I <sub>2</sub> Servicio adecuado	2. ¿Considera usted que los servicios ofrecidos cumplieron con las promesas o descripciones previas realizadas por el parque zonal? 3. ¿Considera usted que el servicio brindado y los atractivos ofertados en el parque zonal es adecuado para todo tipo de visitantes? 4. ¿Considera usted que el parque zonal Chavín de Huántar debería implementar nuevas atracciones o productos creativos que satisfagan mejor a los visitantes? 5. ¿Recomendaría usted el parque zonal a otras personas en función al servicio y la satisfacción que experimentó durante su estadía? 6. ¿Considera usted que se tomaron las medidas adecuadas para garantizar la seguridad de los turistas en la zona turística?		
Calidad de servicio	I <sub>1</sub> Seguridad	7. ¿Considera usted que se brinda información clara sobre los procedimientos de seguridad y las medidas de respuesta en caso de emergencias en la zona turística? 8. ¿Considera usted que los servicios de la zona fueron confiables en términos de horarios y disponibilidad?		
	I <sub>2</sub> Confiabilidad	9. ¿Considera usted que el personal del parque zonal es amable y atento con respecto las necesidades de los visitantes? 10. ¿Recomendaría usted el parque zonal a otras personas en términos de seguridad durante su estadía? 11. ¿Cree usted que los servicios turísticos ofrecidos en el parque zonal valieron la pena en comparación con el precio que pagó?		
Nivel de satisfacción	I <sub>1</sub> Valor percibido	¿Considera usted que debería haber un cambio en el precio por los servicios y atractivos turísticos del parque zonal? 13. ¿Considera usted que la experiencia turística en el parque zonal ha sido satisfactoria?		
	I <sub>2</sub> Experiencia turística	14. ¿Consideraría usted volver a visitar el parque zonal Chavín de Huántar con respecto a la experiencia turística obtenida? 15. ¿Recomendaría usted visitar el parque zonal a sus familiares o amigos en base a la experiencia turística que ha obtenido durante su estadía?		

*Nota:* En esta matriz se da a conocer las dimensiones, indicadores, ítems, escala y rango de la variable satisfacción de los turistas.

## CAPITULO IV. DISEÑO METODOLÓGICO

### 4.1 Enfoque y tipo de investigación

#### 4.1.1 Enfoque

El enfoque de este estudio fue cuantitativo, según Cárdenas (2018) describe que el proceso investigativo incluye la formulación de preguntas clave seguidas de sus respuestas correspondientes a través de la recaudación de información, ahora bien, si se presenta en formato numérico se considerada cuantitativa. Este tipo de enfoque se destaca por la medición precisa utilizando encuestas u otros métodos que permitan reunir datos e identificar causas o tendencias, luego se realizan análisis estadísticos que respalden las conclusiones obtenidas. Por esta razón, se optó por utilizar dicho enfoque en la realización de encuestas a los visitantes del Parque Zonal Chavín de Huántar, con el propósito de obtener datos relevantes que fueron procesados mediante un software estadístico, lo cual permitió sustentar con solidez los resultados del estudio.

#### 4.1.2 Tipo de investigación

Además, el tipo de investigación se nombró Básico sobre lo cual Nicomedes (2018) indicó que este es denominado como puro, puesto que surgió a partir de la curiosidad en el ser humano por obtener y comprender una amplia gama de preguntas como el para qué, cuando, por qué, entre otros. Es de vital importancia destacar que este se basa en la explicación, exploración y descripción en la búsqueda del conocimiento por sí mismo, sin un objetivo aplicado, sino con el único deseo de expandir la comprensión y el saber. Por esta razón, el estudio adoptará este enfoque mencionado anteriormente, ya que su objetivo principal es adquirir conocimiento y comprender el impacto de la oferta en la satisfacción de los turistas que visitaron el parque zonal Chavín de Huántar.

### 4.2 Diseño de investigación

El diseño a utilizar fue no experimental, de acuerdo con Agudelo y Aigner (2008) define que en dicho estudio se mantiene la integridad de las variables sin manipulación alguna, es decir se observan las diversas situaciones sin intervenir en ellas para luego recopilar y analizar los datos existentes. Además, es importante señalar que este diseño se clasifica como un estudio de corte transversal, ya que implica la recopilación de información en un tiempo específico, en otras palabras, se obtienen un solo momento sin seguirlos a lo largo del tiempo.

### **4.3 Nivel de Investigación**

El tipo de nivel de investigación desarrollado fue descriptivo- correlacional, citando a Abreu (2012), esta modalidad combinó dos enfoques complementarios: por un lado, permitió describir detalladamente un fenómeno; y por otro, analizar la relación existente entre dos o más variables. La fase descriptiva se centró en recolectar, organizar y presentar los datos con el propósito de identificar patrones o tendencias, sin intervenir en las variables observadas. En paralelo, la fase correlacional buscó determinar la existencia, intensidad y dirección de las relaciones entre los elementos analizados, sin establecer vínculos de causalidad. De este modo, dicho nivel de investigación no solo permitió identificar las características del fenómeno estudiado, sino también comprender de qué manera se relacionaron sus variables, contribuyendo así a una toma de decisiones mejor fundamentadas.

### **4.4 Método de investigación**

El método de investigación empleado fue el Hipotético – Deductivo, de acuerdo con Bernal (2010) informa que este se trata de un proceso que se inicia con afirmaciones en forma de hipótesis las cuales orientaron el estudio hacia la verificación de su veracidad. A partir de estas suposiciones, se derivaron conclusiones que posteriormente fueron contrastadas mediante la recolección y análisis de datos, con el fin de confirmar o refutar las proposiciones planteadas.

### **4.5 Población y muestra de estudio**

#### *4.5.1 Población*

La Población estuvo representada por 18 500 turistas, citando a López (2004) menciona que la población se refiere al conjunto total de individuos, elementos u otros elementos de los cuales se pretende recopilar información. Cabe señalar que estos sujetos compartieron una característica o cualidad específica, lo que permitió su inclusión dentro del estudio de investigación.

#### *4.5.2 Muestra*

Se empleó un programa de cálculo muestral el cual determinó un tamaño de muestra de 264 turistas, considerando un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 5%. López (2004) la define como un segmento representativo de la comunidad en estudio, lo cual posibilita un análisis más factible en términos de tiempo y recursos, considerando que investigar y recopilar datos de toda la población

sería extenso o inaccesible. No obstante, fue indispensable realizar una selección rigurosa para asegurar la validez y fiabilidad de los resultados.

El muestreo, entendido como el conjunto de normas, técnicas y criterios utilizados para seleccionar de manera representativa a un grupo dentro de una población, permitió reflejar adecuadamente las características del universo de estudio.

Se aplicó un muestreo probabilístico, Según Hernández-Sampieri et al. (2014), esta caracterizado por otorgar a cada elemento de la población la misma oportunidad de ser seleccionado, garantizando una representación equitativa dentro de la investigación, su determinación se basa en definir previamente las características poblacionales y establecer el tamaño muestral adecuado, posterior a ello la selección de unidades de análisis se lleva a cabo mediante procedimientos aleatorios o mecanismos sistemáticos, lo cual permitió minimizar los sesgos y reforzar la validez de los hallazgos obtenidos.

Se optó por el aleatorio simple, y de acuerdo a Velázquez (2017), la define como una selección equitativa de los elementos pertenecientes a una población otorgando a cada uno de ellos la posibilidad de ser escogidos. Este procedimiento implicó la asignación de códigos únicos a cada unidad poblacional para lograr una identificación precisa. Posteriormente, se aplicaron métodos de selección al azar, como el uso de tablas numéricas o programas estadísticos especializados, lo que facilitó la obtención de datos representativos de forma objetiva y eficiente.

#### *4.5.3 Criterios de inclusión y exclusión*

Desde la posición de Arias-Gómez et al. (2016) sostienen que, los criterios de inclusión engloban peculiaridades que los sujetos de estudio deben cumplir para formar parte de la investigación, cabe destacar que estos pueden comprender aspectos como género, nivel socioeconómico, edad, entre otros, además es recomendable solicitar un consentimiento informado si se requiere la participación de niños y adultos. Por otro lado, indica que el criterio de exclusión es utilizado para decidir qué integrantes no serán participes en dicho estudio, con el objetivo de evitar posibles alteraciones en los resultados y garantizar la homogeneidad de la muestra analizada.

En el presente estudio, la población objetivo estuvo conformada por los turistas que visitaron el Parque Zonal Chavín de Huántar, ubicado en el distrito de

Quilmaná, provincia de Cañete, durante el año 2024. Según los datos proporcionados por la administración del parque, se estimó un total de 18,500 visitantes. Para obtener una muestra representativa, se utilizó un programa de cálculo muestral, el cual arrojó un tamaño preliminar de 377 turistas. Posteriormente, se aplicaron criterios de inclusión y exclusión centrados en el rango etario, limitando la participación a personas mayores de 18 años y menores de 70. Finalmente, se estableció un nivel de confianza del 90 % y un margen de error del 5 %, lo que permitió determinar que la muestra adecuada debía estar compuesta por 264 turistas.

#### **4.6 Lugar de estudio**

Quilmaná es uno de los distritos de la provincia de Cañete que limita al norte con Coayllo, al sur con Imperial y San Luis, al este con Nuevo Imperial y al oeste con Cerro Azul y Asia, además es reconocido como la "Capital de la Cordialidad y la Amistad" desde su establecimiento el 15 de septiembre de 1944. Este distrito se destaca por su valle agrícola fértil, que se caracteriza por la agricultura, ganadería y comercio según lo reportado por la (Municipalidad Distrital de Quilmaná, 2024). Asimismo, ofrece una amplia gama de atractivos turísticos, siendo el Parque Zonal Chavín de Huántar uno de los más destacados, el cual constituyó el eje central de la presente investigación.

Este parque temático se estableció tras el descubrimiento de restos arqueológicos de la cultura Chavín. Su construcción inició en 2004 con el propósito de ofrecer un espacio recreativo, posteriormente se estableció una alianza con el Parque de las Leyendas, lo que permitió la incorporación de diversas especies animales, como también la construcción de estatuas de personajes como los de la vecindad del Chavo, entre otros. Del mismo modo se implementó la idea de crear réplicas de las maravillas del mundo, buscando conectar a las personas con diversos destinos turísticos globales. Cabe resaltar que el parque ofrece servicios como paseos en bote, piscina, restaurante y mucho más, lo que genera una afluencia turística fundamental en el distrito.

#### **4.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

##### *4.7.1 Técnica*

Se empleó la técnica de la encuesta, de acuerdo con Casas et al. (2003) sostienen que consiste en la creación de interrogantes dirigidas diversos individuos con el propósito de obtener datos significativos. Asimismo, esta puede llevarse a

cabo de diversas maneras, como a través de correo, vía telefónica, en línea o en persona. Es fundamental destacar la importancia de seleccionar cuál de estas es la adecuada, considerando factores como el tamaño de la muestra, los recursos disponibles y la información requerida.

#### 4.7.2 Instrumento

Se utilizó un cuestionario como herramienta principal para la recolección de datos, teniendo en cuenta a Meneses (2016) opina que es el grupo de diversas interrogantes diseñadas con el propósito de recabar información relevante en una investigación. Asimismo, resultó esencial que las interrogantes fueran claras y pertinentes, con el fin de abordar adecuadamente el tema de estudio sin alejarse del contexto previamente definido.

El cuestionario utilizado es el politómico, según López (2005) opina que las alternativas de este, normalmente son de 1 a 5, es decir brinda varias opciones de respuesta. Para llevar a cabo el presente estudio, se desarrolló un cuestionario específico para cada variable, compuesto por un total de 15 ítems por cada una. Cabe destacar que dentro de cada dimensión se muestran 5 preguntas. En cuanto a la escala de medición empleada, se usó la escala Likert, la cual contempla diversas alternativas para los participantes. Estas alternativas abarcaron desde "Totalmente en desacuerdo" hasta "Totalmente de acuerdo", y se asignó una puntuación numérica en un rango del 1 al 5 a cada opción.

### Tabla 3

#### *Ficha técnica de la variable Oferta Turística*

<b>Nombre</b>	Cuestionario de Oferta Turística
<b>Objetivo</b>	Analizar la relación entre la oferta turística y la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete - 2024.
<b>Autor</b>	Sánchez Garcia María del Rosario y Flores Remuzgo Alexia Verónica 2024, Universidad Nacional de Cañete

<b>Administración</b>	Individual
<b>Duración</b>	15 minutos
<b>Sujeto de aplicación</b>	Flujo de turistas que visitan el Parque Zonal Chavín de Huántar en el distrito de Quilmaná Cañete -2024
<b>Material</b>	Cuestionario impreso
<b>Técnica</b>	Encuesta
<b>Proceso de Validación</b>	Juicio de expertos
<b>Confiabilidad</b>	Alfa de Cronbach
<b>Puntuación y escala de calificación</b>	Escala de Likert

*Nota.* En esta ficha se especifica la técnica, confiabilidad, escala y demás puntos a considerar.

#### **Tabla 4**

##### *Ficha técnica de la variable Satisfacción de los turistas*

<b>Nombre</b>	Cuestionario sobre la Satisfacción de los turistas
<b>Objetivo</b>	Analizar la relación entre la oferta turística y la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete - 2024.
<b>Autor</b>	Sánchez Garcia María del Rosario, Flores Remuzgo Alexia Verónica 2024, Universidad Nacional de Cañete
<b>Administración</b>	Individual

<b>Duración</b>	15 minutos
<b>Sujeto de aplicación</b>	Flujo de turistas que visitan el parque zonal Chavín de Huántar en el distrito de Quilmaná Cañete -2024
<b>Tamaño muestral</b>	264 turistas
<b>Material</b>	Cuestionario impreso
<b>Técnica</b>	Encuesta
<b>Proceso de Validación</b>	Juicio de expertos
<b>Confiabilidad</b>	Alfa de Cronbach
<b>Puntuación y escala de calificación</b>	Escala de Likert

*Nota.* En esta ficha técnica se especifica, la técnica, confiabilidad, escala y demás puntos a considerar.

### **Tabla 5**

#### *Puntuación numérica*

<b>Puntuación numérica</b>	<b>Rango o nivel</b>
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

*Nota.* En esta tabla se especifica el rango y la puntuación a considerar para los cuestionarios

#### **A. Validez**

Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) mencionan que esta se refiere al nivel en el cual un instrumento de medición logra capturar de manera precisa la variable que realmente intenta evaluar. En otras palabras, determina si el método utilizado para la recoger datos realmente está enfocado en medir lo que se supone debe medir y si estos son proporcionales con el objetivo de la investigación.

En esta investigación la validación que se realizó fue mediante el juicio de expertos, de acuerdo con Escobar-Pérez y Cuervo (2008) opinan que el juicio de personas experimentadas en el campo se caracteriza por ser una valoración proporcionada por individuos con conocimiento en el área, estos tienen la capacidad de brindar información, mejoras demás, basadas en su conocimiento y trayectoria. Ahora bien, para ello se elaboró una tabla con la finalidad de mostrar los aspectos a evaluar por 3 jueces expertos. En esta oportunidad la Dra. Nieves Elva Baños Chaparro, la Mtra. María Guadalupe Valiente Campos y la Mg. Laura Vanessa Zamudio Ramírez evaluaron los instrumentos obteniendo como resultado aplicable en cada documento de validación.

**Tabla 6**

*Aspectos de la validación del instrumento de investigación*

Aspectos de Validación	Descripción
Suficiencia	Basado en aspectos teóricos y científicos
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado
Coherencia	Existe correspondencia entre las categorías y subcategorías y dominios
Relevancia	Es importante para los objetivos de la investigación

*Nota.* La información corresponde a los criterios de validación del instrumento.

**Tabla 7**

*Consolidado de la validez de expertos*

	Dra. Nieves Baños	Mg. María Valiente	Mg. Laura Zamudio
Pertenencia	Aplicable	Aplicable	Aplicable
Relevancia	Aplicable	Aplicable	Aplicable
Claridad	Aplicable	Aplicable	Aplicable

*Nota.* Datos de resultado obtenido en la validez del instrumento a través del juicio de expertos.

