



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

**Evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo  
para la mejora del servicio de calidad, Tarapoto – 2023**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

**AUTORA:**

Del Aguila Trigos, Kimberly Mishell ([orcid.org/0000-0003-1512-0630](https://orcid.org/0000-0003-1512-0630))

**ASESORA:**

Mg. Cabel Rabines, Jessica Del Pilar ([orcid.org/0000-0002-1882-4441](https://orcid.org/0000-0002-1882-4441))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión Turística

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**TARAPOTO - PERÚ**

**2023**

## **Dedicatoria**

A Dios, por permitirme llegar a este punto tan importante de mi vida, por iluminarme en los momentos difíciles y brindarme salud.

A mis padres, por el apoyo incondicional en todo mi proceso y sus consejos en todo momento.

A mi docentes Ancelmo García García y Jessica Del Pilar Cabel Rabines, por acompañarme con sus enseñanzas en este último peldaño de mi formación.

Kimberly M. Del Aguila Trigoso

## **Agradecimiento**

Mi profundo agradecimiento a Dios, a mi padres porque me permitieron afrontar cualquier perseverancia y ser mi fuente de inspiración, asimismo a la Universidad César Vallejo, por brindarme docentes que me inculcaron sus conocimientos y sabiduría, en especial a los docentes Ancelmo García García y Jessica del Pilar Cabel Rabines, que fueron piezas importante en mi carrera universitaria.

Kimberly M. Del Aguila Trigoso

## Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstrac.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	9
II. MARCO TEÓRICO.....	13
III. METODOLOGÍA.....	20
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	20
3.2. Variables y operacionalización.....	20
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.....	21
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	22
3.5. Procedimientos.....	25
3.6. Método de análisis de datos.....	25
3.7. Aspectos éticos.....	25
IV. RESULTADOS.....	26
VI. CONCLUSIONES.....	37
VII. RECOMENDACIONES.....	39
VIII. BIBLIOGRAFIA.....	40
ANEXOS.....	46

## Índice de tablas

<b>Tabla 1:</b> Validación de expertos.....	23
<b>Tabla 2:</b> Variable dependiente - Evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo.....	24
<b>Tabla 3:</b> Estadística de fiabilidad .....	24
<b>Tabla 4:</b> Variable independiente - Servicio de calidad .....	24
<b>Tabla 5:</b> Estadística de fiabilidad .....	24
<b>Tabla 6:</b> Evaluar las competencias de los guías oficiales de turismo .....	26
<b>Tabla 7:</b> Identificar las competencias laborales de los guías oficiales de turismo .....	27
<b>Tabla 8:</b> Capacidad de dominar idiomas .....	27
<b>Tabla 9:</b> Describir el nivel de calidad del servicio de los guías oficiales de turismo .....	28
<b>Tabla 10:</b> Ficha de evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo	29

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> Fórmula utilizada para calcular la población de estudio .....	22
---	----

## **Resumen**

El presente estudio de análisis tiene como objetivo primordial evaluar las competencias de los guías oficiales de turismo para la mejora del servicio de calidad de los servicios turísticos, Tarapoto – 2023. La metodología fue de enfoque cuantitativa, tipo básica, porque busca proponer según las variables estudiadas, el diseño fue descriptiva propositiva. Para la colección de resultados se consideró como instrumento de recolección de datos a la encuesta y la observación, por eso se tuvo como resultado que la calidad que ofrecen los guías oficiales de turismo es aceptable, a excepción del dominio del idioma de los guías oficiales de turismo, la cual debe pasar por un proceso de mejora. Por último, se concluyó que los guías oficiales de turismo poseen competencias, pero estas a su vez deben ser reforzadas constantemente para lograr un gran nivel de calidad tanto para los guías nacionales como extranjeros.

Palabras clave: Guías oficiales de turismo, servicio de calidad, servicios turísticos.

## **Abstrac**

The main objective of this study was to evaluate the competencies of official tourist guides in order to improve the quality of tourist services, Tarapoto - 2023. The methodology was of quantitative approach, basic type, since it seeks to propose according to the variables studied, the design was descriptive and propositive. For the collection of results, the survey and observation were considered as instruments of data collection, so it was found that the quality offered by the official tourist guides is acceptable, with the exception of the language skills of the official tourist guides, which must undergo a process of improvement. Finally, it was concluded that the official tourist guides possess competencies, but these in turn must be constantly reinforced in order to achieve a high level of quality for both national and foreign guides.

Keywords: Official tourist guides, quality service, tourist service.



## I. INTRODUCCIÓN

Una pieza fundamental para el crecimiento de un país dentro de la economía hoy en día es el turismo, la cual se encuentra en una fase de desarrollo continuamente. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), dentro del año 2022 alcanzó más de 2 millones de turistas internacionales equivalente a un porcentaje menos del 50% comprendido en el año 2019, antes de la pandemia. Por otra parte, los servicios considerados esenciales al momento de realizar un viaje son los restaurantes, agencias de viaje transporte, alojamiento, y los guías de turismo. Siendo en el mundo del turismo, los guías oficiales son elemento clave para que el servicio de guiado se realice, además de ser autores de crear experiencias inolvidables para los turistas.

Por esta razón, los servicios turísticos deben ser brindados con un gran nivel de calidad para así satisfacer y cumplir con las expectativas que cada turista tiene. La evolución de lograr esta satisfacción está en constante evolución, asimismo La Organización Mundial de Turismo (OMT) (2023) coincide en lo mencionado y manifestó que para lograr un servicio de calidad se mide las necesidades, exigencias y las expectativas que un turista considera. En otras palabras, es indispensable considerar las necesidades que cada turista posee con el fin de brindar el cumplimiento de las expectativas de forma personalizada, ya que afecta la perspectiva de servicio con la que llegan los turistas y el servicio recibido al finalizar.

Por la razón mencionada, el tener que lograr niveles de calidad estandarizados es un deber que tienen las empresas, teniendo en cuenta obtener calidad de servicio es un punto que es requerido por el cliente, la cual se vuelve más exigente al pasar los años. Estas exigencias se ven reflejadas entre la calidad y el buen precio ofrecido. Es importante conocer todas las necesidades que tiene el cliente, de esta manera se puede cumplir sus expectativas implementando técnicas.

Por otro lado, una labor importante relacionada con brindar servicio de calidad es la del guía oficial de turismo, este aporte se sumará a beneficio del destino, teniendo

en cuenta que son ellos quienes son los que se encargan de dar a conocer un determinado territorio, ocasionando que la primera impresión que dan se verá reflejado en la experiencia que el turista se lleve.

Hoy en día, poder cumplir con las expectativas de los turistas es de suma importancia porque permite conocer las necesidades, expectativas y percepciones de cada uno, teniendo en cuenta que cada uno es distinto. Por tal motivo, Chang, García & Romero (2020) mencionan las características esenciales de un trabajador, entre ellas están la honestidad, el conocimiento, la puntualidad y la comunicación, teniendo en cuenta que la formación profesional también influye en el servicio de calidad que se ofrece.

En el ámbito internacional, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (MINCIT) (2022), señaló que la situación actual de los guías oficiales de Colombia, lo tienen a la orden, aludiendo que la comunicación es punto clave para poder llegar a los turistas y así mismo poder establecer si existe servicio de calidad o no. Estos guías deben contar con el idioma extranjero de un nivel A2 o superior a este, permitiendo así poder comunicarse libremente con los turistas que visitan el país.

En el Perú, dentro del sector turismo existen políticas, entre ellas la política que involucra el desarrollo de aquellos servicios relacionados al turismo y el desarrollo de la calidad, la cual es parte competitiva de los destinos turísticos, todo esto tiene como objetivo que los productos y servicios sean pieza fundamental de los destinos turísticos. Por otro lado, Galindo, S. (2022) indicó que el país alberga a muchos negocios que hoy en día se encuentran paralizados en cuanto a su crecimiento, debido a que existe falta de capacitación a los colaboradores para poder establecer una buena comunicación con los clientes de los aspectos principales que tiene cada uno de ellos para determinar la calidad en el servicio.

Asimismo, Arrestegui (2020) mencionó que brindar un servicio de calidad tiene como objetivo crear una figura positiva de un lugar o negocio. Por otro lado,

Castañeda (2023) indicó que la forma en la que una empresa funciona, es la base para que el cliente pueda determinar si existe o no servicio de calidad.

Dentro de lo nacional, el posicionamiento del departamento de San Martín aún se encuentra en proceso, esto comparado con destinos de otros departamentos. La razón principal por la que estos destinos se encuentran muy bien posicionados es que trabajan arduamente en conocer a sus turistas y sus intereses, adicional a esto implementan la información en otros idiomas, esto no se ve reflejado en el departamento de San Martín, teniendo como enfoque a los turistas nacionales, esto relativamente ocasiona el descenso del número de turistas extranjeros interesados en tomar un tour.

En el ámbito local, teniendo en cuenta que, en el año 2022, aproximadamente llegaron a la ciudad de Tarapoto, 384.248 turistas (DIRCETUR, 2023), es importante que el personal que ofrece el servicio de guiado sea evaluado con el fin de ofrecer un servicio turístico de calidad, fomentando así que más negocios se sumen a brindar capacitación constante a su personal, logrando obtener un buen nivel para la competencia. Contar con guías oficiales de turismo que estén capacitados aporta un gran beneficio al turismo interno, esto ayuda a que más turistas tengan en cuenta a Tarapoto como su próximo destino a visitar.

Actualmente 39 guías oficiales de turismo están registrados lo que comprende la provincia de San Martín dividiéndose en los distritos de La Banda de Shilcayo Morales y Tarapoto, donde 10 de ellos están ejerciendo su carrera. El resto de los guías oficiales de turismo no están ejerciendo por diferentes motivos, tales como: crisis de la pandemia, remuneración deficiente, proyectos personales, entre otros. Demostrándonos así un gran número de guías informales laborando para algunas agencias de viaje, por lo que existe una deficiencia en el servicio de calidad, de esta manera baja las expectativas que tiene un turista al visitar los atractivos turísticos.

Por esta razón, el presente trabajo tiene la siguiente interrogante ¿Cómo contribuyen los guías oficiales de turismo en la calidad de los servicios turísticos en la ciudad de Tarapoto?

Esta investigación está justificada por conveniencia, permitiendo estudiar a los guías oficiales de turismo y demostrar si tiene relevancia en el servicio que ofrecen, para la relevancia social, además contribuirá con conocimiento relevantes de calidad y si este se da en los servicios turísticos ofrecidos por los guías oficiales de turismo. Por otro lado, el valor teórico, permitirá difundir conocimientos realizando evaluaciones con el fin determinar el grado de calidad que existe dentro de los servicios turísticos que ofrecen aquellos guías oficiales de turismo. Asimismo, se respalda en investigaciones anteriores extraídas de bases seguras, todo esto relacionado a las variables de esta investigación, adicional a esto están los conocimientos que se alcanzaron durante la carrera universitaria. De igual modo, las implicancias prácticas, a partir de un análisis donde se toma en cuenta todos los datos recopilados de la muestra, se tendrá información verídica, utilidad metodológica, se tiene en cuenta el respeto de la validez y confiabilidad comprobada, utilizándolas así en investigaciones futuras.

