



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
EN TURISMO Y HOTELERÍA**

Calidad de servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

AUTORA:

Bach. Anali Lorena Bendezú Vásquez (ORCID: 0000-0001-9191-0357)

ASESORA

Mg. Velásquez Viloche Leli Violeta (ORCID: 0000-0001-9985-0344)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Turística

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

Lima – Perú

2022

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a: A Dios y a mis padres; a Dios por siempre cuidarme, por darme salud y vida, a mis padres por enseñarme que con amor, paciencia y esfuerzo puedo lograr lo que me proponga.

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a todas las personas, que me ayudaron de una u otra forma a lograr esta investigación, a mis compañeros de trabajo, a los operadores turísticos, a las que participaron como parte de mi investigación. Asimismo, quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a la Mg. Leli Velásquez, quien me acompañó durante todo este proceso, con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	16
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	16
3.2. Variables y operacionalización.....	16
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.....	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.5. Procedimientos.....	19
3.6. Método de análisis de datos.....	20
3.7. Aspectos éticos.....	20
IV. RESULTADOS.....	21
V. DISCUSIÓN.....	27
VI. CONCLUSIONES.....	32
VII. RECOMENDACIONES.....	34
REFERENCIAS.....	35
ANEXOS.....	38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Validación de instrumento por expertos	19
Tabla 3.- Descripción de la dimensión Elementos tangibles	22
Tabla 4.- Descripción de la dimensión Fiabilidad del servicio	23
Tabla 5.- Descripción de la dimensión Empatía del servicio	24
Tabla 6.- Descripción de la dimensión Seguridad del servicio	25
Tabla 7.- Descripción de la dimensión Capacidad de respuesta	26

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de la calidad de servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, la metodología, fue de tipo aplicada, enfoque cuantitativo, método deductivo, diseño no experimental/ transeccional, muestreo probabilístico, población conformada por 648 turistas, al cual se le aplicó la fórmula de muestra finita y se tuvo como muestra 241 turistas, se aplicó la técnica de la encuesta, como instrumento el cuestionario conformado por 21 preguntas basadas en el modelo SERVQUAL.

Posteriormente, las encuestas fueron procesadas y analizadas en el Programa estadístico SPSS V25, teniendo como resultado, el 97,1% percibió que el nivel de calidad de servicio de guiado es alto, mientras que el 2,9% lo percibió como nivel medio, este análisis se realizó en base a las 5 dimensiones: capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Finalmente, se concluyó que el nivel de la calidad de servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino es de nivel alto, principalmente en la dimensión Capacidad de respuesta, donde se obtuvo como resultado que el 100% de encuestados tiene una perspectiva alta respecto a esta dimensión.

Palabras Clave: Calidad de Servicio, servicio de guiado, elementos tangibles, seguridad, capacidad de respuesta.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the level of quality of guiding service from the perspective of national tourists who visit the Cavinzas Islands and Islotes Palomino. The methodology was applied, quantitative approach, deductive method, non-experimental/transectional design, probabilistic sampling, population of 648 tourists, to which the finite sample formula was applied and 241 tourists were sampled, the survey technique was applied, the instrument was a questionnaire consisting of 21 questions based on the SERVQUAL model.

Subsequently, the surveys were processed and analyzed in the SPSS V25 statistical program, with the result that 97.1% perceived the level of quality of the guiding service as high, while 2.9% perceived it as medium level.

Finally, it was concluded that the level of quality of guiding service from the perspective of national tourists who visit the Cavinzas Islands and Islotes Palomino is high, mainly in the dimension of responsiveness, where 100% of respondents have a high perspective on this dimension.

Keywords: Quality of service, guidance service, tangible elements, security, responsiveness.

I. INTRODUCCIÓN

La importancia del turismo para la sociedad debe entenderse no sólo desde el enfoque de su aporte a la actividad económica, lo cual comúnmente se mide por su participación en el PBI, en la generación de divisas, en la capacidad de asumir mano de obra y en su poder de encadenamiento con otros sectores productivos. Así, su rol en la sociedad debe abarcar en los beneficios psicosociales que le genera al turista, que se mide además por la percepción de la experiencia en general y en el cumplimiento de las expectativas creadas.

El sector turístico ha sido la actividad de mayor y más rápido crecimiento a nivel global, por lo que tiene un papel sustancial en la economía. Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo - WTTC (2021), antes del Covid- 19, el turismo generaba puestos de trabajo (1 de cada 4) en todo el mundo, el 10,6 % de todos los puestos de trabajo (334 millones) y el 10,4 % del PIB mundial (EE. UU. 9,2 billones de dólares). Mientras tanto, el gasto de los visitantes internacionales ascendía a US \$ 1,7 billones en el 2019.

Según las últimas investigaciones de la WTTC, el área de turismo tuvo una pérdida de casi 4,5 billones de dólares en 2020 y el aporte al PBI cayó un 49,1% en comparación al 2019. En el 2020 el aporte al PBI mundial disminuyó al 5,5% con respecto al 2019, asimismo, generó la disminución de 62 millones de puestos de trabajo, lo cual significa una caída del 18,5%. En América Latina el sector turismo, en el año 2020 el aporte al PBI disminuyó en un 41.1% y en generación de puestos de trabajo disminuyó en un 23,4%, todo esto respecto al año 2019.

Para el caso específico de Perú, el aporte total de viajes y turismo al PBI en el 2019 fue de 8,3% del total de la economía, en el 2020 tuvo una disminución al 4,6% (-51,4%). En relación a la generación de empleos, en el 2019 el turismo generaba el 6,2% del empleo total, en el 2020 disminuyó al 5,6% (-26,0%).

Según la Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas (OMT) (2013a) como se citó en Kuo et al (2018) progresivamente más países consideran que el turismo es como un motor para la recuperación y mejoramiento económico.

En este contexto, un elemento cotidiano en el servicio turístico es la competitividad, convirtiéndola la gestión de la calidad en un concepto primordial para subsistir en el mercado y a su vez diferenciarse del resto. Según, la Organización Mundial de Turismo – OMT (2003) como se citó en el Plan Nacional de Calidad Turística del Perú (CALTUR) (2017), la calidad en turismo “es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios”.

Según Parasuraman et al., (1988) como se citó en Ismail y Yunan (2016), la calidad de servicio está basada en una visión integrada entre cliente (en el sector turismo, los turistas o visitantes) – empresa, este modelo proporciona ciertas dimensiones que permite medir la calidad del servicio, entre ellos la seguridad.

“Por ejemplo, si los clientes ven que la implementación de dimensiones de calidad en la ejecución del trabajo diario satisficará en gran medida sus necesidades y expectativas, esta situación puede inducir a un comportamiento positivo del cliente” (Ismail & Yunan, 2016).

En Perú, las tendencias actuales en el mercado organizacional del turismo, es buscar constantemente la fortificación de la calidad en los servicios, siendo precisamente la eficacia de este indicador, lo que produce la diferenciación entre competidores.

En este orden de ideas, mencionar que, El MINCETUR está impulsando la seguridad en los destinos turísticos a través del sello internacional Sello Safe Travels, este es otorgado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, cuya finalidad es conseguir que los destinos turísticos se distingan como seguros y de calidad a nivel nacional e internacional, entre los beneficiados están los operadores turísticos, guías oficiales de turismo, etc. (MINCETUR, 2021)

Es así que, el destino Callao recibió el Sello Safe Travels en el 2021, resultado que se tuvo de un trabajo en conjunto entre los sectores públicos y privados de la región. Resaltar también que el Área Natural Protegida Islas Cavinzas e Islotes Palomino, cuenta con el Sello Internacional “Safe Travels”, el cual fue otorgado por el Gobierno Regional del Callao. (ANDINA, 2021)

Las Islas Cavinzas e Islotes Palomino, considerado como el primer destino de naturaleza del Callao, es un Área Natural Protegida que alberga gran variedad de fauna silvestre, proveen refugio para colonias de aves y mamíferos, donde varias de estas especies están protegidas por el gobierno peruano mediante el Decreto Supremo N.º 014-2014-MINAGRI, por su estatus de especies en peligro crítico, en peligro, vulnerable y casi amenazado. Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas (SERNANP, 2016).

Según las estadísticas, la demanda turística en las Islas Cavinzas e Islotes Palomino, ha ido progresivamente en aumento hasta marzo del 2020, según información estadística de visitantes a áreas naturales protegidas por el estado. Importante mencionar que, desde la reactivación de la actividad turística, Islas Cavinzas e Islotes Palomino han tenido más acogida turística por visitantes nacionales, SERNANP (2021) como se citó en MINCETUR (2021). Es así que nace la necesidad por conocer la perspectiva del visitante nacional respecto a la calidad de servicio de guiado.

Actualmente, no existe investigación a nivel local en el tema de calidad de servicio de guiado. Ante ello, esta investigación abordará como problemática ¿Cuál es nivel de calidad del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022?

Con sus respectivos problemas específicos que se detalla a continuación:

¿Cuál es nivel de los elementos tangibles del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022?, ¿Cuál es el nivel de fiabilidad del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022?, ¿Cuál es el nivel de empatía del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022?, ¿Cuál es el nivel de capacidad de respuesta del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022?, ¿Cuál es el nivel de seguridad del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022?.

Según Arias (2012), Baena (2017), Méndez (2011) y Ñaupas et al. (2014) como se citó en Fernández (2020), mencionan que la justificación teórica está relacionada a la preocupación del investigador por ahondar los enfoques teóricos que se refieran al problema, a fin de continuar con el conocimiento en una línea de investigación, es por ello que, el presente estudio se justifica de forma teórica, debido a que el desarrollo del mismo, permitirá generar aportes al debate científico y académico sobre el fomento del turismo en Perú, tomando en cuenta criterios referentes a la calidad de servicio de guiado y por ende, la búsqueda de altos niveles de servicio que satisfagan las expectativas de los turistas.