## B. Confiabilidad

Citando a Villasís-Keever et al. (2018) consideran que los hallazgos de un estudio se consideran confiables cuando poseen un nivel elevado de validez y no presentan sesgos en el estudio que puedan afectar su precisión. Es decir, este se centra en minimizar errores o fluctuaciones para obtener resultados estables.

### Coeficiente Alfa de Cronbach

Para este estudio fue relevante el uso del alfa de Cronbach, desde el punto de vista de Rodríguez-Rodríguez y Reguant-Álvarez (2020) sostienen que esta es utilizada para estimar la confiabilidad de un instrumento de medición en el que las respuestas son dicotómicas o tienen más de 2 opciones. Es importante destacar que este coeficiente obtiene valores que varían entre 0 a 1, siendo un valor cercano a 1 indicativo de una mayor coherencia interna.

**Tabla 8**

*Estadística de confiabilidad del instrumento de la variable oferta turística*

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
,818	15

*Nota.* El coeficiente de alfa de Cronbach es 0,818 lo cual indica una buena confiabilidad del instrumento que mide la oferta turística

**Tabla 9**

*Estadística de confiabilidad del instrumento de la variable satisfacción del turista*

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
,814	15

*Nota.* El coeficiente de alfa de Cronbach es 0,814 lo cual indica una buena confiabilidad del instrumento que mide la satisfacción de los turista

## 4.8 Análisis y procesamiento de datos

### 4.8.1 Estadística descriptiva

Citando a Rendón-Macías et al. (2016) opina que se le conoce como una disciplina que brinda pautas para sintetizar la información de un estudio de forma clara y concisa, en diversas formas, como, por ejemplo: tablas, cuadros y gráficos. Cabe

resaltar que este último puede adoptar la forma de gráficos de pastel, histogramas, líneas o diagramas de dispersión.

#### *4.8.2 Estadística inferencial*

De acuerdo con Mayorga-Ponce (2020) enfatiza que esta se orienta en el análisis de los datos recaudados a partir de la muestra extraída de una población, además a través de métodos estadísticos se pueden realizar estimaciones como también prueba de hipótesis.

##### Coeficiente de correlación de Pearson

Desde la posición de Restrepo y Gonzáles (2007) sostienen que el propósito de este coeficiente es evaluar la intensidad entre dos variables, permitiendo determinar el nivel de dependencia que tiene una respecto a la otra.

##### Coeficiente de correlación de Spearman

Citando a Martínez et al. (2009) refiere que este utiliza los rangos para medir la asociación lineal entre las variables, proporcionando una medida de relación que no depende de los valores numéricos exactos, sino de la posición relativa de los datos.

##### Prueba de significancia

Según Acoltzin (2014) opina que esta implica evaluar si los resultados observados proporcionaron evidencia suficiente para contradecir la hipótesis nula a favor de una alternativa. Esto se logra eligiendo un nivel de significancia y determinando si la probabilidad asociada a la prueba es menor a este, de ser así, se rechaza la hipótesis nula, indicando que se encuentran pruebas suficientes para respaldarla, caso contrario no se rechaza y se concluye que no hay pruebas para sustentarla.

##### Gráficos de dispersión

Teniendo en cuenta a Estepa (2008) describe que este nos ofrece una representación visual la cual ayuda a entender el vínculo entre las variables y a descifrar los resultados. Proporciona una herramienta fundamental que facilita la comprensión de las relaciones entre las variables y contribuye a descifrar los resultados de manera efectiva. La capacidad de visualizar los datos y las conexiones entre las variables resulta fundamental para analizar la información recopilada y extraer conclusiones significativas. En este contexto, la utilización de representaciones visuales se convierte en un recurso valioso que enriquece la

investigación y contribuye a la profundización en el tema, permitiendo una apreciación más completa de los resultados obtenidos.

## CAPITULO V: RESULTADOS

### 5.1 Resultados descriptivos

Se expone el análisis descriptivo, considerando la distribución de la frecuencia en las categorías de bajo, medio y alto, tal como se estableció para el procesamiento.

#### 5.1.1 Análisis descriptivo de la variable oferta turística

La tabla 10 y la figura 2 indican que en la variable oferta turística, el 7,2% (n=19) presentan un nivel alto; el 69,3% (n=183), un nivel medio y el 23,5 (n=62), un nivel bajo.

**Tabla 10**

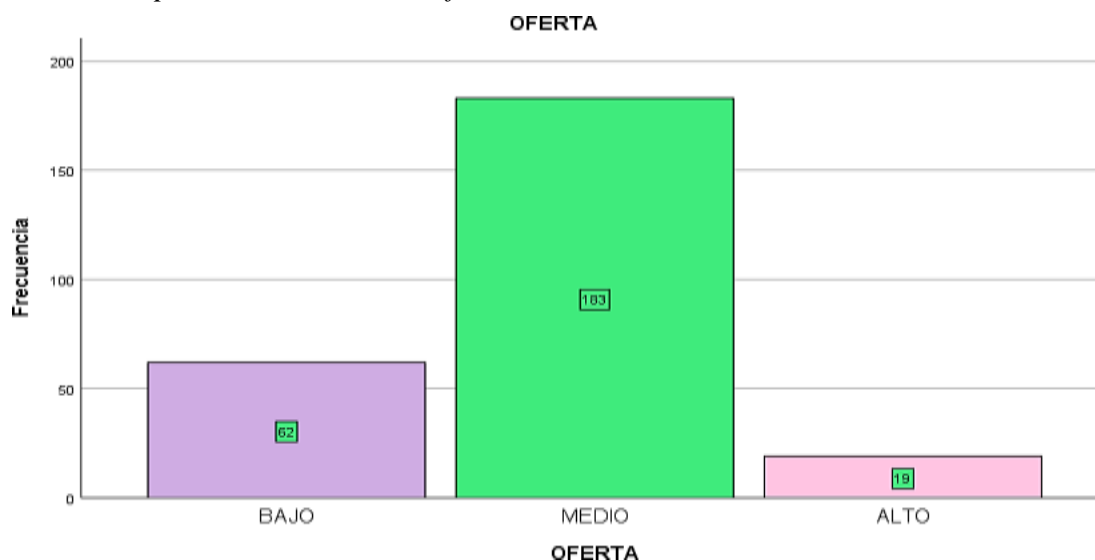
*Distribución de frecuencia de la VI: oferta turística*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	62	23,5	23,5	23,5
	Medio	183	69,3	69,3	92,8
	Alto	19	7,2	7,2	100,0
	Total	264	100,0	100,0	

*Nota.* En el presente cuadro se dan a conocer los porcentajes obtenidos de la variable oferta turística en los rangos bajo, medio y alto, extraído del SPSS

**Figura 2**

*Distribución porcentual de la VI: Oferta turística*



*Nota* En la figura se da a conocer que el 23,5% representa a un nivel bajo, el 69,3% representa a un nivel medio y el 7,2 al nivel alto.

### 5.1.2 Análisis descriptivo de la dimensión atractivo turístico

La tabla 11 y la figura 3 indican que, el 44,3% (n=117) presentan un nivel medio y el 55,7% (n=147), un nivel bajo en la dimensión atractivo turístico.

**Tabla 11**

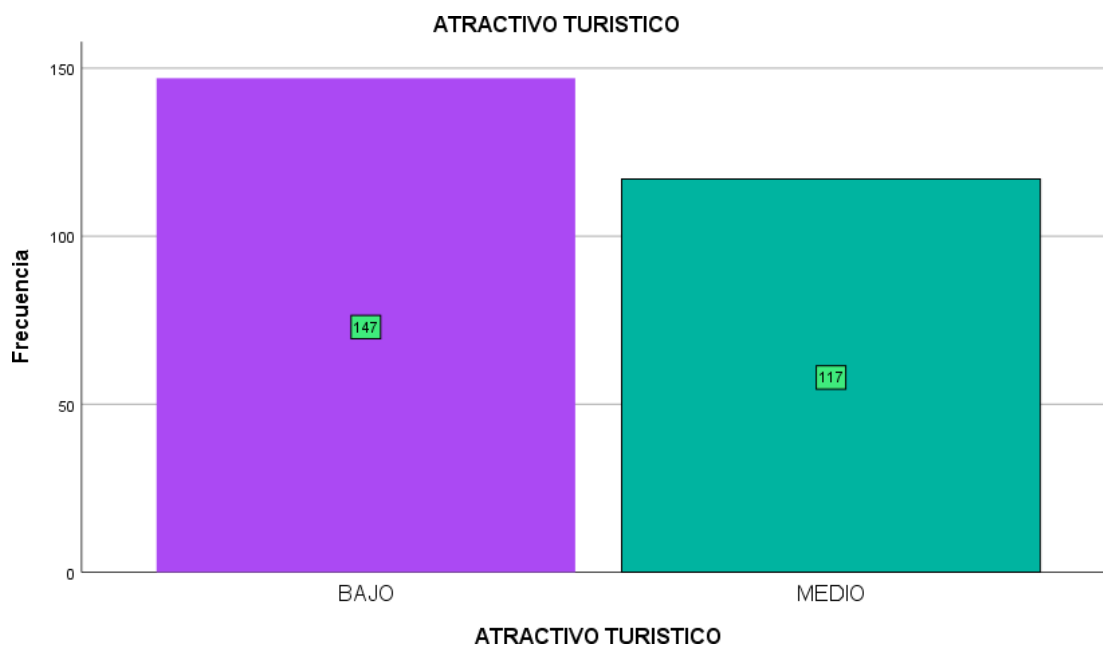
*Distribución de frecuencia de la D1: atractivo turístico*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	147	55,7	55,7	55,7
	Medio	117	44,3	44,3	100,0
	Total	264	100,0	100,0	

*Nota.* En el presente cuadro se dan a conocer los porcentajes obtenidos de la dimensión atractivo turístico en los rangos medio y bajo, extraído del SPSS

**Figura 3**

*Distribución porcentual de la D1: atractivo turístico*



*Nota.* En la figura se da a conocer que el 44,3% representa a un nivel medio y el 55,7 % un nivel bajo.

### 5.1.3 Análisis descriptivo de la dimensión infraestructura turística

La tabla 12 y la figura 4 indican que, el 18,9% (n=50) presentan un nivel medio y el 81,1% (n=214), un nivel bajo en la dimensión atractivo turístico.

**Tabla 12**

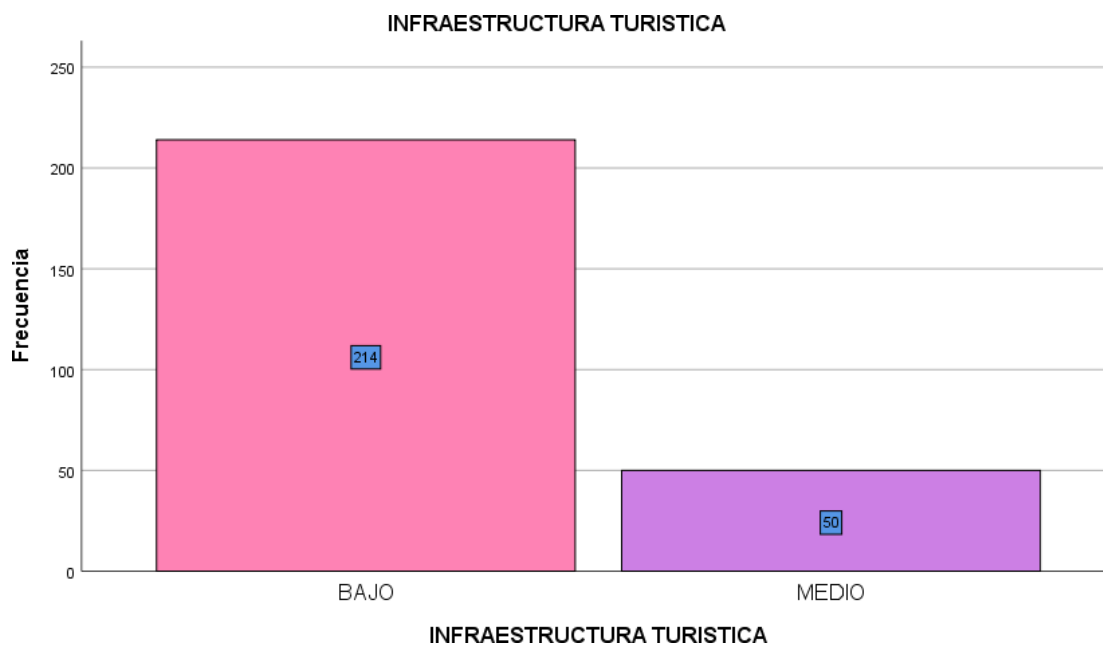
*Distribución de frecuencia de la D2: Infraestructura turística.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	214	81,1	81,1	81,1
	Medio	50	18,9	18,9	100,0
	Total	264	100,0	100,0	

*Nota.* En el presente cuadro se dan a conocer los porcentajes obtenidos de la dimensión infraestructura turística en los rangos bajo, medio y alto, extraído del SPSS

**Figura 4**

*Distribución porcentual de la D2: Infraestructura turística*



*Nota.* En la figura se da a conocer que el 18,9 % representa un nivel medio y el 81,1 % representa un nivel bajo.

### 5.1.3 Análisis descriptivo de la dimensión servicios turísticos

La tabla 13 y la figura 5 indican que, el 38,3% (n=101) presentan un nivel medio y el 61,7% (n=163), un nivel bajo en la dimensión atractivo turístico.

**Tabla 13**

*Distribución de frecuencia de la D3: Servicios turísticos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	163	61,7	61,7	61,7
	Medio	101	38,3	100,0	

Medio	101	38,3	38,3	100,0
Total	264	100,0	100,0	

*Nota.* En el presente cuadro se dan a conocer los porcentajes obtenidos de la dimensión servicios turísticos en los rangos bajo, medio y alto, extraído del SPSS

**Figura 5**

*Distribución porcentual de la D3: Servicios turísticos*



*Nota.* En la figura se da a conocer que el 38,3% representa al nivel medio y el 61,7% representa al nivel bajo.

#### 5.1.5 Análisis descriptivo de la variable satisfacción del turista

La tabla 14 y la figura 6 indican que en la variable satisfacción del turista, el 15,9% (n=42) presentan un nivel alto; el 70,8% (n=187), un nivel medio y el 13,3 (n=35), un nivel bajo.

**Tabla 14**

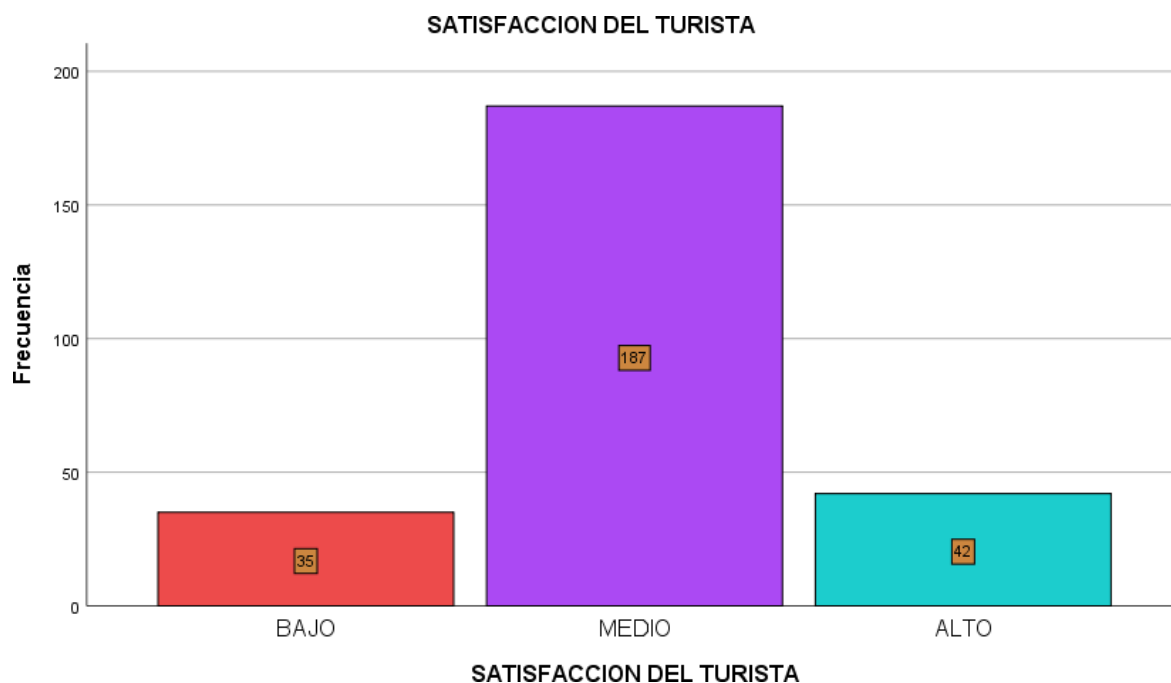
*Distribución de frecuencia de la V2: Satisfacción del turista*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	35	13,3	13,3	13,3
	Medio	187	70,8	70,8	84,1
	Alto	42	15,9	15,9	100,0
	Total	264	100,0	100,0	

*Nota.* En el presente cuadro se dan a conocer los porcentajes obtenidos de la variable satisfacción del turista en los rangos bajo, medio y alto, extraído del SPSS.

