



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Satisfacción del visitante nacional en tiempos de covid-19 en el
Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021**

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

AUTORES:

Mauricio Silva, Oscar David (ORCID. 0000-0002-3754-260X)

Usnay Allen, Pierina Natalia (ORCID. 0000-0002-2668-3626)

ASESORA:

MBA. Palma Vallejo, Juana Graciela (ORCID. 0000-0002-4770-2670)

LÍNEA DE INVESTIVACIÓN:

Patrimonio y Recursos Turísticos

LIMA - PERÚ

2021

Dedicatoria

A mi mamá por ser el pilar de mi educación, por la constante motivación y por su amor incondicional, a mi papá haberme brindado su apoyo absoluto a lo largo de mi carrera universitaria. y a mis hermanos, por ser el soporte que me ha permitido lograr cada una de las metas propuestas.

Oscar David

Dedicatoria

A mi mamá, mi hermana y a mi Vita por ser el apoyo en todo mi proceso universitario.

Pierina Natalia

Agradecimiento

En primer lugar, a Dios por darnos la fuerza para seguir día tras día, y por permitirnos culminar nuestra carrera universitaria satisfactoriamente.

A nuestra docente MBA. Palma Vallejo, Juana Graciela que fue nuestra guía y asesora brindándonos sus conocimientos.

A Rita Velásquez Ancajima, por ser nuestro apoyo directo en el Museo de Sitio Pucllana y habernos proporcionado los datos correctos y ampliar nuestra perspectiva acerca del establecimiento en estudio.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de figuras	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1 Tipo y diseño de investigación	12
3.2 Variables y operacionalización.....	12
3.3 Población, muestra y muestreo.....	12
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	14
3.5 Procedimientos	14
3.6 Método de análisis de datos.....	15
3.7 Aspectos éticos	16
IV. RESULTADOS	17
V. DISCUSIÓN.....	40
VI. CONCLUSIONES	44
VII. RECOMENDACIONES.....	46
REFERENCIAS.....	47
ANEXOS	

Índice de figuras

Figura 1. Se sintió satisfecho al momento de realizar su reserva	17
Figura 2. Servicio brindado en boletería.....	18
Figura 3. El guía del Museo de Sitio Pucllana le indica detalladamente los lineamientos de prevención y control Covid-19.	19
Figura 4. Servicio brindado por los guías (información y atención brindada durante el recorrido)	20
Figura 5. Uso de folletos informativos digitales	21
Figura 6. La información expuesta en los paneles informativos logró ser comprendida.....	22
Figura 7. Dimensión Agrupada Rendimiento Percibido.....	23
Figura 8. Los colaboradores del Museo de Sitio Pucllana pudieron atender sus consultas	24
Figura 9. Visita a los sitios asignados dentro del Museo de Sitio Pucllana	25
Figura 10. Tiempo que estuvo en el espacio de espera.....	26
Figura 11. Tiempo establecido para el recorrido	27
Figura 12. Confianza y seguridad que muestra el guía	28
Figura 13. La capacidad comunicativa del guía fue única y mejor de lo esperado	29
Figura 14. Sus expectativas fueron superadas con los servicios brindados en el Museo de Sitio Pucllana	30
Figura 15. Dimensión Agrupada Expectativas.....	31
Figura 16. Procedimiento de desinfección en el área de ingreso.....	32
Figura 17. Distanciamiento establecido durante el recorrido turístico	33
Figura 18. Las señales de las disposiciones frente al covid-19 transmiten información clara y entendible	34
Figura 19. Las señales de prevención a lo largo del recorrido se encuentran a su alcance visual	35
Figura 20. Ubicación de los dispensadores de alcohol y lavados de mano	36
Figura 21. Aforo permitido en el espacio de espera	37
Figura 22. Cantidad de grupos dentro del Museo de Sitio Pucllana.....	38
Figura 23. Dimensión Agrupada Seguridad	39

Resumen

La presente investigación tiene por título “Satisfacción del Visitante Nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021”. Para ello, se formuló como principal objetivo, determinar el nivel de satisfacción del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021, posteriormente, se planteó los objetivos específicos, identificar el rendimiento percibido del visitante nacional, identificar las expectativas e identificar la seguridad biosanitaria que presenta el museo. La metodología utilizada es de enfoque cuantitativo de tipo descriptiva y diseño descriptivo no experimental donde la población estudiada, fueron únicamente visitantes nacionales a quienes se aplicó un cuestionario con 20 ítems, dividido en 3 dimensiones, se obtuvieron los siguientes resultados: “rendimiento percibido”, 76.47% totalmente satisfechos; “expectativas”, 79.83% totalmente satisfechos; y “seguridad”, 71.43% totalmente satisfecho. Finalmente, se comprobó la hipótesis afirmativa que indica que el nivel de satisfacción del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 es alto, resaltando el buen servicio y la prioridad que le ponen a los factores de la satisfacción del turista.

Palabras clave: satisfacción, protocolo sanitario Covid-19, expectativas, rendimiento percibido, seguridad.

Abstract

The present research is entitled "National Visitor Satisfaction in times of Covid-19 at the Pucllana Site Museum, Lima - 2021". The principal objective was to determine the level of satisfaction of the national visitor in times of Covid-19 at the Pucllana Site Museum, Lima - 2021, then the specific objectives were to identify the perceived performance of the national visitor, to identify expectations and to identify the biosanitary safety of the museum. The methodology used was a descriptive quantitative approach with a descriptive non-experimental design where the population studied were only national visitors to whom a questionnaire with 20 items was applied, divided into 3 dimensions, and the following results were obtained: "perceived performance", 76.47% totally satisfied; "expectations", 79.83% totally satisfied; and "security", 71.43% totally satisfied. Finally, the affirmative hypothesis indicating that the level of satisfaction of the national visitor in times of Covid-19 in the Pucllana Site Museum, Lima - 2021 is high, highlighting the good service and the priority given to the factors of tourist satisfaction, was tested.

Key words: satisfaction, health protocol Covid-19, expectations, perceived performance, security.

I. INTRODUCCIÓN

El turismo comprende diversas actividades que permiten el desplazamiento o movilización de las personas, ya sea de manera colectiva o individual, fuera de su entorno habitual con motivos variados (ocio, negocios u otros), dirigido hacia recursos naturales, culturales y patrimoniales, que poseen gran valor y riqueza, y debe promocionarse de manera sostenible (Orgaz & Moral, 2016). Asimismo, en los últimos años, la actividad turística se ha desarrollado de forma considerable, siendo el principal factor de ingresos económicos para aquellos países que dependen de esta actividad, a su vez, Chaca, Ullauri, & Condor (2018), resaltan que el turismo resulta beneficioso para las comunidades receptoras, ya que, les permite invertir en infraestructura y tener un mayor desarrollo socio-cultural.

Asimismo, el turismo es señalado por Guterres (2020), como una de las maravillas del mundo en sí misma, la cual a su vez como industria genera millones de empleos. No obstante, Santos (2020), señala que, desde inicio del año 2020, dicha actividad se ha visto perjudicada a partir de la aparición de un virus que estallo en la ciudad de Wuhan – China durante diciembre del 2019, conocido como SRAS-CoV-2, denominado como COVID-19, la cual ha traído consigo consecuencias graves como el cierre de comercios, cierre de museos, implementación de cuarentenas obligatorias, cierre de fronteras y sobre todo desempleos masivos, afectando la economía a nivel mundial y por ende, la industria turística, debido a que dicho virus es transmitido principalmente por el contacto entre personas e incluso si se encuentran a unos metros de distancia. (Organización Mundial de la Salud, 2020)

Además, a causa del Covid-19, la Organización Mundial del Turismo [OMT], sospecha que cerca de 100´000,000 de puestos de trabajo en el turismo están en peligro, a su vez, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD] (2020), determina que habrá una disminución de entre el 1.5 y el 2.8% del PBI a nivel mundial en el turismo (ONU Noticias, 2020). No obstante, a pesar de no obtener el crecimiento turístico en el año, se obtuvo un registro de 410 millones de turistas extranjeros que se movilizaron para realizar turismo, en su mayoría de origen europeos (Entorno Turístico, 2020).

Sin embargo, en cuanto al mundo de los museos, esta pandemia fue devastadora para dichos establecimientos, ya que, de acuerdo al Consejo

Internacional de Museos (2020), el 95% de las instituciones se vieron obligadas a cerrar sus instalaciones debido a las medidas aplicadas en cada uno de los países, principalmente por ser un lugar cerrado y con escasa ventilación.

En el Perú, de acuerdo a un análisis que se realizó por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], (2020), se registra 896 523 llegadas de vuelos de turistas provenientes de Chile y Estados Unidos, lo cual es el 80% menos en comparación al 2019. A pesar de ello, la administración de los diferentes museos identificó como una amenaza el poder atraer nuevamente a los visitantes y el no poder reabrir de manera permanente, ya que estas medidas presentan distintas limitaciones. Ante ello, se abrió una ventana de oportunidades motivando a que estos evolucionen tecnológicamente y participen en las plataformas digitales, sobre todo en cuanto al método de reservación para asistir a estos establecimientos, con ello el Ministerio de Cultura, habilita su plataforma para realizar dicho proceso además de dar a conocer medidas que se deben tomar en las visitas (Diario Gestión, 2020).

Consecuentemente, el Diario El Peruano (2020), publica la Resolución Ministerial 000262-2020-DM/MC, donde se anuncia la reapertura de los museos en el territorio peruano de manera gradual, con una reducción en su aforo al 50%, con el objetivo de promover los distintos espacios culturales, además de prevenir el contagio del virus Covid-19, dándose de forma gratuita por un periodo de 30 días a partir del 15 de octubre del 2020. Sin embargo, no todos los establecimientos realizaron su reapertura, siendo así que los museos tanto pequeños y medianos, como la Casa de la Gastronomía y la Casa de la Literatura, tuvieron que presentar su atractivo de manera virtual (Delgado, 2020).

Por otro lado, el Diario La República (2020), anuncia que en el caso del Museo de Sitio Pucllana, abre sus puertas al público el 19 de octubre del 2020, como parte de su reactivación económica, a través de la campaña publicitaria “EstamosDeVuelta”, donde señala principalmente las medidas preventivas propuestas en conjunto con la municipalidad de Miraflores que rigen tanto para grupos particulares como para agencias de viaje, así mismo, menciona que su tarifa libre solo aplica por un periodo de 15 días, debido a que no se cuenta con un apoyo económico por parte del estado peruano, luego de los días indicados se pasa a cobrar el ingreso con el fin de solventar gastos para el mantenimiento del

establecimiento, así mismo, mantienen cerrada su sala de exposición para no generar aglomeración dentro de este, siendo su principal atractivo en prepandemia, debido a la colección histórico-cultural que poseen.

De manera que, la problemática actual que se aborda es la siguiente: ¿Cuál es el nivel de satisfacción del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima - 2021? Asimismo, se suscitan las interrogantes específicas: ¿Cómo es el rendimiento percibido del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021?, ¿Cómo son las expectativas del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima - 2021? y ¿Cómo es la seguridad biosanitaria del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima - 2021?

La justificación teórica del presente estudio, se da con el fin de identificar el nivel de satisfacción del visitante nacional que llega al Museo de Sitio Pucllana, respecto a los protocolos de bioseguridad que se han tomado por el Covid-19, ya que en la actualidad los turistas deben sentir seguridad y confianza en cada uno de los atractivos que visita, tal como señala El Comité Mundial de Crisis de la OMT para el Turismo, donde se debe priorizar una seguridad turística que garantice el desplazamiento de los turistas sin interrupciones durante la crisis del Covid-19 (IPDT, 2020). Por ende, se debe asegurar el cumplimiento obligatorio de las medidas biosanitarias, y con ello se pueda permitir la reactivación del turismo en su máximo permitido.

A su vez, se demostró que el estudio es viable, debido a que se contó con los recursos necesarios para la recolección de datos. Por ello, se justifica de manera práctica, ya que se propuso dar alternativas de solución acerca del control de satisfacción que presentan los visitantes ante los protocolos Covid-19 que se han impuesto dentro del Museo de Sitio Pucllana, y así contribuir a un mejor manejo en la actividad turística.

Asimismo, tiene utilidad metodológica, dado que se utilizó un cuestionario como objeto para recolectar datos y poder analizar el nivel de satisfacción del visitante nacional en tiempos de Covid-19. Con ello, se podrá tener un conocimiento más amplio acerca del tema en estudio para futuras investigaciones y comparar dichos resultados con diversos periodos de tiempo.

Por consecuencia, la investigación plantea como principal objetivo: Determinar el nivel de satisfacción del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima - 2021. A su vez, se detallan los objetivos específicos, los cuales son: Identificar el rendimiento percibido del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima - 2021, Identificar las expectativas del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima - 2021, e Identificar la seguridad biosanitaria del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021

Finalmente, se abordaron las hipótesis del presente estudio, de tal modo que, la hipótesis con respecto al principal objetivo es:

H₁: El nivel de satisfacción del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 es alto.

Por ende, dentro de las hipótesis específicas se presentan las siguientes:

H_{E(1)}: El rendimiento percibido del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 es alto.

H_{E(2)}: Las expectativas del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 son altas.

H_{E(3)}: La seguridad biosanitaria del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 es alta.

II. MARCO TEÓRICO

Dentro de los antecedentes internacionales, Vélez, Alejo, Tafur, & Bustamante (2020), se proponen identificar el grado percibido de satisfacción de los turistas que visitan la provincia de Guayas, mediante un enfoque cuantitativo y descriptivo, así mismo, se analiza las innovaciones informáticas que se han introducido en el turismo y la percepción de los visitantes a través de un cuestionario. Para ello, se estudia a los turistas que visitan Guayaquil, alcanzándose una muestra representativa de 384 visitantes. Concluyendo que satisfacción es alta, y que el uso de aplicaciones a través de las redes sociales sigue atrayendo turistas, con mayor frecuencia en diversas plataformas como Booking, Facebook y los Kioscos digitales en la provincia de Guayas.

En el artículo de Pimentel (2019), se analiza el nivel de satisfacción a través de la observación en el municipio de Canet d'En Berenguer, así como también en los municipios de Cullera y Oliva, en Valencia - España. Dicha investigación se da mediante la revisión bibliográfica, además de trabajo de campo a través de encuestas aplicadas a 669 individuos. De tal manera, se comprueba que la satisfacción turística es elevada sobre todo por parte de los turistas nacionales que principalmente desarrollan actividades en familia. Asimismo, la seguridad y calidad – precio son de suma importancia en cuanto a la perspectiva del turismo.

En el estudio de López (2019), su principal objetivo es identificar la forma en que la calidad impacta en los servicios de turismo que brinda la Parroquia de Salinas de Guaranda. Dicha investigación se desarrolla a base 29 prestadores de servicio de la parroquia, tomando en cuenta el año 2018 y realizando una proyección al 2019, año de su publicación. Finalmente, se llega a concluir que la importancia entre las variables satisfacción y calidad respecto a los turistas se basa en un plan de calidad turística para las personas que prestan sus servicios, con el fin de adecuar los servicios existentes a las necesidades de los visitantes.

Según Gaki, Kostopoulou, Parisi, & Lagos (2016), en su artículo, investiga la satisfacción de los turistas que visitan las Islas Jónicas en Grecia, mediante un enfoque cuantitativo y de estadística descriptiva, además del uso de técnicas para examinar la relación entre las diversas variables que se dan, como las características demográficas, la satisfacción y la fidelidad turística. Siendo la muestra total de 915 turistas entrevistados, (414 turistas (45,2%) eran británicos,

179 (19,6%) eran griegos, 269 (29,4%) de otros países europeos y un pequeño porcentaje de 5,2% eran de América, África y Australia. Asimismo, para validar el contenido, se realizó una prueba piloto anterior al cuestionario, dirigido a 191 visitantes de todas las nacionalidades que visitaron la isla de Cefalonia en 2011, llegando a concluir que entre las variables mencionadas que afectan a la satisfacción turística, la más importante es si los turistas viajan solos o en grupo.

Además, en la investigación de Filosofova & Apostolov (2017), se tiene como objetivo identificar los factores que tienen un mayor impacto en la satisfacción del turista ruso, así mismo, se tiene en cuenta las peculiaridades de los diferentes componentes del turista. Para ello, la técnica de investigación utilizada está basada en encuestas a una población de 101 personas económicamente activa. Concluyendo que el turismo es el principal sector que aporta económicamente a los búlgaros. Por lo tanto, es necesario brindar una atención especial al crecimiento del turismo receptivo del país, además de ser fundamental identificar los factores que afectan en su satisfacción.

Liébana (2019), pretende investigar la calidad de servicio en sus diferentes dimensiones además de estudiar su interrelación en cuanto a las visitas a la Alhambra definida como un conjunto monumental y de igual manera la satisfacción de los turistas mediante la escala del SERQUAL, la cual sirve para conocer el grado de satisfacción post-compra de servicio, y una profunda revisión sistemática. Por consecuencia, se obtuvo como dimensiones: tangibilidad, capacidad de respuesta y la comunicación que existe, así mismo, se da a entender que la calidad que se brinda en los servicios es fundamental para las empresas a nivel general.

Bento, Murta & Sáez (2019), se plantean el objetivo de determinar la calidad brindada por parte de las empresas turísticas activas de Portugal, utilizando el cuestionario HEVA; el cual se divide en tres apartados que detallan la información básica, 7 parámetros multidimensionales dadas mediante la escala de Likert y preguntas complementarias para conocer las opiniones; donde participaron un total de 183 empresas y se obtuvo como conclusión que es necesario desarrollar herramientas fiables que permita mejorar el servicio brindado y cuantificar la satisfacción de acuerdo a las necesidades que se presente en los turistas.

En el ámbito nacional Cohara (2020), tiene por objetivo, realizar un análisis del diagnóstico del Parque Ecológico Kurt Beer, mediante una metodología

cualitativa de diseño fenomenológico y con alcance descriptivo, a través de entrevistas a 11 personas directamente relacionadas a la actividad turística, tanto municipios como empresas turísticas, en la cual llega a la conclusión que el recurso turístico en mención, no tiene las condiciones óptimas, ya que no cuenta con una caseta de información, su albergue presenta diversos problemas (no tienen una categoría) y se muestra discordancia con el servicio por parte del público de los restaurantes. Sin embargo, el turismo es promovido a través de programas turísticos, capacitaciones y ferias.

Bollet, Oyola & Ferrari (2018), se plantean determinar aquello que relaciona la calidad y la satisfacción de los turistas, entorno a al variado servicio que brinda la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ucayali, a través de 5 dimensiones y 22 indicadores para la variable de calidad y 2 dimensiones y 14 indicadores para medir la satisfacción, en una muestra no probabilística donde se conoció que ambas variables se relacionan de forma directa y significativa, además se presenta una correlación con la empatía, fiabilidad, tiempo de respuesta, y sobre todo la seguridad

Según Pérez (2017), se plantea, conocer el grado de satisfacción del visitante en el distrito de Cajamarca en el año 2017, basándose en un estudio empírico. Para ello, se hace uso de un cuestionario aplicado a 337 turistas en su totalidad de nacionalidad peruana que visitaron los atractivos de Cumbe Mayo, Criptas San Francisco, Museo Belén, Plaza de armas y Santa Apolonia; además observo minuciosamente los servicios turísticos en dicha localidad tomando como puntos el ocio y el tiempo libre en el destino, concluyendo que el grado de satisfacción se da en un grado regular, puesto que hasta el año en estudio, los atractivos carecen de una buena infraestructura, así también la atención brindada se desarrolla de manera incorrecta, debido a que la mayoría de los colaboradores no son aptos para asumir dicha labor o tienen una débil vocación de servicio, por ende, la satisfacción por parte de los turistas se encuentra en un bajo nivel.

