



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

Calidad del servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la  
Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos, año 2017.

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestro en Gestión Pública

**AUTOR:**

Br. Casós Chávez, William Antonio

**ASESOR:**

Dr. Saavedra Olivo, Juan José

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Administración del talento humano

**Piura – Perú**

**2019**

## **DEDICATORIA**

A nuestro Padre celestial, que con su bondad y amor ha permitido a mi familia llenarla de salud, prosperidad y amor.

A mis Padres William y Elvita por inculcarme valores y enseñarme a trabajar. A mi hermano Alfredo, que ve en mi ejemplo de hijo.

Willy

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a todos mis profesores de la escuela de Post Grado, en especial a mi asesor Dr. Juan José Saavedra Olivos, por su apoyo incondicional hacia todo nuestro grupo.

A las Familias Cieza Arambulo y Sosa Chiroque por la oportunidad y confianza que depositaron en mí, para seguir creciendo profesionalmente.

## PÁGINA DEL JURADO



### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 10:00AM del día 26 DE ENERO DE 2019, se reunió el Jurado evaluador para presenciar la sustentación de la tesis titulada: CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA QUE VISITA LA CASA DE LA CULTURA DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CATACAOS AÑO 2017, presentada/o por el /la bachiller CASÓS CHÁVEZ WILLIAM ANTONIO

Luego de evidenciar el acto de exposición y defensa de la tesis, se dictamina: \_\_\_\_\_

Aprobar por mayoría

En consecuencia, el/la/ graduando se encuentran en condición de ser calificado/a/ como apto para recibir el grado de MAESTRO EN GESTION PUBLICA

Piura, 26 DE ENERO DE 2019

MG. CASUSOL MORENO FERNANDO ELÍAS MANUEL  
PRESIDENTE

MG. TORRES MIREZ KARL FRIEDERICK  
SECRETARIO

DR. SAAVEDRA TOZIVOS JUAN JOSE  
LOCAL

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

### DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, William Antonio Casós Chávez, estudiante del Programa Maestría en Gestión Pública de la Escuela de Posgrado de la Universidad Cesar Vallejo, identificado con DNI N° 71597096, con la tesis titulada "Calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos, 2017"

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He presentado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.  
*Por lo tanto, la tesis no ha sido plagiada total ni parcial.*
- 3) La tesis no ha sido autoplagiado; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, duplicados, ni copiados y por lo tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aporte a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información en cita de autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propia que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (presentar falsamente las ideas de otro), asumo las consecuencias y sanciones de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Cesar Vallejo.

Piura, febrero de 2018



Br. William Antonio Casós Chávez  
DNI N° 71597096

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado, de la Unidad de Posgrado de la Universidad César Vallejo filial Piura, de acuerdo con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad, presento ante ustedes la tesis titulada “Calidad del servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017”.

La presente tesis tiene la finalidad de determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del turista, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, para obtener el Grado Académico de Maestro en Gestión Pública.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

El autor.

## ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del Jurado.....	iv
Declaratoria de Autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. Realidad problemática.....	11
1.2. Trabajos previos.....	14
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	19
1.4. Formulación del problema.....	30
1.5. Preguntas específicas.....	30
1.6. Justificación del estudio.....	30
1.7. Hipótesis General.....	32
1.8. Objetivos.....	33
II. MÉTODO.....	34
2.1. Metodología.....	34
2.2. Tipo de Investigación.....	34
2.3. Diseño de investigación.....	34
2.4. Variables, operacionalización.....	36
2.5. Población y muestra.....	38
III. RESULTADOS.....	41
IV. DISCUSIÓN.....	47
V. CONCLUSIONES.....	51

VI. RECOMENDACIONES.....	52
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	53
VIII. ANEXOS .....	56



## RESUMEN

El presente estudio es de carácter descriptivo correlacional, no experimental de corte transversal, teniendo como propósito, establecer la relación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos.

La muestra objeto de la presente investigación está conformada por todos los 82 turistas que ingresan a la casa de la cultura ubicada en jirón comercio N° 680 distrito Catacaos. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario.

El objetivo general determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017. Los datos fueron procesados haciendo uso de medidas descriptivas como el promedio y la desviación estándar, así como los indicadores porcentuales, a través del programa SPSS 21.

El resultado fue El 19.5% (16) de los turistas experimentan un bajo nivel de satisfacción y calidad de servicio cuando acuden a la casa de la cultura de la municipalidad distrital de Catacaos, el 17.1% (14) de los turistas experimentaron un nivel medio en la calidad de servicio y un nivel bajo de satisfacción y un 11% (9) de los turistas consideran un nivel medio de calidad de servicio y de satisfacción del turista cuando fueron atendidos en la visita de la casa de la cultura de la municipalidad distrital de Catacaos.

La prueba resultó ser significativa ( $p < 0.05$ ) lo que implica Rechazar la hipótesis Nula  $H_0$ . Por lo que se sostiene que hay relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos.

**Palabras claves:** calidad, satisfacción, turista, municipal, cultura.

## ABSTRACT

This study is descriptive in nature - a non-experimental, correlational, cross-sectional, taking as our purpose, to identify the relationship between the quality of service and the satisfaction of the tourist that visit the House of the Culture of the District Municipality of Catacaos.

The sample object of this investigation is made up of all 82 tourists who enter the house of the Culture located in jiron trade NO. 680 district Catacaos. The technique used was the survey and the instrument the questionnaire

The overall objective to determine the relationship that exists between the quality of service and the satisfaction of the tourist that visit the House of the Culture of the District Municipality of Catacaos year 2017. The data were processed using descriptive measures such as the mean and standard deviation, as well as percentage indicators, through the program SPSS 21.

The result was 19.5% (16) of the tourists experience a low level of satisfaction and quality of service when they come to the house of the Culture of the district municipality of Catacaos, 17.1 per cent (14) of the tourists experienced an average level in the quality of service and a low level of satisfaction and a 11% (9) of the tourists consider a medium level of quality of service and satisfaction of the tourist when they were treated in the visit the house of the Culture of the district municipality of Catacaos.

**Keywords:** quality, satisfaction, tourist, municipal, culture.

# I. INTRODUCCIÓN

## 1.1 Realidad Problemática

Con el fin de la revolución Industrial, nace la concepción de turismo, en el siglo XIX, con objetivos no muy diferentes al ocio y sosiego, acompañado también de cultura, salud o relaciones familiares. Fue en esta época que empieza a arraigarse la concepción de reformar y fomentar el turismo partiendo de sus singularidades sociales, culturales y naturales. De esta forma, se lograría la expansión del mercado turístico en las últimas dos décadas. (Van Mensch, 1989). En Europa, por ejemplo, para Agudo, T & Fernández, P (1999, 11p) a fines del siglo pasado, se empezó a propagar que la edificación patrimonial y de museos, basadas en aquel entonces por juicios culturales y educativos ahora se justificarían fundamentalmente por criterios turísticos y económicos.

El Perú es un país privilegiado geográficamente puesto que posee una de las denominadas maravillas del mundo además de otros grandes atractivos turísticos reconocidos por sus recursos culturales y naturales. Por ello, es prescindible la concientización sobre el manejo responsable de estos recursos que nos garantice, a largo plazo, su sostenibilidad y rentabilidad. En tal sentido, los estudios sobre el perfil de los turistas que visitan nuestro país se convierten en una herramienta importante para determinar el grado de cultura y respeto hacia nuestras tradiciones, adicionando a ello la capacidad de gasto y disposición a prolongar su estadía.

A sólo 30 minutos del centro de Piura se encuentra Catacaos, uno de los sitios con más historia y tradición del norte peruano. Fue en este lugar donde los españoles, conquistadores, trajeron a Francisco Pizarro y tuvieron contacto con las Capullanas antes de dirigirse a Cajamarca.

Cien años después de la conquista, Catacaos fue declarado como el corazón de Piura y esto fue gracias al Vicario Juan de Mori Alvarado quien en 1645 devolvió el territorio a su pueblo.

Y es un arco con vista al horizonte lo que da la bienvenida a los visitantes de esta zona. En su Plaza de Armas se yergue el templo San Juan Bautista, construida sobre una huaca donde se reunían el Consejo de Curacas y Capullanas.

Catacaos, la provincia de Piura siendo uno de los 8 distritos que la conforman y se denomina **“Capital artesanal de la región Grau”**, honroso y merecido título otorgado en el año 1989, gracias a nuestros hábiles artesanos que dominan diferentes líneas artesanales, entre los cuales están; paja toquilla, filigrana, tallados en madera, mates burilados, alfarería, recursos marinos, textiles, cueros repujado, entre muchas más.

Desde su llegada a Catacaos el turista utiliza los diferentes servicios que ofrecen en las diferentes áreas, la casa de la cultura y evalúa en función a sus expectativas si el servicio ofrecido es de calidad.

En la actualidad cuando el turista busca en Catacaos un lugar donde pueda encontrar toda la riqueza cultural, solo existen casonas y balcones coloniales sin mantenimiento, construcciones arquitectónicas que le pertenecieron a grandes ilustres personajes que forjaron este gran país.

Recorriendo la calle comercio donde los artesanos y comerciantes cataquenses, así como de toda la región exhiben y venden sus productos, también encontramos la Casa de la Cultura que le pertenece al grupo Romero, donde antiguamente funcionaba su desmontadora, que años atrás estaba en todo el auge del algodón pima.

