

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**Calidad de servicio en las instalaciones turísticas  
de la Bahía de Puerto Pizarro y la satisfacción del  
turista, año 2022**

**Tesis para optar el título profesional  
de Licenciado en Turismo**

**Autor: Félix Germán Severino Astudillo**

**Tumbes, 2023**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**Calidad de servicio en las instalaciones turísticas de la  
Bahía de Puerto Pizarro y la satisfacción del turista, año 2022**

**Proyecto de tesis aprobada en forma y estilo por:**

**Mg. Romero Córdova, Neiser Homero (Presidente)**

**Código ORCID: 0000-0002-8482-3279**

**Mg. Marticorena Landauro, Pablo Esteban (Secretario)**

**Código ORCID: 0000-0001-8917-5859**

**Mg. Dioses Urbina, Sandra Maribel (Vocal)**

**Código ORCID: 0000-0002-9886-1954**

**Tumbes, 2023**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**Calidad de servicio en las instalaciones turísticas de la Bahía de Puerto Pizarro y la satisfacción del turista, año 2022**

**Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido y forma:**

**Br. Severino Astudillo, Felix German (Autor)**

**Código ORCID: 0000-0001-6815-9403**

**Mg. Castillo Carranza, Wilser Renán (Asesor)**

**Código ORCID: 0000-0001-9889-4046**

**Tumbes, 2023**

## Acta de Sustentación de Tesis

En Tumbes, a los diecisiete días del mes de mayo del dos mil veintitrés, siendo las diecinueve horas y treinta minutos, y en la modalidad virtual, a través de la plataforma Google Meet, cuyo enlace electrónico fue: <https://meet.google.com/qrd-aytw-dib>, se reunieron los miembros del Jurado Calificador de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Tumbes, designado por **RESOLUCIÓN N° 066-2022/UNTUMBES-FACSO-D.**, el Mg. Neiser Homero Romero Córdova (Presidente), el Mg. Pablo Esteban Marticorena Landauro (Secretario) y la Mg. Sandra Maribel Dioses Urbina (Vocal), reconociendo en la misma resolución además al Mg. Wilser| Renán Castillo Carranza como asesor, se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis titulada: **“CALIDAD DE SERVICIO DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS DE LA BAHIA DE PUERTO PIZARRO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA, AÑO 2022”**, para optar el título profesional de Licenciado en Turismo, presentado por el bachiller **SEVERINO ASTUDILLO FELIX GERMAN.**

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas por parte del sustentante y después de la deliberación, el Jurado según el artículo N° 65 del Reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara al bachiller **SEVERINO ASTUDILLO FELIX GERMAN** como **APROBADO POR UNANIMIDAD**, con calificativo de **“BUENO”**.

En consecuencia, queda APTO para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del título profesional de Licenciado en Turismo, de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, el Estatuto, el Reglamento general, el Reglamento General de Grados y Títulos y el Reglamento de Tesis de Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes

Siendo las veinte horas y 45 minutos del mismo día, se dio por concluida la ceremonia académica, en forma virtual, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, 17 de mayo del 2023.



Mg. Neiser Romero Córdova  
Presidente



Mg. Pablo Marticorena Landauro  
secretario



Mg. Sandra Maribel Dioses Urbina  
Vocal

## Reporte de Turnitin

### Calidad de servicio en las instalaciones turísticas de la Bahía de Puerto Pizarro y la satisfacción del turista, desarrollado en el año 2022