Vela (2019), en su tesis buscan investigar el social media y su relación con la satisfacción del visitante en la ciudad de Tingo María, donde se considera una muestra de 173 turistas entre nacionales, extranjeros y locales, además de los que visitan de los principales atractivos de Tingo María. Para ello, el método de estudio es descriptivo y de diseño no experimental y correlacional, de tal modo se hace uso

de un cuestionario compuesto por 14 ítems +, para la recolección de información. Finalmente, se puede concluir que, si existe una relación de forma directa, implicando la selección del destino.

García (2019), analiza la calidad que brindan los servicios dedicados al turismo y el grado de satisfacción con respecto a ello. De tal manera que se utiliza una metodología de tipo descriptiva, a través de una encuesta para la recolección a una muestra de 372 turistas nacionales y extranjeros. Con ello, se determina que la calidad de estas entidades y la satisfacción de los turistas que recurren a Padrecocha, se da en un grado regular. Por ende, se necesita capacitar a los colaboradores de las diversas empresas y poseer un mejor equipo de transporte, además de aumentar la información respecto al turismo que se desarrolla haciendo participe a la localidad para lograr beneficio mutuo, ya que es un elemento clave de la calidad de servicio.

Cruz & Ordinola (2019), plantean como objetivo identificar en que, nivel se encuentra la satisfacción de los visitantes provenientes de Ecuador respecto a la seguridad de turismo en Tumbes. De tal manera, se da un estudio con enfoque mixto y es descriptivo, y se consideró la aplicación de encuestas y entrevistas; a un total de 383 turistas que visitaron Tumbes en el año 2016. Llegando a concluir que el grado de satisfacción que presentan los visitantes llegados de Ecuador a dicho distrito, es de insatisfacción con un 71% y de satisfacción con el 29% respecto de la seguridad.

Condori & Maquera (2018), tienen por objetivo de su tesis, investigar la satisfacción de los turistas de acuerdo al servicio brindado por la policía turística en Arequipa – Perú, 2017 y poder reconocer sus potencialidades, a través de una investigación descriptiva con enfoque mixto donde se emplea un cuestionario a 243 turistas que visitan los espacios del Monasterio de Santa Catalina en Arequipa. Con ello, puede concluir que la satisfacción de los visitantes es aceptable, dentro de lo ello se considera: 31% satisfecho, 38.48% muy satisfecho y 30% insatisfecho con el servicio que brinda la policía turística.

En el ámbito local Arias & Chacón (2019), se plantean analizar los factores que son determinantes para brindar una buena calidad de servicio con el fin de satisfacer a los visitantes del Museo de Historia de Lima Metropolitana e incrementar la presencia competitiva de los museos dentro del mercado turístico en

el año 2019. Dicho estudio se realiza de forma no experimental, ya que se realiza mediante un cuestionario con el modelo SERVPERF, la cual está adaptada a museos, a una población de 385 visitantes en 4 museos de historia ubicados en el departamento de Lima, donde se analizó que la satisfacción es influida por la calidad que se presenta en los servicios y es influida por la empatía, capacidad de respuesta y los elementos tangibles.

Rey (2019), se plantea determinar la manera en que se relacionan las variables de satisfacción y calidad de los turistas que participan en el comercio del rubro turístico del Callao, mediante un estudio mixto, descriptivo – correlacional. Para ello, se toma una muestra de 383 turistas que llegan al Callao, en un periodo de tiempo de 3 meses desde junio hasta agosto del año 2019, a través del instrumento de Alpha de Cronbach. Asimismo, se llega a concluir que entre ambas variables se establece una correlación positiva que es medida por el coeficiente de Rho de Spearman donde finalmente se determina que esta relación además es alta.

Vera & Sumalave (2019), presentan como objetivo, demostrar que la satisfacción del turista está relacionada con la conciencia turística que puedan tener los locales. Para ello, se utiliza una metodología de investigación de tipo cuantitativo, descriptivo-correlacional, en el cual se considera a 186 encuestados y da como resultado que 90 de ellos se dedican al rubro turístico, de los cuales el 61% no tiene razón de la definición de conciencia turística, y además de los 96 turistas utilizados para la muestra se obtuvo que el 75% se encuentra regularmente satisfecho con la calidad que se brinda respecto a los servicios del sitio.

Chirinos, Hualan, & Palomino (2018), presenta como objetivo de tesis, formular un plan que mejore la calidad en los servicios que se ofrecen en el Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú mediante factores de la satisfacción, en aquellas personas que se encuentran entre el rango de edad desde los 18 hasta los 29 años, en Lima Metropolitana. Asimismo, se emplea un enfoque mixto dado que aporta una amplia perspectiva y de gran profundidad en el problema de investigación, e identifica a tres factores significativamente influyentes en la satisfacción: el contenido de lo expuesto, la atención brindada y los servicios complementarios.

La satisfacción es un área de estudio muy amplio, que a su vez incluye distintos enfoques y conceptos dadas por múltiples autores, es así que se dan las siguientes bases teóricas de la variable *satisfacción*:

La Real Academia Española (2020), la define como la acción de satisfacerse, ya sea por medios propios o externos, cumpliendo un deseo o gusto propio.

Hansemark y Albinsson (2004, citado por Fuentes et al. 2016), menciona que la satisfacción es aquella actitud o comportamiento que se presenta por parte de un cliente hacia su proveedor de servicios. Asimismo, se considera las emociones que se dan antes de la adquisición de un producto o servicio, ya que se anticipan al cumplimiento de una necesidad o deseo (p.206).

Siguiendo el hilo, Kotler & Keller (2012), enmarcan la satisfacción como un conjunto de sentimientos que se desarrollan en las personas y son derivados del placer y la decepción como respuesta de un valor percibido por un producto, afirmando las expectativas que se tenían (p.128).

Asimismo, Kotler (2003), hace mención a 3 elementos que definen la variable en estudio, representados en la Tabla 1 (*Ver anexo 1*). Además, en cuanto a turismo se refiere, la satisfacción del cliente es fundamental, debido a que las organizaciones deben satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes (Haafte, 2017), tal que Kotler, Bowen, & Makens (2005), afirman que, para las empresas turísticas, la satisfacción de cada visitante es fundamental, así como también para los destinos que anhelan obtener beneficios y ser reconocidos.

Sin embargo, para Alegre & Cladera (2009), la satisfacción se basa en la recurrente visita de un turista en diferentes ocasiones al mismo destino generando una estabilidad hacia el destino y a su vez que esta contribuya a que se generen impresiones positivas.

Asimismo, en la Tabla 2 se detalló una serie de disposiciones u obligaciones que se deben cumplir en las entidades, tanto públicas como privadas, debido a la coyuntura actual, las cuales están estipuladas en el Protocolo Sanitario establecido ante el Covid-19 (*Ver anexo 2*).

Por último, se determinó el marco conceptual con un total de 10 términos relacionados a la satisfacción del cliente en el rubro turístico:

Calidad turística. Se define como el resultado obtenido del proceso que implica satisfacer necesidades, expectativas y exigencias de los visitantes que hacen uso de los productos y servicios prestados (MINCETUR, 2019).

Cuidado del Patrimonio. Se define como las acciones que se dan en pro del orden, limpieza y conservación del patrimonio natural y cultural, ya sea tangible o intangible (MINCETUR, 2019).

Destino Turístico. Considerado un espacio físico, con o sin una delimitación, en el que un visitante puede realizar pernoctación. Es un grupo de productos, servicios y actividades, ubicado en un mismo lugar (The World Tourism Organization [UNWTO], 2021).

Experiencia. Se refiere a la experiencia que los visitantes esperan tener o disfrutar al visitar un destino turístico (Hosteltur, 2016).

Imagen. Definida como la suma de impresiones, creencias, ideas y expectativa que tiene el turista acerca del destino turístico (Hosteltur, 2016).

Percepción. Conjunto de actividades relacionada a la estimulación de los sentidos mediante la información que se obtiene con respecto a un lugar (Universidad de Murcia, 2016).

Patrimonio. Está constituido por un grupo de bienes, obligaciones y derechos que son propios de una persona, empresa o estado (Hosteltur, 2016).

Museo de sitio. Comprende principalmente bienes museológicos de un sitio o zona específica, se puede encontrar en sitios arqueológicos, zonas naturales o monumentos, entre otros (Melgarejo, 2017).

Turismo Nacional. Abarca el turismo que genera la movilización de personas al interior del país y el turismo emisor, así mismo, las actividades realizadas dentro y fuera del país por los visitantes del país de referencia (MINCETUR, 2019).

Turista. Persona que realiza la actividad turística, en otras palabras, viaja a un destino que cuenta con potencial turístico y está fuera de su entorno habitual, cuya estancia incluya pernoctar en dicho lugar (UNWTO, 2021).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación. El presente proyecto de investigación posee un enfoque cuantitativo y tipo descriptiva, enfocada en conocer la situación actual, para examinar el problema (Cortez & Neill, 2018), y así determinar el nivel de satisfacción del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana.

3.1.2 Diseño de investigación. Se dio un diseño descriptivo de base no experimental, debido a que no se manipuló la variable en investigación, así mismo, es transversal debido a que analizó la información recolectada (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

3.2 Variables y operacionalización

La presente investigación tiene como única variable “la satisfacción” que se divide en 3 dimensiones, cada una de estas con sus respectivos indicadores, los cuales se subdividen de la siguiente manera: **Rendimiento Percibido:** tiene como indicadores la *Percepción del Servicio* (reserva, boletería, indicaciones, guiado) y *Percepción del Producto* (folletos digitales, paneles informativos); **Expectativas:** con sus indicadores de *Expectativas Básicas* (colaboradores, sitios habilitados, tiempo de espera, tiempo del recorrido) y *Expectativas Diferenciadas* (guía turístico, capacidad comunicativa, expectativas); **Seguridad:** esta dimensión está compuesta por un solo indicador el cual es *Lineamientos de Prevención ante Covid-19* (proceso de desinfección, distanciamiento social, señalética, implementos sanitarios, aforo). (Ver anexo 9)

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

La población según Arias (2012), es un grupo, ya sea finito o infinito, con cualidades universales. Ello, se definió gracias al problema planteado, además de estar relacionado a los objetivos. Por ello, la población en estudio se tomó del Reporte Regional de Turismo Lima y Callao 2020, publicado en la base de datos del MINCETUR, con colaboración del MINCUL. Por ello, el número que se tomó en cuenta, está basado en el registro de visitantes del Museo de Sitio Pucllana en el año 2020; teniendo en cuenta que en dicho año se produjo un alto a las actividades

turísticas por un periodo de 6 meses; en los cuales no se obtuvo registro alguno. Por ende, el total de visitantes únicamente nacionales fue de 4,800 (cuatro mil ochocientos) individuos. Siendo así, que se utilizaron criterios de inclusión y exclusión dado que únicamente se tomaron en cuenta a los visitantes que estén dentro de un rango de edad desde los 18 hasta los 65 años.

3.3.2 Muestra

La muestra está definida según Arias, Villasís & Miranda (2016), por el número específico de aquellos que serán partícipes de la recolección de datos, con el fin de obtener resultados acerca de los objetivos propuestos en la presente investigación, ello se calcula a través de fórmulas matemáticas dependiendo su diseño y número de población (p.206). Por ende, a partir de la población que se conoce la muestra fue finita, de donde se obtuvo una muestra conformada por 119 (ciento diecinueve) visitantes nacionales que llegan al Museo de Sitio Pucllana en el presente periodo de pandemia ocasionada por el Covid-19. Asimismo, se resalta que para el total de la muestra obtenida se llevó a cabo mediante un 93% de confianza y 7% de margen de error (*Ver anexo 3*).

3.3.3 Muestreo

El muestreo desarrollado es **no probabilístico**, definido por Gallego (2006, citado en Muñoz, 2018) como aquella selección que se realiza para dar con los sujetos que serán estudiados, de tal manera que ello se realiza sobre parámetros establecidos como el lugar o tiempo establecido, en este caso a los visitantes nacionales que llegan al Museo de Sitio Pucllana. Es así que la muestra se dio por **juicio o criterio**, ya que Tamayo (2001), menciona que se utiliza el criterio del investigador para definir un grupo específico que brinde mayor calidad en la información que se recolectará para la presente investigación (p.14) (*Ver anexo 4*).

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnica. La encuesta según López & Fachelli (2015), consiste en recoger información a través de interrogantes expuestas a los sujetos o individuos en estudio con el fin de obtener resultados sobre la variable derivada del problema previamente formulado en la investigación de manera sistemática (p.8). Por ello, los aspectos que se mencionan en la investigación se deben integrar de forma clara y coherente para obtener información de calidad, presentada mediante la técnica de la encuesta.

3.4.2 Instrumento. El cuestionario es la redacción de la técnica de recolección de datos en un formato que pueda ser aplicado de manera personal, ya sea presencial o mediante el uso de un medio tecnológico, además refleja sus variables en estudio, conjuntamente con sus indicadores a través de preguntas ya sean abiertas o cerradas (Meneses , 2016). Por ello, en el presente estudio se dio uso de un cuestionario, el cual ha sido validado por docentes de pregrado de la Universidad César Vallejo luego de una ardua evaluación; entre ellos la Magister en Marketing Turístico y Hotelero, Sharon Madeleyne Vásquez Ordinola, con una valoración del 100% indicando un resultado aceptable; la Licenciada en Turismo y Magister en Gestión Pública, Leli Violeta Velásquez Viloche, con una valoración al 100%, lo cual cabe resaltar que también se considera aceptable; y el responsable de UI-ATH Magister en Administración, Carlos Tovar Zacarias, con una valoración del 100% (*Ver anexos 5, 6 y 7*). Dicho instrumento cuenta con un total de 20 ítems, presentados en 3 dimensiones, siendo así que en la dimensión Rendimiento Percibido se toma en cuenta 6 ítems, en la dimensión Expectativas se plantean 7 ítems, al igual que en la última dimensión de Seguridad con 7 ítems. Además, para su respuesta se presentan parámetros que evalúan los niveles de satisfacción, desde un extremo a otro (*Ver anexo 10*).

3.5 Procedimientos

Para que la presente investigación se lleve a cabo se realizó el siguiente procedimiento:

- i. Se planteó un tema de investigación para ser aprobado por la asesora metodóloga.

- ii. Se investigaron los antecedentes y teorías relacionadas al tema en estudio a través de una búsqueda exhaustiva en diversas fuentes de literatura.
- iii. Se identificó el problema y se describió el método de investigación.
- iv. Se solicitó una carta de presentación a la escuela académica la cual se presentó a la administración del Museo de Sitio Pucllana.
- v. Mediante un muestreo no probabilístico se seleccionó a los visitantes nacionales para aplicar el instrumento de recolección.
- vi. Se realizó el instrumento, el cual proyectó las dimensiones de la variable de satisfacción en cada uno de sus ítems.
- vii. Se solicitó la autorización debida al área administrativa del Museo de Sitio Pucllana para la aplicación de las encuestas.
- viii. Se aplicó la encuesta de manera individual, proyectada a través de un código QR, con un tiempo de resolución de 5 minutos aproximadamente por cada una.
- ix. Se vaciaron los resultados de los cuestionarios aplicados al software estadístico de SPSSv. 25.
- x. Se generó tablas de frecuencias y gráficos de análisis para poder realizar la interpretación.
- xi. Se comparó y contrastó los resultados obtenidos con las bases teóricas generando la discusión
- xii. Se pasó a redactar las conclusiones de la investigación, generando así las recomendaciones para mejorar la satisfacción de los visitantes que llegan al Museo de Sitio Pucllana.

3.6 Método de análisis de datos

La investigación se realizó mediante una estadística descriptiva dado que se hizo uso de la técnica de la encuesta, la cual permitió que dicha información sea organizada, y de esta manera fue analizada a través del método de tabulación donde se hizo la proyección de los resultados.

Asimismo, se presentó una estadística inferencial dado para el análisis de la información de una muestra tomada del total de los visitantes nacionales que llegaron al Museo de Sitio Pucllana para poder deducir lo que se estimado en dicha

población y así proceder al análisis de las hipótesis que se describieron en este estudio.

Con ello, se dedujo tal como indica Gomez (citado en Mandamiento & Ruiz, 2017), que se permitió tener conclusiones a partir de supuestos definidos como hipótesis, mediante la comprobación y demostración de los resultados. A su vez, se aplicó el método analítico, debido a que este no propone resolver el problema, pero si colabora con el entendimiento de la situación, y analiza los distintos parámetros para explicar la conexión con el tema de estudio. (Bunge, citado por Zenteno & Osorno, 2014)

3.7 Aspectos éticos

Esta investigación se encuentra bajo los principios éticos del Comité de Ética de Turismo, donde se prioriza la protección del turista o del consumidor que adquiere los servicios turísticos, además de los derechos a una decisión informada y los derechos sociales de los trabajadores, entre otros principios éticos. (UNWTO, 2020)

Por otro lado, la Organización Mundial de Turismo (2020), resalta la importancia del cumplimiento de estos principios éticos en relación a las recomendaciones publicadas por la Organización Internacional del Trabajo para asegurar un trabajo saludable para los colaboradores; y las recomendaciones de protocolos sanitarios y precaución dadas por la Organización Mundial de la Salud, dada la situación que se vive por la pandemia generada por el Covid-19.

Los investigadores se encargaron de asumir la responsabilidad de cumplir con el código de ética en la realización del estudio, el cual se hizo de manera coherente con el fin de evitar errores en los resultados, y así demostrar su veracidad. Además, se emitieron pruebas necesarias para corroborar la data y que esta no se vea tergiversada.

Finalmente, en cuanto a los sujetos en estudio, se tuvo en cuenta su seguridad y comodidad, mediante el uso de un método que brinde confianza. Asimismo, fueron informados acerca del objetivo de estudio y la funcionalidad que este instrumento tendrá, se les dio total libertad para responder, y salvaguardando su identidad.

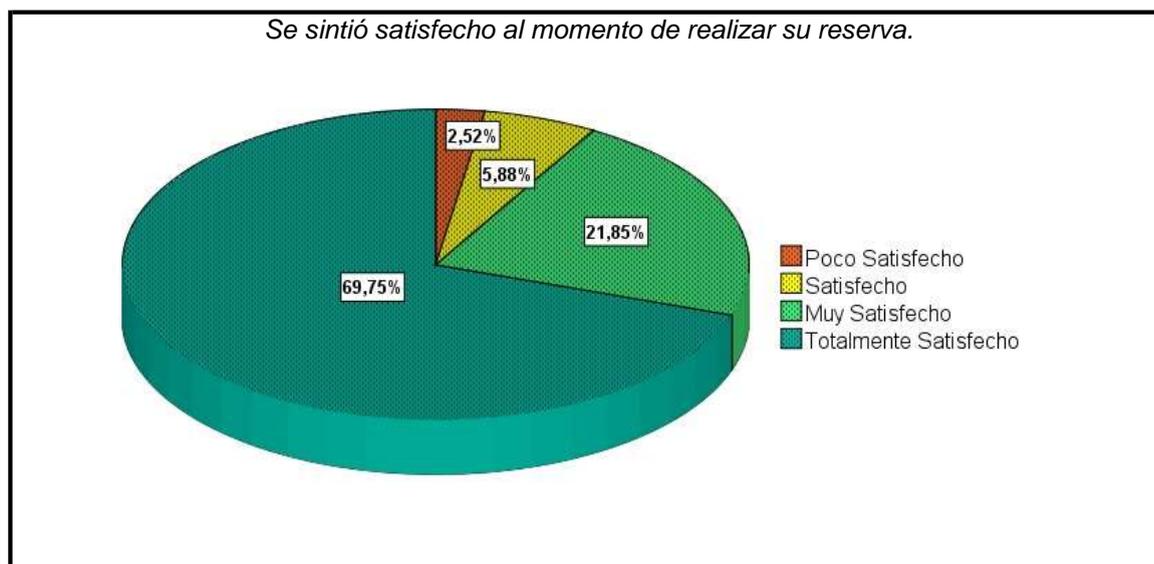
IV. RESULTADOS

Asimismo, se presentaron los resultados del instrumento aplicado a 119 visitantes nacionales que llegan al Museo de Sitio Pucllana en tiempos de Covid-19. Con ello, se procedió a mostrar los resultados de los objetivos específicos de acuerdo al orden propuesto en la presente investigación. Dichos resultados se presentaron en tablas procesadas a través del programa SPSS 25, expuestas con la finalidad de poder interpretar la información y así identificar el nivel de satisfacción que presentan los turistas en cada ámbito.