**Figura 6**

*Distribución porcentual de la V2: Satisfacción del turista*



*Nota.* En la figura se da a conocer que el 13,3% representa a un nivel bajo, el 70,8% representa a un nivel medio y el 15,9% al nivel alto.

#### 5.1.6 Análisis descriptivo de la dimensión expectativas del servicio

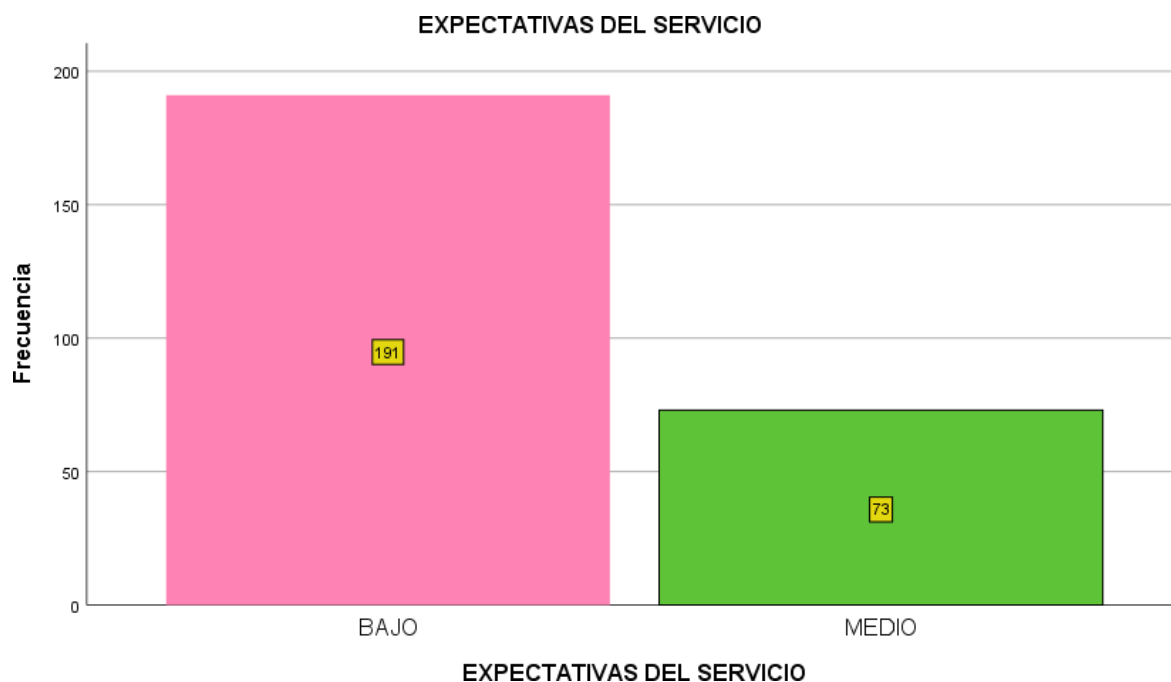
La tabla 15 y la figura 7 indican que, el 27,7% (n=73) presentan un nivel medio y el 72,3% (n=191), un nivel bajo en la dimensión expectativas del servicio.

**Tabla 15**

*Distribución de frecuencia de la D4: expectativas del servicio*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	191	72,3	72,3
	Medio	73	27,7	100,0
	Total	264	100,0	100,0

*Nota.* En el presente cuadro se dan a conocer los porcentajes obtenidos de la dimensión atractivo turístico en los rangos medio y bajo, extraído del SPSS

**Figura 7***Distribución porcentual de la D4: expectativas del servicio*

*Nota.* En la figura se da a conocer que el 27,7% representa a un nivel medio y el 72,3% un nivel bajo.

#### 5.1.7 Análisis descriptivo de la dimensión calidad de servicio

La tabla 16 y la figura 8 indican que, el 15,9% (n=42) presentan un nivel medio y el 84,1% (n=222), un nivel bajo en la dimensión calidad de servicio.

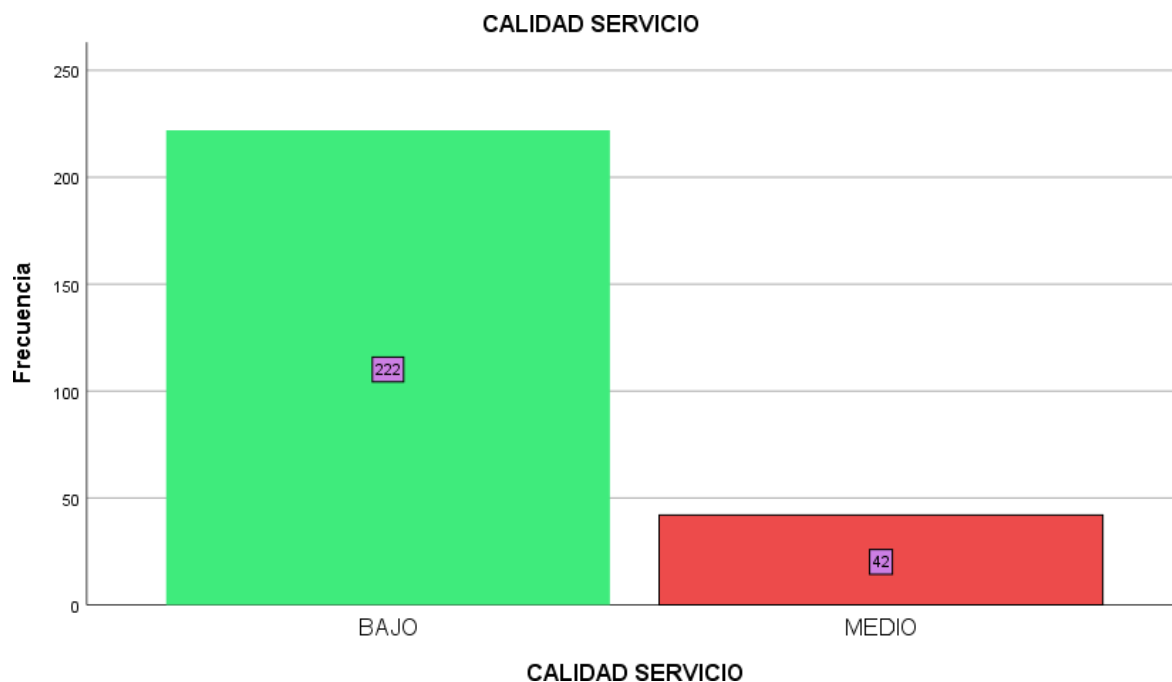
**Tabla 16***Distribución de frecuencia de la D5: calidad de servicio.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Bajo	222	84,1	84,1	84,1
Válido	Medio	42	15,9	15,9	100,0
	Total	264	100,0	100,0	

*Nota.* En el presente cuadro se dan a conocer los porcentajes obtenidos de la dimensión calidad de servicio en los rangos bajo, medio y alto, extraído del SPSS

**Figura 8**

*Distribución porcentual de la D5: calidad de servicio*



*Nota* En la figura se da a conocer que el 15,9 % representa un nivel medio y el 84,1 % representa un nivel bajo.

#### 5.1.8 Análisis descriptivo de la dimensión nivel de satisfacción

La tabla 17 y la figura 9 indican que, el 11,7% (n=31) presentan un nivel medio y el 88,3% (n=233), un nivel bajo en la dimensión nivel de satisfacción.

**Tabla 17**

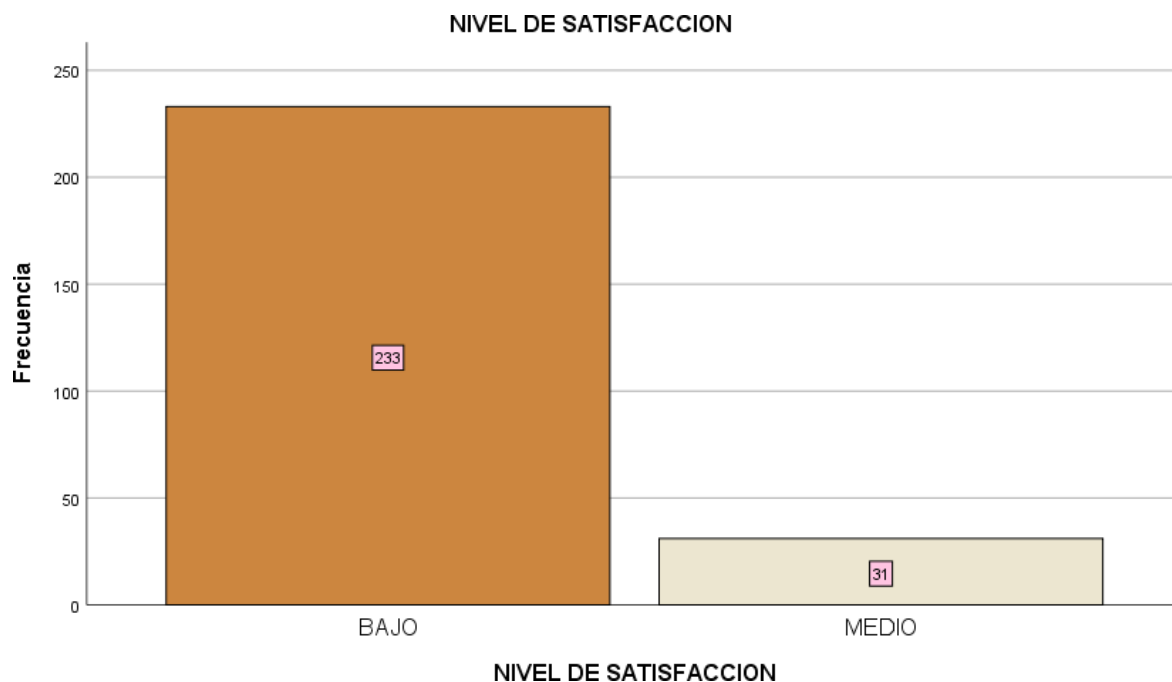
*Distribución de frecuencia de la D6: Nivel de satisfacción*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	233	88,3	88,3	88,3
	Medio	31	11,7	11,7	100,0
	Total	264	100,0	100,0	

*Nota.* En el presente cuadro se dan a conocer los porcentajes obtenidos de la dimensión nivel de satisfacción en los rangos bajo, medio y alto, extraído del SPSS

**Figura 9**

*Distribución porcentual de la D6: Nivel de satisfacción*



*Nota.* En la figura se da a conocer que el 11,7% representa al nivel medio y el 88,3% representa al nivel bajo.

## 5.2 Resultados inferenciales

### 5.2.1 Prueba de normalidad

Se utiliza la prueba de Kolmogórov-Smirnov cuando el tamaño de la muestra es  $>$  a 50.

**Tabla 18**

*Prueba de Kolmogórov-Smirnov*

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Oferta turística	,102	264	,000
Atractivo turístico	,164	264	,000
Infraestructura turística	,165	264	,000
Servicios turísticos	,173	264	,000
Satisfacción del turista	,119	264	,000
Expectativas del servicio	,150	264	,000
Calidad de servicio	,172	264	,000
Nivel de satisfacción	,131	264	,000

*Nota.* Los resultados dieron a conocer que la prueba de normalidad es menor a 0,05.

Decisión:

En la Tabla 18, se destaca que el valor calculado para la significancia del estadístico de prueba de normalidad en las variables y dimensiones es inferior a 0,05. Esta observación sugiere que los datos exhiben desviaciones de una distribución normal. Por lo tanto, con el propósito de realizar la prueba de hipótesis, se optará por la aplicación de una prueba no paramétrica, específicamente el coeficiente de correlación de Spearman, dada la naturaleza de los datos.

### 5.2.3 Prueba hipótesis

En la formulación de la hipótesis general:

Ha. La Oferta turística se relaciona significativamente con la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024.

Ho. La Oferta turística no se relaciona significativamente con la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024.

Criterios de decisión

Si, valor  $p < 0,05$  Se acepta Ha

Si, Valor  $p > 0,05$  Se acepta Ho

Estadístico de Prueba

### Tabla 19

*Estadístico de prueba de la Variable oferta turística y satisfacción del turista.*

			Oferta turística	Satisfacción del turista
Rho de Spearman	Oferta turística	Coeficiente de correlación	1,000	,566**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	264	264
	Satisfacción del turista	Coeficiente de correlación	,566**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	264	264

*Nota.* Los resultados nos dan a conocer que el valor de Rho es 0,566

Interpretación

Según la Tabla 19, se observa que el valor de Rho es 0,566, indicando una correlación positiva moderada. Además, el valor de p es 0,00, que es menor que 0,05, lo que sugiere una significancia estadística. En consecuencia, se toma en consideración anular la H0.

En la formulación de la hipótesis específica número 1:

Ha. Los atractivos turísticos se relacionan significativamente con la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024.

H0. Los atractivos turísticos no se relacionan significativamente con la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024.

Criterios de decisión

Si, valor  $p < 0,05$  Se acepta Ha

Si, Valor  $p > 0,05$  Se acepta Ho

Estadístico de Prueba

### Tabla 20

*Estadístico de prueba de la dimensión atractivo turístico y la variable satisfacción del turista.*

			Atractivo turístico	Satisfacción del turista
Rho de Spearman	Atractivo turístico	Coefficiente de correlación	1,000	,378**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	264	264
	Satisfacción del turista	Coefficiente de correlación	,378**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	264	264

*Nota.* Los resultados nos dan a conocer que el valor de Rho es 0,378

Interpretación

De acuerdo con los resultados presentados en la Tabla 20, se puede apreciar que el coeficiente de correlación (Rho) adquiere el v de 0,378, lo que sugiere una correlación positiva de baja intensidad. Además, el p-valor asociado es 0,00, el cual es inferior a 0,05, indicando una significancia estadística. En consecuencia, se procede al rechazo de la H0.

En la formulación de la hipótesis específica número 2:

Ha. La infraestructura se relaciona significativamente con la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024.

H0. La infraestructura no se relaciona significativamente con la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024.