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

**20%**

INDICE DE SIMILITUD

**20%**

FUENTES DE INTERNET

**5%**

PUBLICACIONES

**6%**

TRABAJO S DEL ESTUDIANTE

#### FUENTES PRIMARIAS

**1**

**repositorio.ucv.edu.pe**

Fuente de Internet

**5%**

**2**

**www.untumbes.edu.pe**

Fuente de Internet

**2%**

**3**

**hdl.handle.net**

Fuente de Internet

**1%**

**4**

**repositorio.unp.edu.pe**

Fuente de Internet

**1%**

**5**

**repositorio.uss.edu.pe**

Fuente de Internet

**1%**

**6**

**repositorio.ug.edu.ec**

Fuente de Internet

**1%**

**7**

**repositorio.upt.edu.pe**

Fuente de Internet

**1%**

**8**

**repository.ean.edu.co**

Fuente de Internet

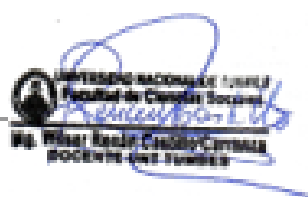
**1**



9	<b>repositorio.urp.edu.pe</b> Fuente de Internet	<1 %
10	<b>repositorio.untumbes.edu.pe</b> Fuente de Internet	<1 %
11	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<1 %
12	<b>repositorio.uta.edu.ec</b> Fuente de Internet	<1 %
13	<b>repositorio.ucp.edu.pe</b> Fuente de Internet	<1 %
14	<b>repositorio.utp.edu.pe</b> Fuente de Internet	<1 %
15	<b>www.mincetur.gob.pe</b> Fuente de Internet	<1 %
16	<b>cdn.www.gob.pe</b> Fuente de Internet	<1 %
17	<b>Submitted to Universidad Tecnologica del Peru</b> Trabajo del estudiante	<1 %
18	<b>repositorio.upao.edu.pe</b> Fuente de Internet	<1 %
19	<b>Submitted to Universidad Privada del Norte</b> Trabajo del estudiante	<1 %

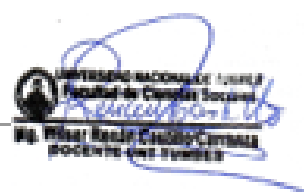


20	<b>Submitted to Universidad Católica de Santa María</b>	<1 %
	Trabajo del estudiante	
21	<b>Submitted to Universidad Tecnológica Indoamerica</b>	<1 %
	Trabajo del estudiante	
22	<b>geox.udistrital.edu.co</b>	<1 %
	Fuente de Internet	
23	<b>repositorio.unjfsc.edu.pe</b>	<1 %
	Fuente de Internet	
24	<b>dspace.utpl.edu.ec</b>	<1 %
	Fuente de Internet	
25	<b>Submitted to Pontificia Universidad Católica del Ecuador -PUCE</b>	<1 %
	Trabajo del estudiante	
26	<b>accedacris.ulpgc.es</b>	<1 %
	Fuente de Internet	
27	<b>www.gob.pe</b>	<1 %
	Fuente de Internet	
28	<b>Submitted to Universidad Autónoma de Aguascalientes</b>	<1 %
	Trabajo del estudiante	
29	<b>Submitted to Universidad Nacional de Tumbes</b>	<1 %
	Trabajo del estudiante	





<b>30</b>	<b>www.scielo.org.co</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>31</b>	<b>www.slideshare.net</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>32</b>	<b>ciencialatina.org</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>33</b>	<b>repositorio.uap.edu.pe</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>34</b>	<b>repositorio.unesum.edu.ec</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>35</b>	<b>repositorio.unf.edu.pe</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>36</b>	<b>dspace.unl.edu.ec</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>37</b>	<b>repositorio.autonoma.edu.pe</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>38</b>	<b>sipa.agricultura.gob.ec</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>39</b>	<b>1library.co</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>40</b>	<b>Luis Armando Muro Ynoñán. "Chapter 2577 Moche, Geography and Culture of", Springer Science and Business Media LLC, 2020</b> Publicación	<1 %



<b>41</b>	<b>repositorio.usanpedro.edu.pe</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>42</b>	<b>repositorio.usil.edu.pe</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>43</b>	<b>repositorio.unsm.edu.pe</b> Fuente de Internet	<1 %
<b>44</b>	<b>tesis.ipn.mx</b> Fuente de Internet	<1 %



Excluir citas

Agrupar

Excluir coincidencias < 15

Excluir bibliografía

Activo

## Dedicatoria

Al Espíritu Santo vivo y supremo.

A mis progenitores.

A mis docentes.

A mis asesores de investigación.

A mis amigos, familiares que me  
ayudaron en convertirme en  
profesional.

A mis futuros colegas

A la sociedad.

A las instituciones de gobernabilidad  
peruana.