Objetivo específico 1: *Identificar el rendimiento percibido del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021.*

Resultados por indicadores:

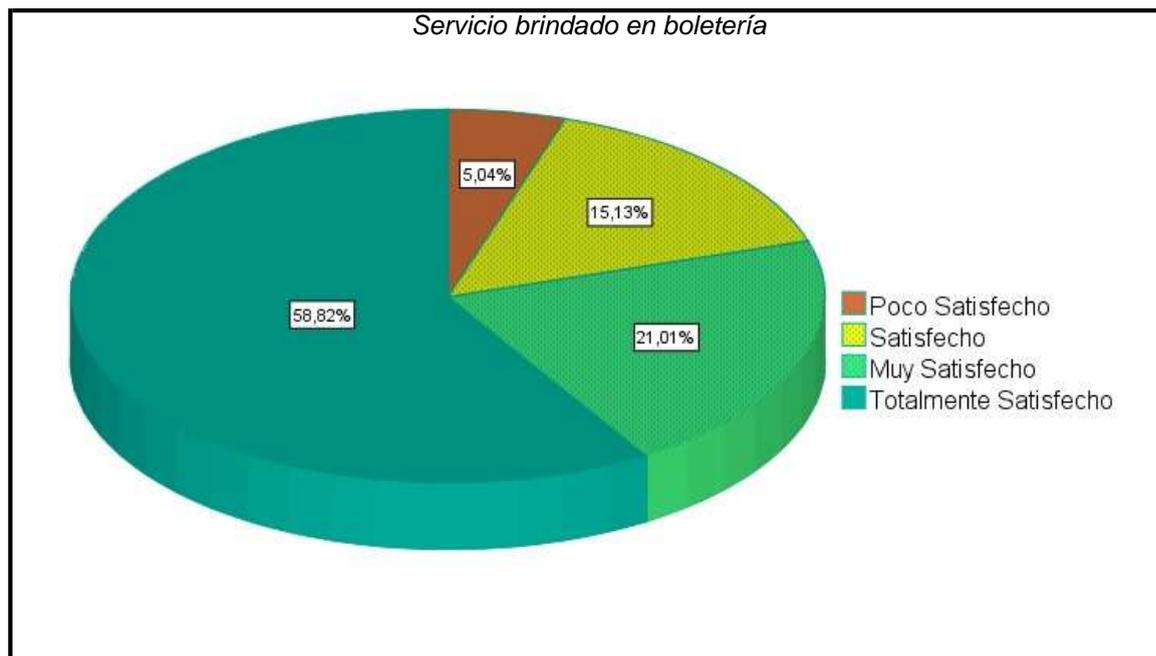
Figura 1.



Fuente: *Extraído del software estadístico SPSSv.25*

Los resultados de la figura 1, reflejan que el 69.75% de los visitantes nacionales que llegan al Museo de Sitio Pucllana, se sienten totalmente satisfechos en relación a su reserva, indicando que esta nueva modalidad virtual le facilita el acceso al museo. Asimismo, se logra identificar a un 21.85% de turistas nacionales muy satisfechos y un 5.88% solamente satisfechos con respecto a este proceso. Por otro lado, el 2.52% del total de estos visitantes se encontró poco satisfecho, resaltando que no tienen buen manejo de los medios digitales y se les dificultó hacer su reserva.

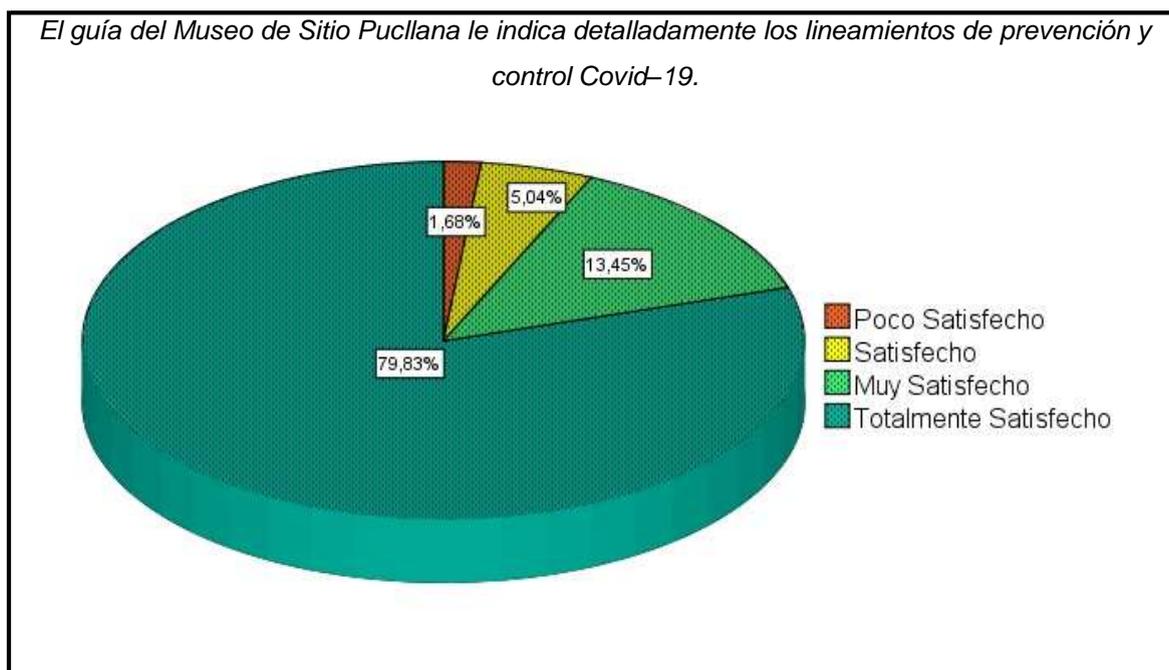
Figura 2.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 2, resaltan la satisfacción del servicio brindado en el área de boletería del Museo de Sitio Pucllana, de tal forma, se deduce que el 58.82% de los visitantes nacionales se sienten totalmente satisfechos con la atención que se les ofreció por parte en el personal encargado de dicha área, a su vez, se identificó que el 21.01% de los encuestados se encuentra muy satisfecho respecto a este indicador, y el 15.13% de los turistas nacionales está satisfecho. En su mayoría, los visitantes nacionales que fueron encuestados mencionan que el costo de y proceso de pago es muy accesible, ya que se puede pagar tanto en efectivo, como también con tarjetas y sobre todo a la hora de ingreso, lo cual les permite tener mayor confianza en caso de no poder asistir el día reservado. Sin embargo, también se encontró un 5.04% de visitantes poco satisfechos con el servicio que se les brindó al momento de cancelar el pago en caja, sin especificar el motivo de su molestia o incomodidad que se les pudo ocasionar en su pago correspondiente de su ingreso.

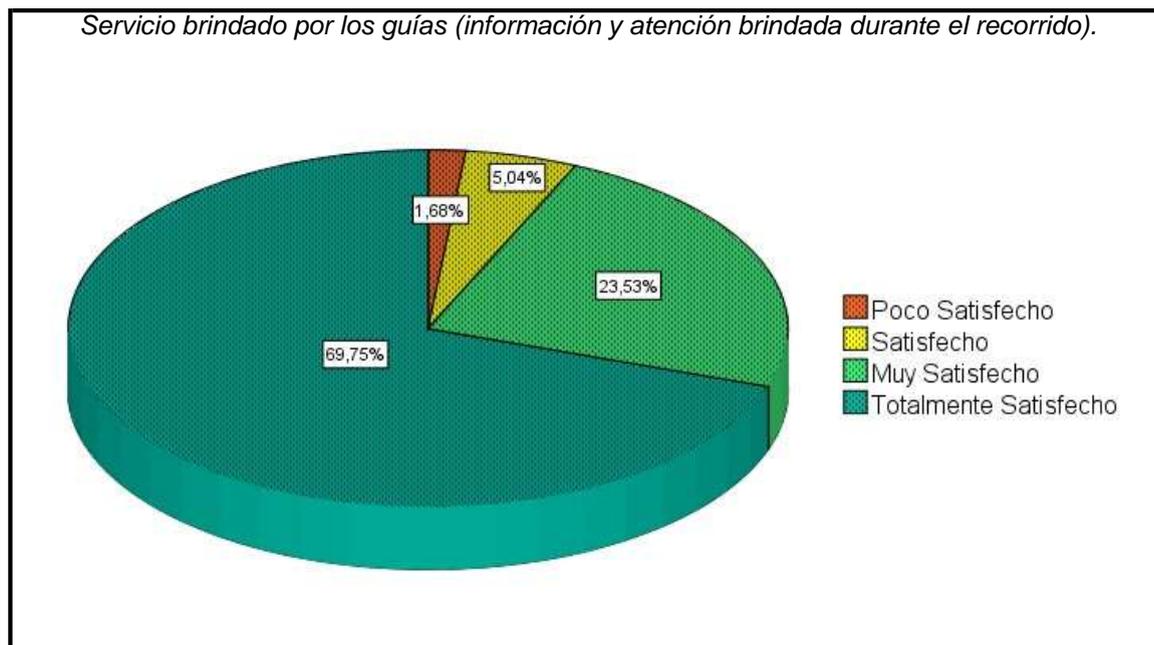
Figura 3.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 3, en relación a los lineamientos de prevención y control Covid-19 mencionados detalladamente por el guía encargado del grupo, reflejan que el 79.83% del total de visitantes nacionales encuestados se sienten totalmente satisfechos, ya que se logró entender con claridad las indicaciones que se les brindó, así mismo, el 13.45% de las personas que llegaron a visitar el Museo de Sitio Pucllana está muy satisfecho con la forma en que se da esta información acerca de cómo contribuir a la prevención del Covid-19, tal como el 5.04% de estos turistas nacionales que solo se encuentran satisfechos, e indican que es lo que ellos esperaban por parte de los guías o algún personal dentro del Museo de Sitio. Finalmente, se obtiene que el 1.68% de encuestados se encuentra poco satisfecho con estas indicaciones, ya que señalan que los lineamientos indicados no se logran escuchar con total claridad por diferentes motivos (espacio muy abierto, uso de mascarillas, ruido por parte de los demás visitantes, entre otros).

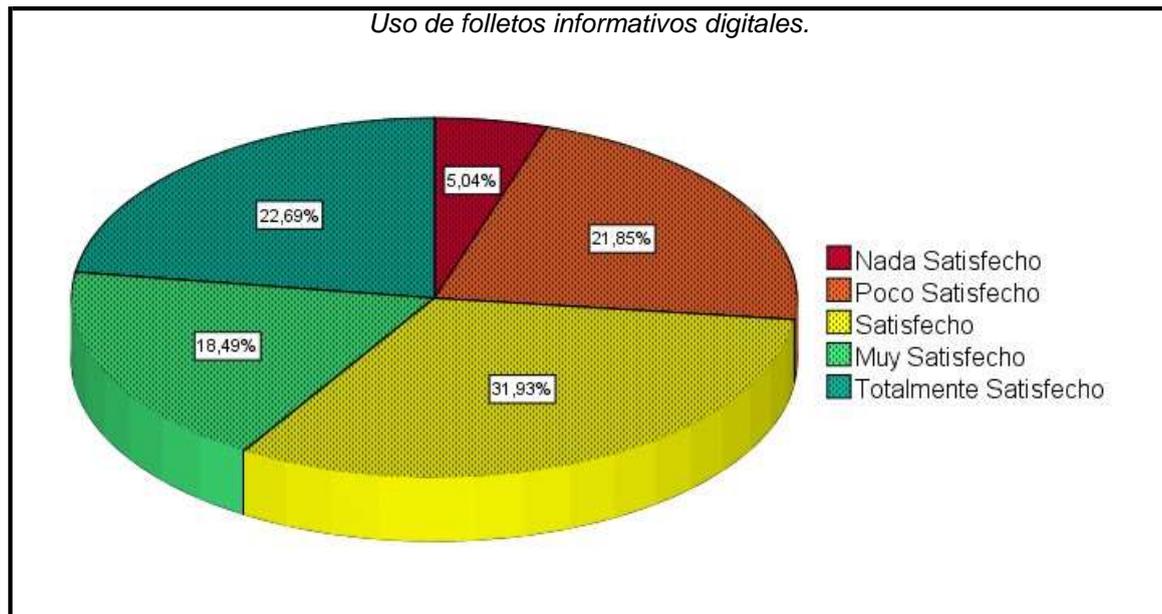
Figura 4.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 4, indican que existe un 69.75% de turistas nacionales totalmente satisfechos, los cuales resaltan que la información y atención brindada por los guías del Museo de Sitio Pucllana es completa y responde a muchas dudas e interrogantes que se formulan durante el recorrido, además se dedujo que el 23.53% de visitantes está muy satisfecho con la información proporcionada, mientras que el 5.04% de encuestados se siente únicamente satisfecho con la atención que los guías le pudieron brindar en el interior del atractivo turístico. Por último, las personas encuestadas restantes (1.68%) indican estar poco satisfecho con este servicio, tal como en el ítem anterior debido a que el uso de mascarillas y los demás motivos circunstanciales dificultan el entendimiento de la información que es dada por los guías y ello conlleva a una falta de concentración y atención hacia ellos.

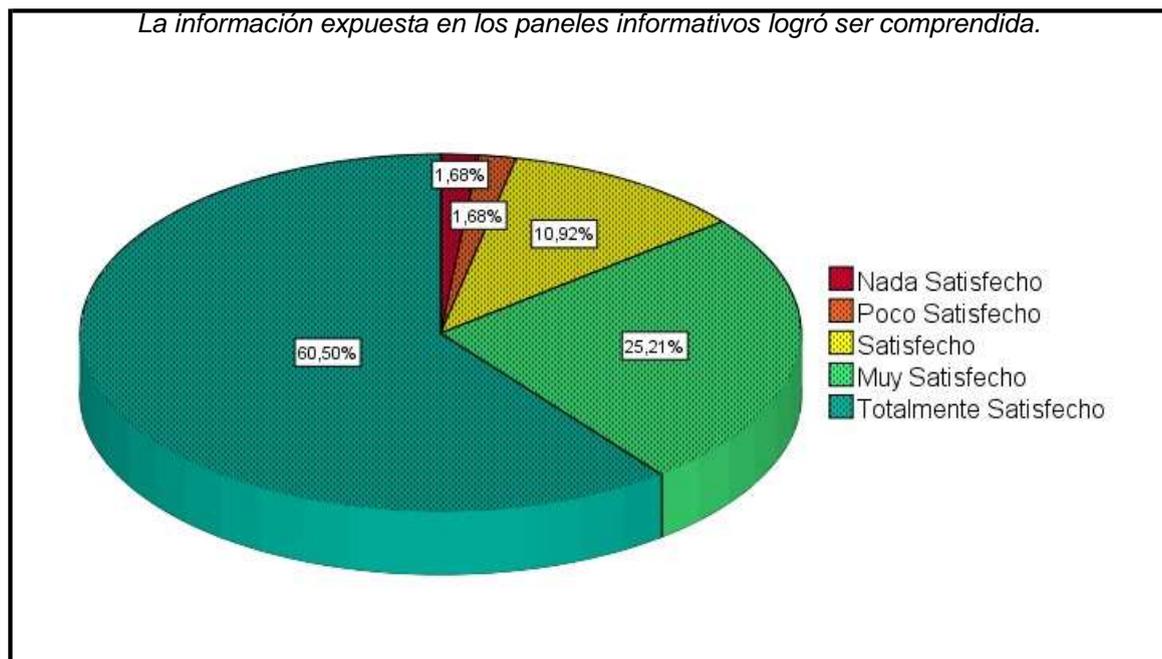
Figura 5.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 5, en relación al uso de folletos informativos digitales que brinda el Museo de Sitio Pucllana, muestran que hay una variación similar entre las escalas de satisfacción. De tal modo, se deduce que los visitantes nacionales que se sienten satisfechos son el 31.93%, mientras que el 22.69% se siente totalmente satisfecho. En contraste a ello, el 21.85% de turistas nacionales poco satisfecho. Asimismo, el 18.49% se encuentra muy satisfecho con este medio y finalmente se refleja a un 5.04% de encuestados nada satisfechos. En cuanto a los niveles superiores de satisfacción, los visitantes resaltan que la interacción de estos folletos con su página web es muy interesante y les permite conocer mejor la cultura que se desarrolló en este lugar, y los visitantes que indican su satisfacción en los niveles inferiores mencionan que no lograron visualizar este folleto digital, y que deberían indicar donde poder encontrarlo mediante un mensaje junto con la reserva que realizan.

Figura 6.

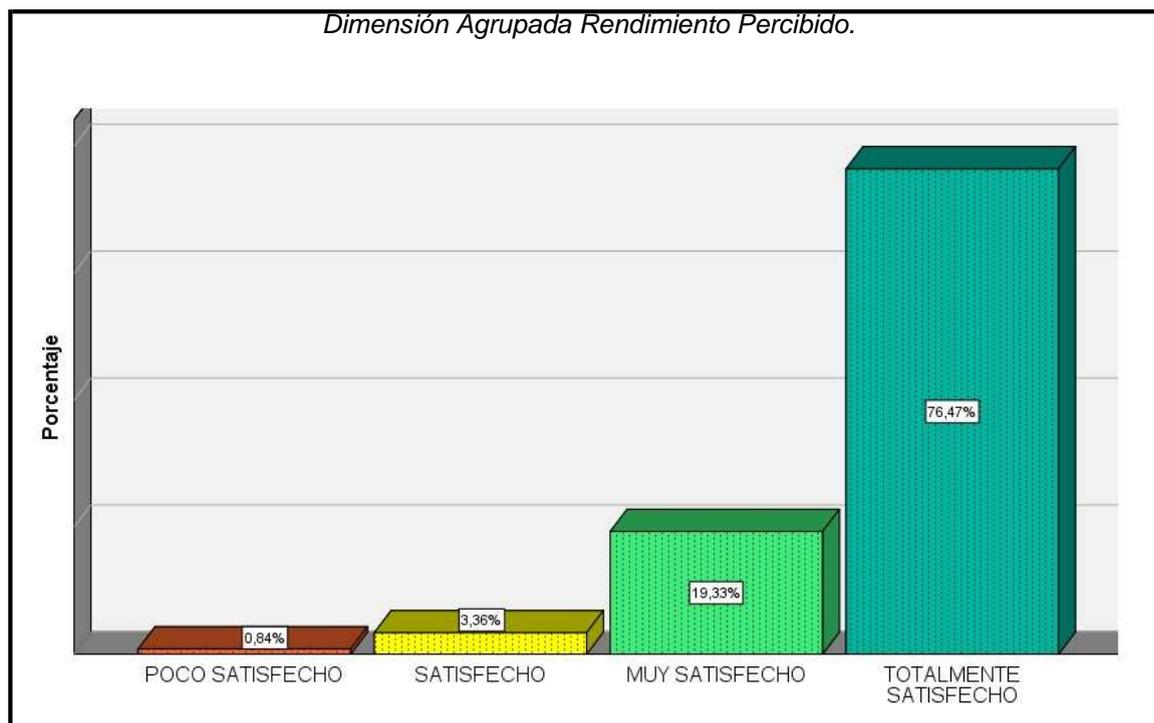


Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 6, respecto a la información expuesta en los paneles informativos, refleja la satisfacción de los visitantes nacionales que llegan al Museo de Sitio Pucllana de la siguiente manera: el 60.50% se siente totalmente satisfecho, el 25.21% se encuentra muy satisfecho, y el 10.92% solamente satisfecho; dichos encuestados mencionan que la información expuesta en dichos paneles se logra visualizar de forma clara, permitiendo que sea entendible para los visitantes que llegan al museo. Por otro lado, se encuentra una igualdad en el porcentaje restante, este porcentaje abarca a los turistas nacionales que indicaron encontrarse poco satisfecho y los que se encontraron nada satisfecho en relación a este ítem, identificándose el 1.68% en cada nivel, resaltando que, al trasladarse de forma rápida entre los puntos establecidos, no se logra visualizar de forma clara la información expuesta.