En la actualidad está cedido a la municipalidad distrital de Catacaos que tiene como fin ofrecer al pueblo de Catacaos y a los turistas un espacio cultural donde puedan encontrar historia, religiosidad, costumbres, artesanía, gastronomía entre otros servicios como biblioteca, sala de cómputo y ludoteca.

Los espacios o centros culturales viven una realidad bipolar, mientras algunos se reproducen por iniciativa pública o privada, otros cierran por altos costos o mal mantenimiento.

La cultura es el acto más profundo de la identidad, decía el escritor Julio Cortázar y con ese espíritu, en las últimas tres décadas, se abrieron decenas de centros culturales en el país.

Los gobiernos locales, en su mayoría, fueron sus impulsores, aunque no faltaron los aportes de la empresa privada, estos espacios creados para promover la cultura, buscan recuperar el brillo de otros, llevándonos a vivir experiencias únicas trasladándonos a épocas inmemoriales.

Pese a las problemáticas comunes, hay municipios que consideran a los centros culturales no solo como espacios para la expansión de la cultura, folclore, religiosidad, gastronomía entre otros, sino más bien como una oportunidad y un beneficio para los ciudadanos y turistas, los centros culturales son importantes todos y debido a que cada uno tiene un perfil diferente, están pensados para públicos diferentes y persiguen diversos objetivos, todos encuadrados en una gran meta que es ponerlos al servicio del ciudadano y turista, así que cada uno desde su lugar pueda disfrutar y aprovechar las actividades.

Hoy iniciamos un trabajo de investigación denominado “Calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la casa de la cultura de la Municipalidad distrital Catacaos año 2017”.

Este trabajo de investigación ha sido motivado, en gran medida, por establecer si el turista está conforme con el servicio ofrecido en la casa de la cultura de la municipalidad distrital de Catacaos, considerando ciertos servicios que valora y espera recibir.

Obviamente que encontramos carencias, muchas de estas vergonzosas, una realidad que ya intuíamos, descuido de la autoridad local, falta de presupuesto y ausencia de especialistas.

Pero en nuestro primer diagnóstico no solo encontramos carencias, también un distrito que necesita proyectos con que imaginar el futuro, necesitamos cultivar entre nosotros cultura e identidad y el anhelo indesmayable de crear soluciones para una vida mejor, proyectos de inversión, servicios turísticos entre muchos negocios innovadores.

Si bien es cierto Catacaos es un destino turístico que se vende solo, por su diversidad de atractivos turísticos, gastronomía, artesanía e historia.

La casa de la cultura podría ser un gran centro cultural que albergaría varias iniciativas con espacios reservados para exposiciones permanentes dedicadas a artistas, compositores, escritores y más.

Del tema que se está tratando, existen estudios de investigación desarrollados en Europa y América.

## **1.2 Trabajos previos**

Carvache (2016), con su tesis denominada “Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita Montañita Ecuador” Universidad Murcia, como objetivo general tiene Analizar el perfil y satisfacción del turista que visita Montañita Ecuador. Esta investigación concluyó sobre gran utilidad que proporcionaba el análisis de la información brindada por los turistas respecto a la motivación y satisfacción de la visita, lo cual permitió concretar mejoras en los servicios turísticos reflejándose positivamente en la experiencia de los turistas en el momento de la visita. Otro de los resultados resaltantes en la investigación es que la mayoría de los turistas que visitan esta zona son solteros entre 20 y 29 años, con estudios universitarios y en gran mayoría de ocupación independiente o estudiantes. Por otro lado, también se logró determinar que la estadía de los visitantes era corta, mínimo de tres días y las largas además a ello determinó que se hospedaban, en su mayoría, en hostales y llegaban la mayoría de las veces en transporte público. Cuando un turista gasta en promedio por un día \$41,38 dólares, esto para ellos es un monto accesible y económico considerando que sea un lugar económico, en tal sentido cuando el destino Montañita se promociona a través de boca oreja. Dentro de las atracciones que se disfrutaban más está el sol, la playa, seguida de descansar.

Por otro lado, Ospina (2015); elaboró un proyecto nombrado “Calidad de Servicio y Valor en el transporte Intermodal de mercancías”, Esta investigación se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, considerándose alfa de Crombach con el objetivo de realizar la validez sobre los sus instrumentos obteniendo como resultado la conexión característica y positiva sobre sus variables de estudio. Entre sus principales deducciones se determinó que lo que se percibe tiene un valor

representativo con respecto a su calidad de servicio así mismo se determinó que tiene y alto valor de satisfacción. Es por ello que el autor corrobora dicha teoría sobre la cadena por secuencia entre la excelencia del servicio, lo que se percibe, el gusto y la fidelidad para el transporte sobre mercancías. Dentro del análisis de los resultados el autor concluye que las dos líneas asociadas a este objetivo que contiene la teoría académica, llamada “tradición europea” y la Tradición americana” son de pensamiento netamente académico.

Bolio rosado (2015), “Perfil y Grado de Satisfacción del turista que visita Mérida” de la Universidad Autónoma de Yucatán. El objetivo general: Identificar los motivos principales de visita de los turistas, Identificar el perfil demográfico y el nivel de satisfacción del turista que visita Mérida.

Se concluye con Los módulos de información turística (estatal y municipal), fueron apreciados de manera positiva por los visitantes. La atención fue amable y cordial, aunque podría mejorar. En lo negativo se encuentran la ubicación de los módulos (algunos turistas no los encontraban fácilmente) y la falta de conocimiento acerca de los municipios del estado (excepto Mérida).

En el sector dedicado a los establecimientos de alimentos y bebidas de Mérida, se encontró que los turistas consideran de buen sabor la comida y bebida. El rubro más bajo fue el correspondiente a precio calidad, que debería ser de mejor rendimiento. Se debe recalcar el buen aprovechamiento de la gastronomía y su difusión exterior. El servicio que se presta en la terminal de autobuses CAME obtuvo una buena calificación por parte de los encuestados, sobre todo en lo respectivo a la atención del personal y la eficiencia en el servicio. Sin embargo, mencionaron que les gustaría que mejorara la limpieza de las instalaciones. La manera para llegar a la terminal es en ocasiones difícil y confusa para los turistas.

Enríquez (2014); Argentina en La Plata, elaboró el proyecto llamado “Satisfacción del Cliente del Departamento de Recaudaciones y Cobranzas de la Municipalidad de Ensenada”. Esta investigación estudia el objetivo evaluar y medir la satisfacción de los ciudadanos del lugar que se han mencionado con relación a lo que ofrece las municipales. Dicho proyecto es tipo explorativa en donde se utiliza el método cuantitativo. Entre sus principales conclusiones se determinó de una manera

significativa la opinión de los pobladores respecto al servicio que ofrece las municipalidades en referencia a los diferentes tipos de servicios en lo que es calidad necesitando hacia ello conocer cuáles son esos indicadores de calidad para mejorar su servicio. Este estudio permitió cuantificar el nivel de satisfacción del ciudadano frente a muchos de los procesos que lleva a cabo la municipalidad como por ejemplo en las recaudaciones, cobranzas y atención al usuario. Finalmente, el autor logró comprobar en su investigación que la percepción sobre los servicios que brinda la municipalidad es positiva lo cual nos lleva a pensar que la estructura organizacional da soporte a los procesos y trámites administrativos.

Domínguez, A. (2015) con título de tesis “Desarrollo de un modelo estructural para la medición de la Satisfacción en el turismo cultural”. tuvo como objetivo principal en su investigación elaborar un modelo que permita evaluar la motivación de los turistas motivados por un factor cultural, existen diversas variables que influyen en las intenciones de comportamiento de los turistas. La presente investigación nos permitió ahondar en los conceptos y características del turismo cultural, ventajas y desventajas, así como sus singularidades. Finalmente, esta investigación concluyó con una propuesta de contenido territorial y temático que permitan al turista experimentar diferentes formas de vivir la cultura, costumbres, tradiciones, lugares históricos, arqueológicos y otras ideas intelectuales.

Gonzales (2015), con título de la tesis “Calidad de servicio y satisfacción, ¿antecedente o consecuente? Su evaluación en el ámbito del turismo termal”. Gonzales sobre su investigación determinó la gran aceptación de las características o dimensiones utilizadas para medir la calidad de servicios en las instalaciones termales, obteniendo más o menos resultados significativos niveles sobre fiabilidad y validez. En este sentido, se descubrió cuatro dimensiones importantes para establecer la calidad de servicio desde la perspectiva de los turistas, que serían: profesionalidad, oferta balnearia, oferta del hotel y localización.

Desde otro lado, esta investigación logró confirmar que la calidad de servicio en cualquiera de sus valores no es factor determinante para la satisfacción, evidenciándose en los resultados con un 55% lo cual nos llevó a confirmar la hipótesis general. Ante ello se logró identificar todos los indicadores,



definitivamente incluido la calidad de servicio, sobre los cuales depende la complacencia.

Según Ortiz (2012), quien trabajó una Tesis titulada “Estudio de la satisfacción del cliente en el marco de una empresa de transporte terrestre dentro de la comunidad andina. Para este trabajo de investigación Ortiz planteó como objetivo general ejecutar un plan que permita aumentar los niveles de satisfacción al cliente. Para lograr el cumplimiento de su objetivo Ortiz aplicó un instrumento diseñado para medir la calidad de servicio en la empresa de transporte objeto de estudio, obteniendo como resultado en los tres países donde se encuentra la empresa de un 39% a un 30% algo menor en la poca satisfacción de parte del cliente. Dentro de las conclusiones más resaltantes que logro obtener el presente estudio fue que una herramienta fundamental a fin de expandir la complacencia del cliente en la empresa era mejorando significativamente la calidad de servicio, y esto se logró gracias a los resultados y análisis de las encuestas aplicadas.