Criterios de decisión

Si, valor  $p < 0,05$  Se acepta Ha

Si, Valor  $p > 0,05$  Se acepta Ho

Estadístico de Prueba

### Tabla 21

*Estadístico de prueba de la dimensión infraestructura turística y la variable satisfacción del turista*

			Infraestructura turística	Satisfacción del turista
Rho de Spearman	Infraestructura turística	Coefficiente de correlación	1,000	,561**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Satisfacción del turista	N	264	264
		Coefficiente de correlación	,561**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	264	264

*Nota.* Los resultados nos dan a conocer que el valor de Rho es 0,561

Interpretación

Según la Tabla 21, se revela que el indicador de Rho es 0,561, indicando una correlación positiva moderada. Además, el p-valor es 0,00, que es menor que 0,05, denotando significancia estadística. Por ende, se descarta la H0

En la formulación de la hipótesis específica número 3:

Ha. Los servicios turísticos se relacionan significativamente con la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024

H0. Los servicios turísticos no se relacionan significativamente con la satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024

Criterios de decisión

Si, valor  $p < 0,05$  Se acepta Ha

Si, Valor  $p > 0,05$  Se acepta Ho

Estadístico de Prueba

**Tabla 22**

*Estadístico de prueba de la dimensión servicios turísticos y la variable satisfacción del turista.*

			Servicios turísticos	Satisfacción del turista
Rho de Spearman	Servicios turísticos	Coefficiente de correlación	1,000	,296**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	264	264
	Satisfacción del turista	Coefficiente de correlación	,296**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	264	264

*Nota.* Los resultados nos dan a conocer que el valor de Rho es 0,296

#### Interpretación

Según la información presentada en la Tabla 22, se observa que el coeficiente de correlación (Rho) arroja 0,296, indicando una correlación positiva de intensidad baja. Además, el p-valor asociado es 0,00, menor que 0,05, lo cual denota significancia estadística. En consecuencia, se procede al rechazo de la hipótesis nula.

## CAPITULO VI: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

- El presente estudio se orienta hacia la relación significativa de la oferta turística y la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete, durante el año 2024. El análisis estadístico mediante el coeficiente Rho arrojó una correlación positiva moderada ( $p=0,566$ ), con una significancia estadística de 0,00, inferior a 0,05 lo que sostiene que ambas variables se relacionan de manera significativa. Estos resultados convergen con las investigaciones previas de Calderón y Navarro (2024), quienes, en su estudio identificaron que, a pesar de una percepción inicial de debilidad en la oferta los visitantes manifestaron altos niveles de satisfacción: el 44 % se mostró muy satisfecho y el 22 % satisfecho. Este resultado revela que, incluso en escenarios donde la oferta puede considerarse limitada, la experiencia global del visitante puede llevar a una valoración positiva, siempre que se logre una adecuada integración entre los recursos ofrecidos y las expectativas del turista. A nivel internacional, Cepeda (2023), concluyó que la satisfacción del cliente guarda una relación significativa con la oferta de servicios de alojamiento, sustentado en una prueba estadística de Chi-cuadrado, cuyo valor p fue de 0,024. Esta coincidencia confirma que, tanto en contextos locales como internacionales, una adecuada gestión está vinculada con niveles más altos de satisfacción, independientemente de la tipología del destino. En conjunto, los hallazgos del presente estudio y los antecedentes revisados permiten sostener que la relación entre la oferta turística y la satisfacción del turista es estadísticamente significativa, y debe ser considerada un eje fundamental para el diseño de estrategias de desarrollo turístico. Fortalecer dicha oferta desde la infraestructura hasta la experiencia vivencial resulta clave para consolidar la imagen del destino y fomentar un turismo sostenible y competitivo.
- En relación al Objetivo Específico 1, el cual tiene como propósito evaluar la relación de los atractivos turísticos y la satisfacción de los visitantes que exploran el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete, durante el año 2024, los resultados obtenidos revelan una correlación positiva de baja intensidad. se identificó una correlación positiva de baja intensidad ( $Rho = 0,378$ ;  $p = 0,00$ ). Este resultado indica que, si bien la percepción de los atractivos se relaciona con el grado de satisfacción experimentado por los turistas, dicha relación no es especialmente fuerte. Este hallazgo encuentra respaldo con Huaytalla y Espilco (2023), quienes evidenciaron una correlación fuerte entre la gestión de los atractivos turísticos y la satisfacción de los excursionistas, con un coeficiente  $rho = 0,779$ , lo que refleja una experiencia turística más consolidada en términos de infraestructura,

servicios complementarios y actividades recreativas. De igual manera Cahuaza y Gutiérrez (2023), concluyó que existe una relación moderada alcanzando una rho global de 0,655. Sus hallazgos refuerzan la idea de que los componentes que conforman la oferta turística incluidos los atractivos son determinantes en la experiencia global del visitante.

- Respecto al segundo objetivo específico, orientado a evaluar la relación entre la infraestructura turística y la satisfacción de los visitantes del Parque Zonal Chavín de Huántar, distrito de Quilmaná, Cañete – 2024, los resultados evidencian una correlación positiva moderada, con un coeficiente de Spearman de 0,561 y un valor de significancia de  $p = 0,00 < 0,05$ . Estos datos confirman que existe una asociación estadísticamente significativa entre ambas variables, este resultado guarda coherencia con lo planteado por Villanueva (2021) en su estudio donde identificó deficiencias estructurales y operativas que limitaban la experiencia del turista. En contraste, los hallazgos de Vásquez (2023) difieren significativamente, puesto que arrojó un valor de significancia de  $0,91 > 0,05$  y una correlación positiva muy débil ( $p = 0,009$ ), concluyendo que no existe una relación relevante entre infraestructura y satisfacción. Esta diferencia puede deberse a condiciones particulares del entorno evaluado, como el estado de conservación o la distribución de los servicios turísticos. De forma complementaria, Cáceres (2020) en la comunidad de Chuquibamba reveló una percepción positiva sobre la infraestructura turística: el 79.1 % de los visitantes calificó como “buena” la infraestructura disponible, mientras que el 91.0 % valoró favorablemente la planta turística en general. Estos datos reflejan que, cuando la infraestructura turística está adecuadamente desarrollada y articulada con servicios básicos y equipamientos como señalización, senderos y accesos, la satisfacción del visitante tiende a elevarse de forma significativa.
- El análisis inferencial del tercer objetivo específico, que busca evaluar la relación entre los servicios turísticos y la satisfacción de los visitantes del Parque Zonal Chavín de Huántar, distrito de Quilmaná, Cañete, durante el año 2024 evidenció una correlación positiva baja (Rho = 0.296) con un p-valor de  $0.00 < 0.05$ , esto implica que los servicios turísticos se relacionan con la segunda variable a tratar aunque de manera limitada, posiblemente debido a deficiencias en calidad, personalización o cobertura de dichos servicios. En comparación con los resultados de Durand (2023), identificó una correlación positiva fuerte (Rho = 0.869) entre los servicios turísticos y la satisfacción del turista., lo que sugiere que en contextos donde la oferta está mejor alineada con las expectativas del turista, la relación de los servicios sobre la satisfacción es considerablemente mayor.

Asimismo, al confrontar estos resultados con el antecedente internacional de Silva (2021), se observan niveles similares de correlación baja: los servicios turísticos muestran una correlación de  $r = 0.349$ , mientras que los medios de transporte presentan  $r = 0.269$ , y los restaurantes no evidencian relación significativa ( $r = 0.114$ ;  $p = 0.110$ ). Estos hallazgos refuerzan la idea de que la presencia de servicios por sí sola no garantiza una experiencia satisfactoria, si no están adecuadamente gestionados.

## CAPITULO VII: CONCLUSIONES

- Con base en el objetivo general de la investigación, orientado a determinar la relación significativa entre la oferta turística y la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar, se concluye que existe una correlación positiva moderada ( $Rho = 0,566$ ;  $p = 0,00$ ), lo que evidencia una asociación estadísticamente significativa entre ambas variables. Este resultado confirma que una oferta turística bien estructurada representa un componente esencial para elevar los niveles de satisfacción de los visitantes. Sin embargo, se evidencian deficiencias en la oferta actual del parque, como la falta de una promoción adecuada, la ausencia de guías de turismo y la carencia de innovación en las experiencias ofrecidas.
- En relación con el primer objetivo específico, se concluye que los atractivos turísticos del Parque Zonal Chavín de Huántar presentan una correlación positiva de baja intensidad con la satisfacción del visitante ( $Rho = 0,378$ ;  $p = 0,00$ ), lo cual demuestra que, si bien existe una relación estadísticamente significativa, esta no es especialmente fuerte. Ello sugiere que los atractivos actuales no están generando un impacto suficientemente alto en la experiencia del turista, posiblemente debido a problemas de mantenimiento, señalización o valor interpretativo limitado.
- En relación al segundo objetivo específico, se concluye que existe una relación estadísticamente significativa y de intensidad moderada entre la infraestructura turística y la satisfacción de los visitantes del Parque Zonal Chavín de Huántar, de acuerdo con el coeficiente de Spearman de  $0,561$  y un valor de significancia de  $p = 0,00 < 0,05$ . Estos resultados evidencian que las condiciones de la infraestructura inciden directamente en la experiencia del turista, relacionándose en su nivel de satisfacción. No obstante, se identifican deficiencias estructurales relevantes que limitan una experiencia óptima, lo que refuerza la necesidad de mejorar la planificación, el mantenimiento y la accesibilidad de las instalaciones. Estas acciones resultan esenciales para elevar la calidad del servicio, garantizar la inclusión y posicionar al destino de forma sostenible y competitiva en el mercado turístico.
- Frente al tercer objetivo específico se concluye que los servicios turísticos mantienen una relación estadísticamente significativa pero de baja intensidad con la satisfacción de los visitantes del Parque Zonal Chavín de Huántar, tal como lo evidencia un coeficiente de Spearman de  $0,296$  y un p-valor de  $0,00 < 0,05$ . Este resultado indica que la oferta de servicios, aunque funcional, no logra responder plenamente a las

expectativas del turista, lo que limita su efecto en la calidad de la experiencia. Esta situación sugiere insuficiencias en la diversificación, estandarización y valor agregado de los servicios complementarios, como alimentación, guiado, información turística y espacios de recreación.

## CAPITULO VIII: RECOMENDACIONES

- A pesar de los resultados favorables, se identificaron diversas falencias en la oferta actual del parque que requieren una intervención urgente. Se recomienda fortalecer la promoción turística a través de medios digitales, redes sociales y materiales impresos dirigidos a públicos objetivos específicos. Es fundamental la incorporación de guías turísticos capacitados que puedan ofrecer recorridos estructurados, narrativas interpretativas y atención personalizada al visitante. Asimismo, es necesario desarrollar experiencias innovadoras que vayan más allá del uso pasivo del espacio, como circuitos temáticos, actividades culturales interactivas, ferias temporales o rutas eco educativas. Por otro lado, se debe priorizar el mantenimiento y la conservación del entorno, ya que varios atractivos presentan deterioro físico, presencia de basura, grafitis o estructuras con daños visibles, lo cual afecta negativamente la percepción del visitante. Implementar un programa permanente de limpieza, restauración y vigilancia no solo garantizará la calidad del recurso, sino también contribuirá a preservar el patrimonio del parque. En conjunto, estas acciones permitirán elevar significativamente la calidad de la oferta turística y, con ello, el nivel de satisfacción de los visitantes, posicionando al parque como un destino competitivo y sostenible.
- Dada la correlación positiva pero débil entre los atractivos turísticos y la satisfacción del visitante, es imprescindible diseñar e implementar programas específicos de conservación y puesta en valor de los recursos turísticos del parque. Estos programas deben incluir actividades de mantenimiento sistemático, restauración de estructuras deterioradas, mejora del entorno físico y adopción de prácticas sostenibles que respeten tanto el medio ambiente como el valor cultural del lugar. Asimismo, se recomienda fomentar la participación activa de la comunidad local mediante estrategias de educación, sensibilización y capacitación en torno al cuidado del patrimonio turístico. El desarrollo de campañas de concienciación sobre el valor simbólico, ambiental y económico de los atractivos puede generar un compromiso colectivo que fortalezca su conservación a largo plazo. Esta implicancia no solo permitirá preservar físicamente los recursos, sino también asegurar que la experiencia del visitante sea coherente con principios de sostenibilidad y respeto ético. De este modo, el turismo se convierte en una herramienta que no solo promueve el disfrute del visitante, sino que también impulsa el desarrollo local y protege el capital natural y cultural del destino.

- A partir del análisis de las limitaciones detectadas en materia de accesibilidad, señalización e infraestructura en el Parque Zonal Chavín de Huántar, se recomienda la implementación de un plan integral de mejoramiento turístico con enfoque inclusivo y sostenible, que permita garantizar la experiencia plena de todos los visitantes y también de aquellos con discapacidad. Considerando las debilidades señaladas, resulta indispensable diseñar e instalar infraestructura bajo los principios del diseño universal, promoviendo la equidad y facilitando la autonomía del visitante en cada etapa del recorrido. Asimismo, se recomienda la implementación de un sistema de señalización integral, inclusivo y estratégicamente ubicado, que facilite la orientación del visitante desde el ingreso hasta cada atractivo o servicio turístico del parque. Este sistema debe contemplar elementos visuales accesibles, simbología universal, ubicación en puntos clave y contenido interpretativo útil, fomentando así un recorrido autónomo, educativo y seguro. En paralelo, es fundamental el desarrollo de un plan de mantenimiento preventivo y correctivo, orientado a asegurar la conservación continua y funcionalidad óptima de la infraestructura turística. Este plan debe establecer rutinas periódicas de inspección, intervención técnica oportuna y reposición de elementos en deterioro. De esta manera, se garantizará que el parque mantenga estándares de calidad y seguridad que contribuyan directamente a la satisfacción del visitante, al fortalecimiento de su imagen como destino recreativo y a su posicionamiento dentro del circuito turístico regional. Finalmente, estas acciones no solo responden al cumplimiento de normativas nacionales e internacionales en accesibilidad, sino que reflejan el compromiso de gestión hacia un turismo más inclusivo, responsable y competitivo, donde la experiencia turística esté pensada para todos, sin distinción ni barreras.
- Considerando la influencia altamente significativa de los servicios turísticos en la satisfacción de los visitantes se recomienda fortalecer de manera estratégica la calidad, pertinencia y gestión de los servicios turísticos ofrecidos en el destino. Este fortalecimiento debe contemplar una revisión integral del sistema de servicios, enfocada no solo en la cobertura, sino también en la eficiencia, adaptabilidad y capacidad de respuesta ante las demandas de una tipología de visitante cada vez más exigente y diversa. Es indispensable implementar programas sistemáticos de capacitación para el personal operativo y administrativo del parque, con el propósito de elevar los estándares de atención, mejorar la hospitalidad, optimizar los procesos de comunicación interpersonal y fomentar una actitud proactiva frente al turista. La

profesionalización del recurso humano no solo elevará el nivel del servicio ofrecido, sino que incrementará la percepción de valor por parte del visitante, generando así una experiencia más memorable y positiva. Además, se hace necesaria la incorporación de enfoques de formación continua y gestión del conocimiento, que permitan al personal mantenerse actualizado frente a las transformaciones del sector. El contexto postpandemia ha reconfigurado las dinámicas del turismo, dando mayor relevancia a aspectos como la bioseguridad, la digitalización de servicios, la flexibilidad en la atención, y el diseño de experiencias auténticas y personalizadas. En consecuencia, los servicios turísticos deben ser concebidos como un sistema adaptable, resiliente y alineado con las nuevas tendencias de comportamiento del consumidor turístico. Por otra parte, se sugiere establecer mecanismos de retroalimentación sistemática con los usuarios, a través de encuestas de satisfacción, buzones de sugerencias digitales o puntos de evaluación rápida, a fin de identificar brechas en el servicio y áreas de oportunidad para su mejora continua. Esta gestión basada en datos permitirá tomar decisiones informadas y mantener una oferta de servicios orientada a la mejora permanente de la experiencia turística. En suma, garantizar la calidad de los servicios turísticos en el Parque Zonal Chavín de Huántar no solo contribuirá a elevar el nivel de satisfacción de los visitantes, sino que además posicionará al parque como un destino competitivo, dinámico y acorde con los principios de un turismo moderno, responsable y centrado en la experiencia del usuario.