Se estableció como objetivo general a evaluar las competencias de los guías oficiales de turismo para la mejora del servicio de calidad, Tarapoto – 2023. Como objetivos específicos, Identificar las competencias laborales de los guías oficiales de turismo, Tarapoto – 2023. Describir el nivel de calidad del servicio de los guías oficiales de turismo, Tarapoto – 2023. Diseñar una ficha de evaluación de competencias de los guías oficiales de turismo para la mejora del servicio de calidad, Tarapoto - 2023

Finalmente se tiene como hipótesis general: La evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo mejorará el servicio de calidad, Tarapoto – 2023. Y como hipótesis específicas: H1. Identificar las competencias laborales de los guías oficiales de turismo contribuirá a los servicios turísticos, Tarapoto – 2023. H2. Describir el nivel de calidad del servicio de los guías oficiales de turismo ayudará a los servicios turísticos, Tarapoto – 2023. H3. Diseñar una ficha de evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo contribuirá conocimiento para la mejora del servicio de calidad, Tarapoto-2023.

## II. MARCO TEÓRICO

En este mencionado trabajo, se tuvo en consideración a artículos ubicados en bases de datos de alta confiabilidad, la información encontrada estuvo relacionada con las variables tratadas, de este modo en los antecedentes internacionales, Blanco, G.& Font, M. (2022), realizaron un estudio con respecto a la calidad dentro del servicio que se brinda en la gestión hotelera, la población estuvo conformada por los hoteles en Venezuela que están dirigidos al segmento familiar, se aplicó el muestreo de forma aleatoria, el resultado se basó en que el paradigma de la gestión de calidad y el sistema que manejan es complicado de cambiarlo, teniendo así la dificultad de cambiar conceptos de “calidad del servicio” por “servicio de calidad”, teniendo en cuenta que se puede ofrecer calidad mediante el servicio, debido a esto se puede tener mejoras y esto cambia el concepto que una persona tiene en cuanto a las expectativas.

De este mismo modo, Alshiha (2022), en su investigación cuantitativa tuvo como objetivo evaluar cómo se dio el servicio de calidad dentro de los centros de ocio, su población estuvo conformada por aquellos turistas que realizaron viajes en la temporada de primavera, por lo que se tomó como muestra a 313 turistas. Dentro de la investigación se utilizó un cuestionario como instrumento, lo que permitió tener resultados, estos fueron que la relación no solo se da entre la calidad de servicio de los centros de ocio y la satisfacción de los turistas, sino que también existe relación con aquellas intenciones conductuales de los futuros turistas.

De igual modo, en la investigación cuantitativa de Dileep, Govindarajo & Khen (2020), se dio con el fin de conocer la calidad de servicio con el efecto que forma la relación entre la satisfacción del visitante, de esta manera se determinó como población a 15 estados de Malasia con destinos que practican aviturismo, se estudió a tan solo 5 destinos de los 15 estados. Se tuvo como instrumento a un cuestionario que ayudó a determinar la razón del porqué los turistas eligieron aquellos destinos para hacer aviturismo, la cual el resultado fue que la imagen y el posicionamiento que tiene un destino turístico influye mucho en la lealtad de los turistas.

También, Rojas, Niebles, Pacheco & Hernández (2020), dentro de su investigación cuantitativa de metodología descriptiva, no experimental se dio con el objetivo de conocer si dentro de la responsabilidad social, la calidad es elemento fundamental. Se determinó como población a 50 pymes dentro del sector de logística de Colombia, donde solo se trabajó con la muestra de 1 empleado de cada una, teniendo así un total de 50 empleados. Por esta razón se concluyó que los aspectos que se consideran para determinar si existe servicio de calidad es el espacio adecuado para recibir a tus clientes, estar capacitado para brindar el servicio solicitado, estar dispuesto a satisfacer las necesidades del cliente, la imagen y posicionamiento de la marca.

Asimismo, Guatzozón, Canto & Pereyra (2020), realizaron una investigación tipo cuantitativa que tuvo como fin establecer si la calidad turística es el reflejo de la satisfacción de los clientes, la población estuvo conformada por clientes de los micronegocios de artesanía que existe en Mérida – México, solo se tomó a 178 clientes. Los resultados fueron que existen factores claves para determinarlos entre ellos la empatía fue el que tuvo mayor valor a favor de los clientes, sin embargo, según el servicio ofrecido no fue óptimo, esto quiere decir que existe una gran insatisfacción al no cumplir con las expectativas de los clientes.

Martelo, Oyola & Franco(2022), ejecutaron una investigación mixta, que tuvo como objetivo determinar si los guías de turismo de las agencias de Cartagena de Indias – Colombia, tienen las competencias necesarias para desempeñar este rol, por tal motivo se tuvo como población a los colaboradores que son parte de las agencias turísticas de Cartagena de Indias, el muestreo que se aplicó fue por conveniencia, se obtuvo a 5 colaboradores de diferentes agencias, considerándolos como la muestra de la investigación. Esto llegó a la conclusión que los conocimientos sobre el lugar que guían y el dominio de idiomas son factores claves y de suma importancia para realizar un guiado.

Dentro de la investigación cuantitativa de Villacrés Briones (2020), tuvo como objetivo evaluar la calidad de servicio y la satisfacción que tienen los clientes dentro

de un laboratorio en Santiago de Guayaquil - Ecuador, por esta razón la población de tomó a todos los paciente atendidos en un año, esta cifra fue de 13,340 pacientes, se consideró como muestra finita a solo 286. Se concluyó que la seguridad es el elemento clave para definir el servicio de calidad y ver si se cumple la satisfacción de los clientes.

Kapa, Crom & Hermann (2022), realizaron una investigación cuantitativa y se tuvo como objetivo establecer aquellas competencias las cuales un guía de turismo debe poseer esto con la finalidad de crear experiencias únicas. Se realizó mediante el muestreo no probabilístico y se tuvo como población a guías de turismo en Sudáfrica expresándolo mediante una encuesta y la muestra estuvo conformada por 320 guías de turismo. Se llegó a la conclusión que los aspectos claves para determinar servicio de calidad es atender necesidades, disposición de ayudar, conocimientos del destino, honestidad y buena comunicación.

Por otro lado, Oehmichen, Aveleyra Escalona (2021), llevó a cabo una investigación cuantitativa que tuvo como fin entender la situación de los guías oficiales de turismo durante la situación del Covid – pandemia en México, asimismo conocer los problemas que se presentaron y cómo lograron salir adelante. Por esto se determinó como población a aquellos guías de turismo que no trabajaron durante la situación del Covid, y se tomó una muestra de 710. Se concluyó que por muchos años la labor de los guías oficiales de turismo pasó desapercibido y no se valoró, además que por debajo y de forma ilegal se acreditaba y daban las credenciales para convertirse en guía de turismo, haciendo que esta situación general un mal servicio de calidad en México.

En la investigación de Da Silva & Vieira (2022), fue cuantitativa y tuvo como objetivo conocer el efecto que tuvo la pandemia en todas las actividades que realizaron los guías de turismo de Medellín. La población estuvo conformada por agentes de viajes, conductores y guías, por esta razón solo se estudió a 6 de ellos. Se concluyó que la situación de la pandemia fue fuerte lo que afectó a la muestra estudiada, motivo por el cual mucho suspendieron sus actividades.

Por último, en la investigación cuantitativa de Villalba Sánchez & Sellán (2020), se identificó el objetivo, estimar el valor de los guías de turismo y asimismo conocer el grado de eficiencia. La población estuvo conformada por aquellos visitantes de puerto El Morro en Ecuador, la muestra fue de 22 de ellos. Se concluyó que se tiene guías capacitados para manejar cualquier contacto con animales del alrededor, en el caso de la investigación con los delfines.

Como antecedentes nacionales, tenemos a la investigación de Malpartida, Granada & Salas (2021), quienes realizaron una investigación cuantitativa, con el objetivo de encontrar relación del servicio de calidad y la satisfacción del clientes. Se consideró como población a compradores del año 2021 en Surquillo – Lima, y su muestra estuvo conformada por 100 clientes. Se concluyó que el servicio que se ofrece es excelente porque realizan una atención personalizada además de forma un ambiente agradable, generando una gran ventaja con otras tiendas.

Por otro lado, Silva, Julca, Luján & Trelles (2021), en su investigación cuantitativa que tuvo como finalidad estudiar si existe una relación de la satisfacción de los clientes con el servicio de calidad ofrecido. Se tomó como población a aquellos turistas extranjeros y nacionales visitantes de Chancaque – Piura. La muestra estuvo conformada por 196 turistas. Se concluyó al final que para considerar que se ofrece un servicio de calidad se debe tener en cuenta aspectos como, capacidad de dar respuestas, empatía, fiabilidad, tangibilidad y se resalta la seguridad que se puede ofrecer.

Asimismo, Rojas (2022), realizó una investigación de tipo cuantitativa correlacional transversal, se tuvo como finalidad determinar el tipo de relación existente entre la calidad de servicio que se ofrece y la satisfacción de los clientes que visitan el restaurante El Uruguayo y se identificó a su población como a todos aquellos que visiten el restaurante El Uruguayo, solo se llegó a estudiar a 384 de ellos mediante la encuesta. Se concluyó que el restaurante El Uruguayo si ofrece un servicio de calidad y este se refleje en la satisfacción de los consumidores.



Morvelí & Boluarte, 2020, en su investigación de tipo cuantitativa, Transversal – Correlacional y no experimental, el objetivo fue establecer si existe relación de la satisfacción del clientes de la empresa Chefoods S.A.C en Lima y la calidad de servicio. Como población se tuvo a los 2342 clientes mayoristas de la empresa y solo se tomó como muestra 331 mediante el muestreo no probabilístico, el cual posteriormente se aplicó un cuestionario donde la conclusión fue que existen elementos claves para determinar un buen servicio de calidad, entre ellos están capacidad de respuesta, seguridad, fiabilidad y empatía.

Por otro lado, Alayo (2021) en su investigación cuantitativa descriptiva correlaciona, tuvo como finalidad poder establecer si existe relación entre el servicio de calidad ofrecido en un restaurante de comida criolla dentro de la ciudad de Trujillo y la satisfacción de los clientes. La población estuvo conformada por los clientes y solo se estudió a 150 comensales, donde posteriormente aplicó una encuesta, se concluyó que la calidad dentro de este restaurante se encuentra de manera regular ya que no cumple y satisface al 100% las necesidades de sus clientes.

Asimismo, Torres, Huanes & Aguilas (2020), realizó una investigación cualitativa correlacional, el objetivo fue establecer la relación entre satisfacción de los clientes y el servicio de calidad ofrecido en un restaurante de comida rápida existentes en la ciudad de Trujillo. Se tuvo como población a los comensales del restaurante de comida rápida de Trujillo y solo se estudió a 356 comensales, el instrumento de recolección de datos utilizados en la presente investigación fue el cuestionario, los resultados salieron positivos alegando que el restaurante cuenta con una buena satisfacción por parte de los clientes, valorando la empatía, capacidad de respuesta percibida, seguridad y fiabilidad.

De otro modo, Duran (2020) llevó a cabo una investigación que tuvo como fin evaluar la relación de la calidad de servicio de los clientes del restaurante La Mosja dentro de la ciudad de Puno con la satisfacción de los clientes y, se tuvo como población 1784 y se tomó como muestra a 316 de ellos mediante el muestreo probabilístico aleatorio simple, se les aplicó un cuestionario, finalizó teniendo

resultados positivos, resaltando que el restaurante cumple con los aspectos de capacidad, confiabilidad, seguridad y empatía, que para los clientes son aspectos fundamentales a cumplir.

Yarleque (2020), realizó una investigación cuantitativa descriptiva con el objetivo de determinar el servicio de calidad ofrecido en los salones de belleza en Talara percibida en la satisfacción de los clientes y. Además, la población estuvo conformada por 7 salones de belleza, mediante el muestreo infinito se tomó a 68 clientes de salones de belleza, se concluyó que la comunicación es deficiente dentro de los salones de belleza, siendo este un aspecto base para lograr un servicio, sin embargo, se compensa con servicio rápido y la disposición de ayudar.