### **1.3 Teorías relacionadas al tema**

#### **TURISMO**

Mediante el pasar de los tiempos, el turismo ha ido obteniendo mayor importancia en el mundo, consolidándose como una actividad muy relacionada con el tema económico, social y cultural, desprendiéndose de ello la generación puestos de trabajo para los locales e ingresos económicos.

El turismo es un fenómeno principalmente social, pero que tiene diversos factores de estudio (sociales, económicos, culturales, etc.) lo cual no permite resumirlo en unas líneas (Martin, 2004) en su libro Dirección y gestión de empresas del sector turístico.

Según la etimología, turismo proviene de los vocablos latinos; tour y turn, que se originan del verbo tornare que en español significa girar. En tal sentido, esta palabra nos recrea la idea de giro, de viaje circular, de mundo y de volver al lugar de procedencia.

Según la Organización Mundial del Turismo, en adelante OMT, la definición más adecuada para el turismo sería en su totalidad todas las actividades que realizan las personas que viajan en diferentes sitios y permanecen allí por periodos de tiempo cortos, o no más de un año, ya sea por ocio, trabajo y otros motivos, en otras palabras el turista es aquella persona que se mueven fuera de su domicilio de residencia. Por otro lado, la orientación del turismo va a depender mucho de las necesidades o perfil del turista.

### **Satisfacción del cliente**

La satisfacción del cliente, en términos generales, esta medida, indicador o característica del servicio en general. En otras palabras, es aquello que brinda un alto nivel de emprendimiento del cliente (Valdivia, 2013), también se puede decir que es el análisis que hace un cliente respecto a las expectativas del producto o servicio, determinando con ello el cumplimiento o no de las necesidades para las cuales fue adquirido (Zeithaml et al., 2009).

Para complementar lo mencionado líneas arriba, existen diversas percepciones que afectan directamente la satisfacción del cliente, destacando entre ellas; precio, factores situacionales, estados de ánimo o emocional del cliente, opiniones familiares y finalmente, pero no menos importante, la calidad del producto o servicio (Zeithaml et al., 2009). Dicho lo anterior, se podría concluir que la satisfacción es un concepto variante y que fluctúa de acuerdo a cliente y su entorno, además a ello puede evolucionar o cambiar con el tiempo. Para fines de medición siempre se debe tomar como referencia, como en la estática, un punto en el tiempo (Zeithaml et al., 2009).

Cabe señalar que dentro de los diferentes tipos de satisfacción en el pasar del ciclo del servicio, los diferentes tipos de clientes tendrán tanto excelente servicio como también mal servicio los cuales llevan impresionando a la complacencia, y dada la experiencia a lo anterior, tal es así que esto puede variar dependiendo del momento que se realiza el servicio. (Garcia, 2006) Los consumidores de estos servicios además de tener una sensación asociada de satisfacción ya que se cumple con las

necesidades propias, también se asocian otros tipos de sentimientos tales como alegre con respecto a lo que reciben de forma cotidiana y una respuesta serena a los servicios que son básicos o se les da mucha importancia.

Cuando no toma como importante las obligaciones y los intereses sobre el consumidor se está fallando en lo que es el cumplimiento de las misma se, presume que se realiza un poco satisfacción en lo que se brinda, tal es así que las investigaciones que se han realizado en cuanto a la aprobación del consumidor desea registrar si están es desacuerdo o no con este punto a tratar. Citando las conclusiones de la investigación de Parasuraman , Zeithaml y Berry (2009)adaptar y mejorar la ejecución del servicio , para ofrecer una mejor experiencia para el cliente y evitar inconvenientes.

Los niveles adecuados nos demuestran mediante los resultados cual es el nivel de prioridad a alcanzar estándares óptimos para la satisfacción de los usuarios en cuanto servicio y atención al cliente , en vez de sólo limitar el servicio a un mediocre nivel de atención. Enfocándonos en la satisfacción del cliente lo abarca el estudio de Serra (2002), esta investigación fundamentalmente contiene dos principales contribuciones.

La primera, que mejora el entendimiento como resultado de las expectativas sobre la satisfacción, la nueva variable de estudio sobre la satisfacción también será incluida. Para ello es fundamental precisar que los modelos actuales de satisfacción han incorporado los deseos de los clientes. Cabe destacar , priorizar la categorización de las peticiones conformados por las relaciones de medios y objetivos del usuario y sus objetivos esperados, y las expectativas o percepción sobre los bienes o servicios que se crean con la información que nos brinda el proveedor (Segovia, 2012). En conclusión, es una valiosa aportación, puesto que suprime una debilidad del modelo de ratificación de expectativas (Mochón, 2004), aquí si el cliente compra un producto del cual no tiene buena expectativa pero aun así lo compra esperando satisfacción al comprarlo pero al final efectivamente el producto no funciona mal.

**Consecuencia de la satisfacción:**

Seguridad del consumidor, autores múltiples mantienen sobre la conformidad por definitiva en el proceder del consumidor tiende hacia una sociedad o marca, y de colaboración para conservar el contenido proceder, está la posibilidad de repetirse la adquisición o utilización, englobándolo para recomendarlo (Cronin y Taylor, 1992; Dick y Basu, 1994; Zeithaml y Bitner, 2003). Igualmente, gracias a estos autores, se ha logrado descubrir que los niveles significativos y en aumento de satisfacción del consumidor pueden estar relacionados directamente con la lealtad del cliente y sus respectivas ganancias (Sanchez et al., 2008), en adonde la influencia dentro de la conformidad del consumidor y la seguridad es exponencial y es sólida fundamentalmente cuando los clientes están estrechamente complacidos.

Por otro lado, Ruiz, Vázquez y Díaz (1995, p.19) concluyeron que brindar el mejor servicio a los clientes beneficiaría significativamente en la captación y fidelización de los clientes así mismo logrará que la organización refuerce la atracción de nuevos clientes.

Del mismo modo, Dick y Basu, (1994) definieron la fidelidad del cliente como un comportamiento no sólo conductual sino, también por su disposición. Por otro lado la contradicción entre la actitud y la conducta se origina en que un comportamiento repetitivo o secuencial no necesariamente está relacionado con la lealtad, pero este significado cambia cuando este comportamiento se relaciona directamente con la organización o marca. Lo que confirma Rengifo (2008), quien fundamenta que existe una relación psicológica entre la lealtad, a largo plazo, hacia un sistema o marca y esto a su vez está relacionado con una repetición de compra fundamentado en características afectivas, valorativas y de condiciones.

Existe un alto vínculo entre lo que los investigadores han deducido que hay una relación directa entre la insatisfacción y la deslealtad o abandono. La fidelidad del consumidor cuando hay un nivel demasiado alto de insatisfacción puede caer bruscamente, del mismo modo cuando se presenta cuando se reporta como crítico el servicio brindado, reflejando así la gran insatisfacción de los clientes ante las características del servicio adquirido (Malhotra Naresh 2004, pp.107). Este modelo se centra en la influencia que se origina entre la fidelidad y complacencia, que se

mantiene para originar la fidelidad suficiente incrementar la complacencia del cliente (Hallowell, 1996), dicho de otra forma, el nivel de disposición de un cliente para repetir su compra dependerá en gran medida del nivel de satisfacción. No obstante, algunos modelos alternos ya han rechazado esta afirmación, y esto se basa en que la repetición de compra no siempre es indicador de que un cliente sea leal, ya que esto último puede ser motivado por otras causales como ofertas, promociones, poca oferta, precios bajos, etc. (Jacoby y Chestnut, 1973).

Otras tendencia se pueden decir, (Vásquez Párraga y Alonso, 2000) quienes determinaron en su estudio que la repetición de una compra está relacionada a un conjunto de características vinculados a elementos mentales y afectivos, proponiendo así el modelo de cadena explicativa V-A, en esta cadena se esboza que la confianza y el compromiso que adquiere el cliente con el proveedor, es el producto final de la lealtad y esto lo logra gracias a muchas experiencias satisfactorias de transacción. En conclusión plantea la confianza como elemento importante para generar compromiso y este a su vez necesario para crear lealtad, cliente – proveedor ( Morgan y Hunt, 1994 ).

Siendo así, lo que sugieren los autores es la elaboración de un cuestionario el cual servirá para medir la satisfacción del turistas en hoteles de los cerros Concepción y Alegre, las cuando se aplicó este instrumento permitirá realizar las mejoras en lo que se respecta a las calidad de servicio llegando así a las complacencia de los clientes t, tal como plantean Zeithaml, Bitner y Gremler (2009), mejorar los beneficios para asi fidelizar a los clientes potenciales.

### **Existen dos tipos de medición de la satisfacción del cliente**

Mediciones Indirectas, este tipo sobre mediciones consiste hacia la supervisión y monitoreo de todas las ventas realizadas, beneficios obtenidos, así como las quejas de los que recibieron el servicio. Tal es así que cuando las organizaciones que sólo realizan esta forma de medida indirecta este adopta una manera inactiva que no determina la apreciación si cumplen o rebasan la probabilidad.