## REFERENCIAS

- Abreu, J. (2012). Hipótesis, método & diseño de investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 7(2), 187-197. [http://www.spentamexico.org/v7-n2/7\(2\)187-197.pdf](http://www.spentamexico.org/v7-n2/7(2)187-197.pdf)
- Acoltzin, C. (2014). Estadística descriptiva y selección de la prueba. *Revista mexicana de cardiología*, 25(2), 129-131. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-21982014000200009](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-21982014000200009)
- Agudelo, L., & Aignerren, J. (2008). Diseño de investigación experimental y no experimental. *Artículos de revista en Ciencias Sociales*(48), 1-46. <https://hdl.handle.net/10495/2622>
- Antón, S. (1999). El desarrollo de parques temáticos en un contexto de globalización. *Boletín de la Asociación en Geógrafos Españoles*(28), 85-102. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1318650>
- Arellano, H. (2017). La calidad en el servicio como una ventaja competitiva. *Dominio de las ciencias*, 3(3), 72-83. <https://doi.org/10.23857/dc.v3i3.mon.627>
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Arroyo Cobeña, M. V. (2018). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí. *Revista electrónica cooperación Universidad Sociedad*, 3(1), 45-49. <https://doi.org/10.33936/recus.v3i1.1284>
- Ayuso, B. (2015). *El marketing "De boca en boca"*. [Tesis de pregrado, Universidad Pontificia "ICAI"]. Repositorio Comillas. <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/5394/retrieve>
- Balcázar Palomino, M. Y. (2023). *Satisfacción de los turistas extranjeros que visitan los circuitos turísticos de la provincia de Cajamarca, 2019-2020 y propuesta de mejora*. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio UNC. <https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/5644>
- Baluarte, K., & Bravo, C. (2019). *Análisis de la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de padrecocha*. [Tesis de pregrado, Universidad Científica del Perú]. Repositorio UCP. <http://repositorio.ucp.edu.pe/items/2399712c-c6fb-486c-8b64-ff6912cfb1eb>
- Bautista Pajares, M. O. (2021). *Nivel de satisfacción de los turistas Nacionales que visitan el complejo arqueológico de cumbe mayo*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio UNC. <https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/4488>
- Bazán, K. (2020). *Calidad de los servicios turísticos para mejorar el nivel de satisfacción del cliente en el Hotel emperador Chiclayo - Lambayeque*. [Tesis de pregrado,

- Universidad Señor de Sipán]. Repositorio USS.  
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8706>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (Tercera edición ed.). Pearson Educación. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Burga, L., & Cruzado, C. (2022). *Gestión turística Municipal para mejorar la oferta turística del distrito de Zaña*. [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio USS. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/9539>
- Cabarcos, N. (2006). *Promoción y Venta de Servicios Turísticos. Comercialización de servicios turísticos* (1era edición ed.). Ideaspropias Editorial S.L. [https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/lecturasgenerales/Mercadeo\\_Turistico\\_-\\_LGC.3\\_Promocion\\_Ventas\\_en\\_Turismo.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/lecturasgenerales/Mercadeo_Turistico_-_LGC.3_Promocion_Ventas_en_Turismo.pdf)
- Cáceres, F. (2020). *Oferta turística de la comunidad de Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca, Cusco*. [Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco]. Repositorio UAC. <https://repositorio.uandina.edu.pe/item/7890efea-7b68-44ae-983e-12cc8dfdc990>
- Cahuaza, B., & Gutierrez, S. (2023). *Calidad de servicio y satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Caynarachi, 2023*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/125881/Cahuasa\\_HB-Gutierrez\\_IS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/125881/Cahuasa_HB-Gutierrez_IS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Calderón, L., & Navarro, J. (2024). *Análisis de la oferta turística para la satisfacción de la demanda turística del distrito de Tambogrande*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Frontera]. Repositorio UNF. <https://repositorio.unf.edu.pe/items/b28dd2e1-2856-4927-8b77-28feacfc4c29>
- Callapiña, V., & Chavez, J. (2017). *Condiciones de infraestructura turística para el turismo accesible en el parque arqueológico de Pisac*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco]. Repositorio UNSACC. <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/6385?locale-attribute=en>
- Calle Montalván, E. (2018). *Análisis de la calidad del servicio de las empresas de servicio turístico de la ciudad de Frías*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Piura]. Repositorio UNP. <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1214/ADM-CAL-MON-18.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cánovas, V. (2018). *Análisis de la oferta y demanda en el turismo de las prácticas de actividades físicas de aventura en la naturaleza*. [Tesis de doctorado, Universidad de Barcelona]. Repositorio UB. [https://cercabib.ub.edu/permalink/34CSUC\\_UB/e62qjn/cdi\\_doaj\\_primary\\_oai\\_doaj\\_org\\_article\\_23ab79a5bf674456a17132e191a93dc3](https://cercabib.ub.edu/permalink/34CSUC_UB/e62qjn/cdi_doaj_primary_oai_doaj_org_article_23ab79a5bf674456a17132e191a93dc3)

- Carballo, R. (2014). *Experiencia turística imagen, seguridad y centros culturales*. [ Tesis doctoral, Universidad de las Palmas de la Gran Canaria]. Repositorio ULPGC. <https://research.ebsco.com/c/qozag2/search/details/xyb3e42ybn?q=experiencia%20turistica%20imagen%2C%20seguridad%20y%20centros>
- Cárdenas , J. (2018). *Investigación Cuantitativa*. Berlín: trAndeS- Estudios Avanzados en Desigualdades y Desarrollo Sostenible. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17169/refubium-216>
- Carvache, M., Carvache, W., Macas, C., & Orden, M. (2020). Motivaciones, Valoración y satisfacción del turista en un destino de sol y playa de Ecuador. *Espacios*, 39(13), 4-16. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n13/a18v39n13p04.pdf>
- Casas, J., Repullo, J., & Donado, J. d. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención primaria*, 31(8), 527-538. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0212-6567\(03\)70728-8](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0212-6567(03)70728-8)
- Cássia, A., Avila, M., & Cartibani, M. (2009). Desarrollo turístico y comunidad local. Valoraciones y expectativas de los residentes de Iihéus-BA,Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18(6), 634-654. [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322009000600001](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322009000600001)
- Cepeda, J. (2023). *Satisfacción del cliente y oferta en los servicios de alojamiento en el Cantón Baños de Agua Santa*. [ Tesis de pregrado,Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio UNACH. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/10284>
- Chaca, R., Ullauri, N., & Condor, V. (2018). La conservación como alternativa para el desarrollo del turismo o el turismo como contribución a la conservación. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 145-148. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n2/2218-3620-rus-10-02-145.pdf>
- Covarrubias, R. (2015). *Evaluacion del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas. El caso de los municipios de la zona norte de Colima*. Servicios Académicos Internacionales. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm>
- Dávila, C. (2021). *Atractivos turísticos culturales: Tipo histórico y nivel de satisfacción del turista en la ciudad de Iquitos*. [Tesis de pregrado , Universidad Nacional de la Amazonia Peruana]. Repositorio UNAP. <https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/4183>
- Dávila-Maldonado, J. A., Morocho-Loja, K. L., & Noblecilla-Grunauer, M. S. (2021). Propuesta de promoción turística para el desarrollo del turismo comunitario en la Isla Costa Rica. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(3), 57-75. <https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2021.3.542>

- Díaz, L., & Lama, G. (2015). *Estudio de la satisfacción de los turistas en el extranjero que visitan el poblado de barrio florido y alrededores, periodo 2014*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de la Amazonía Peruana]. Repositorio UNAP. <https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/3474>
- Durand, W. (2023). *Servicios turísticos y la satisfacción del turista en la comunidad ausangate, anexo pacchanta del distrito de Ocongate provincia de Quispicanchis Cusco*. [Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco]. Repositorio UNAC. <https://repositorio.uandina.edu.pe/item/36c21126-0144-4fb8-96b2-480aa94815c3>
- Escobar-Pérez, J., & Cuervo, Á. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en medición*, 6(1), 27-36. [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25645w/Juicio\\_de\\_expertos\\_u4.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25645w/Juicio_de_expertos_u4.pdf)
- Espinoza, R. (2017). Percepción de seguridad turística de Managua. *Revista de Investigación*, 1(2), 18-30. <https://revistasnicaragua.cnu.edu.ni/index.php/revinvucc/index>
- Estepa, A. (2008). Interpretación de los diagramas de dispersión por estudiantes de bachillerato. *Enseñanza de las ciencias*, 26(2), 257-270. <https://www.raco.cat/index.php/Ensenanza/article/view/118098>
- Falcón, J. (2014). Tendencias globales de desarrollo del turismo gastronómico. *Redmarka*, 1(12), 35-67. <https://doi.org/https://doi.org/redma.2014.01.012.4816>
- Gallarsa, M., & Gil, I. (2006). Desarrollo de una escala multidimensional para medir el valor percibido de una experiencia de servicio. *Revista española de investigación de marketing*, 10(2), 25-59. [https://www.esic.edu/documentos/revistas/reim/070704\\_185800\\_E.pdf](https://www.esic.edu/documentos/revistas/reim/070704_185800_E.pdf)
- Gómez, J. (2017). *El turismo de naturaleza como oferta turística innovadora en el contexto del desarrollo sostenible en la Región San Martín*. [Tesis de doctorado, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio USMP. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/2655>
- González, P. (2015). *Influencia del valor percibido y de la satisfacción en la lealtad: una aplicación al turismo náutico*. [Tesis doctoral, Universidad de Vigo]. Repositorio UVIGO. [http://santamaria.webs.uvigo.es/Tesis\\_Turismo\\_Nautico\\_Gonzalez\\_Santamaria.pdf](http://santamaria.webs.uvigo.es/Tesis_Turismo_Nautico_Gonzalez_Santamaria.pdf)
- Goyes, G. (2016). *Diseño de un plan de marketing para el zoológico de Guayllabamba, con el propósito de promover el atractivo turístico*. [Tesis de pregrado, Universidad de las Américas]. Repositorio UDLA. <https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/4590>
- Guerrero, P. (2018). ¿Cómo medir la accesibilidad turística? Importancia de los sistemas de indicadores para validar destinos turísticos accesibles. *Tierra Infinita*, 4(1), 131-146. <https://doi.org/https://doi.org/10.32645/26028131.785>
- Guilcapi, V. (2021). *Calidad y oferta de los servicios turísticos comunitarios Chakana Lodge Parroquia San Juan, Catón Riobamba*. [Tesis de pregrado, Universidad

- Nacional de Chimborazo]. Repositorio UNACH.  
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7404>
- Haro, F., Córdova, N., & Chong, T. (2016). Modelos de satisfacción: fundamentación teórica y criterios de aplicación. *INNOVA Research Journal*, 1(10), 145-155.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v1.n10.2016.64>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2014). *Selección de muestra* (6° ed.). e-UAEM.  
[https://campus.ucsfvirtual.edu.ar/pluginfile.php/728335/mod\\_resource/content/1/HERNANDEZ%20SAMPIERI%20%281%29.pdf](https://campus.ucsfvirtual.edu.ar/pluginfile.php/728335/mod_resource/content/1/HERNANDEZ%20SAMPIERI%20%281%29.pdf)
- Herrera, G., Crespo, G., Zambrano, D., & Cadena, P. (2014). Turismo y gestión: Una propuesta metodológica para la valoración y sistematización de atractivos turísticos en el cantón Rumiñahui. *RETOS Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(1), 125-142. <https://doi.org/10.17163.ret.n8.2014.06>
- Huamani Sánchez, M. W., & Venancio Chavez, P. F. (2023). *Calidad de servicio y satisfacción del turista en el comercio turístico de Tingo María*. [Tesis de grado, Universidad Peruana Unión]. Repositorio UPEU.  
<https://repositorio.upeu.edu.pe/items/3be30a03-f666-4b69-a9f3-e7c99589baa8>
- Huaytalla, L., & Espilco, C. (2023). *Gestión de atractivo turístico y satisfacción de los excursionistas: Aguas Turquesas de Millpu*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga]. Repositorio UNSCH.  
<https://repositorio.unsch.edu.pe/items/ca5caef6-e906-4f91-8827-e6bb5de2375c>
- INEI. (2017). *Instituto Nacional de Estadística e Informática*.  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1541/tomo4.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1541/tomo4.pdf)
- JOVANOVIĆ, I. (2016). La infraestructura como determinante importante del turismo. *Ecoforum Journal*, 5(1), 288-294.  
<http://www.ecoforumjournal.ro/index.php/eco/article/view/329>
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing* (Decimocuarta edición ed.). Pearson Education. <http://www.leo.edu.pe/wp-content/uploads/2019/12/direccion-de-marketing-philip-kotler-1.pdf>
- León Arraya, M. (2019). *Influencia de la oferta turística en el desarrollo socioeconómico percibido por los pobladores del distrito de tarata*. [Tesis de maestría, Universidad Privada de Tacna]. Repositorio UPT.  
<https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/999>
- Loayza, A. (2013). *Nivel de satisfacción en los Servicios de las Agencias de Viajes en la Zona Belén Ciudad de la Paz*. [Tesis de pregrado, Universidad Mayor de San

- Andrés]. Repositorio UMSA.  
<https://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/14739>
- López, I. (2001). Turismo en ciudades históricas. Orientación y señalización turística. *Revista Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 9(1), 144-149.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.33349/2001.36.1231>
- López, J. (2005). Ítems politómicos vs dicotómicos: Un estudio metodológico. *Anales de Psicología / Annals of Psychology*, 21(2), 339-344.  
<https://revistas.um.es/analesps/article/view/26941>
- Lopez, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 9(8), 69-74.  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es).
- Malpartida, S. (2019). *Potencial turístico estudio de casos: turistas del Santuario Nacional de Huayllay- Pasco*. [Tesis de maestría , Universidad Ricardo Palma]. Repositorio URP. <https://repositorio.urp.edu.pe/entities/publication/d1493526-3638-4dc6-af04-88fdec9766a4>
- Maripanguí, L. d. (2012). *Diseño de una estrategia de marca para un parque zoológico*. [Tesis de pregrado, Universidad de Chile].  
[https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111302/cf-maripanguí\\_lg.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111302/cf-maripanguí_lg.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Martínez, R., Tuya, L., Martínez, M., Pérez, A., & Cánovas, A. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de spearman caracterización. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 8(2), 1-20. <https://www.redalyc.org/pdf/1804/180414044017.pdf>
- Mayorga-Ponce, R., Sillis-Palma, K., Martínez-Alamilla, A., Salazar-Valdez, D., & Mota-Velázquez, U. (2020). Cuadro comparativo "Estadística inferencial y descriptiva". *Educación Y Salud Boletín Científico Instituto De Ciencias De La Salud Universidad Autónoma Del Estado De Hidalgo*, 8(16), 93-05.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.29057/icsa.v8i16.5806>
- Mejía, L., & Bolaño, L. (2014). La calidad de las ofertas turísticas en el departamento de la Guajira-Colombia. *Dimension Empresarial*, 12(1), 139-149.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n1/v12n1a11.pdf>
- Mendoza, G. (2020). *Estudio de la Satisfacción de los visitantes para la mejora de la Oferta turística en el destino de Manta*. [Tesis de pregrado, Escuela superior Politécnica agroperiana de Manabí Manuel Félix López]. Repositorio ESPAM.  
<https://repositorio.esпам.edu.ec/xmlui/handle/42000/1298>
- Meneses, J. (2016). El cuestionario. *Universitat Oberta de Catalunya*, 1-58.  
<https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/cuestionario.pdf>
- Morales, D. (2020). *Innovación de servicios turísticos para la satisfacción del turista en las salineras de maras, provincia de Urubamba*. [Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco]. Repositorio UNAC.