Según Álvarez (2020), la justificación práctica involucra describir de manera que los resultados de la investigación servirán para la realidad del ámbito de estudio”, por ende, este trabajo se justifica a nivel práctico, porque la investigación generará nuevas alternativas para analizar, formular y posteriormente elaborar un plan para la mejora del turismo en esta zona, específicamente, si se llega a detectar algunas deficiencias en la calidad de servicio de guiado.

Resalta además que existen escasos estudios que se aboquen a este tipo de problemática específicamente en este destino turístico, lo que destaca su relevancia.

Según Bernal (2010), Martins & Palella, (2012) como se citó en Gallardo (2017), la justificación metodológica se centra en el uso de métodos, estrategias y técnicas que pueden generar conocimiento válido y confiable; y/o servir de aporte y/o aplicación para otros investigadores que aborden problemas similares, además, porque tendrá gran repercusión en futuras investigaciones análogas, que puedan surgir motivados a partir de este trabajo, en cuanto a su procedimientos metodológicos y herramientas utilizadas, constituyendo una contribución relevante para la validación empírica de otros trabajos similares.

Por lo tanto, como objetivo general se está planteando, Determinar el nivel de calidad del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022 y como objetivos específicos, Identificar el nivel de los elementos tangibles del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao,

2022., Identificar el nivel de fiabilidad del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022., Identificar el nivel de empatía del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022., Identificar el nivel de seguridad del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022., Identificar el nivel de capacidad de respuesta del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

El marco teórico, es la base fundamental para una investigación, para esta investigación se ha encontrado distintas investigaciones respecto a la variable del presente estudio. A continuación, se describirán los antecedentes, teorías relacionadas y bases conceptuales, tales como:

García y Pizarro (2020) en su artículo presento como objetivo, identificar qué tipo de relación e influencia existe entre el guiado turístico y la calidad del servicio en el museo del Convento San Francisco, siendo su estudio de tipo descriptivo, su diseño de investigación cuantitativa, como técnica de recolección de datos utilizaron la encuesta a los visitantes del Museo del Convento de San Francisco. Su Muestra 384 turistas que llegaron al Museo del Convento de San Francisco, a los cuales se les realizó preguntas relacionadas al: Trabajo con esmero de parte de los guías de turismo, Para lo cual el 8 % de los encuestados manifestó “siempre”, el 70 % “a veces” y el 22 % “nunca”; respecto al equipamiento tecnológico, el 100 % de los visitantes encuestados manifestaron que “nunca” vieron a los Guías de Turismo usar algún equipamiento tecnológico; respecto a la atención a los requerimientos de los visitantes, a la cual el visitante respondió que el 14 % manifestó que “siempre” el Guía de turismo atendió a sus requerimientos, el 49 % manifestó que “a veces” y el 37 % manifestó que “nunca”; en el aspecto de ética profesional frente a los visitantes, a lo cual manifestó que el 60% de los visitantes “siempre” observaron a los Guías de Turismo demostrar ética profesional, el 31 % manifestó que “a veces” y el 9 % manifestó que “nunca”; en lo que respecta a la atención personalizada, a lo cual ellos respondieron que el 100 % “nunca” recibió atención personalizada. Finalmente se concluyó que, los turistas al Museo contemplaron que los guías realizan su trabajo con poco entusiasmo, por ello siendo necesario elaborar guiones turísticos, también mencionaron que es necesario el uso de un micrófono por parte del guía de turismo en momentos de aglomeración de visitantes. Se recomienda que el aforo del museo no debe sobrepasar las 15 personas y debe de haber un vigía o guía de turismo para brindar soporte informativo.

Martínez (2017) cuya investigación tuvo como objetivo describir la calidad de servicio de los guías oficiales de turismo desde la perspectiva del turista nacional, Centro Histórico de Lima, de tipo aplicada, de diseño no experimental y de corte transversal, de naturaleza del estudio es cualitativa con un enfoque cuantitativo, de muestreo probabilístico con población desconocida y se tuvo que aplicar la fórmula estadística. Su muestra estuvo compuesta por 196 visitantes nacionales a quienes se le encuestó, el instrumento utilizado fue el cuestionario, constituido por 30 preguntas que fueron ratificadas por 5 profesionales y paso por el análisis de Cronbach arrojando como nivel de confiabilidad el 0,836, este resultado demostró que el instrumento tiene una alta fiabilidad. Los resultados de las encuestas se procesaron y analizaron con el software estadístico SPSS versión 22. Como resultado se obtuvo que en promedio el 93% de los visitantes percibió una buena y el 7% regular, respecto a la calidad en el servicio brindado por los guías oficiales de turismo, esto quiere decir que ellos se han focalizado en satisfacer las necesidades de los clientes, trabajando en equipo, mostrando actitud, liderazgo y puntualidad.

Bustios (2019) en su tesis plantea como objetivo, determinar el nivel de satisfacción del servicio de guiado que ofrece el Monasterio de Santa Teresa, según los turistas nacionales, durante el 2018; su tipo de investigación fue de campo, de nivel descriptivo, los resultados que obtuvo lo pueden expresar en términos cualitativos y/o cuantitativos, su diseño no experimental, según la duración de tiempo de tipo transversal.

La técnica a aplicar fue la encuesta, el cuestionario como instrumento adaptado al modelo SERVPERF, su población fue de 272 visitantes del Monasterio de Santa Teresa, la información fue procesada mediante el Programa Microsoft Excel 2010. Respecto a los resultados obtenidos, en el aspecto etario de visitantes el 36% son jóvenes entre los 17 a 25 años, el 28% personas entre los 26 a 35 años y el 15% personas de 56 años a más; respecto al género 62% femenino y 38% masculino, respecto a la procedencia 43% visitantes locales (Arequipa), 25% visitantes limeños, 17% visitantes del sur del País (Tacna, Puno, Cusco, Moquegua e Ilo), 8% visitantes del norte del país (Chimbote, Piura, Chiclayo, y Trujillo) solo el 7% del

centro del país (Ica y Ayacucho), motivo de visita 38% por ocio y 33% por otros motivos.

Las conclusiones respecto a las 5 dimensiones fueron las siguientes: a) Fiabilidad: “Muy Satisfecho” (52%), “Satisfecho” (35%) e insatisfecho 13%; b) Capacidad de respuesta: “Muy Satisfecho” (51%), “Satisfecho” (35%) e “Insatisfecho” (14%); c) empatía: “Muy Satisfecho” (54%) y “Satisfecho” (36%); d) Seguridad: “Muy Satisfecho” (61%) y “Satisfecho” (31%); e) Elementos tangibles: “Muy Satisfecho” (56%), “Satisfecho” (33%) e “Insatisfecho” (11%); siendo de magnitud preponderante de satisfacción las alternativas de “Muy Satisfecho” y “Satisfecho”. Finalmente, como recomendación, el Monasterio debe de desarrollar medidas de cambio para mejorar las dimensiones que mostraron un porcentaje mayor de insatisfacción por parte de los visitantes que son: Capacidad de respuesta, fiabilidad y elementos tangibles. Asimismo, deben de realizar encuestas de satisfacción periódicamente.

Juárez y Sánchez (2019) plantearon como objetivo de tesis, determinar la calidad de atención de los orientadores locales en observación de aves, en el Área de Conservación Privada de Chaparri, estudio que fue de tipo descriptivo, de diseño no experimental, su muestreo fue no probabilístico por conveniencia, como método de investigación utilizaron el método de observación, descriptivo, analítico, inductivo – deductivo, como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario del modelo SERVQUAL, las encuestas se realizaron únicamente a las personas mayores de 18 y menores de 70 años, los resultados fueron los siguientes, como parte de las dimensiones de la calidad de servicio son los elementos tangibles, con respecto a las vivencias compartidas con los orientadores y los propios pobladores se descubrió que con ese elemento se debe de buscar que sea funcional para el visitante, de ese modo elevar la percepción de calidad que se lleven de su experiencia de la visita. Respecto a la fiabilidad, el 16% totalmente de acuerdo, el 49% de acuerdo, y 35% indiferente; capacidad de respuesta, el 26% totalmente de acuerdo, el 65% de acuerdo, y 9% indiferente; empatía, el 38% totalmente de acuerdo, el 43% de acuerdo, y 19% indiferente; seguridad, el 24% totalmente de acuerdo, el 67% de acuerdo, y 9% indiferente. Con

las herramientas aplicadas en la investigación, se pudo identificar que el servicio brindado presenta algunas limitaciones que impide dar un servicio competitivo y cubra las exigencias del visitante, pero, resaltar también la buena capacidad de respuesta de los pobladores involucrados en esta actividad. Finalmente se recomienda que, al realizar propuestas y/o intervención a nivel comunitario se debe de iniciar con un diagnóstico previo y siempre involucrando a la comunidad.

Mondo et al (2020) en el artículo publicado plantea como objetivo identificar la percepción de los turistas en relación a la calidad de los servicios ofrecidos en la Fortaleza São José da Ponta Grossa en Florianópolis – SC, es una investigación de enfoque cuantitativo de características exploratorias descriptivas, tipo de investigación de campo aplicada. El instrumento utilizado el cuestionario basado en el modelo Tourqual, siendo su muestra 398 visitantes de la Fortaleza, considerados no probabilístico, los datos obtenidos fueron analizados con el software SPSS 22, sus principales resultados indicaron un nivel de satisfacción de 9.55 y el promedio de indicador de calidad fue 8.48. Los indicadores con más alto puntaje fueron belleza en la atracción, escape de la rutina turística/nuevas experiencias y servicio de guía del visitante. Los indicadores con bajo puntaje fueron la accesibilidad, tecnología y baños accesibles.