En caso contrario, Arbulo & Villanueva (2020), hizo una investigación cuantitativa con el fin de establecer si existe relación entre la satisfacción que tienen los clientes y el servicio de calidad dentro del restaurante Fiesta Gourmet, se tuvo como población 1200 clientes mensuales y solo se tomó como muestra a 254 clientes mediante el muestreo probabilístico aleatorio. Se concluyó que no existe servicio de calidad dentro del restaurante, porque el tiempo de espera es el aspecto que más se criticó y generó incomodidad en los comensales.

Por otro lado, Cairapoma, M. & Gonzales, L. (2020), en su investigación mixta con diseño transversal de nivel descriptiva, tuvo como objetivo describir a detalle todas las expectativas que un turista cuenta acerca del circuito tradicional que se da en el Valle del Mantaro, su población estuvo conformada por 1,382,139, donde se tomó como muestra a turistas nacionales y extranjeros que tomaron el tour conformado por el circuito Artesanal y mediante el cuestionario y una ficha de observación se pudo concluir que los resultados fueron positivos en cuanto al guía turístico y la seguridad que este brinda, sin embargo aspectos como el tiempo del recorrido y la señalización de la zona tuvieron resultados bajos.

Finalmente, en los antecedentes locales, García, J., Chang, E. & Romero, E. (2021). realizaron una investigación cuantitativa con el objetivo de establecer la influencia del desempeño laboral y la formación profesional de aquellos guías de

turismo no autorizados dentro de la ciudad de Tarapoto además la población fue considerados a los guías de turismo no autorizados y la muestra a 40 de ellos. Concluyeron que la formación profesional tiene el poder de influir mucho en el trabajo realizado por los guías turísticos y en la calidad que ellos ofrecen.

Por otro lado, Quinteros & Arévalo (2022), realizaron una investigación con el fin de crear un modelo para la mejora del servicio de calidad y la influencia asertiva de la satisfacción de los usuarios del Centro Médico Universitario de la UNSM, se tuvo como población a 135 usuarios y la muestra de 90 usuarios mediante el muestreo no probabilístico. Se concluyó que los usuarios resaltan al buen trato y la óptima impresión que tienen al momento de recibir el servicio, lo cual no se evidenció de manera regular dentro del centro médico.

Para acceder a la acreditación de guía oficial de turismo, existe una serie de pasos, dentro de estos se debe realizar la solicitud de documentación y hacer un derecho de pago para abrir el pase del trámite, esta misma será adjuntada con una constancia donde confirme la culminación de la formación académica. Sumando a esto un certificado del dominio de un idioma extranjero y 2 fotos tamaño carnet. Además, una vez que se obtenga el carnet, este permitirá identificarse y trabajar para prestadores de servicio o ejercer de forma independiente.

Asimismo, la responsabilidad que tiene un guía es de guiar a los turistas y brindar información verídica sobre la ruta, horarios, patrimonios, etc., además se debe incentivar y recalcar el cuidado que se debe tener sobre los patrimonios culturales y naturales.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

Dentro de la presente investigación se examinó a aquellos guías oficiales de turismo y el resultado de calidad que tienen en los servicios turísticos dentro de la ciudad de Tarapoto, es por esto que esta investigación es básica, porque permite obtener conocimientos nuevos con el objetivo de añadir nuevos (Álvarez 2020). Esto quiere decir que la presente investigación tiene la intención de recaudar información que sirva como aporte a estudios.

La investigación fue de enfoque cuantitativo, se apoyó en métodos con el fin de alcanzar resultados alineados a los objetivos. Por otro lado, es descriptiva propositiva porque describió toda la información teniendo en cuenta los objetivos de estudio. (Guevara 2020). En otras palabras, es descriptiva porque describe los aspectos y los estudia a profundidad, por otro lado, es propositiva porque da alternativas de solución porque permite solucionar el problema.

#### **3.2. Variables y operacionalización**

Dentro de la variables dependiente evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo, un guía oficial es la persona encargada de orientar a los turistas brindando información a partir de sus conocimientos poniendo en prácticas sus competencias. Houge y Raymond (2020).

Se tuvo como dimensiones a conocimientos básicos y dentro de ella los indicadores, conocimientos culturales y prácticos, orientación interpretativa y capacidad de dominar idiomas. En la segunda dimensión, virtud, estuvo conformada por los indicadores capacidad de liderazgo, actitud y vocación de servicio y simpatía. Finalmente, en la última dimensión habilidades, los indicadores fueron resolver problemas, manejo de grupos, servicio al cliente y capacidad de comunicación.

Por otro lado, tenemos a la variable independiente, servicio de calidad, Villacrés (2020) determina que la calidad dentro de los servicios es un aspecto fundamental que se debe implementar para obtener buenos resultados.

Sumado a esto se tiene a la dimensión, seguridad, que a su vez tiene los indicadores colaboradores capacitados, atuendo acorde a su función y transmisión de confianza. En la siguiente dimensión se tiene a capacidad de respuesta, y sus indicadores resuelve dudas, comunica el tiempo de ruta, indica todo el recorrido establecido. Y por último en la última dimensión, fiabilidad, tiene como indicadores, cumple con los horarios, solución de problemas, cumple con el trayecto indicado.

### 3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis

Esta investigación, tuvo como población a aquellos turistas que arribaron a la ciudad de Tarapoto en relación a todo el año del 2022, este fue un total de 384,248 turistas. Se tomó como muestra 192 turistas de forma finita, esta información fue obtenida por la fórmula utilizada para calcular la población de estudio asimismo como criterio de inclusión se tendrá en estudio solo a los turistas que toman los servicios de tours con guías oficiales en turismo, teniendo en cuenta el criterios de inclusión de solo estudiar a los turistas que adquieran servicio de guiado por guías oficiales de turismo que están ejerciendo de forma dependiente y fidelizada con una agencia de viajes. De otra forma, se tiene como criterio de exclusión a aquellos turistas que se niegan a participar de la investigación y quienes no recibieron el servicio de guiado por parte de guías oficiales de turismo que trabajan con una sola agencia de viajes de forma fidelizada. Esta investigación será de muestreo no probabilístico intencional o de juicio, que permitirá al investigador poder seleccionar a sus elementos por conveniencia (Hernández 2020). En otras palabras, todo elemento a estudiar será a elección propia del investigador, aportando así información específica. La unidad de análisis es el turista que visita la ciudad de Tarapoto.

### Figura 1

*Fórmula utilizada para calcular la población de estudio*

$$\text{Fórmula: } n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{E^2 \times (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

Donde:

z: Nivel de confianza = 1.96

p: Proporción de la población = 0.5

q: 1-p=0.50

E: Es el error máximo de la población = 5%

N: Tamaño de la población = 384.248 turistas

$$\text{Reemplazando: } n = \frac{1.96^2 \times 384.248 \times 0.5 \times 0.50}{0.05^2 \times (384248 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.50}$$

$$n = 192.06 = 192 \text{ turistas}$$

#### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La obtención de datos mediante la recolección fue gracias a una encuesta y la observación, porque se desea llegar a cada encuestado y obtener información de forma verídica, comparando respuestas. Esto se verá reflejado en los instrumentos que son un cuestionario y una lista de cotejo, estas están enfocada en la muestra de la población dentro de esta investigación con el fin de estudiar las respuesta de las cuales ayudará a entender los objetivos. (Feria, Blanco y Valledor 2019).

De la misma forma, se diseñó preguntas dirigida a la muestra de la población la cual serán evaluada gracias a la escala de Likert, está dividida en

Nunca: 1

Casi Nunca: 2

A veces: 3

Casi Siempre: 4

Siempre: 5

Con la finalidad de conocer y entender la opinión verdadera relacionada con la experiencia del servicio que tienen en cada tour.

Finalmente, la validación que se dio al instrumento fue realizado por tres expertos, quienes son del equipo de la Universidad Cesar Vallejo.

**Tabla 1:**  
*Validación de expertos*

<b>N°</b>	<b>EXPERTOS</b>	<b>DNI</b>	<b>GRADO</b>	<b>INSTITUCION</b>
1	MD. Diana Lisa Mori Rodrigo	44979985	Magister	Universidad César Vallejo
2	Mg. Tomás Cotrina Trigozo	41364390	Magister	Universidad César Vallejo
3	Mg. Betty Jannet Del Aguila García	18209036	Magister	Universidad César Vallejo

Fuente Elaboración propia (mayo 2023)

## **CONFIABILIDAD**

La confiabilidad del instrumento, el cuestionario, se calculó mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach. Este instrumento midió la fiabilidad de un instrumento en donde la respuesta que se obtiene de los ítems es de tipo dicotómica esto quiere decir que tiene más de dos valores. (Rodríguez & Reguant, 2020).

El grado de confiabilidad obtenida del instrumento de recolección de datos es aceptable, en otras palabras, el número obtenido por el cuestionario que evalúa el servicio de calidad obtuvo un valor en el alfa de Cronbach igual a 0,948 y la variable evaluación de competencias de los guías oficiales de turismo es igual a 0,962, demostrando así una alta confiabilidad de los instrumentos.

**Tabla 2:**

*Variable dependiente - Evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo*

		<b>N</b>	<b>%</b>
<b>CASOS</b>	<b>VALIDO</b>	12	100,0
	<b>EXCLUIDO</b>	0	,0
	<b>TOTAL</b>	12	100,0

*Fuente Elaboración propia (junio 2023)*

**Tabla 3:**

*Estadística de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,962	<b>10</b>

*Fuente Elaboración propia (junio 2023)*

**Tabla 4:**

*Variable independiente - Servicio de calidad*

		<b>N</b>	<b>%</b>
<b>CASOS</b>	<b>VALIDO</b>	12	100,0
	<b>EXCLUIDO</b>	0	,0
	<b>TOTAL</b>	12	100,0

*Fuente Elaboración propia (junio 2023)*

**Tabla 5:**

*Estadística de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,948	<b>10</b>

*Fuente Elaboración propia (junio 2023)*



### 3.5. Procedimientos

El procedo de esta investigación se basó en una primera etapa, donde se identificó la problemática del caso, posterior a esto de determinó las variables, extrayendo así información confiable de base de datos como Scopus, Scielo y Proquest.

Se presentó un documento a la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), con el objetivo de obtener información sobre la cantidad de arribos de turistas a la ciudad de Tarapoto, este documento fue firmada y validada para seguir con el proceso de este estudio.

### 3.6. Método de análisis de datos

Se tomó en cuenta para esta investigación, usar la encuesta y observación como técnica para las dos variables, esto se realizó con la ayuda de un cuestionario y una lista de cotejo como instrumentos, que ayudará a realizar una comparación de respuestas, con el fin de obtener mayor información.

### 3.7. Aspectos éticos

La presente investigación comprende datos e información verdadera, se midió la fiabilidad y no se modificó o altero los resultados obtenidos, esto se dio con el fin de poder recolectar información precisa. Por otro lado, se respetó a los autores cuando se mencionaron sus ideas, todo esto bajo la norma APA 7 la cual la universidad Cesar Vallejo lo propone.

De igual forma, se presentó un consentimiento que avalará que las respuestas de los turistas puedan ser estudiados y analizados para esta presente investigación.