[https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3713/Deysi\\_Tesis\\_bachiller\\_2019.PDF?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3713/Deysi_Tesis_bachiller_2019.PDF?sequence=1&isAllowed=y)

- Muñoz, A. (2015). La contradicción del turismo en la conservación y el desarrollo en Galápagos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(2), 399-413.  
[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322015000200012&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322015000200012&lng=es&tlng=es).
- Naranjo Lluart, M. R., & Martínez Rodríguez, M. (2020). La oferta turística: Precisiones teóricas para su análisis. *Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*(16), 406-422.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.6917147>
- Naranjo, M., & Martínez, M. (2022). La oferta turística: Precisiones teóricas para su análisis. *Revista de ciencias humanas, teoria social y pensamiento critico, Universidad Nacional experimental Rafael María Baralt, Venezuela*(16), 406-422.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.6917147>
- Nicomedes, E. (2018). Tipos de Investigación. *Ciencias sociales*, 2, 1-4.  
<https://core.ac.uk/reader/250080756>
- Oliveira, B. (2011). Determinantes de la satisfacción del Turista. Un estudio en la ciudad de Guarujá-Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(1), 229-242.  
<http://www.scielo.org.ar/pdf/eyp/v20n1/v20n1a13.pdf>
- Olmos, L., & Garcia, R. (2011). *Estructura del mercado turístico*. Ediciones Pananinfo, S.A.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=1UNjQA5sTqUC&oi=fnd&pg=PR9&dq=Estructura+del+mercado+tur%C3%ADstico&ots=L\\_d3u-HSta&sig=XC\\_QaJS-OB8mf-W7ZMXXiGQocFE#v=onepage&q=Estructura%20del%20mercado%20tur%C3%ADstico&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=1UNjQA5sTqUC&oi=fnd&pg=PR9&dq=Estructura+del+mercado+tur%C3%ADstico&ots=L_d3u-HSta&sig=XC_QaJS-OB8mf-W7ZMXXiGQocFE#v=onepage&q=Estructura%20del%20mercado%20tur%C3%ADstico&f=false)
- Ornelas, C., Montelongo, Y., & Najera, M. (2020). La calidad del servicio de un centro de información. *Conciencia tecnológica*(40), 5-9.  
<https://www.redalyc.org/pdf/944/94415759002.pdf>
- Orosco, L. (2019). *Oferta turística y satisfacción del turista en los operadores de turismo de la ciudad de Chachapoyas, 2016*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas]. Repositorio UNTRM.  
<https://repositorio.untrm.edu.pe/handle/20.500.14077/1780>
- Otero, M., Giraldo, W., & Ramírez, D. (2014). La imagen y la expectativa frente a la realidad de Villavicencio como destino turístico. *Orinoquia*, 18(2), 108-118.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=89640734009>
- Pasaco, B. (2022). *La calidad global de la experiencia turística como transformadora del estilo de vida y sus efectos en la calidad de vida del turista y su intención de comportamiento*. [Tesis doctoral, Universidad de Extremadura]. Repositorio DEHESA UNEX. <https://dehesa.unex.es/handle/10662/15561>

- PENTUR. (julio de 2016). *Plan Estratégico Nacional de Turismo*.
- Pérez Pérez, J. Y. (2017). *Nivel de satisfacción del turista nacional que visita el distrito de Cajamarca-2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio UNC.  
<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/2505/TESIS%20DE%20JULISSA%20PER%c3%89Z%20P%c3%89REZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez, J., Muñoz, G., & López, T. (2015). Motivación y satisfacción turística en los festivales del vino XXXI ed. cata del vino Montilla-Moriles. *Tourism & Management Studies*, 11(2), 7-13.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=388743884001>
- Quispe, J. (2020). *Satisfacción del turista receptor en el servicio de transporte público del centro turístico de Miraflores*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/76145>
- Ramos, V., Unda, X., & Pantoja, O. (2016). La teoría de confirmación-desconfirmación expectativas para gestionar la motivación en el aula. *Conferencia latinoamericana sobre el abandono en la educación superior*, 1(10), 1-10.  
<https://revistas.utp.ac.pa/index.php/clabes/article/view/1409>
- Reck, G., & Martínez, P. (2010). Áreas protegidas : ¿Turismo para la conservación o conservación para el turismo? *Polémika*, 2(5), 86-95.  
<https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/polemika/article/view/375>
- Rendón-Macías, M., Villasís-Keeve, M., & Miranda-Novales, M. (2016). Estadística descriptiva. *Revista Alergia México*, 63(4), 397-407.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=486755026009>
- Restrepo, L., & Gonzáles, J. (2007). De Pearson a Spearman. *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias*, 20(2), 183-192.  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-06902007000200010&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-06902007000200010&script=sci_arttext)
- Rey, S. P. (2019). *Satisfacción y calidad de servicio del turista en el comercio turístico del Callao*. [Tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio USMP. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/5698>
- Reyes, P. (2023). *La calidad del servicio, la satisfacción de los visitantes y sus intenciones conductuales en las excursiones de día: un estudio de las excursiones de la Isla de la Plata*. [Tesis de doctorado, Universidad de Córdoba]. Repositorio UCO. <https://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/25865>
- Rodríguez, N. (2011). Señalización turística en Costa Rica: Hacia un modelo atractivo y responsable en condiciones de competitividad y sostenibilidad. *Revista Geográfica de América Central*, 2(47), 193.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4517/451745770007.pdf>

- Rodríguez-Rodríguez, J., & Reguant-Álvarez, M. (2020). Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach. *REIRE Revista de Innovación e Investigación en Educación*, 13(2), 1-13.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1344/reire2020.13.230048>
- Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C., & Hernández, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información tecnológica*, 31(4), 221-232.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
- Salas, P., Velastegui, J., & Salas, W. (2019). Análisis documental sobre calidad y seguridad turística en las festividades de Tungurahua. *Revista digital de ciencia tecnología e innovación*, 6(1), 96-110.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/235987307.pdf>
- Salazar, C. (2010). Actividades recreativas y sus beneficios para personas nicaraguenses en Costa Rica. *Actividades investigativas en Educación*, 10(1), 1-40.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44713068004>
- Sandoval, D., Ordoñez, O., & Noblecilla, M. (2018). Percepción del perfil del turista para el aprovechamiento de los atractivos turísticos: Caso Cantón pasaje, el oro . *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 14(1), 14-21.  
<https://www.scielo.cl/pdf/riat/v14n1/0718-235X-riat-14-01-00014.pdf>
- Silva, J., Macías, B., Tello, E., & Delgado, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>
- Silva, R., Julca, F., Luján, P., & Trelles, L. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas Turísticas de Canchaque-Perú. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 27(3), 193-203.  
<https://www.redalyc.org/journal/280/28068276017/>
- Socatelli, M. (2013). Extracto del libro : Mercadeo aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios-Productos y Destinos turísticos sostenibles. *InterMark- Consultores en Turismo*, 3(1), 1-4.  
<https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.1.pdf>
- Solà-Morales, I. (1998). Patrimonio arquitectónico o parque temático. *I(5)*, 30-35.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.4995/loggia.1998.5701>
- Torres, C. (2021). *Tendencias culinarias en la oferta turística gastronómica*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio UTA.  
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/32238>
- Trueba, B., Avalos, M., Hormoza, S., & Rodríguez, A. (2020). Análisis de la oferta y demanda del atractivo turístico: Playa de San Lorenzo. *Revista Universidad*,

- Ciencia y Tecnología*, 24(104), 88-94.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.47460/uct.v24i104.370>
- Vásquez, J. (2023). *La infraestructura turística del cantón espejo y su incidencia en la demanda de visitantes*. [ Tesis de pregrado, Universidad Politécnica estatal del carchi]. Repositorio UPEC. <https://repositorio.upec.edu.ec/items/6d7202d1-52a5-4588-9092-093e25b5a6e8>
- Velázquez, A. (2017). Tipos de muestreo. *Centro de investigación en geografía y geomática*, 1-14.  
<https://centrogeo.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1012/163/1/19-Tipos%20de%20Muestreo%20-%20%20Diplomado%20en%20An%C3%A1lisis%20de%20Informaci%C3%B3n%20Geoespacial.pdf>
- Villanueva, E. (2021). *Evaluación de la Infraestructura e instalaciones Turísticas para el Turista con discapacidad Motriz en el santuario Histórico Bosque de Pómac*. [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio USS. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8341>
- Villasís-Keever, M., Márquez-González, H., Zurita-Cruz, J., Miranda-Novales, G., & Escamilla-Núñez, A. (2018). El protocolo de investigación VII. Validez y confiabilidad de las mediciones. *Revista Alergia México*, 65(4), 414-421.  
<https://doi.org/10.29262/ram.v65i4.560>
- Zambrano, N., & Palma, A. (2022). La infraestructura turística y su incidencia en la reactivación económica del cantón Manta. *Journal Business Science*, 3(1), 63-78.  
[https://revistas.ulead.edu.ec/index.php/business\\_science/article/view/210/279](https://revistas.ulead.edu.ec/index.php/business_science/article/view/210/279)
- Zamorano, F. (2008). *Turismo alternativo: servicios turísticos diferenciados: animación, turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo, turismo recreativo*. Editorial Trillas. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/03/Turismo-Alternativo-Servicios-Tur%C3%ADsticos-Diferenciados-de-Francisco-M.-Zamorano.pdf>

## IX. ANEXOS

### 10.1 Matriz de consistencia

Título: Oferta turística y la satisfacción de los turistas en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete – 2024

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES: DIMENSIONES INDICADORES		METODOLOGÍA	
<p>Problema general: ¿Cómo se relaciona la oferta turística con la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete -2024?</p> <p>Problemas Específicos: PE1: ¿De qué manera los atractivos turísticos se relacionan con la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete – 2024?</p> <p>PE2: ¿Cómo la infraestructura del parque se relaciona con la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024?</p> <p>PE3: ¿Cuál es la relación de los servicios turísticos con la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024?</p>	<p>Objetivo General: Analizar la relación entre la oferta turística y la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete – 2024.</p> <p>Objetivos Específicos: OE1: Determinar la relación entre los atractivos turísticos y la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete - 2024.</p> <p>OE2: Identificar cómo la infraestructura del parque se relaciona con la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete – 2024.</p> <p>OE3: Establecer la relación entre los servicios turísticos y la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024.</p>	<p>Hipótesis general: La Oferta turística se relaciona significativamente con la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete – 2024.</p> <p>Hipótesis específicas: HE1: Los atractivos turísticos se relacionan significativamente con la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete – 2024.</p> <p>HE2: La infraestructura se relaciona significativamente con la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete – 2024.</p> <p>HE3: Los servicios turísticos se relacionan significativamente con la satisfacción del turista en el Parque Zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024.</p>	<p>Oferta Turística</p> <p>Dimensiones</p> <p>Atractivo Turístico</p> <p>Infraestructura Turística</p> <p>Servicios Turísticos</p> <p>Satisfacción de los turistas</p> <p>Expectativas del servicio</p> <p>Calidad de servicio</p> <p>Nivel de satisfacción</p>		<p>Indicadores</p> <p>I<sub>1</sub> Parque temático</p> <p>I<sub>2</sub> Mini zoológico</p> <p>I<sub>1</sub> Accesibilidad</p> <p>I<sub>2</sub> Señalización</p> <p>I<sub>3</sub> Conservación</p> <p>I<sub>1</sub> Restaurante</p> <p>I<sub>2</sub> Actividades recreativas</p> <p>I<sub>1</sub> Servicio esperado</p> <p>I<sub>2</sub> Servicio adecuado</p> <p>I<sub>1</sub> Seguridad</p> <p>I<sub>2</sub> Confiabilidad</p> <p>I<sub>1</sub> Valor percibido</p> <p>I<sub>2</sub> Experiencia turística</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo de investigación: Básica</p> <p>Nivel: Descriptivo correlacional</p> <p>Diseño: No experimental de corte transversal</p> <p>Método: Hipotético - deductivo</p> <p>18500 turistas que visitaron el parque zonal Chavín de Huántar</p> <p>Muestra: 264 turistas</p> <p>Lugar de estudio: parque zonal Chavín de Huántar en el distrito de Quilmaná - Cañete</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario</p>

## 10.2 Validez de los instrumentos



UNDC

**Carta solicitud de validación de instrumentos**

Cañete, 12 de junio de 2023

Señor (a):

Dr./Mg.  
.....

Docente de la Escuela Profesional de Administración de Turismo y Hotelería

Presente. -

**Asunto: Validación de Instrumentos a través de Juicio de Experto**

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. para expresarle mi cordial saludos y al mismo tiempo hacer de su conocimiento que me encuentro realizando la investigación científica:

**“Oferta turística y satisfacción de turistas en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024”**

Como especialista y connotada experiencia en temas relacionadas a la línea de investigación, solicito su colaboración para que emita su opinión sobre los instrumentos de recolección de datos adjuntos, a fin de evaluar los indicadores a partir de sus puntuaciones con la respectiva escala de respuesta.

Mucho agradeceré pueda evaluar el referido documento, para ello adjunto lo siguiente:

1. Carta solicitud de validación de instrumentos
2. Informe de Juicio de Experto del Instrumento de Investigación
3. Matriz de consistencia
4. Matriz de operacionalización de la(s) variable(s)
5. Instrumentos de recojo de información

Agradezco a Ud. la atención a la presente, como también expresarle nuestros sentimientos de respeto y consideración.

Atentamente,

Firma

Sánchez García María del Rosario  
D.N.I: 72211158


Firma


Flores Remuzgo Alexia Verónica  
D.N.I: 72797815


8	¿Considera usted que el destino proporciona una adecuada señalización y brinda la información suficiente para facilitar la orientación de los visitantes durante su estadía?	X		X		X	
9	¿Considera usted que la conservación de la zona en términos de su estado físico y apariencia general es adecuada?	X		X		X	
10	¿Considera usted que se han tomado medidas adecuadas para conservar y proteger los recursos naturales y culturales del parque zonal?	X		X		X	
<b>SERVICIOS TURÍSTICOS</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
11	¿Considera usted que el restaurante del parque zonal promueve la comida representativa del distrito?	X		X		X	
12	¿Considera usted que el restaurante del parque zonal ofrece opciones de menú y precios adecuados para diferentes presupuestos de los turistas?	X		X		X	
13	¿Considera usted que las diversas actividades recreativas en el parque son innovadoras para atraer a los turistas y fomentar su participación?	X		X		X	
14	¿Considera usted que las actividades recreativas son de adecuada seguridad y entretenimiento?	X		X		X	
15	¿Considera usted que las actividades recreativas reflejan la cultura local y ofrecen oportunidades para aprender sobre su historia?	X		X		X	
<b>III. OPINIÓN DE APLICACIÓN</b>							
Aplicable [ <input checked="" type="checkbox"/> ]		Aplicable después de corregir [ <input type="checkbox"/> ]		No aplicable [ <input type="checkbox"/> ]			
28/06/2023				L. ZR			
Lugar y fecha		DNI		Firma del Experto			
		43988183					
<sup>1</sup> Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. <sup>2</sup> Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo <sup>3</sup> Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión							

	medidas de respuesta en caso de emergencias en la zona turística?							
8	¿Considera usted que los servicios de la zona fueron confiables en términos de horarios y disponibilidad?	X		X		X		
9	¿Considera usted que el personal del parque zonal es amable y atento con respecto las necesidades de los visitantes?	X		X		X		
10	¿Recomendaría usted el parque zonal a otras personas en términos de seguridad durante su estadía?	X		X		X		
<b>NIVEL DE SATISFACCIÓN</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
11	¿Cree usted que los servicios turísticos ofrecidos en el parque zonal valieron la pena en comparación con el precio que pagó?	X		X		X		
12	¿Considera usted que debería haber un cambio en el precio por los servicios y atractivos turísticos del parque zonal?	X		X		X		
13	¿Considera usted que la experiencia turística en el parque zonal ha sido satisfactoria?	X		X		X		
14	¿Consideraría usted volver a visitar el Parque Zonal Chavin de Huántar con respecto a la experiencia turística obtenida?	X		X		X		
15	¿Recomendaría usted visitar el parque zonal a sus familiares o amigos en base a la experiencia turística que ha obtenido durante su estadía?	X		X		X		
<b>III. OPINIÓN DE APLICACIÓN</b>								
Aplicable [ X ]      Aplicable después de corregir [   ]      No aplicable [   ]								
28/06/2023		43988183			L. ZP			
Lugar y fecha		DNI			Firma del Experto			
<sup>1</sup> Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. <sup>2</sup> Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo <sup>3</sup> Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión								