Resultados por Dimensión:

Figura 7.



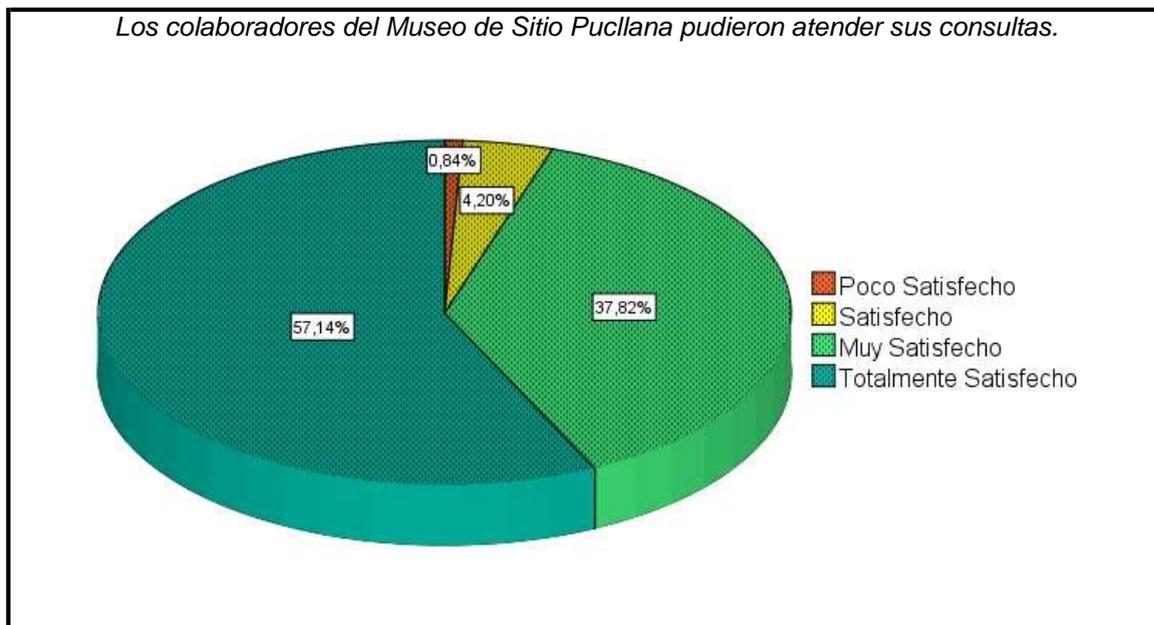
Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la primera dimensión, reflejan el nivel de satisfacción respecto al rendimiento percibido por los visitantes nacionales en el Museo de Sitio Pucllana, donde se obtiene que el 76.47% de los encuestados se encuentran totalmente satisfechos, ello en relación al proceso de reserva, atención en boletería e información brindada por los guías del establecimiento. Asimismo, resaltan que la atención e información brindada por los guías es excelente y muy profesional, ya que están atentos a ayudar en lo que se requiera. Por ende, se deduce que, respecto al resultado de totalmente satisfecho se descarta la hipótesis nula y se acepta la hipótesis afirmativa, la cual indica **“El rendimiento percibido del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 es alto”**.

Objetivo específico 2: Identificar las expectativas del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021.

Resultados por indicadores:

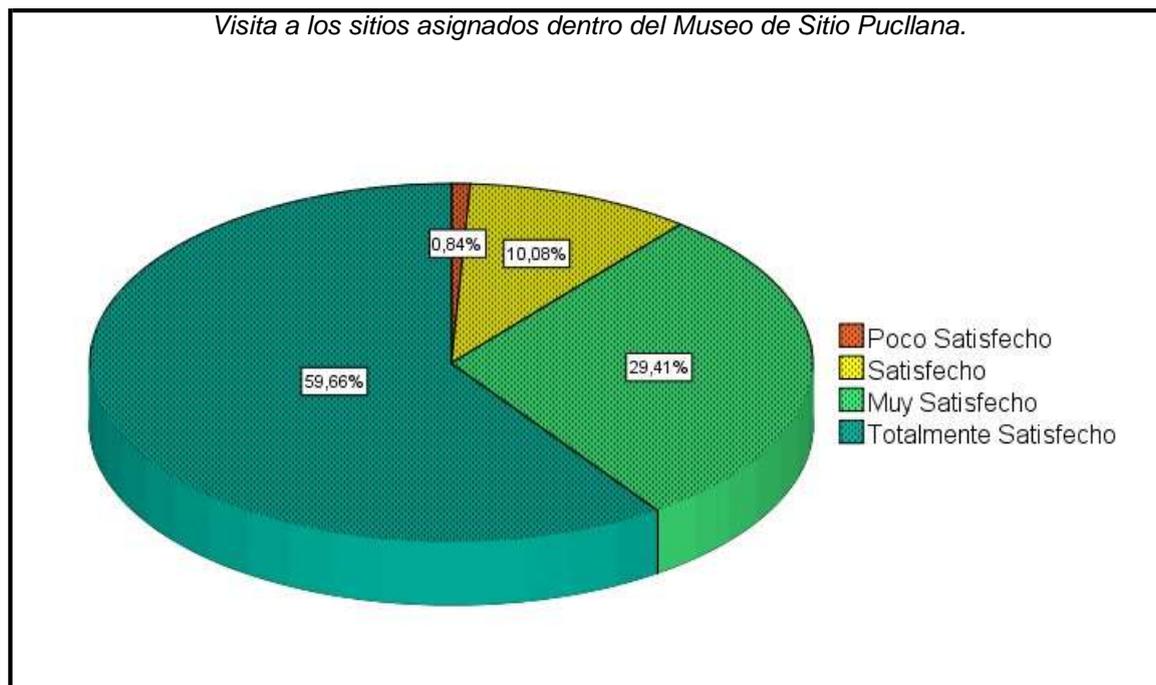
Figura 8.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 8, reflejan la satisfacción de los visitantes nacionales en cuanto a la atención brindada por los colaboradores del Museo de Sitio Pucllana. Siendo así que, el 57.14% de encuestados nacionales se encuentra totalmente satisfecho con la atención que los colaboradores de las distintas áreas les pudieron brindar, entre dichos colaboradores enmarcan al personal de limpieza, portería, boletería y guías en general, ya que fueron cordialmente atendidos en lo que requerían al momento de solicitar ayuda, de igual manera un 37.82% se siente muy satisfecho, y el 4.20% solo menciona que está satisfecho e indica que es necesario cumplir con ello en todo destino que se visite. Por el contrario, el 0.84% se encontró poco satisfecho debido a que sus consultas no fueron del todo resueltas o en algunos casos no lograron encontrar a quien realizar sus consultas o peticiones de ayuda en el momento que lo requerían.

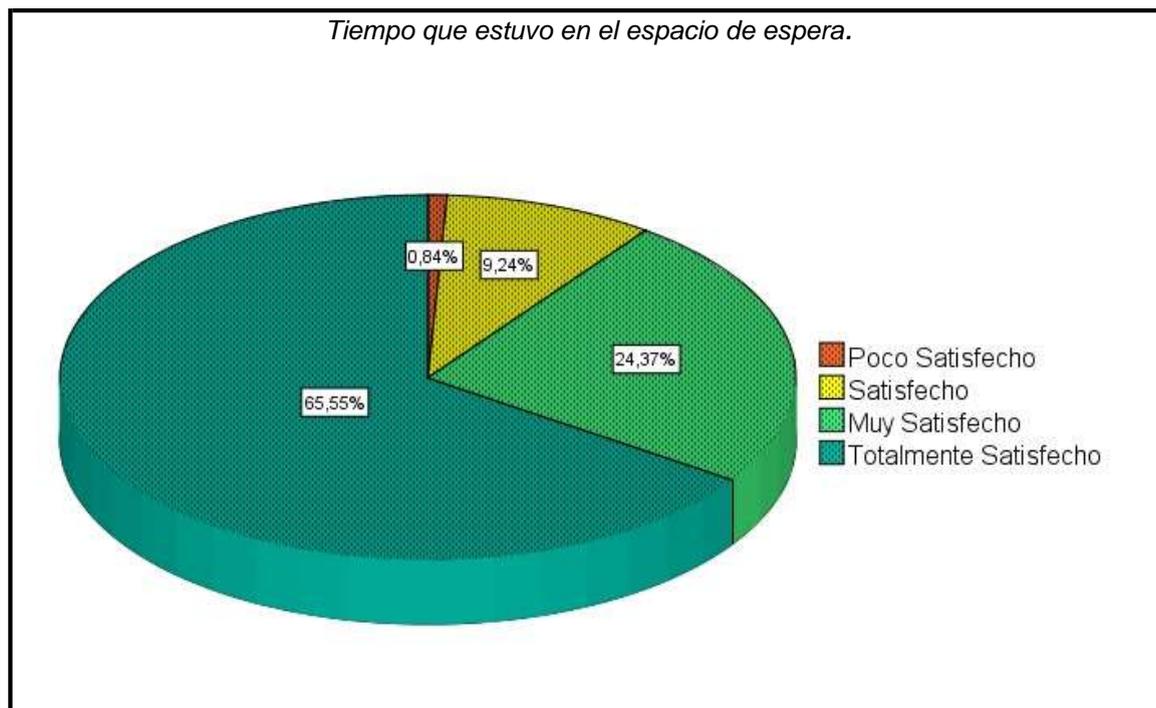
Figura 9.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 9, indican que el 59.66% de los visitantes nacionales que llegan al Museo de Sitio Pucllana se sintieron totalmente satisfechos con el recorrido y los puntos que se visitó, resaltando que la visita en el área de la flora y fauna nativa es un punto a favor para atraer más visitantes. Asimismo, el 29.41% se encuentra muy satisfecho y el 10.08% solamente están satisfechos con este trayecto realizar en su visita. En último lugar, se encuentra a un 0.84% de visitantes nacionales poco satisfechos, mencionando que les hubiese gustado encontrar el establecimiento con mayores investigaciones para complementar su recorrido además de ingresar a la sala de exposiciones, ya que los grupos son pequeños y se puede organizar de alguna forma para que dichos visitantes puedan terminar su visita mucho más satisfechos. Por otro lado, cabe resaltar que la zona de flora y fauna dentro del Museo de Sitio Pucllana, es un extra que los mismos colaboradores del museo han implementado, y que el sitio arqueológico sigue siendo su principal atractivo.

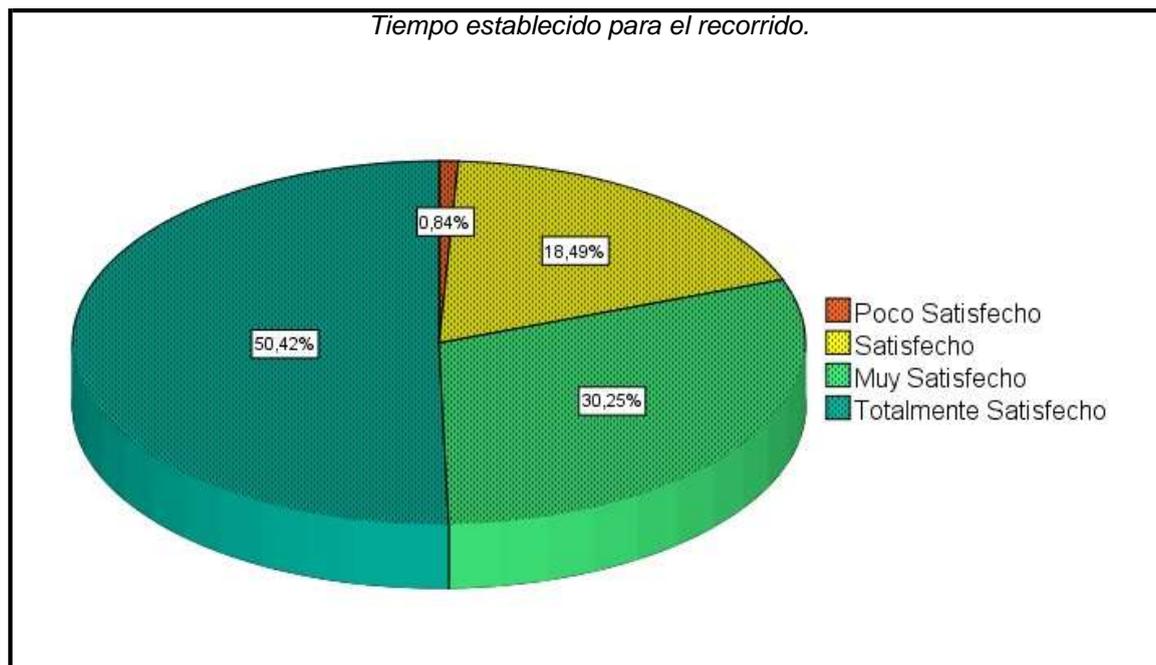
Figura 10.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 10, respecto al tiempo que los visitantes nacionales permanecieron en el espacio de espera del Museo de Sitio Pucllana, se identificó que el 65.55% de los encuestados se encontró totalmente satisfecho, indicando que se maneja un horario bien establecido, el 24.37% se encontró muy satisfecho, y el 9.24% se sintió solamente satisfecho con relación a este ítem, además cabe resaltar que no se espera mucho tiempo en este espacio, ya que los recorridos inician de acuerdo al horario de reserva que el turista solicitó. Sin embargo, también se refleja el 0.84% de turistas nacionales poco satisfechos, los cuales mencionan que se les hizo esperar unos minutos demás para iniciar el recorrido. Asimismo, se menciona que el turista debe estar en el Museo minutos antes de la hora que indicó en su reserva, esto no quiere decir que se iniciará antes de lo normal, sino que se da para que así no se tenga inconvenientes al momento de iniciar con el circuito.

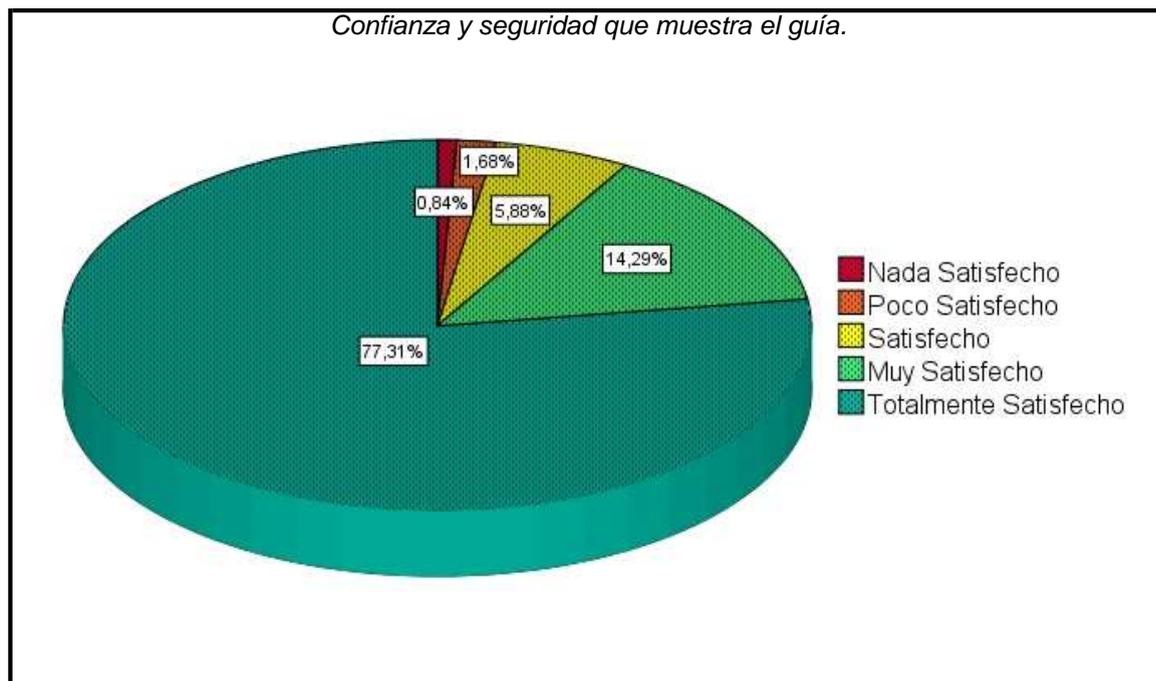
Figura 11.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 11, dan a conocer que el tiempo del recorrido es el necesario para poder saber más acerca de la cultura que se estableció en el Museo de Sitio Pucllana. Con ello, se sabe que, del total de visitantes nacionales encuestados, el 50.42% se encuentra totalmente satisfecho, el 30.25% está muy satisfecho y el 18.49% indicaron estar satisfechos. Esto se debe a que los turistas nacionales pueden comprender la historia e información de cada área que visitan, y que es suficiente tiempo para los datos importantes que se mencionan de cada uno de dichos puntos. Por otro lado, los encuestados restantes (0.84%) se encuentran poco satisfechos con relación a este ítem y recomiendan que el recorrido debería darse más pausado para que puedan sacarse recuerdos fotográficos sin necesidad de perderse la explicación del guía, ya que, en algunos puntos por el tema de las fotografías, tienen que apresurar el paso para llegar al punto siguiente donde se encuentra el guía brindando la información de ese siguiente espacio a visitar.