Lavado (2016) en su tesis planteó como objetivo general analizar la calidad de servicio que brindan las agencias de viajes y turismo en el centro histórico de Trujillo para los turistas nacionales, es una investigación no experimental, descriptivo simple, de diseño transversal o transeccional, de tipo cualitativa con población finita, la técnica a emplear fue la encuesta a los turistas nacionales (148) que visitaron Trujillo, por medio de las encuestas se recogió información sobre el nivel de percepción de calidad respecto a los servicios ofrecidos por las agencias de viaje y turismo del Centro Histórico de Trujillo a partir de las 5 de la tarde, asimismo las encuestas estuvieron estructuradas según las dimensiones del modelo SERVQUAL, en la escala de Likert; los resultados fueron pasados a Microsoft Excel, para posteriormente analizarlos en el software IBM SPSS Statistics v24, finalmente obteniendo como resultado lo siguiente:

- Elementos tangibles: el 62,2% de los encuestados determinó en un nivel regular, el 20,9 % en un nivel deficiente, el 16,9 % de los de encuestados como un nivel bueno.
- Fiabilidad: El 64,9 % de los turistas nacionales calificaron como regular, el 31,1 % tienen nivel bueno, el 4,1 % un deficiente nivel.
- Seguridad: el 62,8%lo determinó como regular, 33,8% indicó que su nivel es bueno y en su minoría un 3,4% como deficiente.
- Capacidad de Respuesta: 62,8% determinó que es regular, 33,8% señaló que su nivel es bueno y un porcentaje de 3,4% determinan que es deficiente.
- Empatía: El 61,5% determinó que es bueno, 35,1% señaló que su nivel es regular y en su minoría un 3,4% determinaron como deficiente.

Finalmente se concluyó que, si se observa elementos tangibles en las oficinas de las agencias de viaje como folletos atractivos, movilidades modernas, etc.; en lo que respecta a la fiabilidad se reconoció que los counter de las AA.VV realizan la atención, registro de pasajeros, responden correos de manera correcta; en lo que respecta la capacidad de respuesta, los guías de turismo hacen su mejor esfuerzo para brindar un buen servicio al pasajero, respecto a la seguridad y empatía hacen lo mismo. Sin embargo, algunos empleados no realizan un buen trabajo por diversos motivos, teniendo como resultado un nivel regular predominante en las respuestas de los encuestados.

Lo que se recomendó en la investigación fue a los gerentes de las agencias de viajes, respecto a realizar un sondeo periódico sobre la calidad de servicio para conocer la necesidades y quejas de los turistas, para luego de ello realizar mejoras al respecto.

San Lucas (2020) en su tesis planteó como objetivo determinar la calidad en el servicio de las agencias de viaje en la Ciudad de Manta, la metodología empleada fue de nivel teórico, análisis documental, método descriptivo y como técnica utilizada la encuesta, su muestra fue 64 visitantes y 26 gerentes de diversas agencias de viaje de Manta, como resultado obtenido de las encuestas a los administradores de las agencias de viajes intermediarias y visitantes, se pudo

identificar herramientas de medición de calidad, siendo las más utilizadas las hojas de recolección de datos y el diagrama de causa y efecto, asimismo se pudo corroborar que los indicadores de calidad como son la eficacia y la satisfacción al cliente no son utilizados en todas las empresas turísticas. Además, se identificó que los productos y servicios más adquiridos por los clientes son los alojamientos, alimentación y en mínimo porcentaje el transporte y guías de turistas. Con respecto a los 26 gerentes y administradores de agencias de viaje, el 92% eligieron SÍ y el 8% señalaron NO son vistas como intermediarios. No obstante, los turistas consideran en un 75% si son considerados intermediarios y el 25% expresó que no.

Para poder prestar un servicio que muestre calidad, conlleva a cumplir y/o superar las expectativas del visitante, la clave al éxito es anticiparse a ellas. Por lo tanto, a continuación, se van a detallar distintos conceptos relacionados a algunas teorías sobre la calidad, citando a diversos autores, principalmente orientados a actividades que buscan complacer las expectativas de los visitantes.

Rodríguez (2020) en su artículo, menciona la Teoría de la Calidad según Joseph Juran, que fundamenta que para lograr un mayor índice de calidad ya sea en productos o servicios en una empresa, se debe de trabajar en 5 puntos:

- a) Identificar las desventajas de tener una baja calidad, con ello quiere decir que, si se identifica adecuadamente las desventajas de tener baja calidad, va ser mucho más sencillo para los empleados darse cuenta de porqué tiene que esforzarse.
- b) Adecuar el producto al uso que se le va a dar, con ello quiere decir que se deben de crear productos enfocados a ser lo más útiles posibles para el cliente.
- c) Ajustarse a los estándares de calidad previamente definidos, con ello quiere decir que las empresas deben de conocer las expectativas del cliente, así se evitará crear productos o servicios que no estén acorde a los intereses del cliente.

- d) Aplicar la mejora constante, con este aspecto quiere decir que constantemente se debe de estar examinando el producto o servicio y de esa manera evitar errores en las siguientes versiones.
- e) A la calidad se le debe considerar como una inversión, Juran siempre resaltaba que la calidad es la pieza más importante de todo negocio ya que genera beneficios positivos.

Vargas y Aldana (2007), mencionan a Philip B. Crosby sobre la Teoría de cero errores: su base son cuatro principios generales, que se refieren a 1) si la calidad logra cumplir con todos los requisitos; 2) el ecosistema de calidad incluye la prevención, 3) el estándar de realización no admite defectos; y 4) la calidad se mide, por el precio del incumplimiento.

Según Chiavenato (2002:2) como se citó en López (2005) que expresa que “La calidad total, es una teoría de gestión que involucra a los integrantes de una organización en una búsqueda continua de autosuperación y perfeccionamiento. En ese sentido, López menciona lo fundamental que es entender la Calidad Total, es más que un concepto completo y evolucionado de otros significados más básicos de la palabra Calidad; la calidad total es una filosofía de trabajo, de vida y un camino hacia la excelencia. Su objetivo es satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes; en relación con eso, la Calidad Total, gestión por Calidad o gestión por Calidad Total, es el modelo de gestión de la empresa que busca una estrategia basada en brindar al cliente lo que requiere y cuando lo requiere, de la manera más eficiente posible a un precio competitivo.

En sus inicios, la calidad fue planteada por diversas organizaciones en diferentes naciones, tales como Japón y Estados Unidos; aunque, no tuvo aplicación en todas ellas, ya que, el objeto era producir a gran escala y obtener el mayor beneficio posible, por lo que, la calidad solo era un elemento adicional, sólo para cumplir las perspectivas del cliente. Así, por largo tiempo, la calidad y el servicio al cliente no fueron considerados como parte de las estrategias de las organizaciones, no solo a nivel de las fábricas, sino incluso en otros campos donde resultaban fundamentales, Álvarez et al (2018).

Según Ghobadian et al (1994), calidad de servicio es la medición del grado en que el servicio entregado cumple con las expectativas del cliente, esto quiere decir que la naturaleza de los servicios es que el cliente se encuentre en el proceso de entrega del mismo, significando que, la percepción de la calidad no solo está influenciada por el resultado del servicio, sino también por el proceso del servicio; es por ello que es importante conocer los requisitos del cliente sobre los servicios y en base a ello diseñar la entrega y el resultado del mismo,

Zeithmal (2017) como se citó en Utami et al (2020) sobre la calidad de servicio “Los clientes no perciben la calidad de manera unidimensional, sino que evalúan la calidad en función de varios factores relevantes para el contexto” por lo que se puede ver con este concepto es que los clientes juzgan tanto los productos o los servicios. Atiyah (2017) menciona que la calidad de servicio es el diseño y la entrega del servicio, por lado de la empresa de forma positiva y correcta, que conducen a la satisfacción del cliente externo, en definitiva, conducen al logro de una ventaja competitiva a la supervivencia de la organización en un entorno que cambia constantemente,

Diferenciando la terminología, la calidad del servicio es el nivel de mayor aprobación sobre las características y propiedades de un servicio, relacionado con las expectativas del usuario; en otras palabras, lo que espera y/o desea en una situación específica, Morillo y Morillo (2016). En estos términos, diversas metodologías empleadas para la medición de la calidad del servicio, se fundamentan en la brecha entre la valoración de las expectativas del cliente y la valoración de sus propias percepciones.

En este sentido, solamente se generarán servicios de calidad al especificarse el conjunto de parámetros que aseguren la capacidad total de uso y disfrute por parte del usuario, al tiempo que el diseño del bien o servicio cumpla con todos estos parámetros y se establezcan las descripciones apropiadas para cada uno de los casos y se elabore el bien o servicio de acuerdo a dichas descripciones del diseño, Pérez (2017).

Por otro lado, el concepto sobre el guía de turismo varía de acuerdo a los conceptos de diversos autores, según el Manual de Buenas Prácticas de guías de turismo y operación turística (2007), el Guía de turismo ejerce un papel fundamental en la gestión turística, ya que es la persona encargada de realizar todo el proceso que conlleva un servicio de guiado turístico (atender, asistir, conducir, informar y orientar al turista en el idioma que requiera ello).

El concepto a nivel internacional no se diferencia mucho en lo que se refiere a concepto del Guía de turismo, según la Federación Europea de Asociaciones de Guías Turísticos (EFTGA) como se citó en Mak et al (2010), un guía de turismo se define como la persona que guía a grupos o visitantes individuales ya sean extranjeros o del mismo país, realizando estos guiados por los atractivos y recursos turísticos, estos guiados deben ser en el idioma que el turista lo requiera.