Mediciones Directas, este tipo sobre mediciones consiste mediante una serie de preguntas que son encuestas para determinar el nivel de satisfacción del turista. Tal es así que se han generalizado entre las diferentes empresas. Por ejemplo, las escalas varían (hay escalas de 5 puntos a 100 puntos). Las encuestas que se realizan pueden variar (preguntas de generales a específicas), tal es así que los métodos realizados también está la recolección de datos (Entrevistas personales o cuestionarios).

### **Calidad sobre el servicio**

En estos tiempos los servicios y productos que se ofrecen se le debe poner mejor calidad de servicio que ofrecen, es por ello que en la actualidad la calidad en el servicio a crecido de una manera significativa partir de los años ochenta. Tal es así que en la actualidad el servicio que se brinda debe superar las expectativas de los clientes no solo deben brindar el servicio asignado sino superar las expectativas que debe tener el uso adecuado sino también tener un agregado.

Sin embargo, en el ámbito en el que se puede percibir la calidad del servicio de forma general de parte del cliente referente siendo así excelencia del servicio esto comparándolo que hace el cliente entre lo recibido y la expectativa, Definitivamente, lo que determina la calidad y nivel en el que el cliente recibe el servicio y las percepciones de la actuación de las empresas.

Cuando se determina la calidad del servicio se tiene en cuenta una serie de requerimientos tales como el tiempo en responder al servicio este tipo de conexiones son importantes así también la perdida, ratio señal, ruido, diafonías, eco, interrupciones, frecuencia de respuesta, niveles de sonido, entre otros. En lo

que respecta a la telefonía se puede considerar un sub nivel el cual comprenden aspectos importantes sobre la relación directa con la capacidad y cobertura de una red por ejemplo, garantizar la posibilidad máxima de bloqueo y la posibilidad de interrupción.

Algunas causas que intervienen en las probabilidades del cliente con respecto a la relación con el servicio.

El turista a la hora de es coger uno de los servicios, las probabilidades son fundamentales las expectativas, tal es así que los expertos del marketing requieren y pretenden entender las causas que le dan forma. Tal es que la mayoría de expertos en marketing de igual manera anhelarían sobre la fiscalización, esos factores, pero las expectativas sobre lo que tiene el cliente son poco controlables, pero con mucha influencia.

En el momento en que el servicio en el cual el desempeño no está en la zona de flexibilidad, donde todo el desempeño supera lo deseado en la parte superior es aquí donde el cliente se sentirá beneficiado hasta se podría decir sorprendido. Tal es así que sólo cuando el desempeño cae fuera del intervalo (ya sea muy alto o muy bajo) sólo aquí tiene el tipo de servicio de modo acertado o rechazo por parte del cliente

Mientras que cuando un cliente tiende a esperar en línea durante 15 minutos a más lo que pasará será que el resto de clientes se empiezan a incomodar llegando incluso a quejarse y con gestos de mostrar su malestar hacia el personal que se encuentra laborando, pero en un área en la cual ellos no pueden solucionar los inconvenientes de los pasajeros. Es por ello que, en la medida, en que estos clientes esperan su tolerancia se les siente más frustrados. La flexibilidad de esta zona va a variar entre los diferentes tipos de clientes y se va a expandir o contrae en un mismo cliente a medida que se solucione la espera.

#### **1.4 Formulación del problema:**

¿De qué manera se conecta el nivel de satisfacción y la calidad de servicio en la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017?

#### **1.5 Preguntas específicas**

1. ¿Cuál es el nivel sobre la satisfacción del turista en relación a la atención en la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017?
2. ¿Cuál es el nivel de calidad sobre el servicio en la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017?
3. ¿Qué relación existe entre la dimensión de tangibilidad de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa sobre la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017?
4. ¿Cuál es la conexión que existe en medio de la dimensión de fiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017?
5. ¿Cuál es la conexión que se debe encontrar entre la dimensión de capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017?

#### **1.6 Justificación del estudio**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) relacionan este tipo de estudios mediante la explicación de los argumentos con lo que los objetivos y las incógnitas de esta investigación son necesarios para justificarlos.

**Justificación Teórica:** Este tipo de investigaciones de acuerdo a los resultados siempre se justifica como prueba para desarrollar la toma de decisiones en la Municipalidad de Catacaos este análisis busca las mejoras con lo que ofrece el servicio para así mejorar la satisfacción del cliente a fin de buscar alternativas de mejora respecto a nuestra calidad de servicio y con ello mejorar en la satisfacción. Está investigación por otra parte también nos dará información y antecedentes para realizar otras investigaciones relacionadas con estas variables de estudios.



**Justificación metodológico:** Cuando se usa un método correlacional esto dentro de la investigación permite identificar los significados y características existentes entre las variables así como las características importantes ya que se usa indicadores, dicho método es eficaz en la medidas que se toman con estos instrumento dado el tiempo según como se presenten las circunstancias así también se proponen nuevas técnicas o métodos lo que asegura otro tipo de investigaciones lo que se tomara como variables para diferentes tipos de estudios relacionados con esta investigación.

**Justificación práctica:** La investigación se centra principalmente en la conexión que existe entre las variables y las consecuencias cuando se aplicó el instrumento esto conllevara a mejorar el servicio brindado y esto a su vez llevara a la satisfacción de los turistas a la casa de la cultura de Catacaos y así se logren desarrollar y lograr los objetivos establecidos en esta investigación.

## **1.7. Hipótesis**

### **Hipótesis general**

Existe conexión entre la calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.

No hay conexión directa entre la relación de la calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.

#### **1.7.1 Hipótesis específicas**

1. Existe conexión en medio de las dimensiones de tangibilidad de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.

No hay conexión directa entre la relación entre la dimensión de tangibilidad de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.

2. Existe conexión en medio de la dimensión de fiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.

No hay conexión a través de la relación entre la dimensión de fiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.

3. Existe conexión en medio de la dimensión de capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.

No existe conexión a través de la dimensión de capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.

## **1.8. Objetivos.**

### **1.8.1. Objetivo general**

Establecer la correspondencia que hay a través de la clase de servicio y la satisfacción sobre turista que visita la Casa sobre la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.

### **1.8.2. Objetivos Específicos**

- 1.- Constituir el valor de satisfacción del cliente en relación a la atención en la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.
- 2.- Establecer el valor de la clase de servicio de la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.
- 3.- Especificar la conexión que hay a través de las medidas de tangibilidad de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.
- 4.- Puntualizar la conexión sobre lo que existe entre la dimensión de confiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.
- 5.- Concretar la conexión que existe entre la dimensión de capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.

## **II. MÉTODO**

### **2.1. Metodología**

Según Bernal (2010), “Para la realización de una investigación se debe tener en cuenta los métodos y técnicas para desarrollar esta así mismo la metodología como parte del método en dirección a poder conseguirlos objetivos de esta manera de la misma”. En este estudio tuvo en cuenta el siguiente método.

El método hipotético-deductivo, este método está conformado por dos tipos de operaciones como su nombre mismo lo indica: el planteamiento de la hipótesis y la explicación de sus consecuencias cuyo objetivo era llegar a conocimientos hipotéticos relativamente para que así estén debidamente fundamentadas previo marco teórico, así es que todo concuerdan con la experiencia previa y con otros tipos de conocimientos debidamente fundamentados es por ello que las conclusiones deductivas nos llevan a que concuerdan.

### **2.2.- Tipo de estudio**

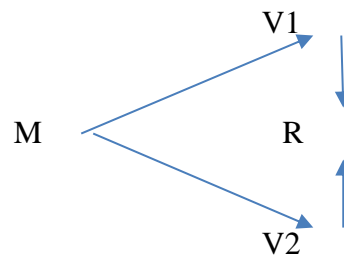
De acuerdo a la investigación el tipo de estudio es aplicada o tecnológica ya que se utiliza lo cognitivo en el desarrollo de la investigación con el fin de aplicarlos en experiencias que serán provechosos para la sociedad.

### **2.3.- Diseño de investigación**

En esta investigación el diseño de la investigación tenemos no experimentales este tipo se desarrolla sin ningún tipo de manipulación de libera de variables y donde se observa fenómenos en su ambiente real para después analizarlos en forma de una investigación transeccional correlacional. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014 p.153).

Así también se puede decir que es transeccional correlacional ya que muestran la explicación o desarticulación de las variables de estudio, siempre y cuando estén relacionadas en un momento determinado mostrando así la existencia o ausencia de correlación (Hernández, et al, 2014, p. 154).

El gráfico que le corresponde a este diseño es el siguiente:



M Muestra de investigación

V1 Variable Calidad de servicio

V2 Satisfacción del turista

R Relación entre las variables

#### 2.4. Variables, operacionalización.

<b>VARIABLE</b>	<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<b>DEFINICIÓN OPERACIONAL</b>	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ESCALA DE MEDICIÓN</b>
Satisfacción del turista.	Se dice que la satisfacción del cliente vendría a ser el nivel de placer que obtiene el consumidor después de haber adquirido un servicio ya sea por el servicio en sí o una característica de ella. (Oliver, 2010),	La satisfacción del turista se mide a través de un cuestionario con dimensiones de atención, piezas expuestas y servicio en la casa de la cultura.	Atención	¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención brindada en la casa de la cultura?	ordinal
			Piezas expuestas	¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al cuidado y protección de las piezas expuestas en la casa de la cultura?	
			Servicio	¿Cuál es su nivel de satisfacción del servicio recibido, en la casa de la cultura?	