#### IV. RESULTADOS

**Tabla 6:**

*Evaluar las competencias de los guías oficiales de turismo*

		PROMEDIO SERVICIO DE CALIDAD		
		Casi siempre	Siempre	TOTAL
PROMEDIO	Casi siempre	30	2	32
EVAL. COMPE.	Siempre	1	159	160
GUIAS OFI.				
TOTAL		31	161	192

Fuente Elaboración propia (octubre 2023)

Dentro de la tabla 6, visualizamos la conexión entre las dos variables, evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo y el servicio de calidad, la cual responde al objetivo general, evaluar las competencias de los guías oficiales de turismo para la mejora del servicio de calidad en los servicios turísticos. Se observa que 161 de 192 encuestados marcaron la escala siempre siendo evaluadas las dimensiones, conocimientos básicos, virtudes y habilidades, esto quiere decir que los turistas reciben un buen servicio por parte del guía que tiene actitud, vocación, capacidad de liderazgo y sabe resolver problemas. Por otro lado, en el promedio de los servicios de calidad, 160 de 192 también marcaron la escala siempre, siendo evaluadas las dimensiones seguridad, capacidad de respuesta y fiabilidad, esto se interpreta que el los turistas realizan el recorrido con un guía uniformado, además de que cumplen con los horarios y transmite confianza. Esto significa que los resultados fueron aceptados por los turistas.

**Tabla 7:***Identificar las competencias laborales de los guías oficiales de turismo*

			Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	32	16,7	16,7	16,7
	Siempre	160	83,3	83,3	100,0
Total		192	100,0	100,0	

Fuente Elaboración propia (octubre 2023)

Dentro de la tabla 07, observamos el segundo objetivo específico, identificar las competencias laborales de los guías oficiales en los servicios turísticos, donde el 83,3 de 160 encuestados marcaron la escala siempre, esto quiere decir que los turistas aprueban los conocimientos que su guía tiene además de la capacidad de liderar y su actitud y vocación por su profesión.

Todo esto se interpreta que los guías con conocimientos básicos, virtudes y habilidades son aceptables por los turistas.

**Tabla 8:***Capacidad de dominar idiomas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	126	65,6	65,6	65,6
	Casi siempre	33	17,2	17,2	82,8
	Siempre	33	17,2	17,2	100,0
Total		192	100,0	100,0	

Fuente Elaboración propia (octubre 2023)

Por otro lado, dentro de la tabla 8, se visualiza los resultados del indicador capacidad de dominar idiomas, el 65,6 de 126 encuestados marcaron la escala a veces, esto quiere decir que la capacidad de los guías oficiales de turismo de dominar idiomas no está tan aceptada. Teniendo en cuenta que los guiados se hicieron en español, hubo turistas que no hablaban español, haciendo que la comunicación no sea

eficiente y no se reciba el servicio completo. Por esta razón, la evaluación del idioma que es requisito para ser guía oficial de turismo, debe ser evaluada a profundidad, y no solo aceptar un certificado. Esto se resume en que no todos los guías oficiales están capacitados para brindar un guiado en otro idioma.

**Tabla 9:**

*Describir el nivel de calidad del servicio de los guías oficiales de turismo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi siempre	31	16,1	16,1	16,1
	Siempre	161	83,9	83,9	100,0
Total		192	100,0	100,0	

Fuente Elaboración propia (octubre 2023)

Dentro de la tabla 9, visualizamos el segundo objetivo específico, describir el nivel de calidad del servicio de los guías oficiales de turismo en los servicios turísticos, se tiene que el 83,9% de 161 encuestados marcaron la escala siempre, eso se interpreta que los turistas reciben confianza de sus guías al verlos con sus uniforme, de indicar en todo momento el tiempo de ruta y paradas, además de solucionar sus problemas que se presenten en el recorrido. Esto comprueba que las dimensiones dentro de esta variable, seguridad, capacidad de respuesta y fiabilidad son aceptable por lo turistas.

**Tabla 10:***Ficha de evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo*

N°	ITEMS	No cumple	Deficiente	En desarrollo	Si cumple	Eficiente	Documento Sustentatorio	
		1	2	3	4	5	SI	NO
1	Conocimientos históricos							
2	Conocimientos en flora y fauna							
3	Conocimientos geográficos							
4	Conocimientos en primeros auxilios							
5	Conocimientos de legislación turística							
6	Conocer a detalle los lugares que guía							
7	Conocimientos de patrimonios turísticos							
8	Conocimiento amplio del mercado turístico							
9	Estar informado globalmente							
	Conocimientos en idiomas							
10	Inglés							
11	Francés							
12	Alemán							
13	Italiano							
14	Habilidad de manejo de grupos							
15	Habilidades comunicativas							

- 16 Capacidad de respuesta
- 17 Habilidad de soluciones rápidas
- 18 Vestir uniforme presentable
- 19 Brindar seguridad
- 20 Capacitación constante

---

Fuente Elaboración propia (octubre 2023)

*Leyenda*

***Conocimientos históricos***

Año de fundación de la ciudad en la que guía

Personaje que fundó la ciudad

Acontecimientos en orden cronológico

***Conocimientos en flora y fauna***

Nombre científico de especies de flora

Nombre científico de especies de fauna

Importancia de especies de flora y fauna

***Conocimientos geográficos***

Ubicación

Altitud

Latitud

Acontecimientos turísticos que surgieron en la ciudad

***Conocimientos en primeros auxilios***

Reconocimiento de signos vitales

Dar respiración boca a boca

Manejo de una herida abierta

***Conocimientos de legislación turística***

Leyes

Normas

Política turística

***Conocer a detalle los lugares que guía***

Ubicación

Horarios

Formas de llegar

Que equipamiento llevar

***Conocimientos de patrimonios turísticos***

Subestructura turística

Infraestructura

Planta turística

Atractivos turísticos

***Conocimiento amplio del mercado turístico***

Características del perfil del visitante nacional

Características del perfil del visitante extranjero

Nuevas tendencias turísticas

***Estar informado globalmente***

Noticias turísticas globales

Nuevas leyes

Nuevas normas

Nuevos patrimonios turísticos

Nuevos atractivos turísticos

***Conocimientos en idiomas***

*Inglés*

*Francés*

*Alemán*

*Italiano*

***Habilidad de manejo de grupos***

Formas de llegar al turista

***Habilidades comunicativas***

Facilidad de palabras

***Capacidad de respuesta***

Contar con conocimientos

***Habilidad de soluciones rápidas***

Pensar asertivamente

***Vestir uniforme presentable***

Uniforme limpio

Uniforme presentable

***Brindar seguridad***

Brindar confianza con las palabras

Brindar confianza con los gestos

***Capacitación constante***

Estar capacitado sobre las nuevas tendencias

Estar informado



## V. DISCUSIÓN

En la hipótesis general: La evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo mejorará el servicio de calidad, Tarapoto – 2023. Con respecto a la hipótesis general planteada, se obtuvo un resultado favorable que implica la evaluación de competencias, en conocimientos básicos, la capacidad de dominar idiomas, conocimientos culturales, el desenvolvimiento que posee el guía al desarrollar su recorrido, la orientación interpretativa del patrimonio cultural y natural explicando sus características, nombres científicos, que posee; anudado a ello las virtudes como son la vocación de servicio, capacidad de liderazgo, simpatía, a ello se le suma las habilidades manejo de grupos, resolver problemas, capacidad de comunicación, servicio al cliente, que permite una mejora en los servicios turísticos de la ciudad de Tarapoto. De este mismo estas competencias se vieron favorecidas en el guías oficial de turismo estudiado, alegando que sus conocimientos presentados ante los turistas fueron de gran relevancia y realzando la labor que realizan. En concordancia con Martelo, Oyola & Franco (2022) coincidencias en las competencias como es el manejo de idiomas y contar con conocimientos de la zona son de suma importancia para determinar el servicio de calidad de los guías. Asimismo, Kapa, Crom & Hermann (2022) resaltan que las competencias con mayor valor son los conocimientos del destino, la comunicación en todo momento y la disposición de ayudar. Esto permite una mejor relación entre el guías de turismo y turistas, permitiendo que el guía pueda desempeñarse de forma óptima y el turista capte la información proporcionada de su tour. De esta misma manera García, J., Chang, E. & Romero, E. (2021) resaltan que dominar el idioma inglés permitirá una mejor comunicación entre turistas extranjeros con diferente idioma y el guía. De esta manera se logra una mayor acogida de turistas extranjeros y permitirá expandir la cifra de llegada de estos tipos de turistas, logrando la diversificación y la misma publicidad en otros países. Todas estas competencias están relacionadas con la investigación, por esta razón se realza la importancia que los guías cuenten con estas competencias para así poder mejorar el servicio de calidad que se ofrece.

Por otro lado, se afirma la primera hipótesis específica, identificar las competencias laborales de los guías oficiales de turismo contribuirá a los servicios turísticos, Tarapoto – 2023, porque se obtuvo un resultado positivo, afirmando que los guías deben poseer conocimientos básicos, virtudes y habilidad, permitiendo así sumar a los servicios turísticos, asimismo se hace realce a que los guías deben contar más que conocimientos básicos en el idioma inglés, porque es universal y permitirá brindar todos los conocimientos con facilidad. De esta manera existe una relación con la investigación de García, J., Chang, E. & Romero, E. (2021), la cual afirma que dominar este idioma es base por la cual todos los guías deben demostrar dominio para obtener el título de guía oficial de turismo, de caso contrario esto no tendría sentido solo contar con mucho conocimientos y no poder llegar a todos los turistas sin importar el idioma con el que se comuniquen. De esta manera, Kapa, Crom & Hermann (2022) coincide en que la comunicación es fundamental para poder llegar a cada turista, permitiendo que ellos se lleven toda la información brindada y no se vayan con dudas. Por esta razón, se recalca la importancia de no solo conocer sino dominar el idioma universal, para así lograr resultados positivos en cada turista.

Dentro de la segunda hipótesis específica se confirma que describir el nivel de calidad del servicio de los guías oficiales de turismo ayudará a los servicios turísticos, Tarapoto – 2023. Los aspectos que ayudarán a poder medir el nivel de calidad son la seguridad, transmitir confianza, estar capacitado, estar con atuendo acorde a la función, a esto también se incorpora la capacidad de respuesta, comunicar el tiempo de ruta, resolver dudas, indicar todo el recorrido establecido, sumándose a esto la fiabilidad, dar solución a problemas, cumplir con los horarios y con el trayecto indicado, todo esto suma a la medición del nivel que se tiene de la calidad de los servicios que un guía brinda. Todo esto coincide con la investigación de Duran (2020), menciona que el aspecto que resalta para tener un buen nivel de calidad es la seguridad, asimismo, Villalba, Sánchez & Sellan (2020), coincide que la seguridad es factor clave para llegar a los turistas y transmitir esa confianza, además de tener la capacidad de solucionar problemas presentados.

Con respecto a la última hipótesis, diseñar una ficha de evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo contribuirá conocimiento para dar con la mejora del servicio de calidad en los servicios turísticos, Tarapoto-2023, se tiene aspectos importantes a evaluar, dentro de ellos el guía debe contar con conocimientos a detalle de los lugares que históricos, flora y fauna, geografía, primeros auxilios legislación turística, conocer todo a su alrededor, patrimonios turísticos, mercado turísticos, información global, idiomas, habilidades como el manejo de grupos, comunicación, soluciones rápidas, capacidad de respuesta, vestir uniforme presentable, brindar seguridad y contar con capacitación constante, todos estos aspectos a considerar en una evaluación permitirá que el guía oficial en turismo tenga en claro los aspectos positivos que posee y le haga más sencillo poner énfasis a los aspectos de mejora. Por otro lado, servirá como instrumento de recolección de información y documento que acrediten estas competencias, proporcionando un orden en su documentación y facilitando la presentación de las mismas.

En base a mejorar el servicio de calidad de la ciudad calidad, se debe contar con todos los aspectos y mantener una evaluación constantes de los guías oficiales de turismo. Teniendo en cuenta a la comparación que hace la OMT (2023) en cuanto a contar con un servicio de calidad, se debe tener en cuenta el cumplimiento de las expectativas que tienen los turistas, esto a su vez se debe hacer de forma personalizada, teniendo en cuenta que de esta manera se tendrán mejores resultados, porque de esta manera se llega con mayor facilidad al turistas, se conoce a mayor profundidad.