Heung (2008), también concuerda con estos conceptos antes mencionados, ya que en su investigación recalca que, un guía turístico desempeña diversos roles como el de dar información, como instructor, motivador, es el embajador del lugar donde va a guiar ya que él será el conocedor del destino y los turistas pondrán toda su confianza en esa persona, también será el animador y el líder que con responsabilidad generará sentimientos positivos en el turista, creando un ambiente cálido durante la duración de la visita. Asimismo, menciona que la calidad del servicio de guiado será evaluada a través de tres constructos fundamentales como son: la prestación de servicios básicos, orientación al cliente y la eficacia a la hora de comunicarse, las mismas que serán medidas a través de la reputación de los operadores turísticos y el boca a boca de los clientes.

Según (Lin et al, 2017; Hwang y Lee, 2018) las competencias profesionales de los guías de turismo influyen de manera significativa en la calidad del servicio de guiado, ya que, sus habilidades profesionales de estos, son la dimensión más importante de las competencias profesionales, siendo seguidas por la actitud y el conocimiento profesional, pero mencionan que primero debe preocupar la actitud, seguido de los conocimiento y habilidades profesionales; ya que, con una actitud profesional positiva se puede cerrar brechas entre turistas, guías y operadores turísticos, recordemos que la industria del turismo es un negocio donde las

personas sirven a personas; es decir, el tener una persona con altos niveles de competencia profesional, lo más probable es que éstas estén más motivadas por el trabajo que desarrollan y muestren un desempeño laboral efectivo. Al Jahwari (2016), menciona que un guía de turismo durante un servicio de guiado puede hacer o deshacer la experiencia del turista.

Según diversos autores citados en Chang (2006), mencionan que, la calidad de servicio brindado por el guía de turismo puede hacer la diferencia entre los servicios de guiado de los demás operadores turísticos; para esto mencionan que la primera impresión entre cliente y guía de turismo es esencial, también recalcan que las capacidades como el contacto permanente durante el servicio de guiado, la resolución de problemas, respuesta inmediata ante cualquier consulta, amable, culto, humano, responsable y sobre todo que el servicio prometido sea según lo contratado, esto generará una ventaja positiva sobre otro servicio de guiado de un operador turístico.

Min (2016) menciona que en el sector turismo, se encuentra una variedad de estudios que han optado por elegir el modelo SERVQUAL, algunos de ellos realizándole algunas pequeñas modificaciones, y como producto de la investigación han obtenido resultados que en muchos casos han ayudado a fortalecer la calidad del servicio turístico, en función a lo percibido por el cliente y así generara más competitividad en el destino turístico.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

En cuanto al tipo de investigación, el estudio contó con las condiciones necesarias para catalogarse como investigación aplicada, ya que este tipo de estudio busca aplicar el conocimiento científico, con la visión de utilizarlos para la mejora de una necesidad reconocida y específica percibida, Concytec (2020). Esto quiere decir que se aplicaron las teorías en una realidad observada.

Asimismo, el diseño de investigación fue no experimental de corte transeccional o transversal, porque se realizó el recojo de datos en un único momento con el objeto de explicar la variable calidad de servicio. De modo tal, el diseño no experimental, mismo que se elabora sin manipular deliberadamente la variable, es decir, no existe de manera intencional ninguna forma de modificar la variable independiente, pues únicamente se pretende observar los fenómenos tal como se desarrollan en su contexto natural, para su posterior análisis (Hernández et al., 2014).

3.2. Variables y operacionalización

La variable calidad del servicio es el nivel de mayor aprobación sobre las características y propiedades de un servicio, relacionado con las expectativas del usuario; en otras palabras, lo que espera y/o desea en una situación específica, Morillo y Morillo (2016).

El modelo utilizado para proceder a medir la variable calidad de servicio fue el modelo SERVQUAL, el cual permitió conocer las percepciones de los clientes o usuarios ante la prestación de un determinado servicio, Parasuraman et al (1988).

Nguya (2021) describe al modelo SERVQUAL como una forma abreviada de calidad de servicio, el cual utiliza cinco herramientas para comparar las expectativas de los clientes con sus percepciones, utilizando una variedad de elementos respecto al servicio.

Siendo así, de este modelo, se seleccionan todas sus dimensiones, utilizando los elementos asociados a la calidad del servicio de guiado.

Elementos tangibles del servicio: Representa la apariencia y características físicas del equipo utilizado, del personal y de los materiales de comunicación que sean utilizados para el servicio, Acle et al (2016).

Fiabilidad del servicio: Implica brindar el servicio de forma correcta desde el inicio, en otras palabras, es brindar el servicio prometido con formalidad y exactitud, Clemenza et al (2010).

Capacidad de respuesta: esta dimensión se concentra en brindar una atención pronta frente a las solicitudes de los turistas, referentes a sus preguntas, reclamaciones, brindarle asistencia en el tiempo correcto y la flexibilidad al momento de brindar el servicio, Clemenza et al (2010).

Seguridad del servicio: Experiencia al brindar el servicio y gentileza de los empleados, así como su habilidad para transmitir confianza al visitante, Pérez (2017).

Empatía del servicio: Abarca dar una atención individualizada y atenta a los clientes, comprende accesibilidad, sensibilidad y esfuerzo para captar las necesidades de los clientes, Acle et al (2016). Los indicadores para cada una de las dimensiones ver anexo 1. Matriz de operacionalización.

3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis

La población es el conjunto de todos los casos que son comunes a una serie de características. Se refiere a la totalidad del objeto de estudio, cuyas entidades de la población poseen una o varias características en común que se estudian y proporcionan los datos para el desarrollo del estudio, Hernández et al (2014).

Para definir y establecer la población y la muestra se procedió a investigar la información en el Sistema de Información, Estadística de Turismo del MINCETUR, en el cual se obtuvo que la Reserva Nacional

Sistema de Islas, Islotes y Puntas Guaneras- Sector Islas Cavinzas e Islotes Palomino, la llegada de visitantes nacionales durante el año 2021 (enero-agosto) alcanzó la cifra de 648 visitantes nacionales, MINCETUR (2021).

El muestreo fue probabilístico ya que todos los elementos de la población tenían una misma probabilidad de ser elegidos, Hernández et al (2014). Asimismo, la muestra estuvo conformada por 241 visitantes de Islas Cavinzas e Islotes Palomino, conforme a la fórmula, Carrasco (2017). La selección de los elementos de la muestra se realizó aplicando muestreo aleatorio simple.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica aplicada fue la encuesta, siendo esta propicia para obtener información. La encuesta consiste en reunir información por medio de un cuestionario elaborado dirigida a una muestra de encuestados, Carrasco (2017).

El instrumento elegido fue el cuestionario en base al modelo SERVQUAL, el cual permitió medir la calidad de servicio de guiado, aplicando las 5 dimensiones (Elementos tangibles, Fiabilidad, Seguridad, Empatía, Capacidad de respuesta) el cual resultó primordial y preciso incorporar las preguntas acordes para iniciar y lograr el objetivo, las cuales deberán lograr que el participante refleje su percepción sin dudas, Hernández et al (2014). Considerando la referida definición se realizó un cuestionario para la variable de estudio, el cual se ubica en el Anexo 4. Este cuestionario se elaboró en base a la Escala Likert, con las categorías de respuesta: 1 = Nunca; 2= Casi nunca; 3= A veces; 4=casi siempre; 5= Siempre.

El mismo que fue validado por tres expertos de la Universidad César Vallejo:

Tabla 1. Validación de instrumento por expertos

N°	EXPERTOS	DNI	GRADO	INSTITUCIÓN
1	Mg. Segovia Aranibar, Elizabeth	10460532	Mg. Docencia Universitaria.	Universidad Cesar Vallejo
2	Mg. Zevallos Gallardo, Verónica	41726975	Mg. Docencia Universitaria.	Universidad Cesar Vallejo
3	Mg. Lázaro Velásquez, José Francisco	42444867	Magister en Educación Superior	Universidad Cesar Vallejo

3.5. Procedimientos

El tema de investigación nació desde una problemática observada, a la cual se propusieron objetivos generales y específicos, con la finalidad de identificar la calidad de servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, para desarrollar ello se procedió a iniciar con el recojo de información secundaria de diferentes plataformas como Google Académico, Concytec Alicia, Sci Hub, Trilce, repositorios de diversas universidades.

Después de haber revisado distintas fuentes de información que ayudó con el desarrollo de la técnica e instrumento de la investigación presente, los mismos que se aplicaron a la muestra seleccionada, también se coordinó con los operadores que ofrecen servicios turísticos al Área Natural Protegidas Islas Cavinzas e Islotes Palomino, para brindarles una pequeña charla a los visitantes respecto a las encuestas y hacerles de conocimiento que a su regreso del recorrido podían apoyar con el llenado de las mismas, todo esto antes del inicio del recorrido. Así como también algunas veces para realizar las encuestas a bordo de sus embarcaciones, al regreso del recorrido turístico.

Posterior a ello se tabuló la información a través del programa estadístico SPSS. Luego de realizar el análisis de datos, se elaboraron los resultados, la discusión y la presentación en el informe las conclusiones y recomendaciones.

3.6. Método de análisis de datos

Por cuanto el análisis, una vez culminado las encuestas se tuvo que pasar los datos a un Excel, para posterior a ello subirlo al programa de análisis de datos el *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) Versión 25, esto permitió agrupar los datos y obtener la variable Calidad de Servicio con sus respectivas dimensiones: a) Elementos tangibles del servicio b) Fiabilidad del servicio c) Empatía del servicio d) Seguridad del servicio e) Capacidad de respuesta del servicio, para luego realizar la medición de las mismas se utilizó un rango cuyos niveles fueron: 1=bajo 2=medio 3=alto, con estos niveles se midió la variable y sus dimensiones, obteniendo las frecuencias estadísticas y los porcentajes de respuesta.