## **Agradecimiento**

- Al Espíritu Santo que intercedió al padre por medio de su hijo Jesús para que me regale sabiduría, perseverancia, paz, fe, pasión y dedicación por mis estudios.
  - A mi padre y a mi madre que han respaldado mis estudios incondicionalmente.
  - A mis docentes que se esforzaron en ofrecerme una educación de calidad.
- Al especialista en turismo Sr. Manuel Peña Ruiz por ofrecerme acceso a sus conocimientos y sabiduría respecto al Área de Conservación Ambiental Manglar Manglares Delta del Rio Tumbes – Bahía de Puerto Pizarro, gestión turística de Tumbes, guiado interpretativo y gestión de instalaciones turísticas de la bahía del Centro Poblado Villa Puerto Pizarro.
- Al Mg. Renán Castillo Carranza por guiarme y cumplir óptimamente como asesor.
  - A la Mg. (MBA) Graciela Palma Vallejo, por acompañarme en el asesoramiento de la presente investigación
- A mi familia y mis familiares y/o amigos(as) de mis padres que me apoyaron incondicionalmente en mi trayectoria de estudiante en Turismo.
  - A la Universidad Nacional de Tumbes.

## Índice General

Dedicatoria .....	11
Agradecimiento.....	12
Índice General .....	13
Índice de tablas.....	14
Índice de anexos.....	17
RESUMEN.....	18
ABSTRAC.....	19
I. INTRODUCCIÓN.....	20
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	26
III. MATERIALES Y MÉTODOS.....	38
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	47
V. CONCLUSIONES.....	69
VI. RECOMENDACIONES .....	70
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	71
ANEXOS.....	75

## Índice de tablas

<b>TABLA 1.</b> CLASIFICACIÓN DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS SEGÚN BOULLÓN. ....	33
<b>TABLA 2.</b> CLASIFICACIÓN DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS SEGÚN ACERENZA. ...	33
<b>TABLA 3.</b> CLASIFICACIÓN DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS SEGÚN MINCETUR.....	34
<b>TABLA 4.</b> DATOS PARA CÁLCULO DE MUESTRA.....	40
<b>TABLA 5.</b> ESTADÍSTICAS DE FIABILIDAD .....	41
<b>TABLA 6.</b> CANTIDAD DE ENCUESTADOS EN LOS MESES AGOSTO A NOVIEMBRE. ....	42
<b>TABLA 7.</b> VALORACIÓN DEL COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD ALFA DE CRONBACH....	43
<b>TABLA 8.</b> VALORACIÓN DE RELACIÓN RHO SPEARMAN .....	43
<b>TABLA 9.</b> OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE X.....	45
<b>TABLA 10.</b> OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE Y.....	46
<b>TABLA 11.</b> BUENAS CONDICIONES DE CONSERVACIÓN Y MANTENIMIENTO DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS DE LA BAHÍA DE PUERTO PIZARRO, AÑO 2022 .....	47
<b>TABLA 12.</b> EVIDENCIA DE DAÑOS, DETERIORO, DEGASTE DEL MUELLE TURÍSTICO DE LA BAHÍA DE PUERTO PIZARRO, AÑO 2022. ....	48
<b>TABLA 13.</b> EVIDENCIA DE DAÑOS, DETERIORO, DEGASTE DEL MIRADOR TURÍSTICO DE LA BAHÍA DE PUERTO PIZARRO, AÑO 2022. ....	48
<b>TABLA 14.</b> EVIDENCIA DE DAÑOS, DETERIORO, DEGASTE DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN TURÍSTICA DE LA BAHÍA DE PUERTO PIZARRO, AÑO 2022. ....	49
<b>TABLA 15.</b> EVIDENCIA DE DAÑOS, DETERIORO, DEGASTE DE LA ZONA DE ESTACIONAMIENTO DE LA BAHÍA DE PUERTO PIZARRO, AÑO 2022. ....	49
<b>TABLA 16.</b> UTILIZACIÓN CORRECTA DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN PERSONAL – COVID 19 POR PARTE DEL COLABORADOR DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS DE LA BAHÍA DE PUERTO PIZARRO, AÑO, 2022 .....	50