Todos los puntos mencionados buscan la mejora de la calidad de servicio brindada por los guías oficiales de turismo, este debe poseer competencias mencionadas como base para poder brindar un servicio relevante, esto se ve reflejado en el servicio personalizado que se llevan los turistas y el gran conocimiento. En concordancia con Arrestegui (2020), menciona que el buen servicio se ve reflejada en la marca positiva, en este caso la marca que genere tanto agencia de viaje como guía de turismo se verá en la calidad de servicio que brinda y este serán reconocidos

por la propia marca que ellos crean. Gracias a esta comparación los guías oficiales de turismo ponen mayor énfasis en la calidad de su servicio.

## **VI. CONCLUSIONES**

Dentro de esta investigación, se evaluó las competencias de los guías oficiales de turismo y se concluyó que los resultados son favorables, en otras palabras el nivel de las competencias son elevadas, estando así muy acuerdo con las competencias que ellos poseen como conocimientos culturales y prácticos, contar con la capacidad de dominar idiomas, orientación interpretativa, tener actitud y vocación, capacidad de liderazgo, simpatía, manejar grupos, resolver problemas, capacidad de comunicarse y contar con servicio al clientes, son competencias claves para poder mejorar la calidad de servicio dentro de los servicios turísticos.

Asimismo, se identificó las competencias laborales de los guías oficiales de turismo y estas están en nivel regular y se concluye que existe deficiencias por parte algunos guías oficiales de turismo al momento de su guiado, estando ni en acuerdo como ni en desacuerdo con el servicio del guiado en cuento al idioma, a pesar de tener una alta demanda de turistas nacionales, no se descarta la participación de los turistas extranjeros que hablan un idioma diferente al español. Por lo tanto, se afirma que los guías oficiales en turismo no están capacitados en su totalidad para realizar guiados en un idioma diferente al suyo.

Se describió el nivel de calidad del servicio de los guías oficiales de turismo y se concluyó que los resultados fueron positivos, teniendo en cuenta el nivel fue elevado, es así que los turistas están muy de acuerdo con los aspectos importantes para determinar si un guía oficial de turismo brinda un servicio de calidad son transmitir confianza, que estén capacitados, vestir un uniforme que los identifique, comunicar tiempo, recorrido, horarios del tour, además de solucionar los problemas presentados.

Se diseñó una ficha de evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo y se concluyó que este será de gran ayuda para identificar sus competencias y trabajar en las deficiencias, esto porque se tendrá un espacio para ir comprobando si se está realizando cada ítem, además se espera que esta sea una herramienta

que todos los guías utilicen para medir sus competencias y así se presenten en forma de resumen a la agencia con las que deseen trabajar.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Se recomienda seguir evaluando las competencias de los guías oficiales de turismo porque esto beneficiará en la calidad de servicio brindado en los servicios turísticos. Además, esto permitirá contar un gran extenso panorama situacional actual de las competencias que los guías oficiales poseen y ayudará a encontrar deficiencias para posteriormente se pueda dar soluciones puntuales.

Se recomienda poner mayor énfasis en el requisito de probar un certificado de inglés, este debería ser comprobado de forma escrita y hablado para una mejor verificación y aprobación de cumplir con este requisito, además se debe probar el dominio del idioma inglés mediante una simulación de guiado, de esta manera se tendrá resultados verdaderos con mayor precisión, permitiendo así contar con guías oficiales de turismo capacitados de poder ejercer su carrera en un idioma diferente al suyo.

Se recomienda tener siempre en cuenta el nivel de calidad del servicio que brinda el guía oficial de turismo, para así poder contar con experiencias satisfactorias de los turistas de esta manera generar una gran cifra de llegadas de turistas nacionales e internacionales interesados realizar turismo y conocer la región de San Martín.

Se recomienda utilizar la ficha de evaluación de los guías con la finalidad de medir y evaluar las competencias de los guías oficiales de turismo, esto permitirá un desarrollo óptimo de sus actividades y fomentará la superación de sus conocimientos. Estos resultados se visualizarán en el desarrollo de sus actividades, mejorando así el servicio de calidad ofrecido dentro de los servicios turísticos que brindan los guías oficiales de turismo.

## VIII. BIBLIOGRAFIA

- Alayo, A. & Varas, L. (2021). *Calidad De Servicio Y Satisfacción De Los Clientes De Un Restaurante De Comida Criolla En La Ciudad De Trujillo, 2021.* [https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28986/Tesis%20Alayo%20Jurado-Varas%20Napan\\_PDF\\_TOTAL.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28986/Tesis%20Alayo%20Jurado-Varas%20Napan_PDF_TOTAL.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Alexandre da Silva, J., & Viera da Silva, M. (2022). *Os Impactos da Covid-19 no Turismo de Natureza realizado no Geoparque Aspirante Seridó: um olhar de guias de turismo e condutores locais.* *Turismo, Sociedade & Território*, 4(1), 28525. <https://periodicos.ufrn.br/revtursoter/article/view/28525>
- Alvarez, A (2020), *Clasificación de las investigaciones.* Universidad de Lima. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10818>
- Alshiha, A. (2022). *Assessment of Service Quality of Leisure Center and the Intention to Revisit a Destination.* <https://www.proquest.com/docview/2666596391/fulltextPDF/C7ACA854420F4538PQ/1?accountid=37408>
- Arbulu, I. & Fernández, M. (2020). *Relación Entre La Calidad De Servicio Y La Satisfacción Del Cliente En El Restaurante Fiesta Gourmet De Chiclayo.* [http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/2793/TL\\_ArbuluVillanuevaIngrid\\_FernandezOtoyaMaria.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/2793/TL_ArbuluVillanuevaIngrid_FernandezOtoyaMaria.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Blanco, G. & Font, M.(2022). *Concepto de servicio de calidad en la gestión hotelera.* <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/37532/41126>
- Cairapoma, M. & Gonzales, L. (2020). *Expectativas Del Turista Sobre El Circuito Turístico Tradicional Del Valle Del Mantaro.* [https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/8117/T010\\_72805889\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/8117/T010_72805889_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)



- Castañeda, V (2022). *Calidad del servicio y satisfacción de los clientes en el restaurante El Uruguayo en la ciudad de Chiclayo, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/11023>
- Castro. J., Gómez, L. & Camargo., E. (2022). *La investigación aplicada y el desarrollo experimental en el fortalecimiento de las competencias de la sociedad del siglo XXI*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8728928>
- Chang, E., García, J. & Romero, S. (2020). *Influencia de la formación profesional en el desempeño laboral de los guías turísticos no autorizados del distrito de Tarapoto - provincia y región San Martín*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín]. <https://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/3887>
- Cristina Oehmichen Bazán, Alberto Aveleyra Talamantes, & Concepción Escalona Hernández. (2021). *Los guías de turistas en México: Intermediación cultural y condición laboral*. *Anales de Antropología*, 55(1), 115–115. <https://doi.org/10.22201/iaa.24486221e.2020.0.76301>
- Da Silva, F. & Todesco C. (2020). *Turismo Y Refuncionalización Un Estudio Sobre El Narcotour En Medellín*. [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322020000300886](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322020000300886)
- Dileep, K., Govindarajo, N., & Khen, M.(2020). *Effect of service quality on visitor satisfaction, destination image and destination loyalty – practical, theoretical and policy implications to avitourism*. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2019-0066><https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2019-0066>
- Durán, G. (2020). *Calidad De Servicio Y Su Relación Con La Satisfacción De Los Clientes En Mojsa Restaurant De La Ciudad De Puno, Periodo 2019*. <http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/5061>

- Feria, H., Matilla, M. & Mantecón, S. (2020). *La Entrevista Y La Encuesta: ¿Métodos O Técnicas De Indagación Empírica?* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692391>
- Fontalvo, T. J., De la hoz-Domínguez, E. J., & De la Hoz, E. (2020). *Método de evaluación de la calidad del servicio de una unidad de atención al usuario en una empresa de servicio de agua en Colombia. Información Tecnológica, 31(4), 27–34.* <https://doi.org/10.4067/s0718-07642020000400027>
- García, J. ,Chang, E. & Romero, E. (2021). *Influencia de la formación profesional en el desempeño laboral de los guías turísticos no autorizados del distrito de Tarapoto - provincia y región San Martín.* <https://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/3887>
- Guatzozón, M., Canto, A., & Pereyra, A. (2020). *Calidad en el servicio en micronegocios del sector artesanal de madera en una comisaría de Mérida, México. Ingeniare. Revista Chilena de Ingeniería, 28(1), 120–132.* <https://doi.org/10.4067/s0718-33052020000100120>
- Hernández, O. (2020). *Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen.* [https://www.researchgate.net/publication/366367215\\_Aproximacion\\_a\\_los\\_distintos\\_tipos\\_de\\_muestreo\\_no\\_probabilistico\\_que\\_existen](https://www.researchgate.net/publication/366367215_Aproximacion_a_los_distintos_tipos_de_muestreo_no_probabilistico_que_existen)
- Houge, S. & Raymond, E. (2020). *A conceptual model of adventure tour guide well-being. Annals of Tourism Research, 84, 1-14.* <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102977>
- Kapa, M., de Crom, E., & Hermann, U. (2022). *An Exploration Of Tourist Guides' Competencies To Create Memorable Tourist Experiences. GeoJournal of Tourism and Geosites, 44(4), 1350–1358.* <https://doi.org/10.30892/gtg.44421-953>

- Malpartida, D., Granada, A., & Salas, H. (2022). *Service quality and customer satisfaction in a domestic and industrial air conditioning systems trading company, Surquillo district (Lima - Peru), 2021*. *Revista Científica de La UCSA*, 9(3), 23–35. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.03.023>
- Martelo, M., Oyola, P. & Franco, D. (2022). *Selección de guías de turismo por parte de agencias para realizar recorridos en casos de inmediatez en Cartagena de Indias*. <https://doi.org/10.14483/22487638.18555>
- Martinez,E. & Martinez, M. (2020). *Técnicas e Instrumentos de Investigación*. <https://docplayer.es/220584170-Electiva-iii-tecnicas-e-instrumentos-de-investigacion-cualitativa-y-cuantitativa-foro-de-conocimientos-previos.html>
- MINCETUR (2022). *Flujo de turistas internacionales e ingreso de divisas por turismo receptivo*. <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosturismo/content1.html>
- MINCIT (2022). *Guía Legal De Los Prestadores De Servicios Turísticos*. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/guias-legales-de-los-prestadores-de-servicios-turi/28-09-2022-guia-pst-guias-de-turismo-sept2022.aspx>
- Morvelí, R. & Boluarte, V. (2020). *Relación Entre La Calidad De Servicio Y La Satisfacción Del Cliente En La Empresa Chefoods S.A.C., Lima 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/bebff4fe-f90e-4b7d-96d6-a2f4666b397f>
- Quinteros, A. & Arévalo, L. (2022). *Modelo de calidad de servicio y satisfacción del usuario del Centro Médico Universitario de la UNSM*. <https://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/4825>

Rivera, L. (2022). *Los anfitriones del paraíso: la figura del guía de turismo en Cartagena de Indias como mediador cultural.*

<https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/15675/Luis%20Fernando%20Rivera%20-%20Los%20anfitriones%20del%20parai%CC%81so-%20la%20figura%20del%20qui%CC%81a%20de%20turismo%20en%20Cartagena%20de%20Indias%20como%20mediador%20cultural.%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rodríguez, J. & Reguant, M. (2020). *Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach.*