3.7. Aspectos éticos

Para elaborar esta investigación se respetó los derechos de autor, los mismos que se encuentran citados bajo el formato de Normas APA 7ma edición.

Destacar que las respuestas suministradas por cada participante de las encuestas, únicamente fueron utilizados con fines académicos para la elaboración de mi tesis para optar al grado de Profesional de Licenciada en Administración de Turismo y Hotelería. En este contexto, se considerarán todos los principios del código ético de la Universidad César Vallejo.

Finalmente, para tener la seguridad o nivel de confiabilidad, la investigación será procesada por Turnitín el cual es un servicio de prevención de similitud ante otras investigaciones.

IV. RESULTADOS

En esta sección se describen los resultados que se obtuvieron de las encuestas aplicadas a las personas; asimismo, se describen los resultados de la variable estudiada y sus respectivas dimensiones, las cuales fueron: a) Elementos tangibles del servicio b) Fiabilidad del servicio c) Empatía del servicio d) Seguridad del servicio e) Capacidad de respuesta del servicio.

Tabla 2: Descripción de la Variable Calidad de Servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Medio	7	2,9
	Alto	234	97,1
	Total	241	100,0

Fuente. Elaboración propia

De acuerdo, con la tabla N° 2, de los 241 turistas nacionales que visitaron las Islas Cavinzas e Islotes Palomino, se determinó que el 97,1% percibió que el nivel de calidad de servicio de guiado es alto, mientras que el 2,9% lo percibió como nivel medio.

Como podemos apreciar en la tabla N°2, el mayor porcentaje de percepción respecto al nivel de calidad de servicio de guiado, es de nivel alto, según lo analizado, esto quiere decir que de las 5 dimensiones que caracterizan a un servicio, en esta investigación destacan en primer lugar la dimensión capacidad de respuesta que tiene una percepción de nivel alto (100%); en segundo lugar la dimensión fiabilidad con un nivel alto de (97,5%), en tercer lugar la dimensión seguridad con un nivel alto de (97,1%), empatía con un nivel alto de (91,3%) y elementos tangibles con un nivel alto de (67,6%).

Asimismo, las dimensiones con nivel medio fueron elementos tangibles (67,6%), fiabilidad (2,5%), seguridad (2,9%) y empatía (6,6%).

Finalmente, en un porcentaje mucho menor teniendo como nivel bajo, teniendo esta percepción las dimensiones de elementos tangibles con un (5,8%) y empatía con un (2,1%).

A continuación, se analizaron las dimensiones:

Dimensión 1: Elementos tangibles

Tabla 3.- Descripción de la dimensión Elementos tangibles

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	14	5,8
	Medio	64	26,6
	Alto	163	67,6
	Total	241	100,0

Fuente. Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con la tabla N° 3, de los 241 turistas que visitaron las Islas Cavinzas e Islotes Palomino; se identificó que el 67,6% percibió que los Elementos tangibles del servicio de guiado tiene un nivel alto, mientras el 26,6% lo percibió como nivel medio y otro 5,8% como nivel bajo.

Podemos observar que el mayor porcentaje de turistas nacionales que visitaron las Islas Cavinzas e Islotes Palomino, tiene una percepción de nivel alto respecto a los elementos tangibles del servicio de guiado, señalando que, el personal de guiado siempre lleva la vestimenta correcta, casi siempre utilizan un micrófono inalámbrico para que todos puedan escuchar sobre la información que brindan durante el recorrido. Igualmente, se encontró un porcentaje de turistas nacionales que percibieron como nivel medio esta dimensión, probablemente se deba a que algunos guías de turismo no utilizaron ningún equipo para mejorar el timbre de voz, sobre todo cuando dirigen grupos grandes, se presentó la dificultad que todos no lograban escuchar con facilidad lo que se explicaba durante el recorrido, y esto puede generar una disconformidad en el visitante. Finalmente, hay un porcentaje mínimo que percibió como nivel bajo los elementos tangibles del servicio de guiado, ya que, para ellos era importante recibir u observar elementos o materiales de interpretación durante el guiado.

Dimensión 2: Fiabilidad del Servicio

Tabla 4.- Descripción de la dimensión Fiabilidad del servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Medio	6	2,5
	Alto	235	97,5
	Total	241	100,0

Fuente. Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con la tabla N° 4, de los 241 turistas que visitaron las Islas Cavinzas e Islotes Palomino; se identificó que el 97,5% percibió la Fiabilidad del servicio de guiado como nivel alto, mientras el 2,5% lo percibió como nivel medio.

Podemos apreciar que el mayor porcentaje de turistas nacionales tiene una percepción de nivel alto en lo que se refiere a la fiabilidad del servicio de guiado, siempre atentos a solucionar cualquier problema presentado, el servicio siempre fue ofrecido a tiempo. En cuanto a los turistas con valoración de nivel medio probablemente se deba a que algunos visitantes tuvieron la perspectiva que no siempre se entregaba todo lo prometido durante el servicio ejemplo los piqueos y/o Snacks, hubo algunos días que no se entregó ese servicio a pesar que lo habían mencionado al inicio del recorrido, también algunos señalaban se debe de informar sobre qué objetos personales se debe de llevar al visitar las Islas como por ejemplo para protegerse del frío, entre otros, asimismo algunos turistas recomendaron que el personal de guiado debe de capacitarse constantemente en temas con aspectos de áreas naturales protegidas para que la información brindada sea libre de errores.

Dimensión 3: Empatía del servicio

Tabla 5.- Descripción de la dimensión Empatía del servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	5	2,1
	Medio	16	6,6
	Alto	220	91,3
	Total	241	100,0

Fuente. Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con la tabla N° 5, de los 241 turistas que visitaron las Islas Cavinzas e Islotes Palomino; se identificó que el 91,3% percibió que la Empatía del servicio de guiado es alto, mientras el 6,6% lo percibió como nivel medio y el 2,1% como nivel bajo.

Podemos apreciar que el mayor porcentaje de turistas nacionales tiene una percepción de nivel alto en lo que se refiere a la empatía del servicio de guiado, el personal de guiado siempre mostraba su mayor esfuerzo por atenderlos de manera adecuada. En cuanto a los turísticas con valoración de nivel medio y bajo, aunque sea un porcentaje menor, se tendría que tomar en cuenta, ya que alguno de ellos percibió que no tenían una atención personalizada y que algunas veces la comunicación era limitada, y esto lo percibieron mayormente cuando iban con grupos grandes y un solo guía.

Dimensión 4: Seguridad del servicio

Tabla 6.- Descripción de la dimensión Seguridad del servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Medio	7	2,9
	Alto	234	97,1
	Total	241	100,0

Fuente. Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con la tabla N° 6, de los 241 turistas que visitaron las Islas Cavinzas e Islotes Palomino; se identificó que el 97,1% percibió la Seguridad del servicio de guiado como nivel alto, mientras el 2,9% lo percibió como nivel medio.

Se puede notar que la mayoría de los turistas nacionales encuestados tienen una percepción de nivel alto, esto quiere decir que el desempeño del personal de guiado ha sido bueno, hasta el punto de inspirar confianza y seguridad en los visitantes, ya que siempre muestran amabilidad, su comportamiento inspira confianza, resuelven las inquietudes del visitante. En cuanto a los turísticas con valoración de nivel medio respecto a la seguridad del servicio probablemente se deba al hecho de realizar el transbordo desde el muelle hasta la embarcación que los llevará a las Islas, en un bote artesanal, y algunos de ellos no se sintieron muy seguros en ese traslado.

Dimensión 5: Capacidad de respuesta

Tabla 7.- Descripción de la dimensión Capacidad de respuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alto	241	100,0

Fuente. Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con la tabla N° 7, de los 241 turistas que visitaron las Islas Cavinzas e Islotes Palomino; se identificó que el 100% percibió la Capacidad de respuesta del servicio de guiado como nivel alto.

Podemos observar que todos los turistas nacionales encuestados tienen una percepción de nivel alto respecto a esta dimensión, esto quiere decir que el personal de guiado siempre ha estado atentos a atender sus demandas, dispuestos a ayudarlos ante cualquier incidente, asimismo señalaron este se realizó en el tiempo prometido, es decir que los guías si comunican al inicio sobre la duración del servicio.

V. DISCUSIÓN

El objetivo general de la presente investigación ha sido determinar el nivel de la calidad de servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022.

Los objetivos específicos fueron: Identificar el nivel de los elementos tangibles, de la fiabilidad, empatía, capacidad de respuesta y seguridad del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022.

Con estos objetivos planteados, se procedió a aplicar el modelo SERVQUAL, donde se identificaron cinco dimensiones básicas que caracterizan un servicio. El modelo SERVQUAL es una técnica de investigación que permite realizar la medición de la calidad de servicio, desde la perspectiva del cliente.

En este contexto, para obtener los objetivos planteados, se utilizó como instrumento de recolección de datos un cuestionario que estaba conformado por 21 preguntas, las cuales permitieron evaluar la calidad de servicio, los resultados fueron obtenidos a través de la técnica de la encuesta, la cual fue aplicada mediante el muestreo probabilístico con población finita, representada por 241 turistas nacionales que visitaron las Islas Cavinzas e Islotes Palomino.

A continuación, se describe los resultados obtenidos en esta investigación, y los trabajos previos relacionados al tema con los objetivos respectivos.

En lo que respecta al objetivo general de la investigación indica que el 97,1% percibió que el nivel de calidad de servicio de guiado es alto, mientras el 2,9% lo percibió de manera como un nivel medio. Ante este resultado obtenido se deduce que, aún existen aspectos que mejorar en algunos indicadores de las dimensiones que son claves para tener una buena perspectiva de la calidad de servicio de parte de los turistas nacionales. Estos hallazgos tienen semejanzas con los resultados presentados por Martínez (2017), donde se encontró que el 93% de los turistas nacionales percibieron que la calidad de servicio de los guías oficiales de turismo como buena, mientras el 7% lo percibió como regular. Al realizar esta comparativa,

se puede observar que el guía de turismo es un integrante fundamental dentro de los servicios turísticos.