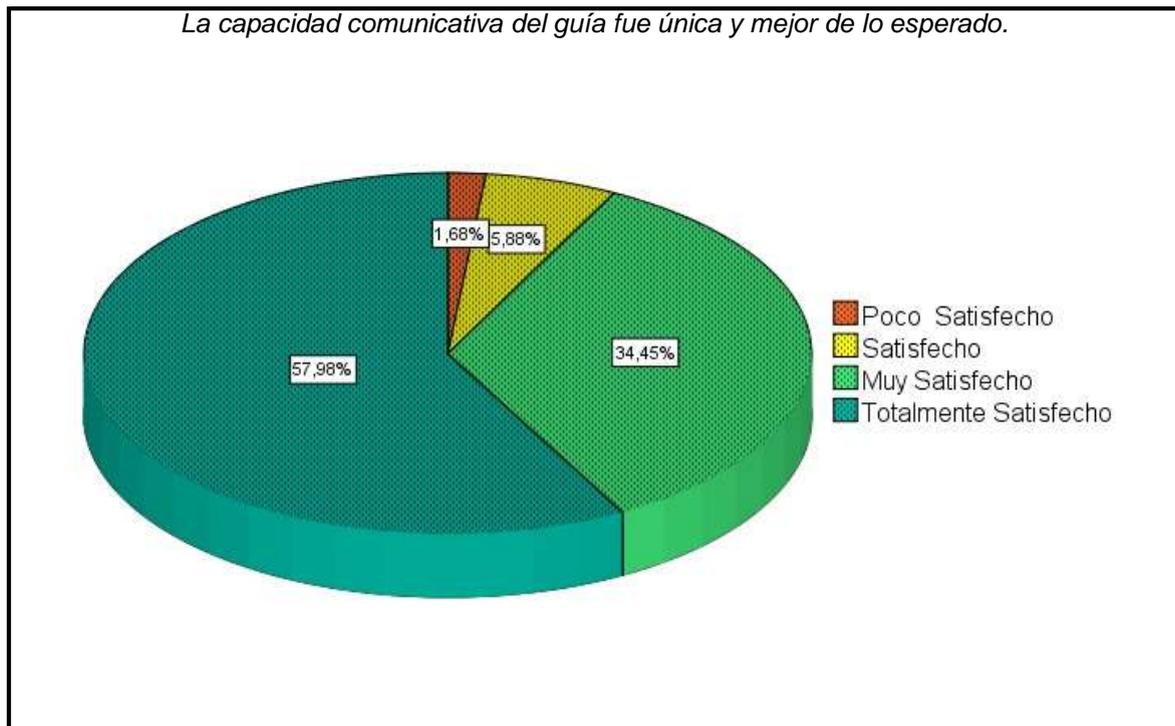
Figura 12.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 12, demuestran que los guías del Museo de Sitio Pucllana brindan la seguridad y confianza necesaria a los visitantes nacionales, ya que los encuestados que están totalmente satisfechos son el 77.31%, representando a la mayor parte de los turistas encuestados, mientras que el 14.29% se siente muy satisfecho y los que están solamente satisfechos son el 5.88%, indicando que los guías encargados de los diferentes grupos hacen sentir la seguridad que todo visitante necesita en la situación actual que se vive debido a la crisis sanitaria ocasionada por la pandemia del Covid-19, ello se da a través del buen dominio en el tema, además de generar confianza en todo el grupo. Por otro lado, se refleja a los turistas nacionales que se encuentran poco satisfechos (1.68%) y a aquellos que se encuentran nada satisfechos (0.84%) indicando que no se sintieron en confianza porque en sus grupos no se respetó el distanciamiento establecido para la prevención del virus mencionado.

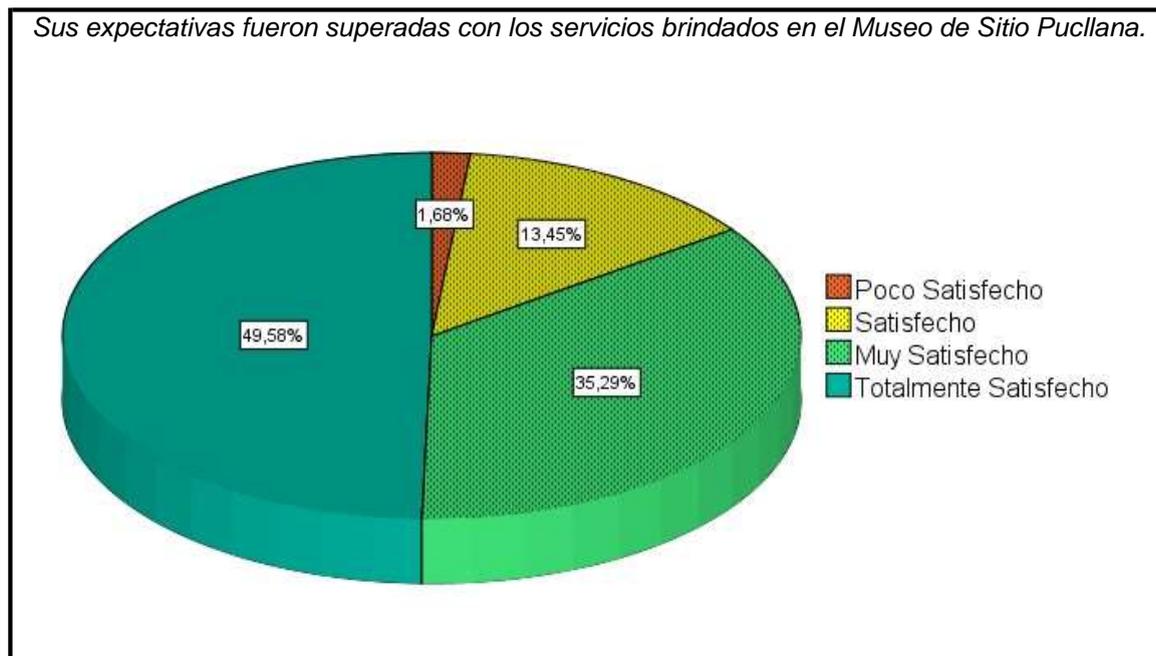
Figura 13.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 13, indican que el 57.98% de los visitantes nacionales que llegan al Museo de Sitio Pucllana están totalmente satisfechos y piensan que la capacidad comunicativa del guía fue mucho mejor de la que ellos esperaban, mientras que el 34.45% del total que se encontró muy satisfecho y el 5.88% simplemente mencionaron estar satisfechos, ya este ítem fue tal cual lo esperaban por parte de los guías encargados de brindar el recorrido turístico. Finalmente, se obtiene al 1.68% de encuestados que se sienten poco satisfechos, resaltando que al igual que en la figura 3 y 4, el factor por el cual no se encontraron satisfechos, fue debido a que el uso de las mascarillas dificulta la capacidad comunicativa entre el visitante y el guía. Sin embargo, indican que, aunque tenga mucho que ver en su satisfacción, aceptan el uso de tal implemento de bioseguridad, puesto que es obligatorio y por el cuidado de la salud.

Figura 14.

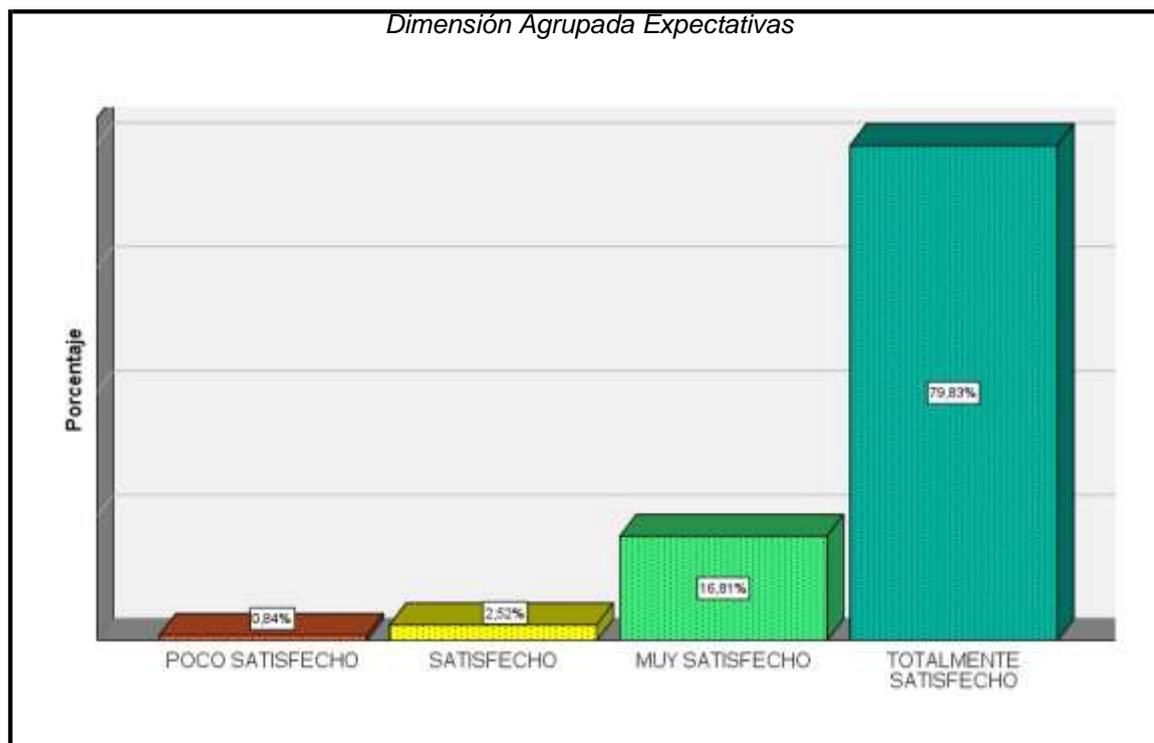


Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 14, respecto a las expectativas que tenían los visitantes nacionales con los servicios brindados en el Museo de Sitio Pucllana, se refleja que el 49.58% de los encuestados se encontraron totalmente satisfechos, por ello, mencionan que los colaboradores del establecimiento se encuentran bien coordinados y saben administrar los tiempos para que no se genere aglomeración y por consecuencia insatisfacción por parte de los visitantes que llegan al destino. Asimismo, el 35.29% de los turistas nacionales se encontró muy satisfecho, e indican que el servicio en general fue en cierta parte mejor de lo esperado. Además, se tiene a un 13.45% del total de visitantes nacionales que se encontró satisfecho con el servicio, dichos encuestados resaltan que cumplieron sus necesidades y es lo que esperaban previo a su visita. Sin embargo, existe un 1.68% que estuvo poco satisfecho, por lo que se deduce que esperaban mucho más por parte del servicio que los colaboradores pudieron brindarle al interior del museo.

Resultados por Dimensión:

Figura 15.



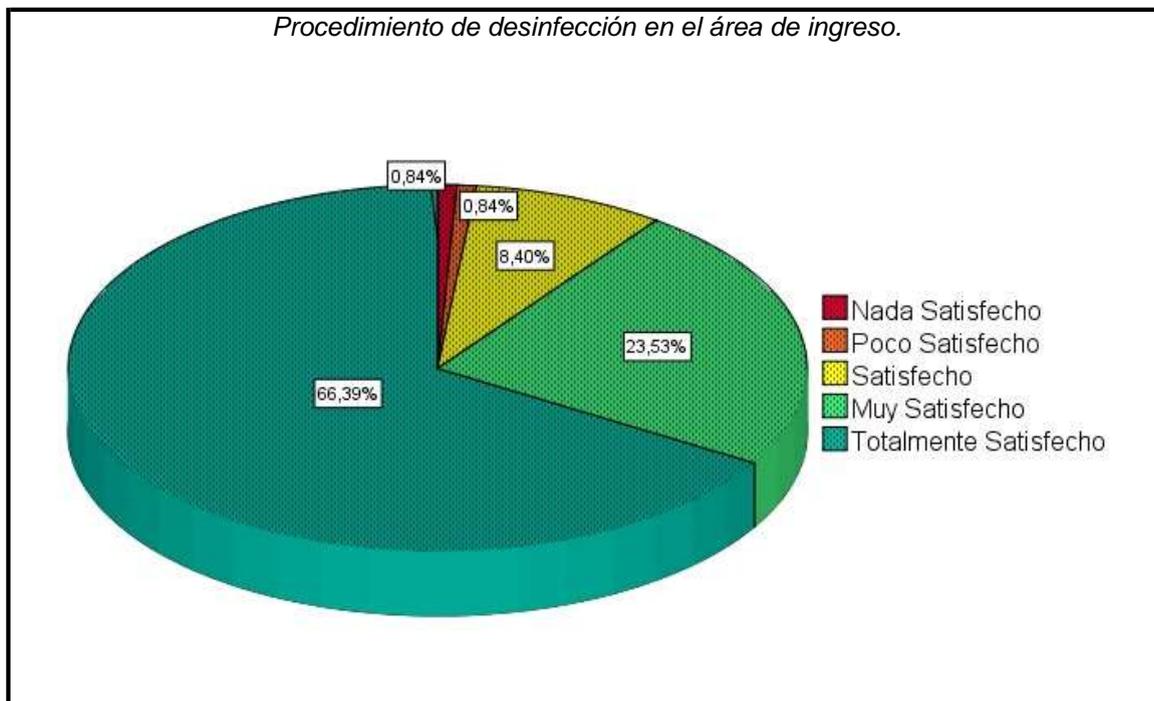
Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la segunda dimensión, reflejan el nivel de satisfacción respecto a las expectativas que los visitantes nacionales tenían antes y después de visitar el Museo de Sitio Pucllana, indicando que el 79.83% se encontró totalmente satisfecho, debido a que todas sus consultas fueron muy bien atendidas y superaron las expectativas que tenían previo a su visita, además de resaltar que se sintieron en total confianza con los guías y los puntos que se visitó. Por ello, se deduce que, de acuerdo al resultado obtenido de totalmente satisfecho se acepta la hipótesis afirmativa, la cual señala **“Las expectativas del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 son altas”**. Por consecuencia, se descarta la hipótesis nula.

Objetivo específico 3: Identificar la seguridad biosanitaria del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021.

Resultados por indicadores:

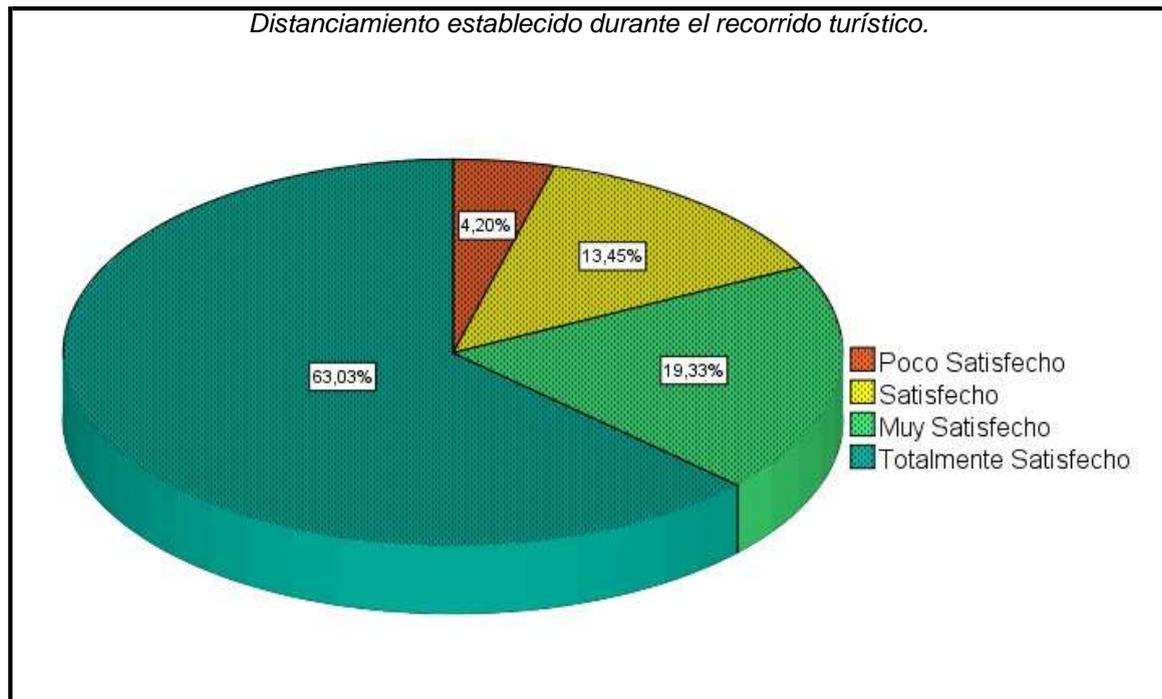
Figura 16.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 16, reflejan una amplia diferencia en cuanto a la satisfacción de los visitantes nacionales que llegan al Museo de Sitio Pucllana, ya que se obtuvo que un 66.39% de los encuestados se encontró totalmente satisfecho con el procedimiento que se lleva a cabo para la desinfección de los turistas. Asimismo, se encontró muy satisfecho al 23.53% de los turistas nacionales, y de los restantes a través de la encuesta aplicada se logra reflejar que se hallaron poco satisfecho (0.84%) y nada satisfecho (0.84%) con este procedimiento, indicando que procedimiento debe ser más estricto al momento de la desinfección señalando que observaron visitantes que no seguían este procedimiento con total responsabilidad.

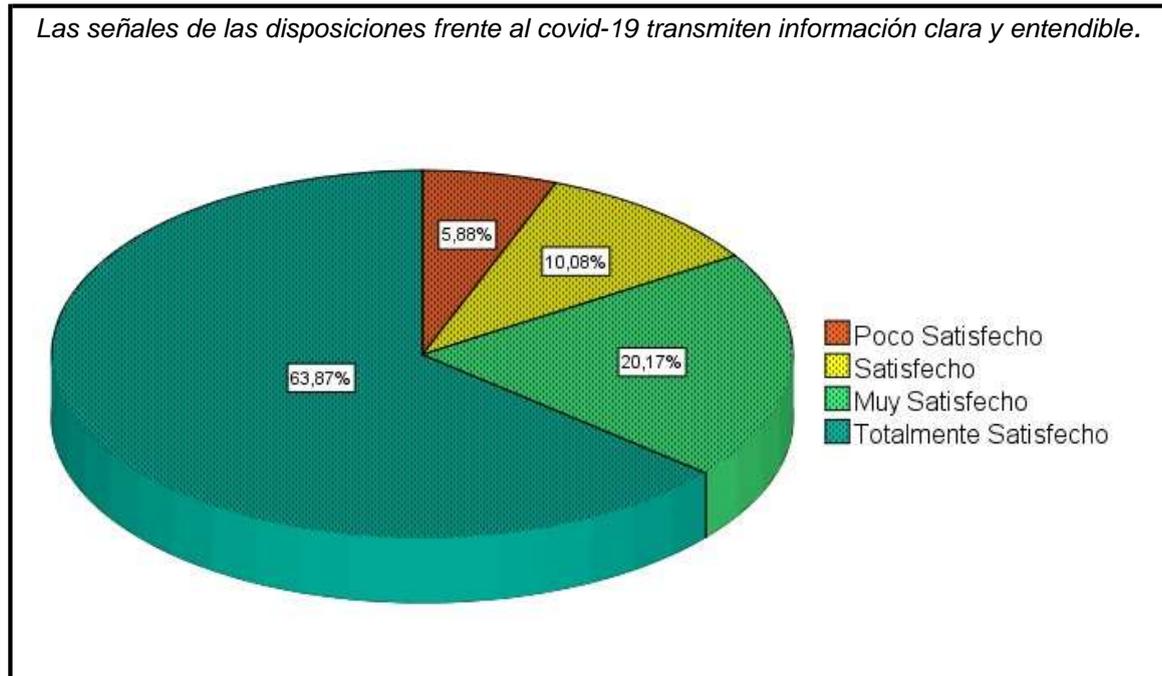
Figura 17.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 17, indican que, en cuanto al distanciamiento en el Museo de Sitio Pucllana, el 63.03% de los turistas encuestados se encuentran totalmente satisfecho, el 19.33% indica que se siente muy satisfecho y el 13.45% solamente se sintió satisfecho, debido a que se establece un orden adecuado durante el recorrido, lo cual evita el contacto con otros visitantes y aporta a la seguridad de todo el grupo que se encuentra en trayecto. Por otro lado, el 4.20% se encontró poco satisfecho debido a que no se respetó este ítem en algunos puntos visitados. Cabe resaltar que los datos son tomados de grupos distintos que visitan el museo, por lo que en algunos grupos el distanciamiento se respeta con total normalidad y responsabilidad, y en otros no se cumple por diferentes motivos (familia, pareja y amigos), por lo cual se llega a incomodar a algunos visitantes que desean que a pesar del parentesco que se tenga se respete el distanciamiento indicado por el Ministerio de Cultura (*Ver anexo 2*).