<https://doi.org/10.1344/reire2020.13.230048>

Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C., & Hernández, H. (2020). *Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas.*

<https://doi.org/10.4067/s0718-07642020000400221>

Rojas, G. (2022) *Calidad del servicio y satisfacción de los clientes en el restaurante El Uruguayo en la ciudad de Chiclayo, 2022.*

[https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/11023/Galindo\\_Rojas\\_Samuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/11023/Galindo_Rojas_Samuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Silva, R., Julca, F. Luján, P. & Trelles, L. (2021). *Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: empresas turísticas de Canchaque-Perú. Revista de Ciencias Sociales, 27(3), 193–203.*

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8081766.pdf>

Torres, G., Huanes, J. & Aguilar, G. (2020). *La Calidad Del Servicio Y Satisfacción De Los Clientes De Un Restaurante De Comida Rápida En La Ciudad De Trujillo – La Libertad, Año 2019.*

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24063/TESIS%20TOTAL%20PDF.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- Venturo, K. & Lizárraga, D. (2021). *Gestión administrativa y la calidad del servicio de la Empresa de Transporte Turismo Paramonga S.A., Barranca, 2021. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo del Perú].* <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/72739>
- Villalba, R., Sanchez, M. & Sellan, K. (2020). *Desarrollo de una guía de campo para el avistamiento de delfines en Puerto El Morro (Ecuador). [Design of a field guide for the sighting of dolphins Tursiops truncatus in Puerto El Morro (Ecuador)] Pasos, 18(5), 737-750.* <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2020.18.053>
- Villacrés (2020). *La calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el laboratorio clínico de la Fundación Santa Isabel Madre del Precursor. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.* <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/14704>
- Yarleque, V. (2020). *Percepción De La Calidad De Servicio Y La Satisfacción Del Cliente En Los Salones De Belleza-Spa Talara, Año 2020.* [https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21635/CALIDAD\\_DEL\\_SERVICIO\\_Y\\_SATISFACCION\\_DEL\\_CLIENTE\\_YARLEQUE\\_SALDARRIAG\\_A\\_VANIA\\_DANAE.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21635/CALIDAD_DEL_SERVICIO_Y_SATISFACCION_DEL_CLIENTE_YARLEQUE_SALDARRIAG_A_VANIA_DANAE.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

## **ANEXOS**

**ANEXO N.º 1:**

*Operacionalización de las variables – Variable dependiente*

<b>Variables</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Escala</b>
<p><b>Variable dependiente</b></p> <p>Evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo</p>	<p>Houge y Raymond (2020). Un guía oficial es la persona encargada de orientar a los turistas brindando información a partir de sus conocimientos y poniendo en prácticas sus competencias.</p>	<p>Los guías de turismo están capacitados para cumplir con su labor integrando sus competencias basados en conocimientos básicos, virtudes y habilidades.</p>	<p>Conocimientos básicos</p> <p>Virtudes</p> <p>Habilidades</p>	<p>Conocimientos culturales y prácticos</p> <p>Capacidad de dominar idiomas</p> <p>Orientación interpretativa</p> <p>Actitud y vocación de servicio</p> <p>Capacidad de liderazgo</p> <p>Simpatía</p> <p>Manejo de grupos</p> <p>Resolver problemas</p> <p>Capacidad de comunicación</p> <p>Servicio al cliente</p>	<p>Ordinal</p>

Fuente Elaboración propia (octubre 2023)

## ANEXO N° 2

### Operacionalización de las variables – Variable Independiente

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Escala
Variable independiente	Villacrés (2020) determina que la calidad dentro del servicio es un aspecto clave para obtener buenos resultados.	La calidad de servicio tiene la capacidad de poder satisfacer a individuos quienes buscan un servicio, donde la seguridad, capacidad y fiabilidad entran a involucrarse para medirla.	Seguridad	Transmisión de confianza Colaboradores capacitados Atuendo acorde a su función Comunica el tiempo de la ruta	Ordinal
			Capacidad de respuesta	Resuelve dudas Indica todo el recorrido establecido Solución de problemas	
			Fiabilidad	Cumple con los horarios Cumple con el trayecto indicado	
Servicio de calidad					

Fuente Elaboración propia (Octubre 2023)



### ANEXO 3

#### Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Variables	Dimensión	Metodología
<p><b>Problema general:</b> ¿Cómo aportan competencias de los guías oficiales de turismo en la mejora del servicio de calidad, Tarapoto – 2023?</p> <p><b>Problemas específicos:</b> ¿Cuáles son las competencias laborales de los guías oficiales de turismo para la mejora del servicio de calidad, Tarapoto – 2023? ¿Cuál es nivel de calidad del servicio de los guías oficiales de turismo para la mejora del servicio de calidad, Tarapoto – 2023? ¿Cómo aporta una ficha de evaluación de los guías oficiales de turismo para la mejora del servicio de calidad, Tarapoto-2023?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Evaluar las competencias de los guías oficiales de turismo para la mejora del servicio de calidad, Tarapoto – 2023.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> Identificar las competencias laborales de los guías oficiales de turismo, Tarapoto -2023. Describir el nivel de calidad del servicio de los guías oficiales de turismo, Tarapoto – 2023 Diseñar una ficha de evaluación de competencias de los guías oficiales de turismo para la mejora del servicio de calidad, tarapoto-2023</p>	<p><b>Variable dependiente</b> : Evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo</p> <p><b>Variable independiente</b>  Servicio de calidad</p>	<p>Conocimientos básicos</p> <p>Virtudes</p> <p>Habilidades</p> <p>Seguridad</p> <p>Capacidad de respuesta</p> <p>Fiabilidad</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Población: Turistas que arribaron a la ciudad de Tarapoto en el 2022</p> <p>Tipo de muestreo: No probabilístico intencional</p> <p>Muestra: 192 turistas</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Población: Turistas que arribaron a la ciudad de Tarapoto en el 2022</p> <p>Tipo de muestreo: No probabilístico intencional</p> <p>Muestra: 192 turistas</p>

Fuente Elaboración propia (octubre 2023)

## ANEXO N° 4: Instrumento de recolección de datos - Cuestionario

### CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS DE LOS GUÍAS OFICIALES DE TURISMO PARA LA MEJORA DEL SERVICIO DE CALIDAD, TARAPOTO - 2023”

El objetivo de este proyecto de investigación es realizar una evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo para la mejora del servicio de calidad en los servicios turísticos.

Con el propósito de poder conocer su opinión sobre las competencias de los guías oficiales de turismo, tome en cuenta que las respuestas son opiniones propias según su experiencia, por tanto, no existe respuesta incorrecta.

#### Datos generales:

- **Edad:**
- **Lugar de residencia:**
- **Género:**  MASCULINO  FEMENINO

Los datos obtenidos de este presente cuestionario serán utilizados para fines académicos.

Consentimiento informado:

¿Otorga su consentimiento para hacer uso de los datos en el presente proyecto y dicha información sea pública por medio del repositorio de la Universidad César Vallejo?	SI	NO
--	----	----

**Instrucciones:** Leer atentamente cada pregunta y conteste con una “X” la alternativa que considere adecuada.

**Escala:** Nunca – 1, Casi Nunca – 2, A veces - 3, Casi Siempre – 4 y Siempre – 5

VARIABLE 1: EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS DE LOS GUÍAS OFICIALES DE TURISMO							
DIMENSIÓN 1: CONOCIMIENTOS BÁSICOS							
N°	Indicador	Preguntas	Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre
1	Conocimientos culturales y prácticos	Su guía cuenta con conocimientos culturales y prácticos					
2	Capacidad de dominar idiomas	Su guía domina más de un idioma					
3	Orientación interpretativa	Usted sintió que el guiado fue explicativo					

<b>DIMENSIÓN 2: VIRTUDES</b>							
<b>N°</b>	<b>Indicador</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi Nunca</b>	<b>A Veces</b>	<b>Casi Siempre</b>	<b>Siempre</b>
4	Actitud y vocación de servicio	Su guía tuvo actitud y vocación durante su guiado					
5	Capacidad de liderazgo	Usted considera que su guía tiene capacidad de liderar un grupo					
6	Simpatía	Su guía es simpático con sus turistas					
<b>DIMENSIÓN 3: HABILIDADES</b>							
<b>N°</b>	<b>Indicador</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi Nunca</b>	<b>A Veces</b>	<b>Casi Siempre</b>	<b>Siempre</b>
7	Manejo de grupos	Considera que su guía tiene la habilidad de manejar grupos					
8	Resolver problemas	Su guía tiene la habilidad de resolver problemas que se presentan durante el recorrido					
9	Capacidad de comunicación	Su guía tiene la capacidad de poder llegar a sus turistas					
10	Servicio al cliente	Considera que su guía tiene la habilidad de brindar el servicio de guiado					
<b>VARIABLE 2: SERVICIO DE CALIDAD</b>							
<b>DIMENSIÓN 1: SEGURIDAD</b>							
<b>N°</b>	<b>Indicador</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi Nunca</b>	<b>A Veces</b>	<b>Casi Siempre</b>	<b>Siempre</b>
1	Transmisión de confianza	Usted sintió confianza por parte de su guía durante el recorrido					
2	Colaboradores capacitados	Su guía se encuentra capacitado para realizar guiados					
3	Atuendo acorde a su función	Su guía estuvo con un atuendo presentable para la ocasión					
4		Su guía se presentó con un atuendo limpio					

<b>DIMENSIÓN 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>							
<b>N°</b>	<b>Indicador</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi Nunca</b>	<b>A Veces</b>	<b>Casi Siempre</b>	<b>Siempre</b>
5	Comunica el tiempo de la ruta	Se comunicó el tiempo de ruta del tour					
6	Resuelve dudas	Su guía resolvió las dudas que tuvo en todo el recorrido					
7	Indica todo el recorrido establecido	Su guía indicó en todo momento el tiempo establecido de cada parada					
<b>DIMENSIÓN 3: FIABILIDAD</b>							
<b>N°</b>	<b>Indicador</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi Nunca</b>	<b>A Veces</b>	<b>Casi Siempre</b>	<b>Siempre</b>
8	Solución de problemas	Su guía dio solución rápida a sus problemas que tuvo durante el tour					
9	Cumple con los horarios	Se cumplió con los horarios establecidos en un principio					
10	Cumple con el trayecto indicado	Se cumplió con el trayecto indicado en un principio					

Fuente Elaboración propia (mayo 2023)

**ANEXO N° 5: LISTA DE COTEJO**

**LISTA DE COTEJO**

**Nombre del Guía:**

**Tour:**

**Fecha:**

<b>VARIABLE: SERVICIO DE CALIDAD</b>					
<b>DIMENSIÓN 1: SEGURIDAD</b>					
<b>N°</b>	<b>Indicador</b>	<b>Preguntas</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
1	Transmisión de confianza	Transmite confianza hacia los turistas			
2	Colaboradores capacitados	Se encuentra capacitado para realizar guiados			
3	Atuendo acorde a su función	Se presenta con un atuendo presentable al momento de guiar (uniforme)			

4		Viste un atuendo limpio al momento de guiar			
DIMENSIÓN 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA					
N°	Indicador	Preguntas	SI	NO	OBSERVACIONES
5	Comunica el tiempo de la ruta	Comunica el tiempo de ruta del tour			
6	Resuelve dudas	Resuelve las dudas que los turistas tienen durante el recorrido			
7	Indica todo el recorrido establecido	Indica en todo momento el tiempo establecido de cada parada			
DIMENSIÓN 3: FIABILIDAD					
N°	Indicador	Preguntas	SI	NO	OBSERVACIONES
8	Solución de problemas	Da solución a problemas que se			

		presentan durante el tour			
9	Cumple con los horarios	Cumple con los horarios establecidos desde un principio			
10	Cumple con el trayecto indicado	Cumple con el trayecto indicado en un principio			
<b>VARIABLE: GUIA OFICIAL DE TURISMO</b>					
<b>DIMENSIÓN: CONOCIMIENTOS BÁSICOS</b>					
<b>N°</b>	<b>Indicador</b>	<b>Preguntas</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
11	Conocimientos culturales y prácticos	Cuenta con conocimientos culturales y prácticos			
12	Capacidad de dominar idiomas	Se capacita constantemente en idiomas			