Calidad de servicio	Calidad de servicio es la habilidad de proveer diferentes prioridades a diferentes aplicaciones, usuarios, o flujos de datos, o de garantizar un cierto nivel de rendimiento para un flujo de datos. Sadhvani, R. (2007).	La calidad de servicio se mide a través de un cuestionario con dimensiones de atención, piezas expuestas y servicio en la casa de la cultura.	Tangibilidad	En este indicador se medirá los equipos e infraestructura, tecnología moderna, Instalaciones acogedoras. Buena presentación por parte del personal, material de consulta con información relevante y de diseño didáctico que sirvan de guía al turista.	Satisfacción Insatisfacción
			Fiabilidad	Para este indicador se tomará en cuenta el cumplimiento del compromiso adquirido, interés para resolver problemas, eficiencia por parte del personal y eficacia en la prestación de servicios. Cero margen de error	

				en la ejecución de actividades.	
			Capacidad De Respuesta	Este indicador servirá para que los pasajeros puedan saber con exactitud el momento cuándo se llevará a cabo el servicio. Además, reflejará el interés del personal para ayudar a los pasajeros. Finalmente, ejecutara su trabajo de forma ágil y eficiente.	



## 2.5.- Población y muestra

### **Población**

Carrasco (2009) Este trabajo de investigación se desarrolla en el campo espacial que es el conglomerado de los fundamentos (unidades de análisis)

En la presente investigación la población la cual es el objeto está conformada sobre todo los turistas que ingresan a la casa de la cultura ubicada en jirón comercio N° 680 distrito Catacaos. Para la presente investigación se considera las visitas registradas del 01 de Junio al 31 de julio del año 2017, en total 140 turistas.

Dicha información consta en libro de registro de la casa de la cultura de Catacaos.

### **Muestra**

Según Carrasco (2009) cuando se utiliza este tipo de muestras en la que el autor de la investigación toma la muestra de forma intencionada donde se eligen los elementos más representativos y convenientes. Esta muestra se escoge sin ningún tipo de criterio sin reglas matemáticas o estadísticas.

Por ello abordara el muestreo de poblaciones finitas.

### **Aplicación de la Formula:**

$$n = \frac{N \times Z^2 \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = 82$$

**Dónde:**

**n:** Tamaño de la muestra

**Z:** Valor estadístico asociado a un nivel de confianza del 95% (1.96)

**p:** A favor del evento: 0.5

**N:** Población: 140

**i:** Error: 0.07

## **2.6. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos, la validez y la confiabilidad.**

### **Técnica**

En este tipo de estudio se usó la “Encuesta”, que sobre una serie de preguntas que el investigador formula a un grupo de estudiantes para estudiar constructos como percepciones, creencias, preferencias, actitudes, etc. (Bernal, 2000, p.222). La encuesta se les realizará a todos los turistas después de haber visitado las instalaciones de la casa de la cultura y la entrevista al responsable de la mencionada institución.

### **Instrumentos**

En esta investigación lo que se utilizó para medir fue la encuesta mediante un cuestionario de preguntas, este instrumento es una serie de interrogantes utilizadas sobre lo que el poder producir que se interpretaran según nuestros objetivos los datos necesarios es un tipo de estudios que se trabajó sobre todo para recopilar datos de la la muestra de estudio y así resolver el problema de investigación. (Bernal, 2000, p.222).

## **2.7 Métodos de análisis de datos**

Para el presente estudio se desarrolla el método científico es una guía principal y para nuestra planeación de procesamiento de datos específicos emplearemos el método estadístico, analógico.

Por otro lado, utilizaremos el software SPSS para el procesamiento de datos estadísticos Versión 21, que vendría hacer el acrónimo en inglés del software estadístico para las Ciencias Sociales (StatisticalPackageforthe Social Sciences)

Finalmente, obtenidos sobre datos que concluyen en nuestra investigación procederemos al análisis y evaluación correspondiente, por medio de la discusión de los fundamentos teóricos vistos.

## **2.8. Aspectos éticos**

En este tipo de investigaciones, la información, estos datos verificados que se utilizan, el autor toma como compromiso para no alterar divulgar de forma poro apropiada dicha información así también se respetará la identidad de las personas que participaron en dicha investigación. Está investigación no debe ser comprada ni copiado muy por el contario debe contribuir del patrimonio cultural.

### III. RESULTADOS

- 1.- Determinar el nivel de satisfacción del turista en relación a la atención en la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.

NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NIVEL BAJO	34	41,5	41,5
	NIVEL MEDIO	31	37,8	79,3
	NIVEL ALTO	17	20,7	100,0
	<b>TOTAL</b>	82	100,0	100,0

#### **Interpretación.**

El 41.5% (34) de los turistas experimentan un bajo nivel de satisfacción cuando acuden a la casa de la cultura de la municipalidad distrital de Catacaos, el 37.8% (31) de los turistas experimentaron un nivel medio de satisfacción y un 20.7% (17) de los clientes consideran un rango alto de complacencia cuando fueron atendidos en la visita de la casa de la cultura de la municipalidad distrital de Catacaos.

2.- Determinar el nivel de calidad de servicio de la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.

<b>NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO</b>					
Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	NIVEL BAJO	30	36,6	36,6	36,6
	NIVEL MEDIO	29	35,4	35,4	72,0
	NIVEL ALTO	23	28,0	28,0	100,0
	<b>TOTAL</b>	82	100,0	100,0	

**Interpretación.**

El 36.6% (30) de los turistas expresaron que la calidad de servicio fue de un bajo nivel cuando acudieron a la casa de la cultura de la municipalidad distrital de Catacaos, el 35.4% (29) de los turistas expresaron que la calidad de servicio fue de un nivel medio y un 28% (23) de los turistas consideran un alto nivel a lo que se refiere a la calidad de servicio en la visita de la casa de la cultura de la municipalidad distrital de Catacaos.

**3.- Determinar la conexión que existe entre la dimensión de tangibilidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.**

**Tabla de contingencia TANGIBILIDAD de calidad de servicio \* SATISFACCIÓN DEL TURISTA**

Total			SATISFACCIÓN DEL TURISTA (agrupado)				
			NIVEL BAJO	NIVEL MEDIO	NIVEL ALTO		
TANGIBILIDAD (agrupado)	NIVEL BAJO	Recuento	21	9	6	36	
		% del total	25,6%	11,0%	7,3%	43,9%	
	NIVEL MEDIO	Recuento	12	13	7	32	
		% del total	14,6%	15,9%	8,5%	39,0%	
	NIVEL ALTO	Recuento	1	9	4	14	
		% del total	1,2%	11,0%	4,9%	17,1%	
	Total		Recuento	34	31	17	82
			% del total	41,5%	37,8%	20,7%	100,0%

**Interpretación**

El 25.6% (21) de los clientes manifiestan tener un rango bajo de complacencia y sobre todo de tangibilidad en relación a la calidad del servicio, el 15 9% (13) de los turistas expresan tener un nivel medio de satisfacción del cliente y de tangibilidad en la calidad del servicio, el 14.6% (12) de los turistas expresan tener el nivel muy por debajo a lo que respecta a satisfacción así mismo un nivel muy por debajo del nivel de tangibilidad.

**Contrastación de la hipótesis**

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,517 <sup>a</sup>	4	,001
Razón de verosimilitudes	13,090	4	,011
Asociación lineal por lineal	6,988	1	,008
N de casos válidos	82		

La prueba resultó ser significativa ( $p < 0.05$ ) lo que implica Rechazar la hipótesis Nula  $H_0$ . Por lo que se sostiene que hay relación entre entre la dimensión sobre tangibilidad en la calidad de servicio, así como la complacencia con respecto al turista que visita Casa de la Cultura de la Municipio Distrital de Catacaos año 2017.

4.- Determinar la relación que existe entre la dimensión de confiabilidad de calidad de servicio y la complacencia del turista que visita en la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.

**Tabla de contingencia FIABILIDAD (agrupado) \* SATISFACCIÓN DEL TURISTA (agrupado)**

			SATISFACCIÓN DEL TURISTA (agrupado)			Total
			NIVEL BAJO	NIVEL MEDIO	NIVEL ALTO	
FIABILIDAD	NIVEL BAJO	Recuento	16	8	6	30
		% del total	19,5%	9,8%	7,3%	36,6%
	NIVEL MEDIO	Recuento	13	9	6	28
		% del total	15,9%	11,0%	7,3%	34,1%
	NIVEL ALTO	Recuento	5	14	5	24
		% del total	6,1%	17,1%	6,1%	29,3%
Total		Recuento	34	31	17	82
		% del total	41,5%	37,8%	20,7%	100,0%

**Interpretación.-**

El 19.5% (16) de los turistas manifiestan tener un nivel bajo de satisfacción y de fiabilidad en relación a la calidad del servicio, el 17.1% (14) de los turistas expresan un nivel medio de satisfacción y un nivel alto de fiabilidad, el 15.9% (13) de los turistas expresan tener un nivel bajo de satisfacción del turistas y un nivel medio de confiabilidad de la calidad del servicio.

**Contrastación de la hipótesis**

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,561 <sup>a</sup>	4	,003
Razón de verosimilitudes	7,768	4	,100
Asociación lineal por lineal	2,442	1	,118
N de casos válidos	82		

La prueba resultó ser significativa ( $p < 0.05$ ) lo que implica Rechazar la hipótesis Nula  $H_0$ . Por lo que se sostiene que hay relación entre entre la dimensión de fiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.