En relación al primer objetivo específico el cual dio como resultado que el 67,6% percibió que los Elementos tangibles del servicio de guiado tiene un nivel alto, mientras el 26,6% lo percibió como nivel medio y otro 5,8% como nivel bajo, con estos resultados se puede evidenciar que en esta dimensión aún existen mejorar por hacer. Estos resultados obtenidos se respaldan con los resultados de Bustios (2019) en donde señala que en lo que respecta a los elementos tangibles, los turistas manifiestan estar “Muy Satisfecho” un (56%), “Satisfecho” un (33%) e “Insatisfecho” un (11%) con el servicio de guiado; siendo de magnitud preponderante de satisfacción las alternativas de “Muy Satisfecho” y “Satisfecho”.

En relación al segundo objetivo específico, Parasuraman (1985) menciona que la fiabilidad se basa en el desempeño del servicio prometido y brindar el servicio de forma correcta, en la presente investigación se tuvo como resultado que, el 97,5% percibió la Fiabilidad del servicio de guiado como nivel alto, mientras el 2,5% lo percibió como nivel medio. Este resultado difiere en un porcentaje con los resultados de la investigación de Juárez y Sánchez (2019) donde detallan que el 16% totalmente de acuerdo, el 49% de acuerdo y el 35% indiferente, respecto al nivel de fiabilidad del servicio de observación de aves brindado por los orientadores locales, probablemente esta diferencia ocurra porque esta investigación se realizó en base a la calidad de servicio de atención de los orientadores en una actividad específica (observación de aves).

La atención individualizada comprende en entender las necesidades del turista al momento de brindar el servicio, siendo crucial en la determinación de la Empatía del mismo, según el análisis realizado respecto a las encuestados el 91,3% percibió la Empatía del servicio de guiado como nivel alto, mientras el 6,6% lo percibió como nivel medio y el 2,1% como nivel bajo. Estos resultados son similares a lo presentado por Juárez y Sánchez (2019), donde se determinó que el 81% de encuestados está de acuerdo y totalmente de acuerdo y el 19% indiferente, respecto a la empatía del servicio de observación de aves brindado por los orientadores locales. Estos resultados reafirman lo expuesto por Aclé et al (2016),

donde menciona que es primordial la atención individualizada, desde la accesibilidad, sensibilidad y esfuerzo para entender las necesidades de los clientes, por tanto, amerita implementar mejoras que minimicen las brechas en esta dimensión, para que el servicio ofrecido sea de manera íntegra según las exigencias de los clientes.

En relación al cuarto objetivo específico, Pérez (2017) menciona que la seguridad está basada en la experiencia, gentileza y habilidad para transmitir confianza al cliente, en este caso al visitante. En este trabajo de investigación se obtuvo como resultado lo siguiente; el 97,1% percibió la Seguridad del servicio de guiado como nivel alto, mientras el 2,9% lo percibió como nivel medio. Estos resultados obtenidos difieren con los resultados obtenidos por Lavado (2016), quien en su investigación expone que, el 62,8% de sus encuestados percibieron la seguridad como regular, el 33,8% como nivel bueno y el 3,4% como deficiente, esto en torno a la dimensión Seguridad de la calidad de servicio que brindan las agencias de viaje y turismo en el centro histórico de Trujillo por los turistas nacionales.

Respecto a los resultados obtenidos en la presente investigación se puede decir que, el servicio de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino muestra seguridad según la perspectiva del visitante dado que el porcentaje de nivel alto es el preponderante en el análisis realizado. Sin embargo, existen algunos comentarios de los encuestados, quienes manifestaron que no se sienten muy seguros al momento de realizar el transbordo entre embarcación y embarcación; esto sucede porque actualmente no existe un muelle turístico y por ende los turistas no pueden subir directo a las embarcaciones como yates y deslizadores (embarcaciones que están autorizadas para la visita a Islas Cavinzas e Islote Palomino), sino que, realizan transbordos en embarcaciones artesanales. Aunque esto sea un malestar manifestado por los visitantes esto no dependería mucho de la gestión del personal de guiado.

Referente al quinto objetivo Clemenza et al (2010), quien indica que la atención debe ser pronta frente a las solicitudes de los turistas, respecto a sus preguntas, reclamaciones, en el tiempo indicado; la presente investigación según los análisis realizados el 100% percibió la Capacidad de respuesta del servicio de guiado como

nivel alto, es decir que el personal de guiado turístico brindó el servicio cumpliendo con los indicadores de esta dimensión como son, comunicar cuando concluirá el servicio, atención inmediata ante inquietudes de los visitantes, brindar ayuda ante cualquier incidente y prontitud ante las demandas de ellos. Este resultado difiere con los resultados de la investigación de Lavado (2016), quien describió lo siguiente respecto a la capacidad de respuesta en el servicio de guiado, el 62,8% determina que es regular, 33,8% indicó que su nivel es bueno y en su minoría un 3,4% determinan que es deficiente.

Para la aplicación de las encuestas fue un proceso que tomó dos semanas y media, para culminar con la aplicación de las mismas a la muestra calculada, se implementó varias estrategias para poder captar la mayor cantidad de turistas a encuestar; desde pedir apoyo a los compañeros de trabajo, ir a campo días feriados donde había mayor afluencia de visitantes, conversar con los operadores para acompañar a los turistas en su recorrido y al regreso de recorrido aplicar las encuestas, etc., la mayor parte de la aplicación del instrumento ha sido realizada en la Plaza Grau del Callao, lugar donde embarcan y desembarcan los Turistas.

Respecto a las fortalezas y debilidades de la metodología utilizada se pudo identificar que, algunas veces el hecho de utilizar respuestas en descripciones numéricas en el instrumento de recopilación de datos, no permite tener narraciones más detalladas de los participantes en las encuestas, pero el hecho de desarrollar el estudio insitu e interactuar directamente con los encuestados permitió conocer sus comentarios respecto al servicio y ello permitió hacer un análisis más allá de solo los resultados de la encuesta. Además, la aplicación de este modelo, a pesar que los antecedentes con los cuales se realizó la triangulación, no todos han utilizado el mismo, los resultados han sido similares.

Finalmente, la presente investigación resulto de vital importancia, ya que los resultados obtenidos han permitido la creación de nuevos conocimientos sobre las perspectivas que tienen los visitantes nacionales con respecto a la calidad de servicio de Guiado en el Sector de Islas Cavinzas e Islotes Palomino, y esto permitirá realizar mejoras con respecto al servicio que brindan los operadores turísticos, específicamente en el servicio de guiado. Asimismo, permitirá que las

instituciones publicas y privadas mejoren en articular esfuerzos en pro de la mejora del servicio turístico.

VI. CONCLUSIONES

1. Se concluyó que el nivel de la calidad de servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino es de nivel alto, principalmente en la dimensión Capacidad de respuesta, donde se obtuvo como resultado que el 100% de encuestados tiene una perspectiva alta respecto a esta dimensión.
2. Respecto a los elementos tangibles del servicio de guiado, se identificó que el 67,6% de turistas nacionales lo percibió como nivel alto, mientras el 26,6% lo percibió como nivel medio y otro 5,8% como nivel bajo, estos resultados evidencian que hay una buena percepción respecto al servicio de guiado, sin embargo, se debe mejorar el uso de elementos interpretativos y herramientas y/o elementos tecnológicos que permitan mejorar el timbre de su voz, sobre todo cuando dirigen grupos extensos de turistas.
3. Respecto al nivel de fiabilidad del servicio de guiado, se identificó que el 97,5% de turistas nacionales lo percibió como nivel alto, mientras el 2,5% lo percibió como nivel medio, esto quiere decir que el personal encargado de guiado turístico siempre estuvo atento a solucionar problemas y siempre ofreció a tiempo el servicio, exceptuando que algunos compromisos pactados al inicio del servicio no se le brindó y/o informo al visitante, ejemplo el servicio de snack o piqueos, que se entrega durante el recorrido o el hecho de informar sobre qué implementos deben de llevar para el recorrido (bloqueador, casacas cortaviento, etc.)
4. Respecto al nivel de empatía del servicio de guiado, se identificó que el 91,3% de turistas nacionales lo percibió como nivel alto, mientras el 6,6% lo percibió como nivel medio y el 2,1% como nivel bajo, según los resultados analizados uno de los indicadores con esta puntuación baja sería respecto a la atención personalizada y la comunicación un poco limitada que se presenta durante el recorrido turístico.
5. Respecto al nivel de seguridad del servicio de guiado, se identificó que el 97,1% de turistas nacionales lo percibió como nivel alto, mientras el 2,9% lo percibió como nivel medio, esto indica que el personal de guiado turístico realizó un trabajo de manera correcta donde le generaba confianza al

visitante, sin embargo, aún existen aspectos que se deben mejorar, más que todo con gestiones entre instituciones públicas y privadas.

6. Respecto al nivel de capacidad de respuesta del servicio de guiado se identificó que el 100% de turistas nacionales lo percibió como nivel alto, esto significa que el personal de guiado turístico realizó un buen trabajo, respecto a los indicadores de esta dimensión, como; comunicar cuando concluirá el servicio, atención inmediata ante inquietudes de los visitantes, brindar ayuda ante cualquier incidente y prontitud ante las demandas.

VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los operadores turísticos que deben de reforzar el servicio de guiado con la utilización de materiales de interpretación y la utilización de equipamiento tecnológico, específicamente equipos que ayude a mejorar el timbre de voz del personal encargado de guiado turístico, primordialmente cuando dirigen grupos grandes de turistas. Asimismo, al SERNANP, elaborar un guión interpretativo respecto a los recursos turísticos de Islas Cavinzas e Islotes Palomino, el mismo que debe de ser socializado con los operadores turísticos que ofrecen servicios a Islas Cavinzas e Islotes Palomino, para que posteriormente los guías de turismo lo utilicen como material de interpretación durante el servicio de guiado.
- Se recomienda a los operadores turísticos que elaboren un protocolo respecto a lo fundamental que se debe de informar al visitante antes de iniciar su viaje, asimismo, si ofrecen servicio de snack deben de manejar su control de stock, antes de ofrecer este servicio.
- Se recomienda a los operadores turísticos que, cuando manejan grupos grandes de visitantes, lo óptimo sería asignar dos personas para el servicio de guiado.
- Se recomienda a las instituciones competentes (Gobierno Regional del Callao, MINCETUR), para la elaboración de un proyecto de inversión pública para la construcción de un muelle turístico que permita brindar el servicio de manera adecuada.
- Ante un muy buen resultado respecto a la capacidad de respuesta del servicio de guiado, se recomienda a los operadores turísticos que mantengan la dinámica de siempre comunicar cuando concluirá el servicio, atención inmediata ante inquietudes de los visitantes, brindar ayuda ante cualquier incidente y la prontitud ante las demandas del visitante, asimismo, esta dinámica debería de ser difundida ante un personal nuevo.
- Finalmente, se recomienda al SERNANP que periódicamente, deben de realizar estudios sobre la calidad percibida del servicio en sus diferentes aspectos, para conocer con precisión qué dimensiones de este constructo influyen más en las percepciones de los turistas.

REFERENCIAS

- Acle, R., Santiesteban, N., Herrera, S., & Claudio, A. (2016). Evaluación de la calidad en el servicio a través del modelo SERVQUAL en los museos de la ciudad de Puebla, México. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 2-16.
<https://riat.utralca.cl/index.php/test/article/view/342/425>
- Alvarez, A. (2017). *Justificación de la Investigación*.
- Álvarez, J., Villamarín, S., & Cejas, M. (2018). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los atractivos turísticos naturales de la provincia de Cotopaxi. *Memorialia*, 61-70.
<http://www.postgradovipi.50webs.com/archivos/memorialia/2018-II/memo8.pdf>
- ANDINA. (2021). *Reactivan ruta turística a Islas Palomino y Cavinzas en el Callao*.
<https://andina.pe/agencia/galeria.aspx?GaleriaId=14767&Fotoid=823335>
- Atiyah, L. (2017). Impact of service quality on customer satisfaction. *AUSTRALIAN JOURNAL OF BASIC AND APPLIED SCIENCES*, 20-28.
<https://www.academia.edu/download/55887469/20-28.pdf>
- Bustios, B. (2018). *Nivel de Satisfacción del servicio de guiado que ofrece el Monasterio de Santa Teresa, según los turistas nacionales*. Arequipa: Universidad Católica de Santa María.
<http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/9705>
- Carrasco, S. (2017). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: San Marcos.
- Chang, J. (2006). Customer satisfaction with tour leaders' performance: A study of Taiwan's package tours, Asia. *Pacific Journal of Tourism Research*, 97,116.
doi:10.1080/10941660500500808
- Clemenza, C., Gotera, A., & Araujo, R. (2010). Calidad de los Servicios prestados por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria. *Revista Venezolana de Gerencia*, 103-124. <https://www.redalyc.org/pdf/290/29012358007.pdf>
- CONCYTEC. (2020). *Guía práctica para la formulación y ejecución de proyectos de investigación y desarrollo*. <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/24968/n/r.p.-097-2020-concytec-p-anexo-guia-practica-para-la-formulacion-y-ejecucion-de-proyectos>
- Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC). (2021). *Economic Impact Reports*.
<https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>
- Echenique, E. E. (2017). *Metodología de la Investigación*. © Universidad Continental.
- Fernández, V. H. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu Emprendedor TES*, 65-76. doi:<https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>
- García, F., & Pizarro, P. (2020). Influencia de los guías de turismo en la calidad del servicio en el Museo del Convento de San Francisco.
- Ghobadian, A., Speller, S., & Jones, M. (1994). Service Quality: Concepts and Models. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 43-66. doi:10.1108/02656719410074297

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Heung, V. (2008). Effects of tour leader's service quality on agency's reputation and customers' word-of-mouth. *Journal of Vacation Marketing*, 305-315. doi:<https://doi.org/10.1177/1356766708094752>
- Hwang, J., & Lee, J. (2018). Relationships among Senior Tourists' Perceptions of Tour Guides' Professional Competencies, Rapport, Satisfaction with the Guide Service, Tour Satisfaction, and Word of Mouth. *Journal of Travel Research*. doi:10.1177/0047287518803199
- Ismail, A., & Yunan, Y. S. (2016). Service Quality as a predictor of customer. *LogForum*, 12 (4), 269-283. <https://www.academia.edu/RegisterToDownload/BulkDownload>
- Juarez, K., & Sanchez, S. (2019). Calidad de atención de los orientadores locales, en observación de aves, en el área de Conservación Privada de Chaparri, Distrito de Chongayape. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/6115>
- Kuo, N. T., Cheng, Y. S., Chang, K. C., & Chuang, L. Y. (2018). The Asymmetric Effect of Tour Guide Service Quality on Tourist Satisfaction. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 19:4, 521-542. doi:10.1080/1528008x.2018.1483283
- Lavado, K. (2016). *La calidad del servicio en las Agencias de Viaje turismo del Centro Histórico de la Ciudad de Trujillo en el turista nacional*. Universidad Privada del Norte.
- Lin, Y., Lin, M., & Chen, Y. (2017). How tour guides' professional competencies influence on service quality of tour guiding and tourist satisfaction: An exploratory research. *International Journal of Human Resource Studies*, 1-19.
- López, R. (2005). La Calidad Total en la empresa moderna. *Perspectivas*, 67-81. <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942412006.pdf>
- Mak, A., Wong, K., & Chang, R. (2010). Factors affecting the service quality of the tour guiding profession in Macau. *International Journal of Tourism Research*, 205-218. doi:10.1002/jtr.746
- Martinez, Y. V. (2017). *Calidad de servicio de los guías oficiales de turismo desde la perspectiva del turista nacional, Centro Histórico de Lima 2017*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/9946>
- Min, J. (2016). Guiding the guides: developing indicators of tour guides' service quality. *Total Quality Management & Business Excellence*, 27(9-10), 1043-1062. doi:10.1080/14783363.2015.1060123
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2007). *Manual de Buenas Prácticas Guías de Turismo y Operación Turística*. http://www.agoturlima.com/images/normas/CALTUR_ManualDeBuenasPracticas.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2021). *Datos Turismo*. <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content2.html>

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2021). *Sello Internacional SAFE TRAVEL para destinos turísticos*. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/2001539-sello-internacional-safe-travels-para-destinos-turisticos>
- Mondo, T., Soares, M., Leite, F., & Toner, R. (2020). Análise da qualidade de serviços turísticos na Fortaleza de São José da Ponta Grossa – Florianópolis, utilizando o TOURQUAL. *Revista Turismo Em Análise*, 31(3), 477-498. doi:<https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v31i3p477-498>
- Morillo, M., & Morillo, M. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado. *Revista de Ciencias Sociales (ve)*, 111-131. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/280/28049145009/index.html>
- Nguya, J., Kariuki, A., & Muthengi, S. (2021). Influence of tour guide service quality on customer satisfaction in narok county, kenya. *African Journal of Emerging Issues*, 3(1), 149-170. <https://ajoeijournals.org/sys/index.php/ajoei/article/view/165>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 12-40.
- Pérez, J. (2017). *Nivel de Satisfacción del turista nacional que visita el distrito de Cajamarca - 2017*. Universidad Nacional de Cajamarca. <http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/2505/TESES%20DE%20JULISSA>
- Plan Nacional de Calidad Turística del Perú (CALTUR). (2017). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)*. https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documento_Caltur/CALTUR_2017_2025.pdf
- Rodríguez, A. (2020). Las 4 Teorías de la Calidad Principales y sus características. *lifeder*. <https://www.lifeder.com/teorias-calidad/>
- San Lucas, E. (2020). *La calidad en el servicio de las agencias de viajes: estudio de caso manta*. Ecuador: UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ.
- Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas (SERNANP). (2016). *Plan de Sitio de los Islotes Palomino e Islas Cavinzas - Reserva Nacional Sistema de Islas, Islotes y Puntas Guaneras*.
- Sulaiman Al Jahwari, D., Sirakaya Turk, E., & Altintas, V. (2016). Evaluating communication competency of tour guides using a modified importance-performance analysis (MIPA). *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 195–218. doi:10.1108/ijchm-02-2014-0064
- Utami, D., Winarto, W., & Azizah, A. (2020). The influence of Service Quality and Corporate Image toward Customer Satisfaction at BPJS Ketenagakerjaan KCP Kendal. *Jurnal Of Business Studies*, 101-110. doi:<http://dx.doi.org/10.32497/jobs.v6i2.2537>
- Vargas, M., & Aldana, L. (2007). *Calidad y Servicio Conceptos y Herramientas*. Bogotá: © Universidad de la Sabana © Ecoe ediciones Ltda. http://190.116.26.93:2171/mdv-biblioteca-virtual/libro/documento/eJXNoCbVAnZ8hFKYtJzja._CALIDAD_Y_SERVICIOS_-_CONCEPTOS_Y_HERRAMIENTAS.pdf