	en la experiencia durante la estadia en el destino?						
8	¿Considera usted que el destino proporciona una adecuada señalización y brinda la información suficiente para facilitar la orientación de los visitantes durante su estadia?	x		x		x	
9	¿Considera usted que la conservación de la zona en términos de su estado físico y apariencia general es adecuada?	x		x		x	
10	¿Considera usted que se han tomado medidas adecuadas para conservar y proteger los recursos naturales y culturales del parque zonal?	x		x		x	
<b>SERVICIOS TURÍSTICOS</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
11	¿Considera usted que el restaurante del parque zonal promueve la comida representativa del distrito?	x		x		x	
12	¿Considera usted que el restaurante del parque zonal ofrece opciones de menú y precios adecuados para diferentes presupuestos de los turistas?	x		x		x	
13	¿Considera usted que las diversas actividades recreativas en el parque son innovadoras para atraer a los turistas y fomentar su participación?	x		x		x	
14	¿Considera usted que las actividades recreativas son de adecuada seguridad y entretenimiento?	x		x		x	
15	¿Considera usted que las actividades recreativas reflejan la cultura local y ofrecen oportunidades para aprender sobre su historia?	x		x		x	
<b>III. OPINIÓN DE APLICACIÓN</b>							
Aplicable [ v ]		Aplicable después de corregir [ ]		No aplicable [ ]			
San Vicente 22 de junio del 2023		42848355					
Lugar y fecha.		DNI		Firmado digitalmente por: VALIENTE CAMPOS MARIA GUADALUPE FIR: 42848355 hard Motivo: Soy el autor del Documento Fecha: 22/06/2023 18:32:07-0500			
<sup>1</sup> Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. <sup>2</sup> Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo <sup>3</sup> Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión							

	procedimientos de seguridad y las medidas de respuesta en caso de emergencias en la zona turística?						
8	¿Considera usted que los servicios de la zona fueron confiables en términos de horarios y disponibilidad?	x		x		x	
9	¿Considera usted que el personal del parque zonal es amable y atento con respecto las necesidades de los visitantes?	x		x		x	
10	¿Recomendaría usted el parque zonal a otras personas en términos de seguridad durante su estadía?	x		x		x	
<b>NIVEL DE SATISFACCIÓN</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
11	¿Cree usted que los servicios turísticos ofrecidos en el parque zonal valieron la pena en comparación con el precio que pagó?	x		x		x	
12	¿Considera usted que debería haber un cambio en el precio por los servicios y atractivos turísticos del parque zonal?	x		x		x	
13	¿Considera usted que la experiencia turística en el parque zonal ha sido satisfactoria?	x		x		x	
14	¿Consideraría usted volver a visitar el Parque Zonal Chavin de Huántar con respecto a la experiencia turística obtenida?	x		x		x	
15	¿Recomendaría usted visitar el parque zonal a sus familiares o amigos en base a la experiencia turística que ha obtenido durante su estadía?	x		x		x	
<b>III. OPINIÓN DE APLICACIÓN</b>							
Aplicable [ <input checked="" type="checkbox"/> ]      Aplicable después de corregir [ <input type="checkbox"/> ]      No aplicable [ <input type="checkbox"/> ]							
San Vicente 22 de junio del 2023		42848355		Firma digital			
Lugar y fecha		DNI		Firma digital			
							
				Firmado digitalmente por: VALIENTE CARLOS MARIA GUADALUPE FIR 42848355 hard Motivo: Soy el autor del documento Fecha: 22/06/2023 18:22:23-0500			
<sup>1</sup> Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. <sup>2</sup> Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo <sup>3</sup> Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión							

8	¿Considera usted que el destino proporciona una adecuada señalización y brinda la información suficiente para facilitar la orientación de los visitantes durante su estadía?	x		x		x		
9	¿Considera usted que la conservación de la zona en términos de su estado físico y apariencia general es adecuada?	x		x		x		
10	¿Considera usted que se han tomado medidas adecuadas para conservar y proteger los recursos naturales y culturales del parque zonal?	x		x		x		
<b>SERVICIOS TURÍSTICOS</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
11	¿Considera usted que el restaurante del parque zonal promueve la comida representativa del distrito?	x		x		x		
12	¿Considera usted que el restaurante del parque zonal ofrece opciones de menú y precios adecuados para diferentes presupuestos de los turistas?	x		x		x		
13	¿Considera usted que las diversas actividades recreativas en el parque son innovadoras para atraer a los turistas y fomentar su participación?	x		x		x		
14	¿Considera usted que las actividades recreativas son de adecuada seguridad y entretenimiento?	x		x		x		
15	¿Considera usted que las actividades recreativas reflejan la cultura local y ofrecen oportunidades para aprender sobre su historia?	x		x		x		
<b>III. OPINIÓN DE APLICACIÓN</b>								
Aplicable [ x ]		Aplicable después de corregir [ ]			No aplicable [ ]			
02/07/ 2023 San Vicente de Cañete		41331759						
Lugar y fecha		DNI			Firma del Experto			
<sup>1</sup> Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. <sup>2</sup> Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo <sup>3</sup> Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión								

	medidas de respuesta en caso de emergencias en la zona turística?						
8	¿Considera usted que los servicios de la zona fueron confiables en términos de horarios y disponibilidad?	x		x		x	
9	¿Considera usted que el personal del parque zonal es amable y atento con respecto las necesidades de los visitantes?	x		x		x	
10	¿Recomendaría usted el parque zonal a otras personas en términos de seguridad durante su estadía?	x		x		x	
<b>NIVEL DE SATISFACCIÓN</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
11	¿Cree usted que los servicios turísticos ofrecidos en el parque zonal valieron la pena en comparación con el precio que pagó?	x		x		x	
12	¿Considera usted que debería haber un cambio en el precio por los servicios y atractivos turísticos del parque zonal?	x		x		x	
13	¿Considera usted que la experiencia turística en el parque zonal ha sido satisfactoria?	x		x		x	
14	¿Consideraría usted volver a visitar el parque zonal Chavín de Huántar con respecto a la experiencia turística obtenida?	x		x		x	
15	¿Recomendaría usted visitar el parque zonal a sus familiares o amigos en base a la experiencia turística que ha obtenido durante su estadía?	x		x		x	
<b>III. OPINIÓN DE APLICACIÓN</b>							
Aplicable [x]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]							
02/07/2023 San Vicente de Cañete		41331759					
Lugar y fecha		DNI			Firma del Experto		
<sup>1</sup> Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. <sup>2</sup> Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo <sup>3</sup> Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión							

### 10.3 Base de datos

N°	P1	P2	P3	P4	P5	D1	P6	P7	P8	P9	P10	D2	P11	P12	P13	P14	P15	D3	V1	P16	P17	P18	P19	P20	D4	P21	P22	P23	P24	P25	D5	P26	P27	P28	P29	P30	D6	V2
1	4	3	2	3	3	15	4	2	3	4	3	16	2	3	4	1	2	12	43	4	4	3	4	3	18	4	3	4	3	4	18	4	4	4	3	3	18	54
2	4	3	4	4	3	18	4	3	3	4	4	18	4	4	3	3	2	16	52	4	4	4	3	4	19	3	3	4	3	4	17	4	3	4	4	5	20	56
3	1	3	1	4	2	11	1	5	4	5	2	17	1	3	4	1	2	11	39	1	2	1	5	3	12	2	2	4	4	1	13	2	5	1	1	3	12	37
4	5	4	3	4	4	20	3	4	5	4	4	20	5	4	5	4	2	20	60	4	4	5	4	5	22	3	4	4	5	3	19	4	3	5	4	5	21	62
5	3	4	2	2	3	14	1	5	4	3	3	16	4	4	3	3	4	18	48	3	3	2	4	3	15	4	4	4	3	4	19	5	1	4	4	3	17	51
6	1	2	1	1	1	6	1	5	2	2	2	12	3	3	3	4	2	15	33	2	1	2	4	3	12	4	3	3	3	4	17	2	5	2	1	1	11	40
7	4	4	3	4	3	18	4	3	4	4	4	19	4	3	4	2	3	16	53	4	3	4	4	3	18	4	3	4	3	4	18	4	4	3	5	4	20	56
8	5	1	1	2	4	13	1	5	2	1	2	11	4	1	1	2	2	10	34	1	2	2	4	2	11	1	1	5	2	1	10	1	5	1	1	2	10	31
9	3	3	4	4	4	18	4	4	3	2	3	16	2	3	4	4	4	17	51	3	3	4	4	4	18	4	3	4	4	3	18	4	4	3	4	4	19	55
10	3	3	3	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	4	19	55	4	3	4	4	4	19	3	3	4	4	3	17	4	3	4	4	4	19	55
11	3	3	4	4	4	18	3	4	2	4	4	17	4	3	2	4	4	17	52	4	4	3	4	4	19	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	4	19	56
12	4	3	3	3	4	17	2	4	4	3	4	17	4	3	4	4	4	19	53	3	3	4	4	3	17	2	4	3	3	2	14	4	3	3	3	3	16	47
13	4	4	5	4	4	21	5	3	4	4	3	19	4	5	3	1	4	17	57	4	4	5	4	3	20	4	4	5	3	3	19	4	3	5	4	5	21	60
14	4	4	4	5	4	21	5	3	4	5	4	21	4	1	2	1	4	12	54	4	5	4	4	5	22	3	4	5	3	4	19	5	3	4	5	5	22	63
15	4	3	4	3	4	18	4	3	4	5	3	19	4	3	4	1	2	14	51	4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	4	19	3	4	4	5	5	21	59
16	4	2	1	1	4	12	2	5	1	1	1	10	2	4	4	2	1	13	35	2	2	2	4	4	14	1	2	2	1	2	8	4	4	2	4	4	18	40
17	4	2	1	1	4	12	2	4	1	2	1	10	1	4	4	2	1	12	34	2	1	2	4	4	13	1	2	1	1	3	8	4	5	1	5	5	20	41
18	4	3	4	3	4	18	4	4	3	4	4	19	3	4	4	3	2	16	53	4	4	4	3	4	19	4	3	4	3	4	18	4	4	3	5	4	20	57
19	3	2	4	3	2	14	4	3	2	4	3	16	4	2	4	3	5	18	48	2	3	4	3	2	14	3	3	2	4	3	15	4	3	2	5	3	17	46
20	3	2	4	4	2	15	1	3	2	4	3	13	4	3	4	4	4	19	47	4	3	4	2	3	16	3	4	3	5	4	19	1	4	3	2	5	15	50
21	4	4	3	3	3	17	3	4	2	4	4	17	3	4	2	4	3	16	50	4	4	3	4	3	18	4	1	3	2	4	14	4	4	3	4	4	19	51
22	4	1	1	2	5	13	2	4	1	1	2	10	4	1	2	1	2	10	33	1	2	2	4	1	10	2	2	5	2	1	12	1	5	2	1	1	10	32
23	3	3	2	3	3	14	2	4	4	3	3	16	3	3	3	4	4	17	47	3	2	3	4	3	15	3	2	2	3	3	13	3	4	4	3	3	17	45
24	3	2	4	2	3	14	3	4	3	2	4	16	3	3	4	1	2	13	43	4	3	4	2	4	17	3	4	3	2	3	15	3	4	2	4	4	17	49
25	4	4	3	4	3	18	4	3	3	5	4	19	2	4	4	1	4	15	52	3	4	4	2	4	17	3	5	3	4	2	17	4	3	4	4	5	20	54
26	4	1	1	2	4	12	2	4	1	2	1	10	4	2	1	2	1	10	32	2	2	2	4	2	12	1	2	4	1	1	9	2	5	2	1	2	12	33
27	3	4	2	3	2	14	2	3	3	4	2	14	4	3	4	1	2	14	42	4	3	4	3	2	16	3	3	2	4	3	15	4	2	4	5	3	18	49
28	4	4	3	4	3	18	1	3	4	2	4	14	4	4	3	2	4	17	49	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	3	18	4	2	4	4	5	19	56
29	4	4	5	4	3	20	1	2	3	1	1	8	3	5	4	1	5	18	46	4	2	2	3	5	16	4	5	3	4	5	21	2	4	3	4	5	18	55
30	4	5	2	1	1	13	1	4	2	2	2	11	4	5	3	5	4	21	45	4	5	3	4	5	21	3	4	4	2	5	18	5	4	2	5	5	21	60
31	4	2	1	1	4	12	1	5	1	1	1	9	2	4	4	2	1	13	34	2	2	2	4	4	14	1	2	2	1	2	8	4	4	2	4	4	18	40
32	2	2	1	1	1	7	3	3	4	4	4	18	3	3	2	2	1	11	36	2	2	3	4	2	13	3	2	4	5	3	17	3	4	2	2	2	13	43
33	4	2	2	1	4	13	1	5	1	2	1	10	4	2	2	1	1	10	33	2	1	1	5	2	11	1	1	4	2	2	10	2	5	2	2	1	12	33
34	4	4	3	4	4	19	3	4	2	4	2	15	4	3	4	2	4	17	51	4	3	3	4	3	17	4	4	3	3	3	17	3	5	4	5	5	22	56
35	4	4	3	4	4	19	1	1	1	1	1	5	3	4	3	3	4	17	41	4	4	4	4	3	19	4	3	4	5	2	18	4	3	4	4	5	20	57
36	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	5	20	4	4	5	2	5	21	60	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19	4	5	4	5	4	22	60
37	3	2	2	2	2	11	1	4	1	1	8	3	2	2	2	2	1	10	29	2	2	3	3	1	11	3	3	2	2	1	11	4	3	2	1	1	11	33
38	4	4	3	4	4	19	2	3	4	4	1	14	4	3	5	5	5	22	55	4	4	4	3	4	19	4	3	3	4	4	18	4	4	3	3	4	18	55
39	4	3	2	1	1	11	1	1	1	1	4	8	2	1	3	4	1	11	30	4	4	4	3	3	18	2	1	2	3	4	12	3	4	5	5	5	22	52
40	4	2	1	1	4	12	1	5	1	1	1	9	2	4	4	2	1	13	34	2	2	2	4	4	14	1	2	2	1	2	8	4	4	1	4	4	17	39
41	4	2	1	1	1	9	1	5	1	1	1	9	2	4	4	3	2	15	33	2	2	2	4	5	15	1	2	2	1	2	8	4	4	2	4	4	18	41
42	4	4	3	4	4	19	4	3	4	3	4	18	4	4	2	2	4	16	53	4	3	4	4	3	18	4	4	2	4	4	18	4	2	4	2	4	16	52
243	4	4	1	1	2	12	3	4	1	3	4	15	4	2	1	4	2	13	40	4	3	1	5	4	17	3	3	5	5	2	18	3	4	3	3	3	16	51
244	4	2	1	1	4	12	1	5	1	1	1	9	2	4	4	2	1	13	34	1	2	2	4	4	13	1	2	2	1	2	8	4	4	2	4	4	18	39
245	4	2	2	1	4	13	1	5	1	2	1	10	4	2	2	1	1	10	33	2	1	1	5	2	11	1	1	4	1	2	9	2	5	2	2	1	12	32
246	5	2	2	2	4	15	1	5	2	1	2	11	1	4	5	4	5	19	45	1	2	1	4	4	12	1	2	2	1	2	8	4	4	2	4	4	18	38
247	5	1	2	2	5	15	2	5	3	2	2	14	2	2	4	4	2	14	43	1	2	1	2	4	10	2	1	4	2	5	14	5	4	5	4	5	23	47
248	5	2	2	2	4	15	1	5	2	1	2	11	1	4	5	4	5	19	45	1	2	1	4	4	12	1	2	2	1	2	8	4	4	2	4	4	18	38
249	4	2	1	1	4	12	1	5	1	1	1	9	2	4	4	2																						

## 10.4 Instrumentos de Investigación

## Instrumentos de recojo de información



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y  
HOTELERÍA

## CUESTIONARIO

Variable: Oferta Turística

**Estimado turista:** Las preguntas generadas en la presente encuesta brindaran información exclusiva para el desarrollo de mi proyecto de tesis, le solicito su autorización y valiosa colaboración para responder con honestidad y responsabilidad las siguientes interrogantes.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X una de las 5 opciones, teniendo en cuenta que:  
**1. Totalmente en desacuerdo      2. En desacuerdo      3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo**  
**4. De acuerdo      5. Totalmente de acuerdo**

Sexo: Masculino ( )      Femenino ( )

	ÍTEM	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
Atractivo turístico	1. ¿Considera usted que el parque temático ofrece una experiencia atractiva para diferentes grupos de visitantes (familias, parejas, amigos, etc.)?					
	2. ¿Considera usted que el precio de entrada al parque temático es adecuado en relación a la variedad de entretenimiento y atracciones que ofrece?					
	3. ¿Considera usted que las condiciones y el cuidado de los animales en el mini zoológico son adecuadas?					
	4. ¿Considera usted que la información proporcionada sobre los animales en el mini zoológico es suficiente y educativa?					
	5. ¿Recomendaría usted a otros turistas visitar el parque temático y el mini zoológico?					
Infraestructura turística	6. ¿Considera usted que en el parque zonal existe una accesibilidad adecuada?					
	7. ¿Considera que la accesibilidad limitada tiene un impacto negativo en la experiencia durante la estadia en el destino?					
	8. ¿Considera usted que el destino proporciona una adecuada señalización y brinda la información suficiente para facilitar la orientación de los visitantes durante su estadia?					
	9. ¿Considera usted que la conservación de la zona en términos de su estado físico y apariencia general es adecuada?					
	10. ¿Considera usted que se han tomado medidas adecuadas para conservar y proteger los recursos naturales y culturales del parque zonal?					
Servicios turísticos	11. ¿Considera usted que el restaurante del parque zonal promueve la comida representativa del distrito?					
	12. ¿Considera usted que el restaurante del parque zonal ofrece opciones de menú y precios adecuados para diferentes presupuestos de los turistas?					
	13. ¿Considera usted que las diversas actividades recreativas en el parque son innovadoras para atraer a los turistas y fomentar su participación?					
	14. ¿Considera usted que las actividades recreativas son de adecuada seguridad y entretenimiento?					
	15. ¿Considera usted que las actividades recreativas reflejan la cultura local y ofrecen oportunidades para aprender sobre su historia?					