5.- Establecer la conexión que existe sobre las dimensión de capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.

**Tabla de contingencia CAPACIDAD\_DE\_RESPUESTA \* SATISFACCIÓN DEL TURISTA**

			SATISFACCIÓN DEL TURISTA (agrupado)			Total
			NIVEL BAJO	NIVEL MEDIO	NIVEL ALTO	
CAPACIDAD_DE_RESPUESTA	NIVEL BAJO	Recuento	17	8	6	31
		% del total	20,7%	9,8%	7,3%	37,8%
	NIVEL MEDIO	Recuento	13	12	6	31
		% del total	15,9%	14,6%	7,3%	37,8%
	NIVEL ALTO	Recuento	4	11	5	20
		% del total	4,9%	13,4%	6,1%	24,4%
	Total	Recuento	34	31	17	82
		% del total	41,5%	37,8%	20,7%	100,0%

**Interpretación.-**

El 20.7% (17) de los turistas manifiestan tener una categoría baja de satisfacción y de una capacidad de concluir en relación a la calidad del servicio, el 15.9% (13) de los turistas expresan tener un nivel bajo de satisfacción del turista y una categoría medio de capacidad de respuesta en la calidad del servicio.

**Contrastación de la hipótesis**

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,545 <sup>a</sup>	4	,162
Razón de verosimilitudes	6,897	4	,141
Asociación lineal por lineal	3,254	1	,071
N de casos válidos	82		

La prueba resultó ser significativa ( $p < 0.05$ ) lo que implica Rechazar la hipótesis Nula  $H_0$ . Por lo que se sostiene que hay relación entre entre la dimensión de capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción de los turistas que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.



### 3.1. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,150 <sup>a</sup>	4	,003
Razón de verosimilitudes	9,583	4	,048
Asociación lineal por lineal	2,969	1	,085
N de casos válidos	82		

La prueba resultó ser significativa ( $p < 0.05$ ) lo que implica Rechazar la hipótesis Nula  $H_0$ . Por lo que se sostiene que hay relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos.

#### IV. DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como objetivo conocer la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.

De acuerdo al primer objetivo específico determinar el nivel de satisfacción del turista en relación a la atención en la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017. Se determinó que el 41.5% (34) de los turistas experimentan un bajo nivel de satisfacción cuando acuden a la casa de la cultura de la municipalidad distrital de Catacaos, el 37.8% (31) de los turistas experimentaron un nivel medio de satisfacción y un 20.7% (17) de los turistas consideran un nivel alto de satisfacción cuando fueron atendidos en la visita de la casa de la cultura de la municipalidad distrital de Catacaos.

Bolio Rosado (2015), “Perfil y Grado de Satisfacción del turista que visita Mérida” Universidad Autónoma de Yucatán. Concluye con; Los módulos de información turística (estatal y municipal), fueron apreciados de manera positiva por los visitantes. La atención fue amable y cordial, aunque podría mejorar. En lo negativo se encuentran la ubicación de los módulos (algunos turistas no los encontraban fácilmente) y la falta de conocimiento acerca de los municipios del estado (excepto Mérida).

Uno de sus objetivos específicos es establecer el grado acerca de la calidad de servicio la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017. Se determinó que el 36.6% (30) de los turistas expresaron que la calidad de servicio fue de un bajo nivel cuando acudieron a la casa de la cultura de la municipalidad distrital de Catacaos, el 35.4% (29) de los turistas expresaron que la calidad de servicio fue de un nivel medio y un 28% (23) de los turistas consideran un nivel alto la calidad de servicio en la visita de la casa de la cultura de la municipalidad distrital Catacaos.

Bolio Rosado (2015), “Perfil y Grado de Satisfacción del turista que visita Mérida” Universidad Autónoma de Yucatán, en el sector dedicado a los establecimientos de alimentos y bebidas de Mérida, se encontró que los turistas consideran de buen sabor la comida y bebida. El rubro más bajo fue el correspondiente a precio calidad, que debería ser de mejor rendimiento.

Se debe recalcar el buen aprovechamiento de la gastronomía y su difusión exterior. El servicio que se presta en la terminal de autobuses CAME obtuvo una buena calificación por parte de los encuestados, sobre todo en lo respectivo a la atención del personal y la eficiencia en el servicio. Sin embargo, mencionaron que les gustaría que mejorara la limpieza de las instalaciones. La manera para llegar a la terminal es en ocasiones difícil y confusa para los turistas.

De acuerdo a uno de los objetivo específicos en donde determina la asociación el cual hay entre la percepción sobre tangibilidad de calidad de servicio y la complacencia del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017. Se determinó que el 25.6% (21) de los turistas manifiestan tener una baja calidad de complacencia así como de tangibilidad en relación a la calidad del servicio, el 15.9% (13) de los turistas expresan tener un nivel medio de satisfacción del turistas y de tangibilidad en la calidad del servicio, el 14.6% (12) de los turistas expresan tener un nivel bajo de satisfacción y un nivel bajo de tangibilidad.

Gonzales (2015), con título de la tesis: “Calidad de servicio y satisfacción, ¿antecedente o consecuente? su evaluación en el ámbito del turismo termal” en la Universidad de Vigo. Los resultados se han determinado como los más adecuados con respecto a los establecimientos termales en donde se midió la calidad de servicio m la mostrando el tamaño de bajos niveles de tangibilidad, confiabilidad y capacidad de respuesta.

Con respecto a la conexión del cuarto objetivo específico establece la relación que existe entre la dimensión de confiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017. Se determinó que el 19.5% (16) de los turistas manifiestan tener un nivel bajo de satisfacción y de fiabilidad en relación a la calidad mostrando del servicio, el 17.1% (14) de los turistas expresan un nivel medio de satisfacción y un nivel alto de fiabilidad, el 15.9% (13) de los turistas expresan tener un nivel bajo de satisfacción del turistas y un nivel medio de confiabilidad de en la calidad del servicio.

Gonzales (2015), con título de la tesis: “Calidad de servicio y satisfacción, ¿antecedente o consecuente? Su evaluación en el ámbito del turismo termal” en la

Universidad de Vigo. Los resultados de los servicios en establecimientos termales fueron medidos según su calidad de servicio fueron dados como apropiados, ostentando en tamaño los bajos niveles acerca tangibilidad, confiabilidad y capacidad de respuesta. En tal sentido y en la línea de otros estudios, se han encontrado evidencias de la multi dimensionalidad de la calidad de servicio, compuesta en este caso por cuatro dimensiones o factores críticos (Profesionalidad, Oferta balnearia, Oferta del hotel y Localización).

En relación al quinto objetivo específico determinar la conexión que existe entre la dimensión de capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017. Se determinó que el 20.7% (17) de los turistas manifiestan tener un nivel bajo de satisfacción y de una capacidad de respuesta en relación a la calidad del servicio, el 15.9% (13) de los turistas expresan tener un nivel bajo de satisfacción del turistas y un nivel medio de capacidad de respuesta en la calidad del servicio.

Gonzales (2015), con título de la tesis: “Calidad de servicio y satisfacción, ¿antecedente o consecuente? Realiza una su evaluación en el ámbito del turismo termal en la Universidad de Vigo. Los resultados se han confirmado que la calidad de servicio no es el único factor que complementa la satisfacción , puesto que sólo explica un 55% de su variabilidad, con lo que se corrobora la hipótesis 1c. Debido a esto , la selección de los elementos, incluyendo la calidad de servicio, que contribuyen a la satisfacción se torna “critico”. Elementos varios que podrían contribuir una mejor experiencia pueden ser la satisfacción con una transacción, el valor, la imagen.

Ergo , un punto a destacar son diversas restricciones que conllevan a tomar con precaución los resultados obtenidos, cabe destacar , que dicho estudio es de carácter sectorial y es limitado a un territorio concreto, en consecuencia los resultados generalizados son dependientes del duplicado de este en diversos sectores y zonas geográficas. Otro punto a tratar, podría ser conveniente determinar el grado de satisfacción por medio de una escala, citando la propuesta por Maloles (1997). Referido al método utilizado, señalar que las ecuaciones estructurales difieren de la

hipotesis de que los lazos entre las variables son lineales, debido a esto , podría coexistir vinculos no lineales que el prototipo no ha reconocido.