<b>TABLA 17.</b> PRESENCIA DE ASEO, VESTIMENTA ADECUADA Y CARNET IDENTIFICADO DEL COLABORADOR DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS DE LA BAHÍA DE PUERTO PIZARRO, AÑO 2022. ....	51
<b>TABLA 18.</b> PRESENCIA DE SEÑALÉTICA Y EQUIPAMIENTO DE QUE BENEFICIEN LA SALUD DEL TURISTA EN LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS. ....	51
<b>TABLA 19.</b> BUEN ESTADO DE CONSERVACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL EQUIPAMIENTO EXISTENTE EN LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS .....	52
<b>TABLA 20.</b> EXISTENCIA DE SEGURIDAD EN LOS EQUIPAMIENTOS DE LAS INSTALACIONES TURISTAS PARA EVITAR ALGÚN ACCIDENTE EN LOS TURISTAS.....	52
<b>TABLA 21.</b> PRESENCIA DE SUFICIENTE EQUIPAMIENTO EN LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS PARA SATISFACER NECESIDADES SUSCITADAS DE LOS TURISTAS. ....	53
<b>TABLA 22.</b> INFORMACIÓN IDÓNEA Y OPORTUNA POR PARTE DE PERSONAL DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS. ....	54
<b>TABLA 23.</b> CREDIBILIDAD EN EL SERVICIO QUE SE OFRECE EN LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS Y EL QUE RECIBE LOS TURISTA. ....	54
<b>TABLA 24.</b> RAPIDEZ EN LA ATENCIÓN DE LOS SERVICIOS QUE SE OFERTAN EN LAS DISTINTAS INSTALACIONES TURÍSTICAS. ....	55
<b>TABLA 25.</b> RESPUESTA ADECUADA AL TURISTA ANTE SUS NECESIDADES SUSCITADAS EN LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS.....	55
<b>TABLA 26.</b> PREPARACIÓN DEL DESTINO PUERTO PIZARRO PARA UN TURISMO NACIONAL Y RECEPTIVO. ....	56
<b>TABLA 27.</b> BUENAS CONDICIONES DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS UBICADOS EN EL ENTORNO DE PUERTO PIZARRO.....	57
<b>TABLA 28.</b> BUENA EXPERIENCIA EL TURISTA EN EL USO DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS.....	57

<b>TABLA 29.</b> BUENA EXPERIENCIA DEL TURISTA EN EL USO DEL EQUIPAMIENTO UBICADO EN LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS.....	58
<b>TABLA 30.</b> BELLEZA PAISAJÍSTICA DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS CON LOS MANGARLES DE PUERTO PIZARRO (ENTORNO QUE LOS RODEA) .....	58
<b>TABLA 31.</b> RECOMENDACIÓN A FAMILIARES, AMIGOS, PAREJA EN VISITAR LA BAHÍA DE PUERTO PIZARRO.....	59
<b>TABLA 32.</b> BUENA IMAGEN TURÍSTICA GENERADA AL VISITAR LA BAHÍA DE PUERTO PIZARRO.....	60
<b>TABLA 33.</b> RETORNO A LA BAHÍA DE PUERTO PIZARRO, EN UNA PRÓXIMA OPORTUNIDAD.....	60
<b>TABLA 34.</b> CORRELACIÓN VARIABLES X - Y.....	61
<b>TABLA 35.</b> CORRELACIÓN DIMENSIÓN ELEMENTOS TANGIBLES Y VARIABLE Y. ....	62
<b>TABLA 36.</b> CORRELACIÓN DIMENSIÓN ELEMENTOS INTANGIBLES Y VARIABLE Y. ....	63



## Índice de anexos

<b>ANEXO 1. MATRIZ DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>74</b>
<b>ANEXO 2. REGISTRO DE USUARIOS FORMALES POR MESES CORRESPONDIENTES A LOS AÑOS 2011 – 2022, EN PLATAFORMA DE EMBARQUE – DESEMBARQUE DEL MUELLE TURÍSTICO DE PUERTO PIZARRO .....</b>	<b>76</b>
<b>ANEXO 3. INSTRUMENTO PARA EVALUAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS EN LA BAHÍA DE PUERTO PIZARRO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA, AÑO 2022.....</b>	<b>77</b>
<b>ANEXO 4. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS POR EXPERTOS .....</b>	<b>80</b>
<b>ANEXO 5. EVIDENCIA DE TRABAJO DE CAMPO – APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO EN LUGAR DE ESTUDIO. ....</b>	<b>83</b>

## RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo general el determinar la relación entre la calidad de servicio en las instalaciones turísticas de la Bahía de Puerto Pizarro y la satisfacción del turista, desarrollado en el año 2022. La metodología de investigación se mantuvo bajo un enfoque cuantitativo de tipo correlacional, con un diseño no experimental – transversal correlacional, el instrumento empleado fue el cuestionario el cual fue aplicado a una muestra finita de 379 turistas entre nacionales y extranjeros, durante el lapso de 4 meses (agosto a noviembre). Los resultados obtenidos se basaron en determinar la relación entre las variables de estudio y las dimensiones de la primera variable con la segunda, el primer resultado evidencio que existe una correlación moderada entre Calidad de Servicio y Satisfacción del turista, siendo un valor de 0.635, descartando una hipótesis alterna (correlación alta) y una hipótesis nula (correlación baja), naciendo una nueva hipótesis (correlación moderada), conllevando a concluir que esta correlación moderada es causada porque aún este destino turístico tumbesino tiene ciertos aspectos tangible e intangibles por mejorar, siendo su principal quiebre la falta de interés del gobierno público por generar proyectos de mejora en un destino muy reconocido del norte peruano.

## **ABSTRAC**

The present study had as general objective to determine the relationship between the quality of service in the tourist facilities of the Bay of Puerto Pizarro and the satisfaction of the tourist, developed in the year 2022. The research methodology was maintained under a quantitative approach of type correlational, with a non-experimental design - cross-correlational, the instrument used was the questionnaire which was applied to a finite sample of 379 tourists between nationals and foreigners, during the period of 4 months (August to November). The results obtained were based on determining the relationship between the study variables and the dimensions of the first variable with the second. The first result showed that there is a moderate correlation between Quality of Service and Tourist Satisfaction, with a value of 0.635, ruling out an alternate hypothesis (high correlation) and a null hypothesis (low correlation), creating a new hypothesis (moderate correlation), leading to the conclusion that this moderate correlation is caused because even this Tumbesian tourist destination has certain tangible and intangible aspects to improve, being its main break is the lack of interest from the public government to generate improvement projects in a well-known destination in northern Peru.

## **I. INTRODUCCIÓN**

El turismo es una actividad generadora de divisas a un determinado destino, es una actividad social y económica que ha permitido generar una calidad de vida a los pobladores residentes del destino turístico, además de poder mejorar, evolucionar y volverse destinos turísticos competitivos, por los proyectos o mejoras que se realizan en el espacio geográfico (Orgaz y Moral, 2015).

A nivel internacional existen estudios y propuestas de mejora relacionadas a las instalaciones turísticas e infraestructura, como es el caso de México, país que a través de su organismo público Secretaria de Turismo de México ([SECTUR], 2016), ha realizado diferentes mesas de trabajo basadas en la realidad problemática y búsqueda de soluciones; un problema en específico es la falta de infraestructura para los medios de transporte, además, de no contar con estacionamientos vehiculares especiales que cumplan con los reglamentos normados por sus leyes constitucionales. La importancia de poder generar estrategias en el sector aéreo, carreteras, cruceros y autotransporte para pasajeros, son basados en ejemplos de gestión de países como Noruega y Alemania.

A nivel nacional, un claro ejemplo de presencia de instalaciones turísticas es en la ciudad de Cusco, sin embargo, se identifica algunas debilidades en este punto, ello se especifica en el estudio publicado en su Plan Estratégico Regional de Turismo de Cusco, donde la principal deficiencia es la no presencia de señalización turística en zonas rurales donde se practica el Turismo Comunitario, además, en zonas de descanso accesibles en el Santuario Histórico de Machu Picchu, debido que hasta el año 2017 se implementaron proyectos para la mejora de la accesibilidad para turistas con limitaciones físicas, pero estos se han visto frenados por coyunturas políticas (Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, 2016)

A nivel local, Tumbes, es uno de los departamentos del norte del Perú, conocido por su diversidad natural con relación a sus playas, las cuales son visitadas de forma temporal por turistas nacionales e internacionales: así mismo es un destino turístico del norte peruano sumado con Piura y Lambayeque, en

donde conforman los tres departamentos una de las rutas turísticas para la práctica de un turismo de sol y playa. (Chumpitaz y Álvarez, 2017).