13	Orientación interpretativa	Se esmera por explicar a detalle durante su guiado			
<b>DIMENSIÓN: VIRTUDES</b>					
<b>N°</b>	<b>Indicador</b>	<b>Preguntas</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
14	Actitud y vocación de servicio	Muestra actitud y vocación durante su guiado			
15	Capacidad de liderazgo	Tiene la capacidad de liderar grupos de turistas			
16	Simpatía	Es simpático con los turistas			



<b>DIMENSIÓN: HABILIDADES</b>					
<b>N°</b>	<b>Indicador</b>	<b>Preguntas</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
17	Manejo de grupos	Tiene la habilidad de manejar grupos de turistas			
18	Resolver problemas	Resuelve problemas que se presentan durante el recorrido			
19	Capacidad de comunicación	Tiene la capacidad de poder llegar a sus turistas			
20	Servicio al cliente	Tiene la capacidad de brindar el servicio de guiado			

Fuente Elaboración propia (mayo 2023)

## ANEXO N° 5: CONSENTIMIENTO INFORMADO

### CONSENTIMIENTO INFORMADO “CUESTIONARIO”

Estimado/a participante,

Esta es una investigación realizada dentro de la **Escuela de Profesional de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo**; los datos recopilados son de forma anónima, serán llevado confidencialmente y tiene como propósito netamente académico. Por esta razón, en forma voluntaria; SÍ ( ) NO ( ) autorizo mi consentimiento para seguir con la investigación que tiene por objetivo **evaluar las competencias de los guías oficiales de turismo para la mejora del servicio de calidad, Tarapoto - 2023**, Asimismo, doy mi consentimiento para que los resultados de esta investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: [kaguila@ucvital.edu.pe](mailto:kaguila@ucvital.edu.pe)

## ANEXO N° 6: VALIDAD POR JUICIO DE EXPERTOS

### VALIDACIÓN 1

Respetado juez Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo para la mejora del servicio de calidad, Tarapoto - 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombres y Apellidos del juez:</b>	DIANA LISA MORI RODRIGO	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	DOCENTE INVESTIGADOR	
<b>Institución donde labora:</b>	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
<b>Tiempo de experiencia profesional el área:</b>	2 a 4 años ( )	Más de 5 años ( <input checked="" type="checkbox"/> )



#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala:

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor:	Kimberly Mishell Del Aguila Trigos
Procedencia:	Del autor
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	10 minutos
Ámbito de aplicación:	Tarapoto
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 10 indicadores y 20 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 10 indicadores y 20 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

#### 4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo Houge y Raymond (2020). Un guía oficial es la persona encargada de orientar a los turistas brindando información a partir de sus conocimientos y poniendo en prácticas sus competencias.
- **Variable 2:** Servicio de calidad Villacrés (2020) determina que la calidad dentro del servicio es un aspecto clave para obtener buenos resultados.

Variable	Dimensiones	Definición
Evaluación de las competencias de los guías de turismo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocimientos básica</li> <li>2. Virtudes</li> <li>3. Habilidades</li> </ol>	Houge y Raymond (2020). Un guía oficial es la persona encargada de orientar a los turistas brindando información a partir de sus conocimientos y poniendo en prácticas sus competencias.
Servicio de calidad	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Seguridad</li> <li>5. Capacidad de respuesta</li> <li>6. Fiabilidad</li> </ol>	Villacrés (2020) determina que la calidad dentro del servicio es un aspecto clave para obtener buenos resultados.

#### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “**CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS DE LOS GUÍAS OFICIALES DE TURISMO PARA LA MEJORA DEL SERVICIO DE CALIDAD, TARAPOTO - 2023**” elaborado por Kimberly Mishell Del Aguila Trigoso en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial/lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.



Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitar o brindar sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Variable del instrumento:** EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS DE LOS GUÍAS OFICIALES DE TURISMO

- Primera dimensión: Conocimientos básico

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Conocimientos culturales y prácticos	11	4	4	4	
Capacidad de dominar idiomas	12	4	4	4	
Orientación interpretativa	13	4	4	4	

- Segunda dimensión: VIRTUDES

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Actitud y vocación de servicio	14	4	4	4	
Capacidad de liderazgo	15	4	4	4	
Simpatía	16	4	4	4	

- Tercera dimensión: HABILIDADES

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Manejo de grupos	17	4	4	4	
Resolver problemas	18	4	4	4	
Capacidad de comunicación	19	4	4	4	
Servicio al cliente	20	4	4	4	

**Variable del instrumento:** SERVICIO DE CALIDAD

- Primera dimensión: SEGURIDAD

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Transmisión de confianza	1	4	4	4	
Colaboradores capacitados	2	4	4	4	
Atuendo acorde a su función	3,4	4	4	4	

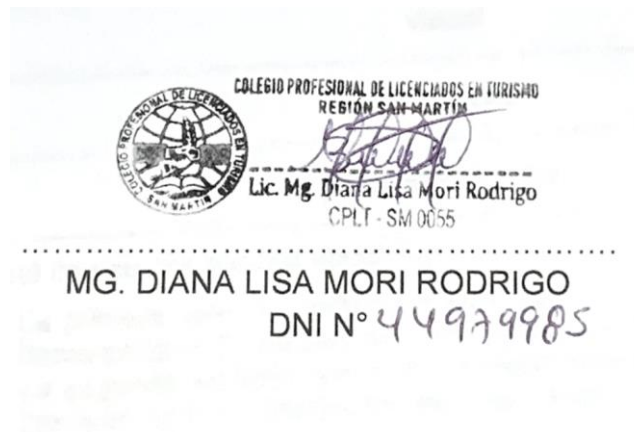


- Segunda dimensión: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Comunica el tiempo de la ruta	5	4	4	4	
Resuelve dudas	6	4	4	4	
Indica todo el recorrido establecido	7	4	4	4	

- Tercera dimensión: FIABILIDAD

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Solución de problemas	8	4	4	4	
Cumple con los horarios	9	4	4	4	
Cumple con el trayecto indicado	10	4	4	4	



Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## VALIDACIÓN 2

Respetado juez Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo para la mejora del servicio de calidad, Tarapoto - 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombres y Apellidos del juez:</b>	TOMÁS COTRINA TRIGOZO	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa ( )	Organizacional ( <input checked="" type="checkbox"/> )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	DOCENTE INVESTIGADOR	
<b>Institución donde labora:</b>	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
<b>Tiempo de experiencia profesional el área:</b>	2 a 4 años ( )	Más de 5 años ( <input checked="" type="checkbox"/> )



### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala:

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor:	Kimberly Mishell Del Aguila Trigoso
Procedencia:	Del autor
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	10 minutos
Ámbito de aplicación:	Tarapoto
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 10 indicadores y 20 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 10 indicadores y 20 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

### 4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo Houge y Raymond (2020). Un guía oficial es la persona encargada de orientar a los turistas brindando información a partir de sus conocimientos y poniendo en prácticas sus competencias.
- **Variable 2:** Servicio de calidad Villacrés (2020) determina que la calidad dentro del servicio es un aspecto clave para obtener buenos resultados.

Variable	Dimensiones	Definición
Evaluación de las competencias de los guías de turismo	1. Conocimientos básica 2. Virtudes 3. Habilidades	Houge y Raymond (2020). Un guía oficial es la persona encargada de orientar a los turistas brindando información a partir de sus conocimientos y poniendo en prácticas sus competencias.
Servicio de calidad	4. Seguridad 5. Capacidad de respuesta 6. Fiabilidad	Villacrés (2020) determina que la calidad dentro del servicio es un aspecto clave para obtener buenos resultados.

### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario **“CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS DE LOS GUÍAS OFICIALES DE TURISMO PARA LA MEJORA DEL SERVICIO DE CALIDAD, TARAPOTO - 2023”** elaborado por Kimberly Mishell Del Aguila Trigoso en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.



Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial/lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente*



1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Variable del instrumento:** EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS DE LOS GUÍAS OFICIALES DE TURISMO

- Primera dimensión: Conocimientos básico

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Conocimientos culturales y prácticos	11	4	4	4	
Capacidad de dominar idiomas	12	4	4	4	
Orientación interpretativa	13	4	4	4	

- Segunda dimensión: MRTUDES

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Actitud y vocación de servicio	14	4	4	4	
Capacidad de liderazgo	15	4	4	4	
Simpatía	16	4	4	4	

- Tercera dimensión: HABILIDADES

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Manejo de grupos	17	4	4	4	
Resolver problemas	18	4	4	4	
Capacidad de comunicación	19	4	4	4	
Servicio al cliente	20	4	4	4	

**Variable del instrumento:** SERVICIO DE CALIDAD

- Primera dimensión: SEGURIDAD

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Transmisión de confianza	1	4	4	4	
Colaboradores capacitados	2	4	4	4	
Atuendo acorde a su función	3,4	4	4	4	



- Segunda dimensión: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Comunica el tiempo de la ruta	5	4	4	4	
Resuelve dudas	6	4	4	4	
Indica todo el recorrido establecido	7	4	4	4	

- Tercera dimensión: FIABILIDAD

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Solución de problemas	8	4	4	4	
Cumple con los horarios	9	4	4	4	
Cumple con el trayecto indicado	10	4	4	4	



Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver: <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## VALIDACIÓN 3

Respetado juez Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo para la mejora del servicio de calidad, Tarapoto - 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombres y Apellidos del juez:</b>	BETTY J. DEL AGUILA GARCIA	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( <b>X</b> )	Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clinica ( )	Social ( )
	Educativa ( )	Organizacional ( <b>X</b> )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	DOCENTE	
<b>Institución donde labora:</b>	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
<b>Tiempo de experiencia profesional el área:</b>	2 a 4 años ( )	Más de 5 años ( <b>X</b> )



### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala:

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor:	Kimberly Mishell Del Aguila Trigoso
Procedencia:	Del autor
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	10 minutos
Ámbito de aplicación:	Tarapoto
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 10 indicadores y 20 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 10 indicadores y 20 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.

### 4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo Houge y Raymond (2020). Un guía oficial es la persona encargada de orientar a los turistas brindando información a partir de sus conocimientos y poniendo en prácticas sus competencias.
- **Variable 2:** Servicio de calidad Villacrés (2020) determina que la calidad dentro del servicio es un aspecto clave para obtener buenos resultados.

Variable	Dimensiones	Definición
Evaluación de las competencias de los guías de turismo	1. Conocimientos básica 2. Virtudes 3. Habilidades	Houge y Raymond (2020). Un guía oficial es la persona encargada de orientar a los turistas brindando información a partir de sus conocimientos y poniendo en prácticas sus competencias.
Servicio de calidad	4. Seguridad 5. Capacidad de respuesta 6. Fiabilidad	Villacrés (2020) determina que la calidad dentro del servicio es un aspecto clave para obtener buenos resultados.

### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario **“CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS DE LOS GUÍAS OFICIALES DE TURISMO PARA LA MEJORA DEL SERVICIO DE CALIDAD, TARAPOTO - 2023”** elaborado por Kimberly Mishell Del Aguila Trigoso en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial/lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitar o brindar sus observaciones que considere pertinente



1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Variable del instrumento:** EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS DE LOS GUÍAS DE TURISMO

- Primera dimensión: Conocimientos básico

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Conocimientos culturales y prácticos	11	3	3	3	
Capacidad de dominar idiomas	12	3	3	3	
Orientación interpretativa	13	3	3	3	

- Segunda dimensión: VIRTUDES

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Actitud y vocación de servicio	14	3	3	3	
Capacidad de liderazgo	15	3	3	3	
Simpatía	16	3	3	3	

- Tercera dimensión: HABILIDADES

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Manejo de grupos	17	3	3	3	
Resolver problemas	18	3	3	3	
Capacidad de comunicación	19	3	3	3	
Servicio al cliente	20	3	3	3	

**Variable del instrumento:** SERVICIO DE CALIDAD

- Primera dimensión: SEGURIDAD

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Transmisión de confianza	1	3	3	3	
Colaboradores capacitados	2	3	3	3	
Atuendo acorde a su función	3,4	3	3	3	

**Variable del instrumento: SERVICIO DE CALIDAD**

- Primera dimensión: SEGURIDAD

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Transmisión de confianza	1	3	3	3	
Colaboradores capacitados	2	3	3	3	
Atuendo acorde a su función	3,4	3	3	3	

- Segunda dimensión: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Comunica el tiempo de la ruta	5	3	3	3	
Resuelve dudas	6	3	3	3	
Indica todo el recorrido establecido	7	3	3	3	

- Tercera dimensión: FIABILIDAD

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Solución de problemas	8	3	3	3	
Cumple con los horarios	9	3	3	3	
Cumple con el trayecto indicado	10	3	3		



Mg. Betty J. del Aguila García | DTC

EP ATH | Campus Tarapoto

## ANEXO N° 7: SOLICITUD DE INFORMACIÓN – DIRCETUR SAN MARTÍN

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

Tarapoto, 24 de abril del 2023.

CARTA N°002-2023-PE.ATH-UCV-T

Señor:  
Lic. Miguel Mogollón Rojas  
DIRECTOR SUB REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR  
Y TURISMO TARAPOTO

Ciudad. -



ASUNTO : *Solicita apoyo con información turística.*

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para saludarlo cordialmente, y manifestarle que los siguientes alumnos: Kimberly Misheil Del Águila Trigoso (COD. EST: 7001267249) y Carlos Omar Bustamante Herrera (COD. EST: 7001125876) están realizando el Proyecto de tesis *Titulado: Calidad turística y atención al cliente en los tours operadores de la ciudad de Tarapoto*, los mencionados alumnos de la Escuela de Administración en Turismo y Hotelería están en la fase de recopilación de datos, por lo tanto, acudimos a su representada para solicitar la siguiente información que les servirá para la investigación indicada:

1. Base de Datos de agencias de viaje y tour operadores (registradas).
2. Base de datos de guías oficiales de turismo (registrados)
3. Base de datos de guías oficiales de turismo que ejercen su carrera

Sin otro particular, y agradeciendo el apoyo correspondiente, hago propicia la oportunidad para expresarle las muestras de mi especial consideración.



Mg. Julio Escalante Torres  
Jefe de Escuela de Administración en Turismo y Hotelería  
Campus Tarapoto UCV

## ANEXO N°8: SOLICITUD DE INFORMACIÓN – DIRCETUR SAN MARTÍN

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

Tarapoto, 29 de mayo del 2023.



CARTA N°003-2023-PE.ATH-UCV-T

Señor:  
Dr. Julio Ricardo Mendoza Hildebrand  
DIRECTOR SUB REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR  
Y TURISMO TARAPOTO

Ciudad -

ASUNTO : *Solicita apoyo con información turística.*

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para saludarlo cordialmente, y manifestarle que los siguientes alumnos: Kimberly Mishell Del Águila Trigos (COD. EST: 7001267249) y Carlos Omar Bustamante Herrera (COD. EST: 7001125876) están realizando el Proyecto de tesis *Titulado: Calidad turística y atención al cliente en los tours operadores de la ciudad de Tarapoto*, los mencionados alumnos de la Escuela de Administración en Turismo y Hotelería están en la fase de recopilación de datos, por lo tanto, acudimos a su representada para solicitar la siguiente información que les servirá para la investigación indicada:

1. Cantidad de arribos de turistas por mes correspondientes al 2022 que visitaron el destino Tarapoto.
2. Cantidad de arribos de turistas por mes correspondiente al 2023 (hasta el mes que se tenga la información).

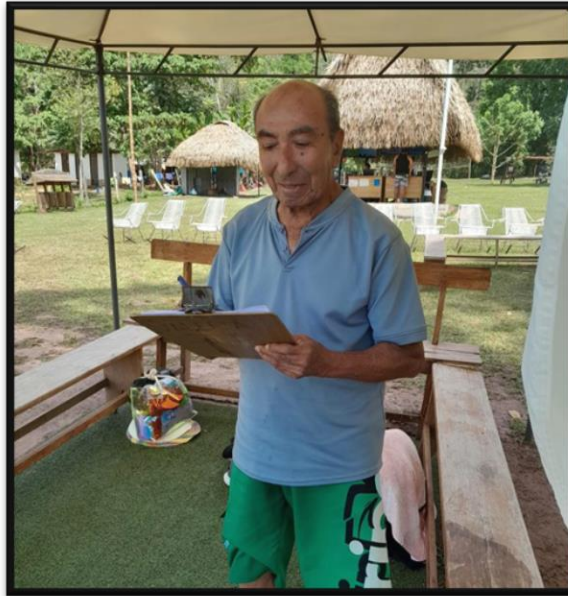
Sin otro particular, y agradeciendo el apoyo correspondiente, hago propicia la oportunidad para expresarle las muestras de mi especial consideración.



Mg. Julio Escalante Torres  
Jefe de Escuela de Administración en Turismo y Hotelería  
Campus Tarapoto UCV



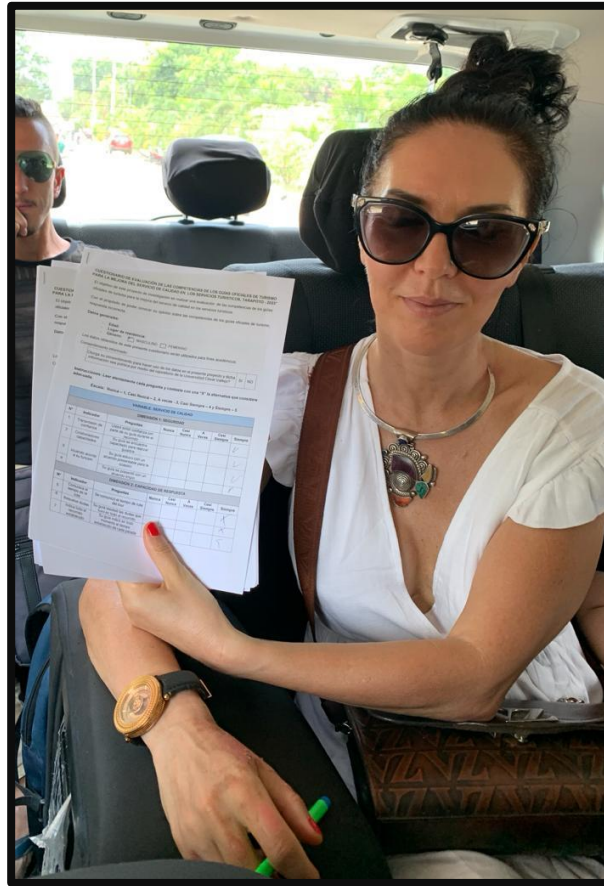
## ANEXO N° 9: ENCUESTA A LOS TURISTAS



Fuente Elaboración propia (noviembre 2023)



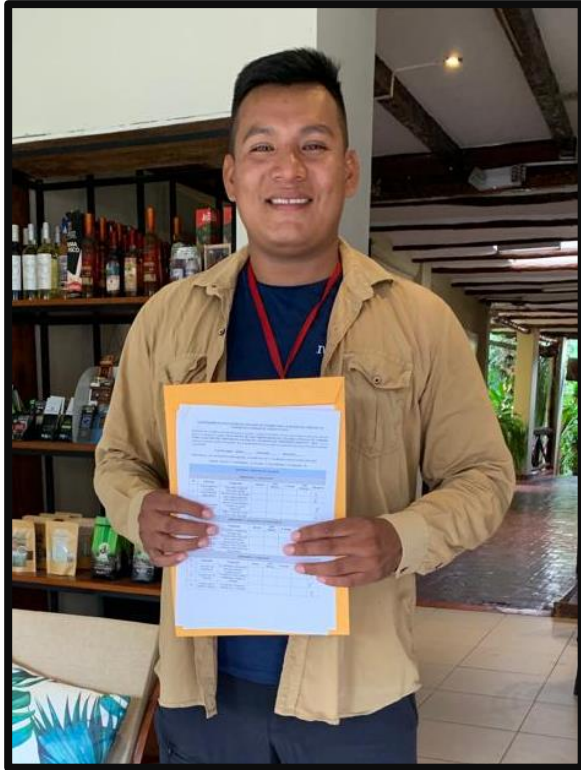
Fuente Elaboración propia (noviembre 2023)



Fuente Elaboración propia (noviembre 2023)



Fuente Elaboración propia (noviembre 2023)



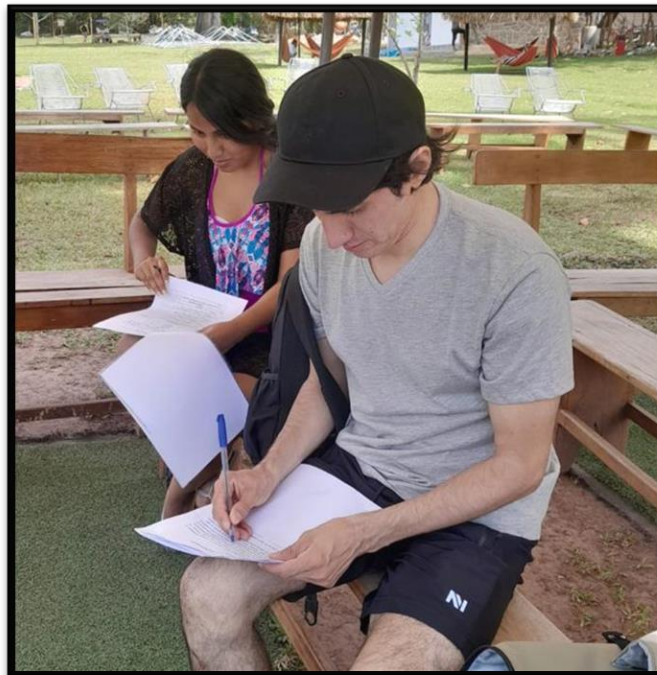
Fuente Elaboración propia (noviembre 2023)



Fuente Elaboración propia (noviembre 2023)



Fuente Elaboración propia (noviembre 2023)



Fuente Elaboración propia (noviembre 2023)



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, CABEL RABINES JESSICA DEL PILAR, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, asesor de Tesis titulada: "Evaluación de las competencias de los guías oficiales de turismo para la mejora del servicio de calidad, Tarapoto - 2023", cuyo autor es DEL AGUILA TRIGOSO KIMBERLY MISHHELL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 10.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo 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.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TARAPOTO, 29 de Noviembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
CABEL RABINES JESSICA DEL PILAR <b>DNI:</b> 18207193 <b>ORCID:</b> 0000-0002-1882-4441	Firmado electrónicamente por: JCABELR el 04-12- 2023 16:01:32

Código documento Trilce: TRI - 0673012