## V. CONCLUSIONES

- 1- Una de las conclusiones a la que se llegó que dentro de la prestación de servicio existe turistas insatisfechos, ya que los requerimientos son muy altos por lo que se ofrece un servicio muy por debajo de las expectativas del turista, esto afecta directamente con la posibilidad de tener un desarrollo sostenible en el tiempo. El turismo en el distrito de Catacaos no cuenta con una cultura orientada a satisfacer a los turistas, esto se debe a que la mayoría de los pobladores no tiene estudios son de nivel bajo.
- 2.- También se pudo concluir que dentro de los servicios realizados tanto a los turistas nacionales como internacionales hay cosas negativas en la calidad de los servicios brindados es por ello que estas brechas de importancia conllevan son de baja calidad así tenemos en la casa de la cultura en el distrito de Catacaos. Las conclusiones reflejan importantes aspectos para poder mejorar el servicio turístico y aumentar las ofertas estas diferencias importantes entre las expectativas, percepciones y la calidad real del servicio.
- 3.- Del mismo modo se pudo advertir de la gran cantidad de turistas que no están satisfechos con el servicio brindado tal es así que se puede considerar como un punto importante las instalaciones no son agradables, lo cual limita la posibilidad de tener un desarrollo sostenible en el tiempo. El turismo en el distrito de Catacaos no cuenta con una cultura orientada a satisfacer a los clientes, ello debido al bajo nivel educativo de los habitantes.
- 4.- Existe un gran número de turistas insatisfechos, debido a que la garantía, que es la competencia a fin de realizar el servicio el cual se asegura de modo sólida, así como determinante.
- 5.- Existe un gran número de turistas insatisfechos, debido a la escasa aptitud acerca de contestación. No hay disposición con el fin de colaborar con los turistas y no están dispuestos a ayudar. colaborar

## **VI. RECOMENDACIONES**

- 1.- Realizar una investigación más profunda que proponga un programa donde se desarrollen convenios programados entre el municipio de Catacaos y las principales instituciones; para poder así subvencionar los planes de mejoramiento y guías de viaje, etc. Con la finalidad de satisfacer a los turistas en su visita a la casa de cultura.
  
- 2.- El Gobierno Regional y el municipio distrital de Catacaos, deben involucrarse y establecer Alianzas estratégicas con instituciones vinculadas al turismo. Así, se podrá trabajar de manera conjunta y coordinada para mejorar la calidad de los servicios, creando una plataforma capacidad, y agentes vinculados en turismo
  
- 3.- Proponer un programa donde se desarrollen alianzas estratégicas entre el municipio de Catacaos y las principales organizaciones; académicas o turísticas a fin de financiar proyectos de mejora y capacitación en tangibilidad, fiabilidad y capacidad de respuesta, etc. Con la finalidad de satisfacer a los turistas en su visita a la casa de cultura.
  
- 4.- El Gobierno Regional y el municipio distrital de Catacaos, para poder mejorar el servicio a los turistas se deben incluir dentro del plan de mejora las Alianzas estratégicas con las organizaciones vinculadas al turismo. Así, se podrá trabajar de manera conjunta y coordinada para mejorar la calidad de los servicios, creando una plataforma competitiva, y agentes vinculados en turismo.
  
- 5.- El Gobierno Regional y el municipio distrital de Catacaos se encarga de fomentar la planificación lo cual admiten establecer de una forma responsable turística en la localidad y en las autoridades locales, provinciales y regionales. Es por ello que se debe lograr un desarrollo sostenible, consolidando y así ofrecer una industria turística diversificada, con una amplia gama de servicios de calidad.

## **VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

García Henche, Blanca. 2006. Marketing del Turismo Rural, Ediciones Pirámide, Segunda Edición, Madrid.

Gris Cid, Mateo. 2007. Tesis: Medición del Grado de Satisfacción de los Turistas que Visitan Bahías de Huatulco Oaxaca y Análisis de sus Efectos sobre los fenómenos de Retorno y Recomendación.

Hernandez Roberto, Fernandez. Carlos y Baptista, Pilar. 2004. Metodología de la Investigación, Mc Graw Hill Editores, Tercera Edición, México.

Hoffman, K. Douglas y Bateson, John E.G. 2012. Marketing de Servicios, Conceptos, Estrategias y Casos, CengageLearning Editores, Cuarta Edición, México.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2007. Censo Nacional de Población y Vivienda 2007.

Martin Rojo, Inmaculada. 2004. Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico, Ediciones Pirámide, Tercera Edición, Madrid.

Menacho Rojas, Hector Anibal. 2012. Metodología de la Investigación en Ciencias Empresariales, Ediciones D-GRAF EIRL, Segunda Edición, Perú.

Mochón Morcillo, Francisco. 2004. Economía y Turismo, Mc Graw Hill, Primera Edición en español, España.

RengifoChumbe, DaylyMauree y Sales Muñoz, Jimmy Jack. 2008. Tesis: Los Turistas Mochileros (Backpackers) y su Impacto en la Percepción de la Población de Iquitos.

Sánchez Valderrama, Gina Margot y Angulo Dávila Adriana. 2008. Tesis: Gestión de la Oferta Turística Manteniendo las Condiciones Culturales,



Sociales y Económicas de la Etnia Bora, rio Momón, Departamento de Loreto.

Segobia, José. 2012. Turismo Con Rostro Peruano. Gestión, 18 de Abril, 2012.

Serra Cantallops, Antoni. 2002. Marketing turístico. ESIC Editorial. Madrid.

Torres Bardales, C. 1997. Metodología de la Investigación Científica. 5ta Edición. Edit. San Marcos.

MalhotraNaresh, Pearson. 2004. Investigación de Mercados Un Enfoque Aplicado, Cuarta Edición. Educación de México, S.A.

Valdivia, Víctor. 2013. Turismo y Comercio en la Amazonia Experimentara Crecimiento del 10% en el 2014. Andina (Agencia Peruana de Noticias), 05 de Agosto, 2013.

Zeithaml, Valarie A. y Bitner, Mary Jo. 2009. Marketing de Servicios. McGraw Hill /Interamericana Editores SA, segunda edición.

## VIII.- ANEXOS

## CUESTIONARIO

DETERMINAR EL GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO AL SERVICIO Y PRODUCTOS QUE OFRECE LA CASA DE LA CULTURA.

<b>Dimensión : Atención</b>	<b>Muy Satisfecho</b>	<b>Algo Satisfecho</b>	<b>No Satisfecho Ni Insatisfecho</b>	<b>Algo Insatisfecho</b>	<b>Muy Insatisfecho</b>
¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención brindada en la casa de la cultura?					
¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato brindado en la casa de la cultura?					
¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención que usted apreció en este lugar?					
¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato en la casa de la cultura?					
<b>Dimensión : Piezas expuestas</b>					
¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a las piezas expuestas en la casa de la cultura?					
¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al cuidado y protección de las piezas expuestas en la casa de la cultura?					
¿Las piezas expuestas le han causado satisfacción en su visita a estas zonas?					
¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los recursos culturales en la casa de la cultura?					
<b>Dimensión : servicios</b>					
¿Cuál es su nivel de satisfacción del servicio recibido, en la casa de la cultura?					
¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato de los anfitriones, en la casa de la cultura?					
¿Algún servicio turístico le ha causado satisfacción en su visita a la casa de la cultura?					

## MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** CUESTIONARIO SATISFACCIÓN DEL TURISTA.

**OBJETIVO:** DETERMINAR EL GRADO DE SATISFACCIÓN RESPECTO AL SERVICIO Y PRODUCTOS QUE OFRECE LA CASA DE LA CULTURA.

**DIRIGIDO:** A TURISTAS QUE INGRESAN A LA CASA DE LA CULTURA DE LA MUNICIPALIDAD DE CATACAOS

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:** JUAN JOSE SAAVEDRA OLIVOS

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:** DOCTOR

**VALORACIÓN**

EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
-----------	-------	---------	------------



**FIRMA DEL EVALUADOR**

**CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA CASA DE LA CULTURA.**

**EN ESTA PRIMERA PARTE DEBE ASIGNAR UN PUNTAJE DEL 1 AL 5, SEGÚN EL GRADO DE IMPORTANCIA QUE LE DA.**

<b>Dimensión :</b>	<b>NUNCA</b>	<b>CASI NUNCA</b>	<b>A VECES</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>SIEMPRE</b>
Que cuente con equipos de aspectos modernos					
Que tenga instalaciones visualmente agradables					
Que cuente con personal de apariencia impecable					
Que cuente con folletos, afiches comprobantes y formularios de diseño agradable					
Que el personal muestre sincero interés en resolver los problemas					
Que el personal realice las cosas bien en la primera oportunidad					
Que el personal realice las cosas en la primera oportunidad					
Que el personal siempre muestre deseo de ayudar a los turistas.					
Que el personal siempre tenga tiempo disponible para atender las consultas de los turistas.					
Que el personal atienda de forma ágil y eficiente					
Que el personal brinde confianza a los turistas					

## MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** CUESTIONARIO CALIDAD DE SERVICIO.

**OBJETIVO:** DETERMINAR LA CALIDAD DE SERVICIO QUE SE OFRECE EN LA CASA DE LA CULTURA.

**DIRIGIDO:** A TURISTAS QUE INGRESAN A LA CASA DE LA CULTURA DE LA MUNICIPALIDAD DE CATACAOS

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:** JUAN JOSE SAAVEDRA OLIVOS

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:** DOCTOR

**VALORACIÓN**

EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
-----------	-------	---------	------------



**FIRMA DEL EVALUADOR**

**“CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA QUE VISITA LA CASA DE LA CULTURA DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CATACAOS AÑO 2017”.**

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

<b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
<b>Problema principal</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis General</b>	<b>Variables</b>		<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento</b>
¿Cuál es la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017?	Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.	Existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.	<b>Variable Independiente:</b> Calidad de servicio	Tangibilidad  Fiabilidad	Equipos de aspecto modernos , Instalaciones visiblemente agradables. Personal de apariencia impecable Cuenta con folletos, afiches, comprobantes y formularios de diseño agradable  El personal cumple con lo que promete. El personal muestra sincero interés en resolver los problemas del pasajero. El personal realiza las cosas bien en la primera oportunidad. El personal entrega los servicios a los pasajeros en el momento en que lo prometieron Los servicios se brindan sin errores	Cuestionario