Uno de los lugares que forman parte de las rutas playeras del departamento de Tumbes, es la Bahía de Puerto Pizarro, encontrándose en la jurisdicción del centro poblado Villa Puerto Pizarro (Resolución Ejecutiva Regional N° 00277-2006/GOB.REG.TUMBES.P), Distrito de Tumbes y Provincia de Tumbes (Plan de Desarrollo Regional Concertado de Tumbes, 2017 – 2030). Ubicada a 13 km de la ciudad de Tumbes y al Distrito de Tumbes, con coordenadas UTM 03° 29´17” - 03° 30´ 47” Latitud Sur, 80° 29´ 39” – 80° 22´ 36” Latitud Oeste, con una extensión territorial de 321 567.25 m<sup>2</sup> o también 0.32 Km<sup>2</sup>. Este lugar pertenece a uno de los ecosistemas formados por el bosque Manglar que se haya desde Punta Capones hasta el estero La Chepa. El ecosistema Manglar de la Bahía de Puerto Pizarro tiene una extensión de 1927.8425 hectáreas y se hayan diferentes especies de aves, lo cual es el atractivo primordial para el avistamiento de fauna del lugar, además entre sus atractivos turísticos se tiene la isla de los Pájaros, de Isla de la Ballena y el criadero de Cocodrilo de Tumbes (Prado, 2014).

La Bahía del centro poblado Villa Puerto Pizarro en la actualidad presenta ciertas deficiencias en relación a las instalaciones turísticas que posee, ello se demuestra en la investigación presentada por Zavalaga (2012, como se citó en Prado, 2014) el cual indica que Puerto Pizarro no cuenta con Infraestructuras grandes para poder albergar a un gran número de turistas, haciendo mención que su embarcadero es incipiente y su centro de interpretación es antiguo, otorgando de esta forma servicios limitados.

Asi mismo en la investigación de Álvarez y Chumpitaz (2017), realizada en la bahía de Puerto Pizarro, indica que en el área de estudio existe libre acceso para desplazarse y embárquese hacia el atractivo turístico, pero que el lugar no presenta suficientes señaléticas y una infraestructura que facilite la accesibilidad a personas con discapacidad física, existiendo solamente en el boulevard turístico o alameda turística.

Las instalaciones turísticas que son objetivo de estudio de esta investigación son las que actualmente se encuentran en el centro poblado Villa

de Puerto Pizarro, las fueron gestionadas bajo el nombre del Proyecto “*Playas del Norte*”, y dirigida por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y ejecutadas por su órgano desconcertado Plan COPESCO, en coordinación con la Municipalidad Provincial de Tumbes (MPT), con proceso Administración de la Municipalidad Local de Puerto Pizarro (2006 – 2010) y Administración de la Asociación Patronato Turístico Villa de Puerto Pizarro (2011 - Actualidad). Según el Plan Estratégico Regional de Turismo - Tumbes (PERTUR-TUMBES, 2019, p. 95).

Con primera entidad pública administrativa de las instalaciones turísticas del centro poblado Villa de Puerto Pizarro, es la Municipalidad Provincial de Tumbes (MPT), dado que pertenecen a su jurisdicción las administró desde el año 2006 hasta el 2010, sin embargo por falta mantenimiento y aumento de deterioros en sus estructuras otorgó la administración (bajo un proceso de supervisión) a la Asociación Patronato Turístico Villa de Puerto Pizarro (APTVPP), asociación formada por pobladores de Puerto Pizarro, desde el año 2011 hasta la actualidad (año 2022) se encuentran administrando y ofreciendo mantenimiento continuo a las instalaciones turísticas, realizado avances significativos gracias a los pequeños aportes económicos de los Turistas que pagan al hacer uso de ellas. Según lo observado en varias visitas In Situ al lugar de estudio y lo conversado con el especialista en Turismo de APTVPP.

Asimismo, se toma en cuenta la información primordial y relevante de Proyectos de Inversión Pública (PIP) que han sido aprobados y próximos a ejecutarse, el primer proyecto aprobado y en situación de “viable”, es denominado “Ampliación de los servicios turísticos públicos de los Manglares de Tumbes, sector Puerto Pizarro distrito de Tumbes – Provincia Tumbes – Departamento Tumbes”, siendo registrado el 12 de agosto de 2021, con fecha de aprobación el 14 de setiembre de 2021, bajo el código SNIP (Servicio Nacional de Inversiones Públicas): 1516196; el monto aprobado para la ejecución del proyecto es de la suma de 26´946,736.57 (veintiséis millones novecientos setenta y seis mil setecientos treinta y seis soles con cincuenta y siete céntimos), la finalidad del proyecto se basó en indicadores como es el porcentaje de recursos turísticos inventariados priorizados que no brindan adecuados servicios turísticos, a lo cual las unidades formuladoras y ejecutoras

del proyecto como es el Gobierno Regional de Tumbes realizaría la construcción de vías de acceso como son las pistas y veredas para peatones y vehículos, construcción de un parador turístico, alameda turística y plaza central, además del malecón turístico, desembarcadero turístico, área informativa turística, mirador turístico y la capacitación a los operadores turísticos (Ministerio de Economía y Finanzas, 2022).