Figura 18.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 18, reflejan una gran cantidad de visitantes nacionales que indican estar totalmente satisfechos (63.87%) con relación a las señales de disposición frente al Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, ya que esta presenta claramente las formas de prevenir el contagio del virus, el cual hoy en día afecta a nivel mundial (*Ver anexo 14*). Asimismo, el 20.17% de los turistas encuestados está muy satisfecho y el 10.08% solamente indica estar satisfecho con ello, resaltando que la información de esta señalética es entendible, pero debería ubicarse en un lugar diferente. Sin embargo, también se refleja a un 5.88% que indicó encontrarse poco satisfecho, debido a que no lograron visualizar estas señales. De este último porcentaje se deduce que no visualizaron estas indicaciones debido a que llegaron a la hora exacta del recorrido, e ingresaron de manera rápida una vez realizado el pago correspondiente en boletería. A su vez, se recomienda colocar estas disposiciones en la sala de espera, para que así puedan observarla más detenidamente.

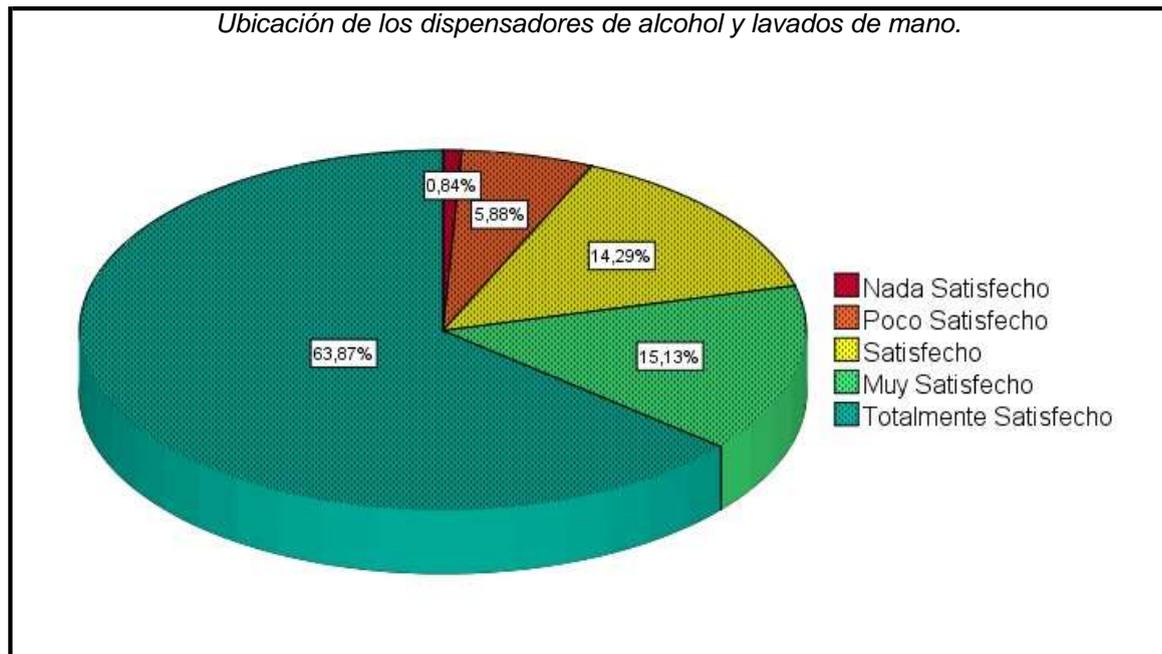
Figura 19.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 19, dan a conocer que el 53.78% de los visitantes nacionales se encontró totalmente satisfecho respecto a las señales de prevención a lo largo del recorrido en el Museo de Sitio Pucllana, así mismo, un 21.01% quedó muy satisfecho con ello, y el 15.13% se sintió solamente satisfecho. En su mayoría resaltan que dicha señalética está muy bien ubicada, ya que el lugar no se llenó de estas señales, además indican que así no se ve afectada la parte visual del Sitio Arqueológico y las demás áreas dentro del museo de sitio. De los encuestados restantes, el 7.56% indica estar poco satisfecho y el 2.52% nada satisfechos, mencionando que las señales deberían colocarse alrededor de todo el circuito turístico para que se tenga presente las indicaciones en todo momento, ya que hay personas que se pueden excusar en ello para no cumplir con esta obligación preventiva.

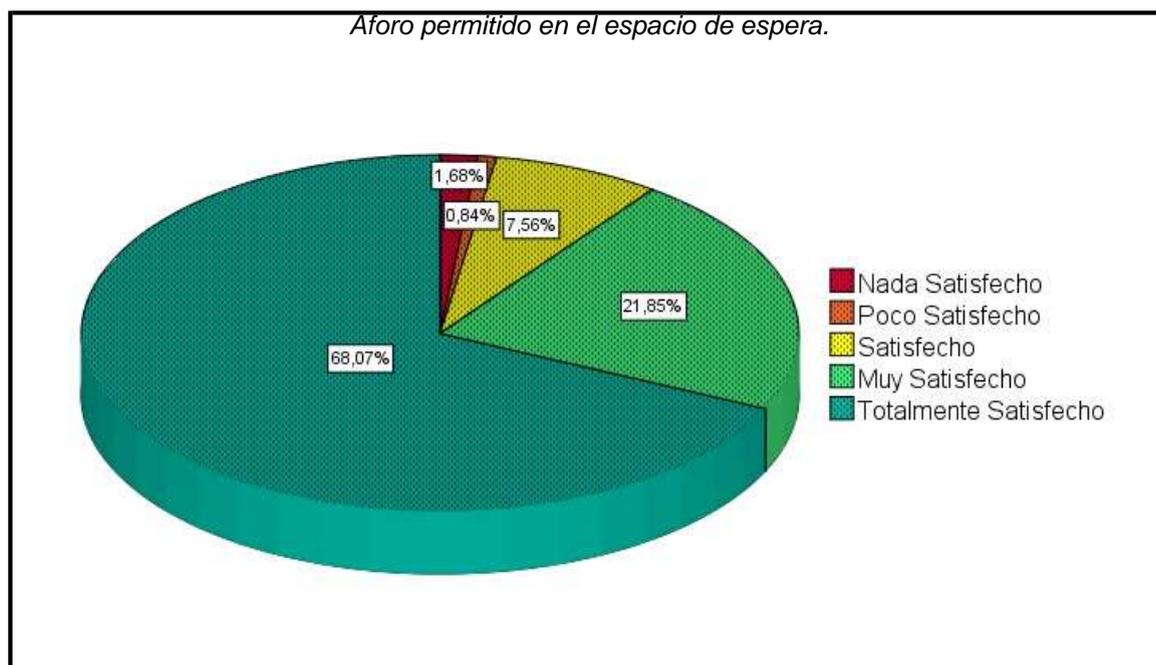
Figura 20.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 20, respecto a la ubicación de los dispensadores de alcohol y lavados de mano en el Museo de Sitio Pucllana, indican que existe un 63.87% de visitantes nacionales totalmente satisfechos, a su vez, el 15.13% se encontró muy satisfecho y el 14.29% señalan haberse sentido satisfechos. Adicionalmente, indican que hacen una labor importante al medir la temperatura antes de realizar su pago en boletería, evitando pagos innecesarios en caso de mantener una temperatura elevada y consecuentemente incomodidades por ambas partes. Por otro lado, el 5.88% se siente poco satisfecho y el 0.84% nada satisfecho, debido a que esperaban encontrar mayores dispensadores de alcohol durante el recorrido, y señalan que la desinfección es constantemente, además de la duración del recorrido mayor a una hora, para lo cual si es necesaria la desinfección. Sin embargo, cabe resaltar que todo visitante debe portar sus implementos personales de bioseguridad como lo es el alcohol.

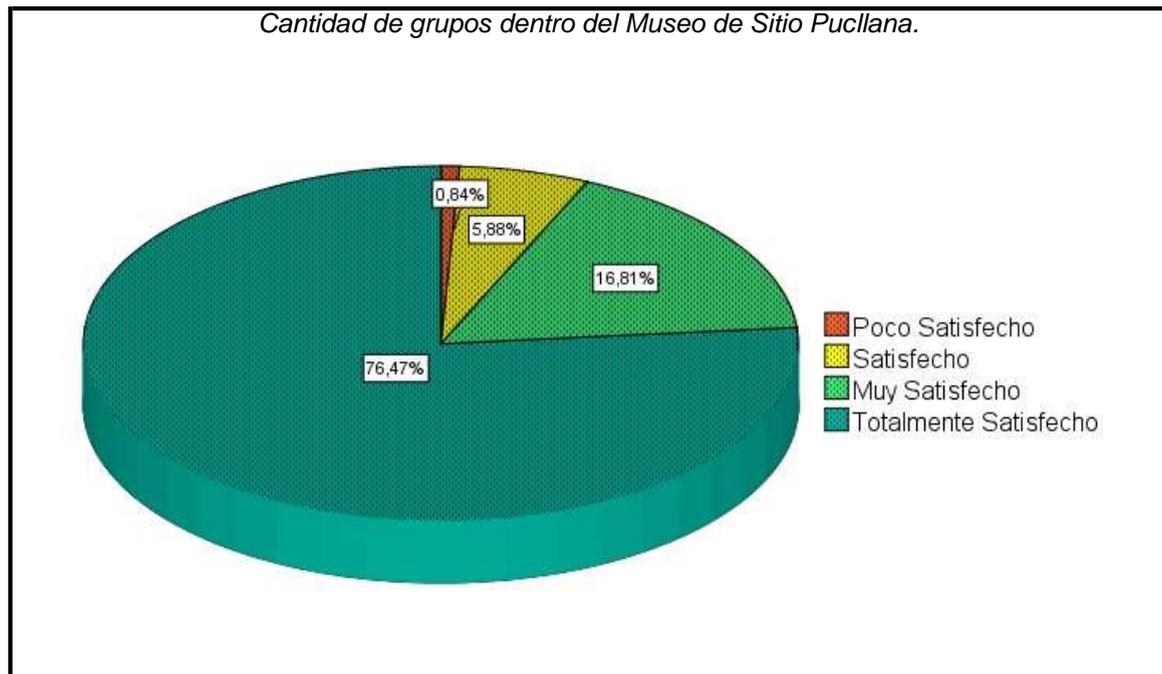
Figura 21.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 21, reflejan que el 68.07% de los visitantes nacionales que llegan al Museo de Sitio Pucllana se encontraron totalmente satisfechos, respecto el aforo permitido en el espacio de espera, el 21.85% se encontró muy satisfecho y el 7.56% indican estar solamente satisfechos, dado que en pocas ocasiones los grupos en espera se cruzan con los grupos que van saliendo, y se hace hincapié en la buena administración y coordinación de horarios, ya que son quienes elaboran su método de trabajo dentro del establecimiento turístico. Por otro lado, en cuanto a los niveles inferiores de la satisfacción se refleja que el 1.68% estuvo nada satisfecho en relación al presente ítem y el 0.84% se hallaba poco satisfecho, indicando que el espacio de espera es pequeño y que no cuenta con asientos personales en caso de asistir de manera individual y encontrarse con los asientos ocupados.

Figura 22.

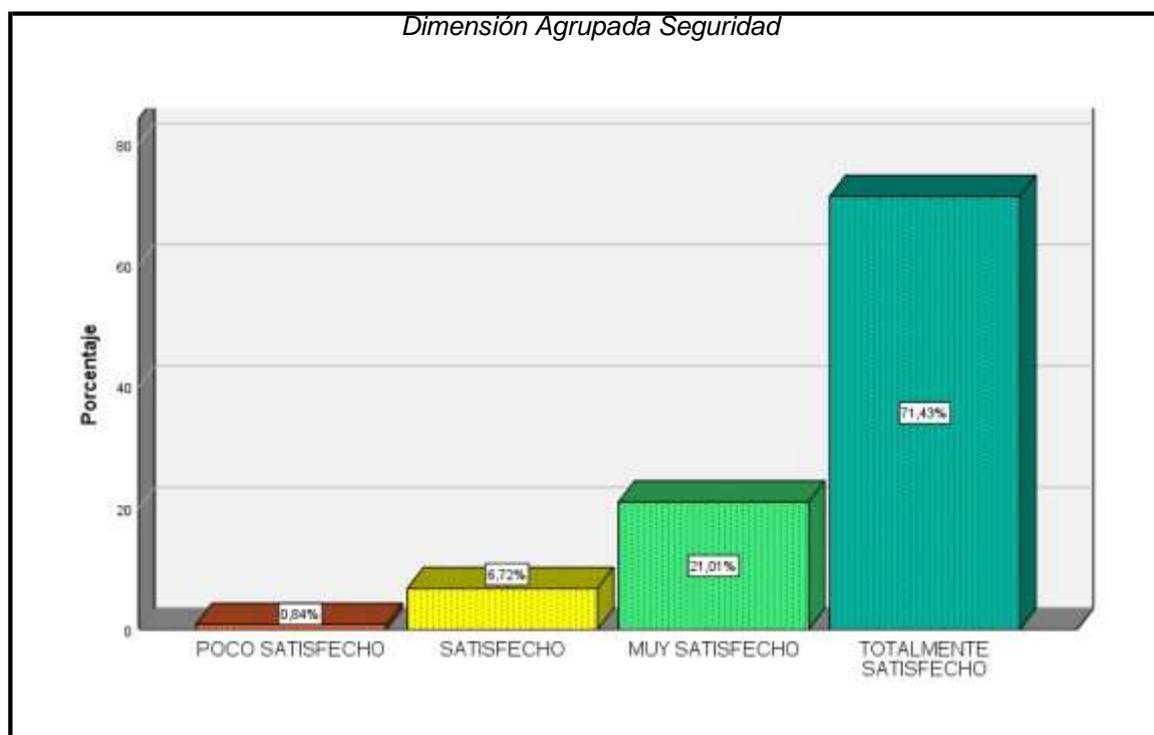


Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la figura 22, refleja que los visitantes nacionales que llegan al Museo de Sitio Pucllana en un porcentaje considerable (76.47%) se encuentran totalmente satisfechos, indicando que ello demuestra una correcta organización por parte de los encargados del museo de sitio, además de la buena coordinación entre los guías para poder manejar a los grupos, de tal manera que estos no se crucen entre ellos a lo largo del circuito turístico. Conjuntamente, el 16.81% indica haberse encontrado muy satisfecho ante la cantidad de grupos establecidos para el recorrido, y el 5.88% de los encuestados se sintieron satisfechos. Se resalta que los grupos no se cruzan en ninguno de los puntos establecidos, ya que el inicio de los recorridos tiene una diferencia de tiempo bien establecido, lo cual beneficia a los grupos a que puedan avanzar sin dificultad y con toda seguridad. Por otra parte, se obtuvo que el 0.84% de los turistas nacionales se encontraron poco satisfechos, por motivos que no son mencionados.

Resultados por Dimensión:

Figura 23.



Fuente: Extraído del software estadístico SPSSv.25

Los resultados de la tercera dimensión, reflejan el nivel de satisfacción respecto a la seguridad que los visitantes nacionales han sentido durante su visita al Museo de Sitio Pucllana, indicando que el 71.43% se sintió totalmente satisfecho. Es así que, resaltan la buena administración del museo, ya que además de contar con todos los implementos de bioseguridad bien establecidos (señalética de lineamientos, dispensadores de alcohol y lavados de mano), tienen un aforo bien definido para que no se ocasione aglomeración en ninguno de los puntos del recorrido y así evitar el contagio del virus denominado como Covid-19. Por lo tanto, se deduce que, según los resultados obtenidos de un alto porcentaje totalmente satisfecho, se descarta la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, la cual señala **“La seguridad biosanitaria del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 es alta.”**

V. DISCUSIÓN

El presente estudio se desarrolló con el principal objetivo de determinar el nivel de satisfacción del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021, consecuentemente, se contrastan los resultados obtenidos con las investigaciones estudiadas dentro de los antecedentes y las bases teóricas relacionadas a la variable en estudio, *la satisfacción*.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se identifica que la calidad del servicio durante el recorrido y la atención posterior de la visita, se complementan entre sí para definir la satisfacción de los turistas, por lo cual se le debe tener mucha cautela por parte del establecimiento que presta estos servicios. Respecto a ello, los visitantes nacionales que llegan al Museo de Sitio Pucllana, indican que están satisfechos respecto al servicio que se les ha brindado en cuanto al proceso de reserva, compra del ticket de ingreso (boletería), servicio de guiado, indicaciones brindadas por los guías, paneles informativos, distanciamiento establecido, la ubicación de la implementación protocolar, entre otros aspectos.

Por ello, en cuanto a la primera dimensión denominada Percepción Recibida, se toma el *ítem 1: proceso de reserva*, que se realiza a través de los medios tecnológicos, donde se obtiene que un 69.75% de los visitantes nacionales que llegan al Museo de Sitio Pucllana se siente totalmente satisfecho con este método (*Ver figura 1*), de tal forma que, coincide con la investigación de Vélez, Alejo, Tafur y Bustamante (2020), quienes a través de la aplicación de un cuestionario, deducen que la satisfacción de los turistas que llegan a la provincia de Guayas se basa en los servicios tecnológicos que el mismo destino ha puesto en marcha para atraer a más turistas y puedan tener un fácil acceso a sus recursos, , ya que se obtuvo que el 79% de los encuestados se sienten satisfechos indicando que tiene un índice alto.

Asimismo, en cuanto al *ítem 4: servicio brindado por los guías*, se obtiene que el Museo de Sitio Pucllana el 69.75% de turistas nacionales indican estar totalmente satisfechos, a causa de que la información y atención que se les brindó dentro del museo es completa, además de contar con guías que se comportaron totalmente empáticos con los visitantes (*Ver figura 4*). Dicho ítem es reforzado con la investigación de Bowen y Makens (2005), quienes concluyen que la satisfacción del turista es un punto primordial para cualquier servicio turístico. Asimismo, Arias

y Chacón (2019), indican que la satisfacción de los turistas está relacionada a la calidad del servicio percibido, respaldado por la capacidad de respuesta por parte del personal y la empatía con el turista.

Sin embargo, este ítem se contrasta con la investigación de García (2019), ya que a diferencia de la satisfacción de los visitantes que llegan al Museo de Sitio Pucllana, los turistas encuestados que llegaron al centro poblado de Padrecocha en el año 2019, en su mayoría calificaron su satisfacción como regular. Por ello, se dedujo que la satisfacción de los visitantes en un lugar puede verse afectada por la falta de capacitación a los colaboradores que prestan el servicio, al igual que la investigación de López (2019), en la provincia de Bolívar, quien, de acuerdo a la aplicación de un cuestionario, obtiene que la percepción del servicio recibido en la Parroquia Salinas de Guaranda es regular con el 34.48% de los turistas y visitantes que se encuestaron.