				Capacidad De Respuesta	El personal indica a los pasajeros exactamente cuándo se llevará a cabo el servicio. El personal siempre se muestra deseoso de ayudar a los pasajeros. El personal siempre tiene tiempo disponible para atender la consulta de los pasajeros. Atiende a los pasajeros de forma ágil y eficiente
			Variable Dependiente  Satisfacción del turista	Atención	¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención brindada en la casa de cultura?
		. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato brindado en la casa de la cultura?			
		¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención que usted apreció en este lugar?			
		. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato cordial en la casa de la cultura?			
			Piezas expuestas	¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a las piezas expuestas en la casa de cultura?	
		. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al cuidado y protección de las piezas?			



					expuestas en la casa de la cultura?
					¿Las piezas expuestas le han causado satisfacción en su visita a estas zonas?
					¿Cuál es su nivel de satisfacción re a los recursos culturales en la casa cultura?
				servicios	¿Cuál es su nivel de satisfacción de servicio recibido, en la casa de la cu
					. ¿Cuál es su nivel de satisfacción r al trato de los guías turísticos, en la de la cultura?
					¿Algún servicio turístico le ha caus satisfacción en su visita a la casa d cultura?
<b>Problema 3</b>	<b>Objetivo 3</b>	<b>Hipótesis 3</b>	<b>Variables</b>		✓
¿Cuál es la relación que existe entre la dimensión de tangibilidad de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita	Determinar la relación que existe entre la dimensión de tangibilidad de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la	Existe relación entre la dimensión de tangibilidad de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad	Tangibilidad de calidad del servicio	<b>Tangibilidad</b>	Equipos de aspecto modernos ✓ Instalaciones visiblemente agradables. Personal de apariencia impecable Cuenta con folletos, afiches, comprobantes y formularios de diseño agradable
			Satisfacción	<b>Atención</b>	¿Cuál es su nivel de satisfacción re a la atención brindada en la casa de

la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017?	Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.	Distrital de Catacaos año 2017.	del turista		cultura? . ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato brindado en la casa de la cultura? ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención que usted apreció en este lugar? . ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato cordial en la casa de la cultura?
				<b>Piezas expuestas</b>	¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a las piezas expuestas en la casa de la cultura? . ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al cuidado y protección de las piezas expuestas en la casa de la cultura?
					¿Las piezas expuestas le han causado satisfacción en su visita a estas zonas?
					¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los recursos culturales en la casa de la cultura?
					<b>servicios</b>
				. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos, en la casa de la cultura?	

					de la cultura?	
					¿Algún servicio turístico le ha causado satisfacción en su visita a la casa de cultura?	
<b>Problema 4</b>	<b>Objetivo 4</b>	<b>Hipótesis 4</b>	<b>Variables</b>		✓	
¿Cuál es la relación que existe entre la dimensión de fiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017?	Determinar la relación que existe entre la dimensión de fiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.	Existe relación entre la dimensión de fiabilidad de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.	Fiabilidad de calidad del servicio	Fiabilidad	✓ El personal cumple con lo que promete. El personal muestra sincero interés en resolver los problemas del pasajero. El personal realiza las cosas bien en la primera oportunidad. El personal entrega los servicios a los pasajeros en el momento en que lo prometieron. Los servicios se brindan sin errores	
			Satisfacción del turista	Atención	¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención brindada en la casa de cultura?	
					✓ ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato brindado en la casa de la cultura?	
					✓ ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención que usted apreció en este lugar?	
✓ ¿Cuál es su nivel de						

					satisfacción respecto al trato cordial en la casa de la cultura?
				<b>Piezas expuestas</b>	¿Cuál es su nivel de satisfacción re a las piezas expuestas en la casa de cultura?
					✓ . ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al cuidado y protección de las piezas expuestas en la casa de la cultura?
					✓ ¿Las piezas expuestas le han causado satisfacción en su visita a estas zonas?
					✓ ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los recursos culturales en la casa de la cultura?
				<b>servicios</b>	¿Cuál es su nivel de satisfacción de servicio recibido, en la casa de la cu
					✓ . ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos, en la casa de la cultura?
					✓ ¿Algún servicio turístico le ha causado satisfacción en su visita a la casa de la cultura?

Problema 5	Objetivo 5	Hipótesis 5	variables		✓
¿Cuál es la relación que existe entre la dimensión de capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017?	Determinar la relación que existe entre la dimensión de capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.	Existe relación entre la dimensión de capacidad de respuesta de calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017.	Capacidad de respuesta de calidad del servicio	Capacidad de respuesta	✓ El personal indica a los pasajeros exactamente cuándo se llevará a cabo el servicio. El personal siempre se muestra deseoso de ayudar a los pasajeros. El personal siempre tiene tiempo disponible para atender la consulta de los pasajeros. Atiende a los pasajeros de forma ágil y eficiente
			Satisfacción del turista	Atención	¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención brindada en la casa de cultura?
					✓ . ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato brindado en la casa de la cultura?
					✓ ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención que usted apreció en este lugar?
Piezas	¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a las piezas expuestas en la casa de cultura?				

				expuestas	<p>cultura?</p> <p>✓ . ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al cuidado y protección de las piezas expuestas en la casa de la cultura?</p> <p>✓ ¿Las piezas expuestas le han causado satisfacción en su visita a estas zonas?</p> <p>✓ ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los recursos culturales en la casa de la cultura?</p>
				servicios	<p>¿Cuál es su nivel de satisfacción de servicio recibido, en la casa de la cultura?</p> <p>✓ . ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al trato de los guías turísticos, en la casa de la cultura?</p> <p>✓ ¿Algún servicio turístico le ha causado satisfacción en su visita a la casa de la cultura?</p>



## Municipalidad Distrital de Catacaos - Piura

“Catacaos, Capital Artesanal de la Región Grau”



“AÑO DE LA CONSOLIDACIÓN DEL MAR DE GRAU”

Catacaos, Agosto de 2017.

El Sub Gerente de Imagen Institucional, quien suscribe.

### AUTORIZA

Al Señor **WILLIAM ANTONIO CASÓS CHÁVEZ**, identificado con **D.N.I. N° 71597096**, domiciliado en Jr. Trujillo # 360 distrito de Catacaos, estudiante de la escuela de post grado de la universidad cesar vallejo.

A ingresar a las instalaciones de la casa de la cultura, para que realice un estudio de investigación con título “Calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos año 2017”

Quien suscribe, firma la presente autorización para las gestiones correspondientes del interesado.

Atentamente;

ROLANDO SANTILLÁN PEROMA  
SUB GERENTE DE IMAGEN INSTITUCIONAL  
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CATACAOS


## ACTA DE ORIGINALIDAD DE TURNITIN

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Yván Alexander Méndez Espinoza, DTC de la Unidad de Posgrado de la Universidad César Vallejo filial Piura, revisor de la tesis titulada "Calidad del servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos, año 2017" del estudiante Casós Chávez, William Antonio, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **24%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Piura, 11 de febrero de 2020

.....

**DR. YVÁN MENDÍVEZ ESPINOZA**  
DNI: 19188655

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



# PORCENTAJE TURNITIN

The screenshot displays the Turnitin Feedback Studio interface. The main document content is as follows:

**ESCUELA DE POSGRADO**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

Calidad del servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos, año 2017.

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**  
**MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA**

**AUTOR:**  
B. Casós Chávez, William Antonio

The right-hand sidebar shows the 'Resumen de coincidencias' (Summary of Similarities) panel with a total score of 24%. Below this, a list of sources is shown with their respective similarity percentages:

Rank	Source	Percentage
1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	10 %
2	www.apra.org.pe Fuente de Internet	2 %
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2 %
4	core.ac.uk Fuente de Internet	1 %
5	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
6	es.slideshare.net Fuente de Internet	1 %

At the bottom of the interface, the status bar indicates 'Página: 1 de 37', 'Número de palabras: 9340', and 'Text-only Report | High Resolution Activado'. The system tray shows the time as 03:19 p.m. on 11/02/2020.

## AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

	<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV</b>	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo William Natario Casás Chávez, identificado con DNI N° 71897096, egresado de la Escuela Profesional de ..... de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Cabdo de Suivao y la satisfacción del turista que visita la casa de la cultura de la municipalidad distrital de Calcaos 2017" en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

  
 \_\_\_\_\_  
 FIRMA

DNI: 71897096

FECHA: ..... de ..... del 201...

 Revisó	 Vicerrectorado de Investigación/ DEVAC	 Aprobó	 Receptor
---	---	--	---

NOTA: Cualquier documento impreso diferente del original, y cualquier archivo electrónico que se encuentren fuera del Campus Virtual Trilce serán considerados como COPIA NO CONTROLADA.

## AUTORIZACIÓN DE VERSIÓN FINAL DE TESIS



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

### AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE  
LA UNIDAD DE POSGRADO

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

CASÓS CHÁVEZ, WILLIAM ANTONIO.

INFORME TITULADO:

CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA QUE VISITA LA CASA DE LA CULTURA DE LA  
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CATACAOS, AÑO 2017.

PARA OBTENER EL GRADO O TÍTULO DE:

MAESTRA EN PSICOLOGÍA EDUCATIVA

SUSTENTADO EN FECHA: 26 DE ENERO DEL 2019

NOTA O MENCIÓN: aprobada por Mayoría

KARL FRIEDERICK TORRES MIREZ  
COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN Y GRADOS  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO -PIURA