Se indica que según la ordenanza Municipal N° 016 – 2017 – MPT – ALC, se ha aprobado un proyecto para elevar el área del ecosistema del Manglar que se encuentra en la jurisdicción de la Bahía de Puerto Pizarro, a una Área de Conservación Ambiental (ACA), Manglares Delta del Rio Tumbes – Bahía de Puerto Pizarro – En el Distrito, Provincia, Departamento de Tumbes, el cual será administrado por la Municipalidad Provincial de Tumbes.

Ante todo, ello se demuestra por medio de las investigaciones y proyectos que las instalaciones turísticas de Puerto Pizarro presentan carencias en cuanto a las condiciones de accesibilidad, conservación y tamaño de sus estructuras y al servicios turísticos públicos que ofrecen, de acuerdo a la Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión Publica en Turismo (2011), dice que los servicios turísticos públicos se originan a partir de las instalaciones turísticas y los recursos turísticos que puedan haber en el destino de visita. Es por ello que se determinó evaluar la calidad del servicio ofrecido en las instalaciones turísticas de la bahía del centro poblado Villa de Puerto Pizarro y la satisfacción que genera en los turistas (nacionales y extranjeros) luego de usarlas, debido a la relevancia de las características naturales de la bahía y culturales del centro Poblado Villa de Puerto Pizarro.

Se tomo en cuenta determinar la relación entre la variable calidad del servicio y la satisfacción del turista que visita las instalaciones en la bahía del centro poblado Villa de Puerto Pizarro. Al evaluar la variable calidad de servicio, se evaluó el estado de conservación y apariencia de las instalaciones turísticas (muelle, embarcadero, centro de interpretación, zona de estacionamiento vehicular), el servicio que ofrecen los colaboradores en las diferentes instalaciones turísticas, la existencia o carencia en general de diversos tipo de equipamientos y señalizaciones que facilitan comodidad a todo tipo de turista turista, así como, su estado de conservación y seguridad de los equipamientos

existentes, generando a ello alta o baja satisfacción durante su visita del turista. Por otro lado, con la variable Satisfacción al turista se evaluó su expectativa acerca del destino turístico Puerto Pizarro y de sus atractivos que los conforman, la experiencia que vivió con el uso de las instalaciones turísticas y del equipamiento que lo conforma, la percepción y/o perspectiva que obtuvo al finalizar su visita en la bahía de Puerto Pizarro.

Se pretende que, en próximos proyectos de inversión pública o estudios de mercado, tomen como referencia los resultados de esta investigación, con el fin de que se mejoren la calidad de los servicios turísticos públicos que presentan bajos niveles de calidad (según el ítem evaluado), y por medio de ello aumente calidad de vida de los pobladores del centro poblado Villa Puerto Pizarro, así mismo la experiencia, percepción y satisfacción del turista que visita las instalaciones turísticas y destino turístico Puerto Pizarro.

Por ende, el problema se formula de la siguiente manera ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio en las instalaciones turísticas de la bahía de puerto Pizarro y la satisfacción del turista, año 2022?; y los problemas específicos fueron ¿Cuál es la relación de los elementos tangibles de las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro y la satisfacción del turista, año 2022?, y ¿Cuál es la relación de los elementos intangibles de las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro y la satisfacción del turista, año 2022?

La justificación del estudio fue basada en tres ámbitos o criterios que toda investigación debe tomar en cuenta para generar la importancia y sostenibilidad de este. Desde el ámbito teórico, la investigación se justifica debido que se tomó en cuenta un campo aún no estudiado en Puerto Pizarro como es la satisfacción del turista nacional y extranjero en relación al servicio que se ofrece en las instalaciones turísticas, las cuales son el elemento importante que complementa a la infraestructura como parte tangible de un destino turístico, y hace que la actividad turística que realiza el visitante pueda ser completa y generar una experiencia única e inolvidable en este individuo.