A su vez, de acuerdo a la segunda dimensión denominada Expectativas, el ítem 13: *Sus expectativas fueron superadas con los servicios brindados*, reflejó que el 49.58% de visitantes nacionales totalmente satisfecho (Ver figura 14), debido a que la satisfacción depende mucho del personal, tal como afirma Alegre y Cladera (2009) en su investigación donde determinan que la satisfacción de un turista es primordial ya que brinda estabilidad a un destino, por lo que cumplir y/o superar las expectativas que tienen los turistas es muy importante y puede ser determinante para poder lograr la mayor satisfacción. Del mismo modo, la investigación de Condori y Maquera (2018), se asemeja a los resultados obtenidos en el ítem mencionado, dado que, tras investigar la satisfacción respecto al servicio que brinda el personal de la policía turística en el departamento de Arequipa, a través de un cuestionario aplicado a 243 turistas que se centran en el Monasterio de Santa Catalina, deducen que el 38.48% de estos turistas se encuentra muy satisfecho en cuanto al cumplimiento de sus expectativas. Dichos resultados indican que se debe a una buena coordinación y son respaldados por la teoría de Kotler y Keller (2012), al mencionar que la satisfacción es un conjunto de sentimientos que pueden tener las personas y como consecuencia se da el placer o decepción en relación a las expectativas se tenía referente al servicio o producto.

Respecto a la *Dimensión Agrupada de Expectativas* un 79.83% totalmente satisfechos con los sitios asignados, la confianza y seguridad brindada y

primordialmente el tiempo y la capacidad comunicativa (*Ver figura 15*), ello concuerda con Liébana (2019), quien en su investigación determina como dimensiones de satisfacción: la tangibilidad, comunicación, capacidad de respuesta y aspectos consumibles, y coloca en un mismo nivel las expectativas que tuvieron los visitantes antes del recorrido y la sensación que tuvieron luego de su visita, de tal modo que, se obtiene una rentabilidad para el prestador del servicio, ya que contar con una infraestructura adecuada es parte del cumplimiento de las expectativas que pueden tener los visitantes. Por ende, al no tener buenas instalaciones en el lugar afectan el resultado que se puede obtener como en el caso de Cohara (2020) en su estudio dado en el Parque Ecológico Kurt Beer, en la cual entrevista a 11 individuos relacionados a los servicios turísticos y logra determinar que el recurso turístico no se encuentra en óptimas condiciones para cumplir y satisfacer las expectativas que tienen los visitantes que llegan al lugar.

Por consiguiente, en la tercera dimensión denominada Seguridad, se contrasta la Dimensión Agrupada de Seguridad (*ver figura 23*)., donde se obtuvo que los visitantes nacionales que llegan al Museo de Sitio Pucllana están totalmente satisfechos en su mayoría (71.43 %), dado que se realiza un adecuado manejo de los lineamientos de prevención ante el Covid-19 y los grupos están bien organizados al momento de realizar los recorridos con el fin de que no se crucen entre sí, permitiendo un adecuado distanciamiento social. Dichos resultados concuerdan con la investigación de Bollet, Oyola y Ferrari (2018), quienes investigan acerca de los servicios brindados por la Dirección Regional de Ucayali, y logran determinar que la seguridad es un indicador fundamental de la satisfacción del visitante, y al igual que en la investigación de Pimentel (2019) que muestra mucha similitud en los resultados obtenidos, ya que los turistas se encuentran satisfechos y menciona la importancia de la relación de precio-calidad del destino.

Por otro lado, se contrasta con el estudio de Cruz y Ordinola (2019), quienes demuestran que la satisfacción del visitante depende en gran parte de la seguridad que puede sentir, ya que, si el turista siente inseguridad en un destino, este se encontrará insatisfecho, tal como fue el caso de los turistas en la ciudad de Tumbes, mostrando que el 71% de 383 turistas ecuatorianos se encontraron insatisfechos con la seguridad brindada en el destino.

Posteriormente, se obtiene que el nivel de satisfacción del visitante en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 es alto, con un 79.83% de encuestados totalmente satisfechos. Por ende, es muy importante que el turista que visita el Museo de Sitio Pucllana se retire del establecimiento con un nivel de satisfacción alta, tal como menciona Filosofova y Apostolov (2017) en su investigación, las experiencias hoy en día se comparten a través de los medios tecnológicos y esta llega a grandes escalas donde se puede atraer a más turistas o perder clientes, como refiere Bento, Murta y Sáez (2019), que al descuidar un punto dentro de los factores de la satisfacción se puede tener como resultado la pérdida de visitantes.

Además, cabe resaltar que, se han presentado limitaciones para la recolección de datos, debido a la crisis sanitaria que se vive a causa del Covid-19, tales como la poca afluencia de turistas a los museos, el aforo reducido, y el horario de atención del establecimiento. Del mismo modo, se considera que no se encontraron investigaciones referentes al lugar de estudio. Sin embargo, el punto a favor de la investigación fue la predisposición por parte de los guías y encargados del Museo de Sitio Pucllana, ya que, facilitaron el proceso de la aplicación del instrumento de recolección y brindaron datos extras a los investigadores para que el presente trabajo de investigación tenga mayor veracidad y confiabilidad.

Para concluir, se espera que la presente investigación sea de gran aporte para diferentes y futuras investigaciones que se realicen acerca de la satisfacción y los factores que influyen en ella, asimismo, para que pueda ser tomada en cuenta por diferentes organizaciones turísticas con el fin de poder brindar un mejor servicio a los turistas nacionales que los visiten, en base a lo detallado en este estudio, ya sea en forma comparativa o para impulsar a un mejor desarrollo.

VI. CONCLUSIONES

Se identificó que los turistas nacionales tienen un nivel alto de satisfacción en cuanto al rendimiento percibido por los servicios brindados en el Museo de Sitio Pucllana, dado que el 76.47% de los encuestados se encontró totalmente satisfecho, resaltando el buen servicio que se les ofreció, además de la claridad con la que se desenvuelven los guías, al proporcionar la información acerca del atractivo turístico, lo cual beneficia al establecimiento, ya que los turistas han presentado sentimientos derivados del placer como respuesta de lo percibido en cuanto al servicio. Sin embargo, se hace hincapié en el ítem 5 del cuestionario acerca del uso de folletos informativos, puesto que en dicho ítem se reflejó un porcentaje similar en sus escalas, por ende, se tiene que poner más interés en ello por parte del área correspondiente.

Se identificó que la satisfacción en cuanto a las expectativas del visitante nacional es alta, dado que en gran parte se cumplieron y superaron las necesidades y deseos que tenían los turistas antes de la visita al Museo de Sitio Pucllana, ello se reflejó en un 79.83% de encuestados totalmente satisfechos, resaltando el buen trabajo y la excelente coordinación que existe por entre las áreas bajas y las áreas administrativas, ya que se obtuvo una alta satisfacción en cuanto al tiempo que se adecuó para el recorrido tal como la confianza y seguridad que se les hace sentir antes y durante la visita, demostrando que la satisfacción es fundamental para todo lugar turístico que anhela ser reconocido y obtener grandes beneficios, como es la recurrente visita de los turistas nacionales en diferentes ocasiones generando una mayor estabilidad e impresiones positivas del destino, no obstante se observó la falta de apoyo en las investigaciones dentro de las instalaciones.

Se identificó que ante la seguridad biosanitaria se presenta un 71.43% de los turistas nacionales totalmente satisfechos en cuanto a las medidas que se tomaron para llevar a cabo las actividades turísticas dentro del Museo de Sitio Pucllana, tales como el buen manejo de los procedimientos de desinfección, el distanciamiento social en las distintas áreas del establecimiento, el aforo y la ubicación de los dispensadores de alcohol, velando por el cuidado y conservación del patrimonio y la salud de los visitantes, ya que dicha implementación se realizó para evitar el contagio del Virus denominado como Covid-19

Finalmente, se determinó que el nivel de satisfacción en el Museo de Sitio Pucllana es alta por parte de los visitantes nacionales, puesto que en cada una de las dimensiones propuestas se obtuvo un resultado positivo por parte de los turistas que fueron partícipes de la investigación, lo cual resalta el buen servicio por parte del museo en estudio, y la prioridad que le ponen a los distintos factores de la satisfacción del turista.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda al Museo de Sitio Pucllana, facilitar los folletos informativos digitales a través de un código QR, para que los visitantes nacionales puedan informarse ampliamente acerca de la cultura y la colección que poseen dentro de la sala de exposiciones, ya que debido a la crisis sanitaria que se vive no puede ser visitada presencialmente. Además, aprovechar estos medios para medir la satisfacción cada cierto periodo de tiempo, y así identificar las falencias y necesidades que se puedan presentar con el fin de mejorar para obtener un resultado mejor al que se tiene y los turistas puedan llegar con un mayor conocimiento del destino.

Asimismo, se sugiere a las entidades públicas, tales como MINCETUR, MINCUL, La Municipalidad de Miraflores y Consejo Internacional de Museos [ICOM], que se encuentran involucradas en la actividad turística, a que puedan aportar con los recursos necesarios para que sigan con las investigaciones que se mantienen detenidas a causa de la falta económica por parte del Museo de Sitio Pucllana, además del apoyo promocional que necesita este atractivo, para que pueda ser visitado principalmente por su riqueza cultural sin perder su esencia, y posicionándose en el mercado turístico.

Por otro lado, se incita Al Museo de Sitio Pucllana que siga cumpliendo estrictamente con los protocolos de bioseguridad establecidos, para que así se incentive a más turistas a visitar el Museo de Sitio Pucllana y sobre todo se debe priorizar el desarrollo sostenible del establecimiento como se viene realizando a lo largo de los años, sin necesidad de afectar la parte visual del atractivo turístico con la aglomeración de señalética preventiva.

REFERENCIAS

- Alegre, J., & Cladera, M. (2009). *Analysing the effect of satisfaction and previous visits on tourist intentions to return*. *European Journal of Marketing*, 43(5/6), 670 - 685. <https://doi.org/10.1108/03090560910946990>
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de la Investigación: Introducción a la Metodología Científica* (6 ed.). Caracas, Venezuela: Episteme. https://books.google.com.co/books?id=W5n0BgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Arias, J.; Villasís, M. y Miranda, M. (2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio*. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Arias, M., & Chacón, A. (2019). *Factores determinantes de la calidad de servicio que tienen mayor influencia en la satisfacción de visita a los museos de historia en Lima Metropolitana*. Tesis de grado de Licenciado en Marketing. <https://repositorioacadem>
- Bento , P., Murta, L., & Sáez, J. (2019). *La calidad de los servicios de las empresas de turismo activo en Portugal*. *Cuadernos de Turismo* (44), 27 – 41. <https://doi.org/10.6018/turismo.44.404721>
- Bollet, F., Oyola, S., & Ferrari, F. (2018). *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, Pucallpa, 2018*. *Revista de Investigación Científica Cultura Viva Amazónica*, 3(3), 75 – 81. <https://doi.org/10.37292/riccva.v3i03.125>
- Chaca, R., Ullauri, N., & Condor, V. (2018). *La conservación como alternativa para el desarrollo del turismo o el turismo como contribución a la conservación*. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(2), 145-148. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200145
- Chirinos, D., Hualan, V., & Palomino, G. (2018). *Propuesta de mejora de calidad para los servicios brindados por un museo a partir de la identificación y análisis de factores significativos que influyen en la satisfacción del visitante. Caso: Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú*.

- Proyecto de grado de Licenciado en Gestión.
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/13511>
- Cohara, K. (2020). *Diagnóstico del recurso turístico Parque Ecológico Kurt Beer, Piura – Perú, 2020*. Tesis de grado de Licenciado en Administración en Turismo y Hotelería.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51511/Cohara_TKNM-SD.pdf?sequence=1
- Condori, M., & Maquera, D. (2018). *Satisfacción del turista extranjero atendido por el departamento de turismo de la policía nacional en la ciudad de Arequipa 2017*. Tesis de grado de Licenciado en Turismo y Hotelería.
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/9587/THcoapmf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD]. (2020). *Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo*.
https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf
- Consejo Internacional de Museos. (2020). *Museos, profesionales de los museos y COVID-19: encuesta de seguimiento*. https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/11/FINAL-ES_Follow-up-survey.pdf
- Cortez, L., & Neill, D. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Redes 2017.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12498/1/Procesos-y-FundamentosDeLainvestiagcionCientifica.pdf>
- Cruz, P., & Ordinola, J. (2019). *Nivel de satisfacción de los turistas ecuatorianos sobre la seguridad turística en el distrito de Tumbes*.
<https://core.ac.uk/download/pdf/354973007.pdf>
- Delgado, S. (2020). *Los retos en investigación, comunicación y educación de los museos de Lima en el marco de la COVID-19. Una discusión sobre los desafíos del futuro a partir de su situación actual y de las experiencias del MALI y el MUCEN*. Desde el Sur, 12(1). <http://dx.doi.org/10.21142/des-1201-2020-0017>
- Diario El Peruano. (2020). *Resolución Ministerial 000262-2020-DM/MC*.
<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/disponen-el-ingreso-libre-a->

los-museos-y-monumentos-arqueolo-resolucion-ministerial-n-000262-2020-dmmc-1893612-1/

Diario Gestión. (2020). *Ingreso a museos es gratis desde hoy hasta el 15 de noviembre con el 50% de aforo*. <https://gestion.pe/peru/coronavirus-peru-ingreso-a-museos-es-gratis-desde-hoy-15-de-octubre-hasta-el-15-de-noviembre-con-el-50de-aforo-ministerio-de-cultura-covid-19-nndc-noticia/?ref=gesr>

Diario La República. (2020). *Miraflores: Complejo Arqueológico Huaca Pucllana reabrirá sus puertas al público*. <https://larepublica.pe/sociedad/2020/10/19/miraflores-complejo-arqueologico-huaca-pucllana-reabrir-sus-puertas-al-publico/>

Entorno Turístico. (2020). *10 países con más turistas internacionales en el 2020, año de la pandemia*. <https://www.entornoturistico.com/10-paises-con-mas-turistas-internacionales-en-el-2020-ano-de-la-pandemia/>

Filosofova, T. y Apostolov, D. (2017). *Effects of Tourist Satisfaction: Influence on the Touristic Flows (Case Russia-Bulgaria)*. *Current Issues of World Economy and Politics*, 285 – 295. <https://ssrn.com/abstract=3148741>

Fuentes, M., Hernández, E., & Morini, S. (2016). *Q de calidad y satisfacción del turista en el sector hotelero español*. *Cuadernos de Turismo*, 37, 203-226. <https://doi.org/10.6018/turismo.37.256211>

Gaki, E., Kostopoulou, S., Parisi, E., & Lagos, D. (2016). *The evaluation of tourism satisfaction in island destinations: The case of the Ionian Islands of Greece*. *Econstor*, 23 – 26. <http://hdl.handle.net/10419/174645>

García, M. (2019). *Análisis de la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019*.

http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/746/BALUARTE_BRAVO_TESIS_TITULO_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Guterres, A. (2020). *La reconstrucción del sector turístico es un imperativo*. <https://www.un.org/es/coronavirus/articles/it-imperative-we-rebuild-tourism-sector>

- Haaften, R. (2017). *Marketing, Strategy & Management*. Rovaha. <https://www.van-haaften.nl/customer-satisfaction/customer-satisfaction-models/84-customer-satisfaction>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Bookmedicos.org. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hosteltur. (2016). *Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados*. <https://www.hosteltur.com/files/web/templates/term/wikitur.pdf>
- IPDT. (2020). *Guide to tourism recovery*. <https://www.ipdt.pt/wp-content/uploads/2020/11/ebook-guide-tourism-recovery.pdf>
- Kotler, P. (2003). *Dirección de Mercadotecnia análisis, planeación, implementación y control*. <https://anafuenmayorsite.files.wordpress.com/2017/08/libro-kotler.pdf>
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección del Marketing*. Pearson Educación. <http://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2005). *Marketing for hospitality and tourism*. Pearson.
- Liébana, F. (2019). *Análisis de la calidad y de la satisfacción en la visita turística: Una aplicación empírica al Conjunto Monumental de la Alhambra*. Universidad Escuela y Sociedad(7), 54-80. <http://hdl.handle.net/10481/58917>
- López, G. (2019). *La calidad y servicios turísticos en la Parroquia de Salinas de Guaranda, Provincia de Bolívar*. Tesis de grado de Magíster en Turismo Mención Gestión Sostenible de Destinos Turísticos. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5905/4/Art%C3%ADculo%20Cient%C3%ADfico%20%20013.pdf>
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Universidad Autónoma de Barcelona. <http://tecnicasavanzadas.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/156/2020/08/A04.02-Roldan-y-Fachelli.-Cap-3.6-Analisis-de-Tablas-de-Contingencia-1.pdf>

- Mandamiento, A., & Ruiz, D. (2017). *El método deductivo-inferencial y su eficacia en el aprendizaje de la matemática de los estudiantes del primer año de secundaria de la I.E. "José María Arguedas" San Roque – Surco – 2014*. Tesis de grado de Magister en Administración de la Educación. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/8381/Mandamiento_OAH-Ruiz_AD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Melgarejo, M. (2017). *Proyecto de Ley por el que se propone la Ley General de Museos*. https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos_de_Ley_y_de_Resoluciones_Legislativas/PL0245620180222.PDF
- Meneses, J. (2016). *El Cuestionario*. <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/>
- MINCETUR. (2019). *Glosario de términos de turismo*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/430617/GLOSARIO_de_TERMINOS_TURISMO.pdf
- MINCETUR. (2020). *Lima y Callao: Reporte Regional de Turismo*. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1320691/Reporte%20Regional%20de%20Turismo%20-%20Lima%20y%20Callao%20a%20C3%B1o%202020%20actualizado%20abril%202021.pdf>
- Ministerio del Ambiente. (2012). *Glosario de términos para la gestión ambiental peruana*. <http://siar.minam.gob.pe/puno/sites/default/files/archivos/public/docs/504.pdf>
- Muñoz, J. (2018). *Capítulo III metodología de la investigación*. Urbe. <https://docplayer.es/87817544-Capitulo-iii-metodologia-de-la-investigacion.html>
- ONU Noticias. (2020). *El turismo fue devastado por el COVID-19 y debe ser reconstruido de una manera más amigable con el planeta*. <https://news.un.org/es/story/2020/08/1479432>
- Organización Mundial de la Salud. (2020). *Coronavirus disease (COVID-19) pandemic*. <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019>

- Organización Mundial de Turismo. (2020). *Ensuring global ethics of tourism after COVID-19* <https://www.unwto.org/tourism-ethics-a-special-session-on-covid-19-and-tourism>
- Orgaz, F., & Moral, S. (2016). *El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo: Un estudio de caso. El Periplo Sustentable.* <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1934/193449985009/html/index.html>
- Pérez, J. (2017). *Nivel de satisfacción del turista nacional que visita el distrito de Cajamarca* – 2017. <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/2505/TESIS%20DE%20JULISSA%20PER%C3%89Z%20P%C3%89REZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pimentel, D. (2019). *Litoral Mediterráneo: el nivel de satisfacción turístico en la provincia de Valencia.* *Turismo Y Patrimonio*, (13), 35-52. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2019.n13.03>
- Real Academia Española. (2020). *Diccionario de la lengua española.* <https://dle.rae.es/satisfacci%C3%B3n>
- Rey, S. (2019). *Satisfacción y calidad de servicio del turista en el comercio turístico del callao, 2019.* Tesis de grado de Maestra en Marketing Turístico y Hotelero. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5698/REY_SS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Santos, A. (2020). *La industria turística y el impacto del covid-19: escenarios y propuestas.* Global Journey Consulting. https://worldshoppingtourism.com/downloads/GJC_La_industria_turistica_e_impacto_Covid_19_Escenarios_y_propuestas.pdf
- Tamayo, G. (2001). *Diseños muestrales en la investigación.* *Semestre Económico*, 4, (7), 1-14. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5262273.pdf>
- The World Tourism Organization [UNWTO]. (2021). *Tourism Definitions.* <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Universidad de Murcia. (2016). *La percepción.* <https://www.um.es/docencia/pguardio/documentos/percepcion.pdf>

- UNWTO. (2020). *World committee on tourism ethics (WCTE)*.
<https://www.unwto.org/es/world-committee-tourism-ethics>
- Vela, R. (2019). *El social media y la satisfacción de los turistas en la ciudad de Tingo María*. Tesis de Licenciada en Administración.
https://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1694/TS_VRRR_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vélez, C., Alejo, O., Tafur, G., & Bustamante, M. (2020). *Análisis de la satisfacción del turista con relación a factores tecnológicos y la autogestión de la información*. *Información Tecnológica*, 31, (4).
<https://www.guillermotafur.com/pdf-articulos/revista-cit-informacion-tecnologica-chile-junio-2020.pdf>
- Vera, R., & Sumalave, L. (2019). *Conciencia turística del poblador del centro Histórico de Písaq para la satisfacción del turista- 2017*. Tesis de grado de Licenciado en Turismo.
<https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/3344>
- Zenteno, B., & Osorno, A. (2014). *Elementos para el diseño de investigaciones Jurídicas: Una perspectiva multidimensional*.
<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/9/4301/10.pdf>

ANEXOS

Anexo 1.