ANEXOS

Anexo 1. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	ESCALA DE MEDICION
Calidad de servicio	La variable calidad de servicio es el nivel de mayor aprobación sobre las características y propiedades de un servicio, relacionado con las expectativas del usuario; en otras palabras, lo que espera y/o desea en una situación específica, Morillo y Morillo, (2016).	La variable calidad puede medirse a través de las dimensiones elementos tangibles del servicio; fiabilidad del servicio y empatía del servicio del modelo SERVQUAL, Parasuraman et al, (1988).	Elementos tangibles del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos • Personal • Material de comunicación. 	ORDINAL
			Fiabilidad del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio prometido • Habilidad de los empleados • Confiable • A tiempo • Sin errores 	
			Empatía del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Atención individualizada • Atención cuidadosa • Accesibilidad • Sensibilidad • Esfuerzo para comprender las necesidades de los visitantes 	
			Seguridad del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Transmisión de confianza • Amabilidad • Conocimiento suficiente • Seguridad 	
			Capacidad de respuesta del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Informar al visitante sobre cuando culminará el servicio • Atención inmediata • Capacidad de ayudar • Prontitud en responder a las demandas del visitante 	

Fuente: Elaboración propia en base a Parasuraman, Berry & Zeithaml (1988), citado en Acle et al (2016)

ANEXO 2. MATRIZ DE CONSISTENCIA

“Calidad de servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022”

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA PRINCIPAL ¿Cuál es nivel de la calidad de servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál es nivel de los elementos tangibles del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022? 2. ¿Cuál es el nivel de fiabilidad del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022? 3. ¿Cuál es el nivel de empatía en el servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022? 4. ¿Cuál es el nivel de seguridad del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022? 5. ¿Cuál es el nivel de capacidad de respuesta del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022? 	<p>OBJETIVOS GENERAL Determinar el nivel de la calidad de servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar el nivel de los elementos tangibles del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022. 2. Identificar el nivel de fiabilidad del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022. 3. Identificar el nivel de empatía del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022. 4. Identificar el nivel de seguridad del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022. 5. Identificar el nivel de capacidad de respuesta del servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022. 	<p>Calidad de servicio</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elementos tangibles 2. Fiabilidad 3. Empatía 4. Capacidad de respuesta (sensibilidad) 5. seguridad 	<p>Tipo de investigación: Aplicada Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental / Transeccional Población y muestra: la población es de 648 visitantes y la muestra está compuesta por 241 elementos. Muestreo: Probabilístico Técnicas e instrumentos de recolección de datos: Encuesta Procedimientos de recolección de datos: Cuestionario</p>

Anexo 3. Fórmula para determinar la muestra

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

Donde, n = tamaño muestral.

N = tamaño poblacional.

Z = valor que se determina a partir del nivel de confianza que se adopta.

e = error muestral

p = proporción de elementos que tienen una determinada especificación a ser investigada.

q = proporción de elementos que no tienen una determinada especificación a ser investigada, p + q = 1.

Considerando N = 648, e = 5%, Z = 1.96 y p = 50%, tenemos que n = 241.

Anexo 4. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

GUÍA DE PREGUNTAS

El presente cuestionario se realiza con el propósito de determinar la Calidad de servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022. Cabe destacar que las respuestas suministradas por usted, solo se utilizarán con fines académicos para la elaboración de mi tesis para optar al grado de Profesional de Licenciada en Administración de Turismo y Hotelería en la Universidad Cesar Vallejo. En este contexto, se considerarán todos los principios éticos a los fines de resguardar los datos suministrados.

Instrucciones: Para cada planteamiento, agradecemos marcar con una “X” según su percepción con las siguientes proposiciones planteadas. Gracias por su colaboración.

Consentimiento informado: Estoy de acuerdo en participar SI NO

Sexo: Femenino () Masculino () Edad: _____

1 = Nunca; 2= Casi nunca; 3= A veces; 4=casi siempre; 5= Siempre

CALIDAD DEL SERVICIO	1	2	3	4	5
Elementos tangibles del servicio de guiado					
1.- ¿La presentación (vestimenta) del personal encargado del servicio de guiado fue la adecuada?					
2.- ¿El material utilizado por el personal encargado del servicio de guiado a las Islas Cavinzas e Islotes Palomino (folletos u otros elementos de interpretación) fue visualmente atractivo?					
3.- ¿El personal encargado del servicio de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino, utilizó algún equipo para mejorar la comunicación (micrófono inalámbrico)?					
Fiabilidad del servicio					
4.- ¿El servicio de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino fue efectivamente el prometido?					
5.- ¿El personal encargado del servicio de guiado demostró interés para solucionar problemas?					
6.- ¿La información brindada por el personal encargado del servicio de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino es confiable?					
7.- ¿El servicio de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino fue ofrecido a tiempo?					
8.- ¿La información ofrecida por el personal encargado de guiado se encuentra libre de errores?					

CALIDAD DEL SERVICIO	1	2	3	4	5
EMPATÍA DEL SERVICIO					
9.- ¿El servicio ofrecido por el personal de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino ha sido personalizado?					
10.- ¿La atención ofrecida por el personal de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino ha sido adecuada para atender sus requerimientos o necesidades?					
11.- ¿El personal del servicio de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino mostraron empatía con sus requerimientos o necesidades?					
12.- ¿El personal del servicio de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino mostró su mayor esfuerzo para atenderlos?					
13.- ¿Ha sido limitada la comunicación con el personal de servicio de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino?					
SEGURIDAD DEL SERVICIO					
14.- ¿El comportamiento del personal del servicio de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino inspira confianza?					
15.- ¿El comportamiento del personal del servicio de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino es amable?					
16.- ¿El personal del servicio de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino tienen conocimientos suficientes para atender las preguntas e inquietudes de los visitantes?					
17.- ¿El personal del servicio de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino le transmite seguridad?					
CAPACIDAD DE RESPUESTA DEL SERVICIO					
18.- ¿El personal del servicio de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino comunican cuando concluirá el servicio?					
19.- ¿El personal del servicio de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino dio atención inmediata a sus preguntas o inquietudes?					
20.- ¿El personal del servicio de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino, siempre están dispuestos a ayudarle ante cualquier incidente?					
21.- ¿El personal del servicio de guiado a Islas Cavinzas e Islotes Palomino respondió con prontitud sus demandas?					

Anexo 5: Validación de Instrumentos



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 28 de marzo de 2022

Apellido y nombres del experto: SEGOVIA ARANIBAR ELIZABETH

DNI:10460532

Teléfono: 999991529

Título/grados: MAGISTER SC. EN ECOTURISMO

Cargo e institución en que labora: DOCENTE TIEMPO PARCIAL ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA-UCV LIMA NORTE

Calidad de servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	X		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	X		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	X		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	X		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	X		

SUGERENCIAS: _____

FIRMA DEL EXPERTO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 06 de abril de 2022

Apellidos y nombres del experto: José Francisco Lázaro Velásquez

DNI: 42444867 Teléfono: 973497136

Título/grados: Magister en Educación Superior

Cargo e institución en que labora: Docente tiempo parcial Universidad César Vallejo

“Calidad de servicio de guiado desde la perspectiva del turista nacional que visita Islas Cavinzas e Islotes Palomino, Callao, 2022”

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	X		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	X		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	X		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	X		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	X		



FIRMA DEL EXPERTO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 21 de marzo 2022.

Apellido y nombres del experto: Zevallos Gallardo, Verónica.

DNI: 41726975

Teléfono: 932371609

Título/grados: Mg. Docencia Universitaria.

Cargo e institución en que labora: Universidad Cesar Vallejo. Coordinadora de Escuela ATH.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	x		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	x		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	x		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	x		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	x		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	x		

Porcentaje: 90%



Mg. Verónica Zevallos Gallardo.
 Coordinadora E.P Administración en Turismo y Hotelería
 Lima norte



Anexo 6: Evidencias fotográficas

Fotografía 1, 2, 3: Realizando encuestas en las embarcaciones



Fotografía: 1



Fotografía:2

Fotografía 4: Realizando encuestas en las instalaciones de la Plaza Grau (medio día)



Fotografía: 3

Fotografía: 4



Fotografía 5, 6, 7, 8: Realizando encuestas en las Instalaciones de la Plaza Grau – Callao, con apoyo de compañeros de trabajo



Fotografía: 5

Fotografía: 6



Fotografía: 7

Fotografía: 8



Fotografía 9,10, 11 y 12: Realizando encuestas en las Instalaciones de la Plaza Grau – Callao, con apoyo de compañeros de trabajo



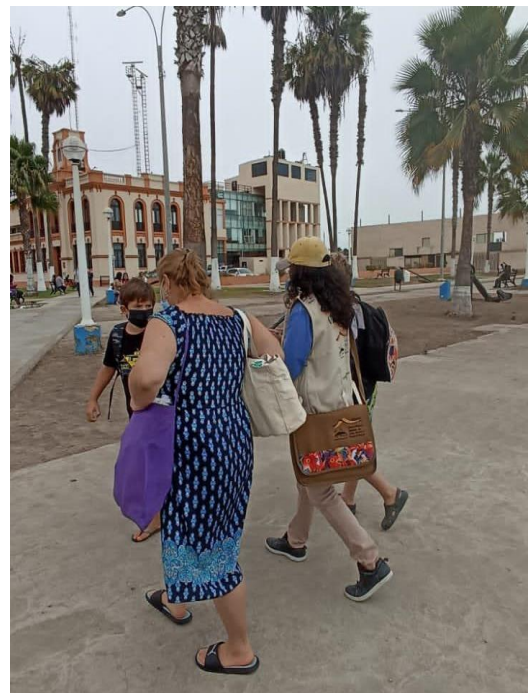
Fotografía: 9



Fotografía: 10



Fotografía: 11



Fotografía: 12