¡Muchas gracias por su colaboración, que tenga un excelente día!



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y**  
**HOTELERÍA**  
**CUESTIONARIO**

**Variable: Satisfacción de los turistas**

**Estimado turista:** Las preguntas generadas en la presente encuesta brindaran información exclusiva para el desarrollo de mi proyecto de tesis, le solicito su autorización y valiosa colaboración para responder con honestidad y responsabilidad las siguientes interrogantes.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X una de las 5 opciones, teniendo en cuenta que:  
**1. Totalmente en desacuerdo      2. En desacuerdo      3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo**  
**4. De acuerdo      5. Totalmente de acuerdo**

**Sexo : Masculino ( )      Femenino ( )**

	ÍTEMS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
Expectativas del servicio	1. ¿Considera usted que las expectativas que tenia sobre el servicio se cumplieron durante su experiencia turística en el parque zonal?					
	2. ¿Considera usted que los servicios ofrecidos cumplieron con las promesas o descripciones previas realizadas por el parque zonal?					
	3. ¿Considera usted que el servicio brindado y los atractivos ofertados en el parque zonal es adecuado para todo tipo de visitantes?					
	4. ¿Considera usted que el parque zonal Chavin de Huántar debería implementar nuevas atracciones o productos creativos que satisfagan mejor a los visitantes?					
	5. ¿Recomendaría usted el parque zonal a otras personas en función al servicio y la satisfacción que experimentó durante su estadía?					
Calidad de servicio	6. ¿Considera usted que se tomaron las medidas adecuadas para garantizar la seguridad de los turistas en la zona turística?					
	7. ¿Considera usted que se brinda información clara sobre los procedimientos de seguridad y las medidas de respuesta en caso de emergencias en la zona turística?					
	8. ¿Considera usted que los servicios de la zona fueron confiables en términos de horarios y disponibilidad?					
	9. ¿Considera usted que el personal del parque zonal es amable y atento con respecto las necesidades de los visitantes?					
	10. ¿Recomendaría usted el parque zonal a otras personas en términos de seguridad durante su estadía?					
Nivel de satisfacción	11. ¿Cree usted que los servicios turísticos ofrecidos en el parque zonal valieron la pena en comparación con el precio que pagó?					
	12. ¿Considera usted que debería haber un cambio en el precio por los servicios y atractivos turísticos del parque zonal?					
	13. ¿Considera usted que la experiencia turística en el parque zonal ha sido satisfactoria?					
	14. ¿Consideraría usted volver a visitar el parque zonal Chavin de Huántar con respecto a la experiencia turística obtenida?					
	15. ¿Recomendaría usted visitar el parque zonal a sus familiares o amigos en base a la experiencia turística que ha obtenido durante su estadía?					

**¡Muchas gracias por su colaboración, que tenga un excelente día!**

10.5 Fot





**VICEPRESIDENCIA DE INVESTIGACIÓN  
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

Código N° 019-2025

**CONSTANCIA DE VERIFICACIÓN DE SIMILITUD**

Yo, Dr. Julio Cesar Lujan Minaya Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales valido el informe titulado: **“Oferta turística y satisfacción de turistas en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete -2024”**.

Cuyos autores son, **María del Rosario Sánchez Garcia**, identificada con DNI N° 72211158 y **Alexia Verónica Flores Remuzgo** identificada con DNI N° 72797815, declaro que la evaluación realizada por el programa informático, ha constatado un porcentaje de similitud del **6%**, verificable en el resumen de reporte automatizado de similitudes que se adjunta.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas dentro del porcentaje de similitud no constituye plagio, y que el documento cumple con la integridad científica y con las normas para el uso de citas y referencias establecidas en los protocolos respectivos.

Se cumple con adjuntar, además, el recibo digital a efectos de la trazabilidad respectiva del proceso.

Cañete, 01 de setiembre de 2025

Se adjunta:

- Resumen del reporte automatizado de similitudes
- Recibo Digital



**VALIDADO POR:**

**UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**



Firmado digitalmente por:  
LUJAN MINAYA Julio Cesar FAU  
20491363402 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 02/09/2025 07:08:01-0500



**VICEPRESIDENCIA DE INVESTIGACIÓN**  
**UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

- Resumen del reporte automatizado de similitudes

INFORME FINAL DE TESIS - MARÍA DEL ROSARIO SÁNCHEZ Y  
ALEXIA VERÓNICA FLORES.pdf

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional de Cañete	2%
	Trabajo del estudiante	
2	repositorio.untels.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
3	repositorio.undc.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
4	libroselectronicos.ilae.edu.co	1%
	Fuente de Internet	
5	repositorio.uandina.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	

Excluir citas

Activo


Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Activo

**VICEPRESIDENCIA DE INVESTIGACIÓN  
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

- Recibo Digital




## Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	Estudiante Usuario
Título del ejercicio:	ENVÍO PARA REVISIÓN
Título de la entrega:	INFORME FINAL DE TESIS - MARÍA DEL ROSARIO SÁNCHEZ Y AL...
Nombre del archivo:	INFORME_FINAL_DE_TESIS_-_MARÍA_DEL_ROSARIO_SÁNCHEZ_...
Tamaño del archivo:	4.43M
Total páginas:	98
Total de palabras:	26,634
Total de caracteres:	146,559
Fecha de entrega:	01-sept-2025 05:45p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega:	2739762149

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
TURISMO Y HOTELERÍA



Oferta académica y justificación de créditos en el programa modal Charvín de  
Instituto del Distrito de Quilmaná, Cañete - 2024

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y  
HOTELERÍA

AUTORES:  
Sánchez Capelo María del Rosario  
Flores Romojo Alexia Verónica

ASESOR: Dra. Miriam Sotelo Silva  
ORCID: <https://orcid.org/1000-9001-4024-2008>

Sao Vicente de Cañete, 2025, Perú

Derechos de autor 2025 Turnitin. Todos los derechos reservados.



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

N° 024-2025

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA**

En la ciudad de Cañete, en la sala de sustentaciones de la Facultad de Ciencias Empresariales, siendo las 12:00 horas, del día 27 de agosto de 2025, se reunió el Jurado Evaluador, designados con DECRETO N° 069-2025-UIFCE/FCE/UNDC.

Presidente (a) : Dr. Filiberto Fernando Ochoa Paredes.  
Secretario (a) : Dra. Bertha Nancy Larico Quispe.  
Vocal : Mg. Lesly Elizabeth Torres Chumbiauca.  
Asesor(a) : Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva.

Para el acto de sustentación de la tesis titulada: "Oferta turística y satisfacción de turistas en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete- 2024", presentado por la Bachiller María del Rosario Sánchez García, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Turismo y Hotelería.

Después de concluido el acto de sustentación y luego de que el sustentante dio respuesta a las preguntas respectivas, el Jurado Evaluador calificó la sustentación o defensa de la investigación según los siguientes criterios, y promediando las notas del jurado se obtuvo:

Criterio	Desaprobado (menor de 14)	Regular (14 -15)	Buena (16-17)	Muy buena (18-19)	Excelente (20)	Puntaje
Claridad de la exposición			17			17
Dominio del tema			17			17
Visión holística del trabajo			17			17
Promedio						17

\*\* Para el caso de sustentación de dos personas se debe incorporar dos cuadros, uno para cada uno.

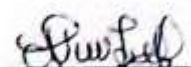



Establece como calificación FINAL: 17 (Diecisiete.....)

- Aprobado, con nota Regular (...), Buena (X), Muy Buena (...), Excelente (...)
- Desaprobado (...)

Por tanto, el graduado se encuentra expedito(s) ( ), Impedido(s) ( ) para realizar los trámites que corresponden a la obtención del Título Profesional de Licenciado en Administración de Turismo y Hotelería.

**\*\*Si fuera el caso, que de los dos sustentantes uno fuera aprobado y otro desaprobado, se tendrá que diferenciar quien queda expedito y quien impedido de seguir los trámites.**

Siendo las 12:49 Horas se dio por terminado el acto de sustentación.

 Dra. Bertha Nancy Larico Quispe Secretaria(a)	 Dr. Filiberto Fernando Ochoa Paredes Presidente(a)	 Mg. Lesly Elizabeth Torres Chumbiauca Vocal	 Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva Asesor(a)
---	--	--	---



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

N° 025-2025

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA**

En la ciudad de Cañete, en la sala de sustentaciones de la Facultad de Ciencias Empresariales, siendo las 12:00 horas, del día 27 de agosto de 2025, se reunió el Jurado Evaluador, designados con DECRETO N° 069-2025-UIFCE/FCE/UNDC.

Presidente (a) : Dr. Filiberto Fernando Ochoa Paredes.  
Secretario (a) : Dra. Bertha Nancy Larico Quispe.  
Vocal : Mg. Lesly Elizabeth Torres Chumbiauca.  
Asesor(a) : Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva.

Para el acto de sustentación de la tesis titulada: **“Oferta turística y satisfacción de turistas en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete- 2024”**, presentado por la Bachiller **Alexia Verónica Flores Remuzgo**, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Turismo y Hotelería.

Después de concluido el acto de sustentación y luego de que el sustentante dio respuesta a las preguntas respectivas, el Jurado Evaluador calificó la sustentación o defensa de la investigación según los siguientes criterios, y promediando las notas del jurado se obtuvo:

Criterio	Desaprobado (menor de 14)	Regular (14 -15)	Bueno (16-17)	Muy bueno (18-19)	Excelente (20)	Puntaje
Claridad de la exposición		15				15
Dominio del tema		15				15
Visión holística del trabajo		15				15
Promedio						15

\*\* Para el caso de sustentación de dos personas se debe incorporar dos cuadros, uno para cada uno.

Establece como calificación FINAL: 15 (..... Quince.....)

- Aprobado, con nota Regular () Bueno (...), Muy Bueno (...), Excelente (...)
- Desaprobado (...)

Por tanto, el graduado se encuentra expedito(s) (  ), impedido(s) (  ) para realizar los trámites que corresponden a la obtención del Título Profesional de Licenciado en Administración de Turismo y Hotelería.

**\*\*Si fuera el caso, que de los dos sustentantes uno fuera aprobado y otro desaprobado, se tendrá que diferenciar quien queda expedito y quien impedido de seguir los trámites.**

Siendo las...12:49... Horas se dio por terminado el acto de sustentación.

 Dra. Bertha Nancy Larico Quispe Secretario(a)	 Dr. Filiberto Fernando Ochoa Paredes Presidente(a)	 Mg. Lesly Elizabeth Torres Chumbiauca Vocal	 Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva Asesor(a)
--	---	--	--



## AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNDC

### I INFORMACIÓN DEL DOCUMENTO

#### 1.1 Título del documento:

Oferta turística y satisfacción del turista en el parque zonal Chavín de Huántar del distrito de Quilmaná, Cañete-2024.

#### 1.2 Descripción (Seleccionar)

Tesis de Pregrado	X	Libro	
Tesis de Maestría		Capítulo de libro	
Tesis de Doctorado		Monografía	
Trabajo de Investigación		Artículo	
Tesis de Segunda Especialidad		Conferencia	
Trabajo de Suficiencia Profesional		Programa informativo	
Trabajo académico		Datos	

#### 1.3 Autores del documento

Apellidos completos	Nombres completos	Correo electrónico	DNI	ORCID
SÁNCHEZ GARCIA	MARÍA DEL ROSARIO	<a href="mailto:1972211158@UNDC-EDU.PE">1972211158@UNDC-EDU.PE</a>	72211158	<a href="https://orcid.org/0009-0005-6784-0797">https://orcid.org/0009-0005-6784-0797</a>
FLORES REMUZGO	ALEXIA VERÓNICA	<a href="mailto:1772797815@undc.edu.pe">1772797815@undc.edu.pe</a>	72797815	<a href="https://orcid.org/0009-0001-5411-4973">https://orcid.org/0009-0001-5411-4973</a>

#### 1.4 Asesor (es)

Apellidos completos	Nombres completos	Correo electrónico	DNI	ORCID
ÑANEZ SILVA	MIRIAM	<a href="mailto:mnanez@undc.edu.pe">mnanez@undc.edu.pe</a>	15398895	<a href="https://orcid.org/0000-0001-8929-2916">https://orcid.org/0000-0001-8929-2916</a>

#### 1.5 Centro de Investigación

Facultad	CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional	ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA



<b>Código:</b> <b>Fecha de Aprobación:</b>	<b>Revisión:</b> 01
---	------------------------

## I. ORIGINALIDAD DEL TRABAJO PRESENTADO

Con la presentación de esta ficha, el(los) autor(es) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal,

## III. AUTORIZACIÓN DEL TRABAJO PRESENTADO

3.1 Por medio del presente documento, afirmo y garantizo(amos) ser el (los) legítimo (s), titular(es) de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los entregables, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos" que serán incluidos en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Cañete (en adelante, la "Universidad").

3.2 Autorizo a la Universidad a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional de la Universidad y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con su Repositorio Institucional. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

3.3 En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Firma

02/09/2025

Fecha

## IV: PUBLICACIÓN DIFERIDA

Este ítem solo es de interés para los autores que han decidido la publicación diferida de sus documentos. Caso contrario, obviar este apartado.



<b>Código:</b> <b>Fecha de Aprobación:</b>	<b>Revisión:</b> 01
---	------------------------

Autorización	Motivo (marcar)	Firma
Solicito la publicación diferida del documento depositado en el repositorio, por 12 meses. (indicar el tiempo que solicita)	Exclusividad de revista, editor	
	Por patente	
	Secreto o seguridad nacional	
	Por otras razones	

Cualquier motivo utilizado, el solicitante debe acreditar con documento su pedido (subir junto con la autorización la evidencia que sustenta su solicitud).



<b>Código:</b> <b>Fecha de Aprobación:</b>	<b>Revisión:</b> 01
---	------------------------

### **AUTORIZACIÓN COMO REPRESENTANTE DE COAUTORES**

Aplicable solo en caso de que existan varios autores en el trabajo de investigación

YO, FLORES REMUZGO ALEXIA VERÓNICA con DNI N° 72797815 en mi calidad de autor y actuando en representación de mis co-autores, autorizo la publicación del documento indicado en el punto 1, bajo las condiciones indicadas en el punto 2 y 3, dejando constancia que el archivo digital que estoy entregando a la Universidad Nacional de Cañete, como parte del proceso de obtención del título profesional o grado académico, contiene la versión final del documento sustentado y aprobado por el jurado.

\_\_\_\_\_  
Firma

02/09/2025

\_\_\_\_\_  
Fecha