Elementos de la Satisfacción

Tabla 1.

Elementos de la Satisfacción

Elementos	Definiciones
El rendimiento percibido	Referido al resultado que obtiene el cliente del producto o servicio adquirido, el cual posee un valor agregado para cumplir diferentes funciones (Tse y Wilton, 1988).
Las expectativas	Son las esperanzas y el carácter motivador que los clientes tienen para conseguir diversas ideas como: promesas, experiencias anteriores y opiniones (Peralta, 2006).
Los niveles de Satisfacción	Se mide luego de haber realizado la compra del producto o servicio. Según Kotler & Armstrong (2012; citado por Cisneros, 2018), está dividida por: "clientes <i>poco satisfechos, satisfechos y totalmente satisfechos</i> ". A su vez, Kotler (2003) sostiene que la satisfacción se presenta en 3 niveles: " <i>insatisfacción, satisfacción y complacencia</i> "

Fuente: Kotler (2003), Peralta (2006) y Cisneros (2012)

Anexo 2.

Protocolo Sanitario Ante COVID-19

Tabla 2.

Protocolo Sanitario Ante COVID-19

Ítems	Objetivos
Desinfección	Reducir el número de microorganismos a través de sustancias químicas o métodos físicos.
Distanciamiento social	Evitar el contacto físico entre las personas infectadas y no infectadas, para poder minimizar contagios.
Equipos de protección personal	Disminuir el nivel de contagio a través de elementos (dispositivos y materiales) que permitirán protegerse de uno o varios riesgos como: guantes, lentes, mascarillas, protector fácil.
Limpieza	Conservar el patrimonio para que posteriormente sea difundido enriqueciendo la vida cultural.
Temperatura corporal	Conocer el grado de la temperatura que presenta el cuerpo de las personas para evitar riesgos.

Fuente: Ministerio del Ambiente (2012)

Anexo 3 Unidad de Análisis

Tabla 3.

Zonificación de la muestra

Unidad de Análisis	Población	Muestra	“e”
Visitantes nacionales que llegan al Sitio Arqueológico Huaca Puellana	4,800	119	7%

Fuente: Mauricio, O. y Usnay, P. (2021)

Anexo 4 Fórmula de cálculo

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

Z = nivel de confianza

p = porcentaje de población con el atributo deseado

q = porcentaje de población sin el atributo deseado

Nota: se asume 50 % cada uno (p, q).

N = tamaño de la población total

e = error de estimación

n = tamaño de la muestra.

Para llegar a obtener la muestra se considerará un 93% de nivel de confianza y el 7% de margen de error.

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

$$n = \frac{1.76^2 (4,800) (0.5) (0.5)}{0.08^2 (4,800 - 1) + (1.76^2 (0.5) (0.5))}$$

$$n = \frac{3,717.12}{30.7136 + 0.7744}$$

$$n = \frac{3,717.12}{31.488}$$

$$n = 118.048$$

Anexo 5

Tabla 1 de Evaluación de Expertos



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

Lima, 13 de junio de 2021

Apellido y nombres del experto: Vásquez Ordinola, Sharon Madeleyne

DNI: 10626008

Teléfono: 985340894

Título/grados: Maestría en Marketing Turístico y Hotelero

Cargo e institución en que labora: Docente de pregrado; Universidad César Vallejo

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

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

SUGERENCIAS: _____

FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 6

Tabla 2 de Evaluación de Expertos



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

Lima, 15 de junio de 2021

Apellido y nombres del experto: VELÁSQUEZ VILOCHE LELI VIOLETA

DNI: 18217577

Teléfono: 990315300

Título/grados: Licenciada en Turismo; Magister en Gestión Pública

Cargo e institución en que labora: Docente -Universidad César Vallejo

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

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

SUGERENCIAS: _____

FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 7

Tabla 3 de Evaluación de Expertos



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

Lima, 25 de junio de 2021

Apellido y nombres del experto: Tovar Zacarías Carlos

DNI: 10139218

Teléfono: 997050409

Título/grados: Magister en Administración

Cargo e institución en que labora: Responsable UI-ATH Universidad César Vallejo

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

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

SUGERENCIAS: algunos ítems deben mejorar en el sentido de la escala utilizada

FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 8

Matriz de Consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	SUB-INDICADOR	TÉCNICA / INSTR.
¿Cuál es el nivel de satisfacción del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima - 2021?	Determinar el nivel de satisfacción del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima - 2021	<p>H₀: El nivel de satisfacción del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 es alto.</p> <p>H₁: El nivel de satisfacción del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 es bajo.</p>	Satisfacción	Rendimiento Percibido	Percepción del servicio	Reserva	ENCUESTA Uso de cuestionarios con el formato preestablecido
						Boletería	
						Indicaciones	
						Guiado	
PROBLEMAS EPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFIC.	HIPOTESIS ESPECÍFICAS					
¿Cómo es el rendimiento percibido del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima - 2021?	Identificar el rendimiento percibido del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima - 2021	<p>HE₀: El rendimiento percibido del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 es alto.</p> <p>HE₁: El rendimiento percibido del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 es bajo.</p>			Percepción del producto	Folletos digitales	
						Paneles informativos	

¿Cómo son las expectativas del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima - 2021?	Identificar las expectativas del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima - 2021	<p>HE₀: Las expectativas del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 son altas.</p> <p>HE₁: Las expectativas del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 son bajas</p>		Expectativas	Expectativas Básicas	Colaboradores	
						Sitios habilitados	
					Expectativas Diferenciadas	Tiempo de espera	
						Tiempo del recorrido	
						Guía turístico	
						Capacidad comunicativa	
						Expectativas	
¿Cómo es la seguridad biosanitaria del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima - 2021?	Identificar la seguridad biosanitaria del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima - 2021	<p>HE₀: La seguridad biosanitaria del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 es alta.</p> <p>HE₁: La seguridad del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021 es baja.</p>		Seguridad	Lineamientos de prevención ante Covid-19	Proceso de desinfección	
						Distanciamiento social	
						Señalética	
						Implementos Sanitarios	
						Aforo	

Anexo 9

Cuadro de Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADORES	ÍTEM	ESCALA / NIVELES DE MEDICION
Satisfacción	La satisfacción es entendida como la respuesta positiva dada del consumidor con relación a los bienes o servicios (Oliver, 1980)	Dada a través de un cuestionario el cual permitirá evaluar la satisfacción sobre los servicios brindados en el Museo de Sitio Pucllana. La información se recolectará de los visitantes receptivos, a su vez dicho cuestionario consta de 20 preguntas para medir las tres dimensiones de la satisfacción, bajo la escala de Likert.	Rendimiento Percibido	Percepción del servicio	Reserva	Se sintió satisfecho al momento de realizar su reserva.	Ordinario Escala de Likert
					Boletería	Servicio brindado en boletería.	
					Indicaciones	Lineamientos de prevención y control Covid-19 indicados por el guía del Museo de Sitio Pucllana.	
					Guiado	Servicio brindado por los guías (información y atención brindada durante el recorrido).	
			Percepción del producto	Folletos digitales	Uso de folletos informativos digitales.		
				Paneles informativos	La información expuesta en los paneles informativos logró ser comprendida.		
			Expectativas	Expectativas Básicas	Colaboradores	Los colaboradores del museo pudieron atender sus consultas	
					Sitios habilitados	Visita a los sitios asignados dentro del Museo de Sitio Pucllana.	
					Tiempo de espera	Tiempo que estuvo en el espacio de espera.	

					Tiempo del recorrido	Tiempo establecido para el recorrido.		
				Expectativas Diferenciadas	Guía turístico	Confianza y seguridad que muestra el guía.		
						Capacidad comunicativa	La capacidad comunicativa del guía fue única y mejor de lo esperado.	
						Expectativas	Sus expectativas fueron superadas con los servicios brindados en el Museo de Sitio Pucllana.	
		Seguridad	Lineamientos de prevención ante Covid-19		Proceso de desinfección	Procedimiento de desinfección en el área de ingreso.		
						Distanciamiento social	Distanciamiento establecido durante el recorrido turístico.	
						Señalética	Las señales de las disposiciones frente al covid-19 transmiten información clara y entendible.	
								Las señales de prevención a lo largo del recorrido se encuentran a su alcance visual.
						Implementos Sanitarios	Ubicación de los dispensadores de alcohol y lavados de mano.	
						Aforo	Aforo permitido en el espacio de espera.	
					Cantidad de grupos dentro del Museo de Sitio Pucllana.			

Anexo 10

Instrumento de Recolección de Datos

CUESTIONARIO APLICADO A VISITANTES NACIONALES QUE LLEGAN AL MUSEO DE SITIO PUCLLANA

Objetivo: Determinar el nivel de satisfacción del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima – 2021.

Indicadores: Marca la opción que más se adapte al nivel de satisfacción que tiene en relación a los diferentes aspectos indicados, teniendo en cuenta los siguientes parámetros.

5	4	3	2	1
Totalmente satisfecho	Muy Satisfecho	Satisfecho	Poco Satisfecho	Nada Satisfecho

Variable: Satisfacción

Dimensión: Rendimiento Percibido

N°	Ítem	Valoración				
		5	4	3	2	1
1	Se sintió satisfecho al momento de realizar su reserva.					
2	Servicio brindado en boletería.					
3	Lineamientos de prevención y control Covid-19 indicados por el guía del Museo de Sitio Pucllana.					
4	Servicio brindado por los guías (información y atención brindada durante el recorrido).					
5	Uso de folletos informativos digitales.					
6	La información expuesta en los paneles informativos logró ser comprendida.					

Dimensión: Expectativas

N°	Ítem	Valoración				
		5	4	3	2	1
7	Los colaboradores del museo pudieron atender sus consultas					
8	Visita a los sitios asignados dentro del Museo de Sitio Pucllana.					
9	Tiempo que estuvo en el espacio de espera.					
10	Tiempo establecido para el recorrido.					
11	Confianza y seguridad que muestra el guía.					
12	La capacidad comunicativa del guía fue única y mejor de lo esperado.					
13	Sus expectativas fueron superadas con los servicios brindados en el Museo de Sitio Pucllana.					

Dimensión: Seguridad

N°	Ítem	Valoración				
		5	4	3	2	1
14	Procedimiento de desinfección en el área de ingreso.					
15	Distanciamiento establecido durante el recorrido turístico.					
16	Las señales de las disposiciones frente al covid-19 transmiten información clara y entendible.					
17	Las señales de prevención a lo largo del recorrido se encuentran a su alcance visual.					
18	Ubicación de los dispensadores de alcohol y lavados de mano.					
19	Aforo permitido en el espacio de espera.					
20	Cantidad de grupos dentro del Museo de Sitio Pucllana.					

¡Gracias por su participación

Anexo 11

Resumen del Procesamiento de casos

Tabla 4.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	38	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	38	100,0

- a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: SPSS25 (2021)

Anexo 12

Estadísticas de fiabilidad

Tabla 5.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,917	,919	20

Fuente: SPSS25 (2021)

Anexo 13.

Figura 24.

Herramienta para la Aplicación de la Encuesta



Nota: Herramienta dinámica creada para la aplicación de la encuesta redireccionada a través del código QR plasmado en la imagen. Elaboración propia

Anexo 14

Figura 25.

Formulario Google

CUESTIONARIO APLICADO A VISITANTES NACIONALES QUE LLEGAN AL SITIO MUSEO DE SITIO PUCLLANA - 2021

Objetivo: Determinar el nivel de satisfacción del visitante nacional en tiempos de Covid-19 en el Museo de Sitio Pucllana, Lima - 2021.

Indicador: Marca la opción que más se adapte al nivel de satisfacción que tiene en relación a los diferentes aspectos indicados, teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

- 1 = Nada Satisfecho
- 2 = Poco Satisfecho
- 3 = Satisfecho
- 4 = Muy Satisfecho
- 5 = Totalmente Satisfecho

1. Se sintió satisfecho al momento de realizar su reserva. *

1 2 3 4 5

Nada Satisfecho ○ ○ ○ ○ ○ Totalmente Satisfecho

Nota: Cuestionario elaborado a través de Google forms, al cual se redirecciona mediante del código QR presentado en la figura 24. Extraído de Google Forms.

Anexo 15

Figura 26.

Disposiciones frente al Covid-19



Nota: Fachada del Museo de Sitio Pucllana ubicada en el distrito de Miraflores. Tomada de Web Museo de Sitio Pucllana. <http://huacapucllanamiraflores.pe/wp-content/uploads/2015/09/2a.jpg>

Anexo 16

Figura 27.

Disposiciones frente al Covid-19

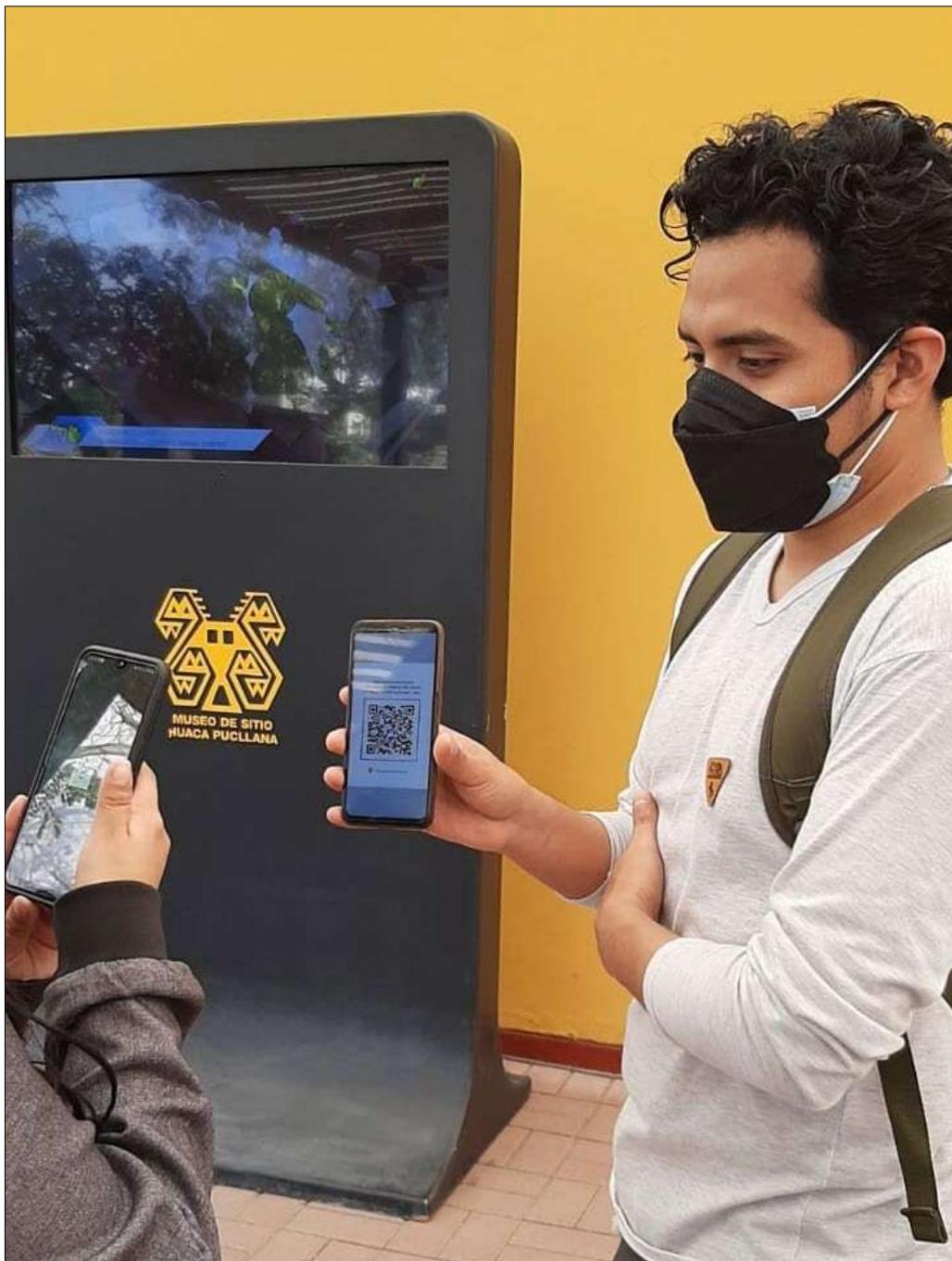


Nota: Panel de las disposiciones, del Museo de Sitio Pucllana, que se toman frente a la pandemia generada por el Covid-19 ubicada en el ingreso del establecimiento. Fotografía. Elaboración propia

Anexo 17

Figura 28.

Investigador facilitando la encuesta mediante el uso del código QR.



Nota: Investigador facilitando el instrumento de recolección de datos a través del código QR que los redirecciona al cuestionario elaborado en Google Forms presentado en la figura 26, con el fin de evitar el contacto con las personas debido al Covid-19. Fotografía. Elaboración propia

Anexo 18

Figura 29.

Visitante nacional respondiendo el cuestionario desde su dispositivo móvil.



Nota: Visitante nacional respondiendo a la encuesta de satisfacción mediante el uso de su dispositivo móvil, agilizando el método de respuesta. Fotografía. Elaboración propia

Anexo 19

Figura 30.

Cuestionario resuelto por los visitantes nacionales desde su dispositivo móvil.



Nota: Cuestionario resuelto por visitante nacional que visitó el Museo de Sitio Pucllana, donde plasma su satisfacción de acuerdo a los indicadores presentados. Fotografía. Elaboración propia



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, PALMA VALLEJO JUANA GRACIELA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "SATISFACCIÓN DEL VISITANTE NACIONAL EN TIEMPOS DE COVID-19 EN EL MUSEO DE SITIO PUCLLANA, LIMA – 2021", cuyos autores son USNAY ALLEN PIERINA NATALIA, MAURICIO SILVA OSCAR DAVID, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y 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.

LIMA, 13 de Diciembre del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
PALMA VALLEJO JUANA GRACIELA DNI: 46853518 ORCID 0000-0002-4770-2670	Firmado digitalmente por: JPALMAVA30 el 14-12- 2021 11:21:24

Código documento Trilce: TRI - 0221242