Desde el ámbito metodológico, la investigación cuenta como primordial instrumento de recolección de información el cuestionario que ha permitido



recabar información cuantificable y poder determinar si existe una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del turista basado en la experiencia dada en las instalaciones turísticas de Puerto Pizarro.

Finalmente, desde el ámbito práctico la investigación se justifica debido que es un estudio exploratorio, es decir nuevo en el campo de estudio que es Puerto Pizarro, ello contribuye como base para próximas investigaciones que logren desarrollar en este lugar, además de ser un estudio de mercado que permita a las entidades gubernamentales pertinentes en turismo poder formular proyectos en la mejora de las instalaciones turísticas que presenta actualmente este lugar de estudio. Por lo expuesto anteriormente se ha planteado como parte de la investigación el objetivo general que fue determinar la relación entre la calidad de servicio en las instalaciones turísticas de la Bahía de Puerto Pizarro y la satisfacción del turista, año 2022; los objetivos específicos se centraron en determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del turista que visita las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro; y determinar la relación entre los elementos intangibles y la satisfacción del turista que visita las instalaciones turísticas.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA.**

### **2.1. Antecedentes.**

En el ámbito internacional se tiene la investigación de Contreras (2021) un estudio realizado en Boyacá – Colombia, la finalidad se centra en evaluar la calidad percibida del servicio a nivel de destinos turísticos en sus dimensiones seleccionadas y su influencia en la satisfacción del turista, así como en la intención de visitar destinos turísticos considerando el rol moderador del género y la edad. La investigación por ser de carácter doctoral ha propiciado en un estudio ambivalente empleando instrumentos cualitativos y cuantitativos para los constructos y sus dimensiones correspondientes. Los resultados han reflejado que los niveles de satisfacción fueron medios y altos en referencia a las dimensiones del constructo Calidad de servicio siendo las dimensiones con altos niveles de satisfacción: alojamiento, limpieza, hospitalidad, actividades, accesibilidad y seguridad, finalmente el estudio concluye indicando que el 56.5% de los turistas encuestados se sienten satisfechos con el destino y el 57.2% tiene la intención de revisita al lugar de destino.

Vergara (2019), tiene como título “Valoración de la calidad del servicio turístico de Cartagena de las Indias, Colombia”, cuyo objetivo general fue valorar la calidad del servicio y su relación con la percepción, la satisfacción y las intenciones futuras, el cual toma como parte fundamental las 5 dimensiones de la calidad y la identificación de las características de los productos y servicios que se brindan en la ciudad de Cartagena. Los resultados indicaron que de los 384 encuestados el 61% está satisfecho con la atención de servicio que brinda el personal especializado en turismo, además el 66% está conforme con las instalaciones que presenta el destino. El estudio concluye mencionando que las dimensiones empatía, capacidad de respuesta y tangibilidad influyen significativamente en la satisfacción del servicio recibido y en las futuras intenciones de viaje.

Castillo, Sánchez y Santos (2017), una investigación basada en la satisfacción, expectativa y fidelidad del visitante en Sevilla España, el estudio fue basado en una recopilación científica empírica siendo el principal instrumento el cuestionario, el cual permitió visualizar el perfil del turista extranjero que visita Sevilla, además de medir el nivel de satisfacción en referencia a experiencia

turística, servicios, alojamiento, restauración y otros factores importantes. Parte de los resultados evidenciaron que el 51% son turistas nacionales de España, mayormente viajan más varones que mujeres (53.9%), la edad promedio de turistas que viajan oscilan entre los 18 a 25 años (33.5%) y un 92% que más viajan son universitarios. En referencia a la satisfacción del turista en Sevilla como experiencia en general es alta, lo que conlleva a deducir que Sevilla tiene un alto potencial para la mejora continua. Los turistas evidenciaron en los resultados que su alta satisfacción se debe a los servicios prestados en la ciudad y que no necesariamente están relacionados con hospedaje o restauración.

Carvache et al. (2017), presenta una investigación titulada “Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita Montañita, Ecuador”, la finalidad de la investigación es estudiar el perfil del turista extranjero, las motivaciones de viaje y la satisfacción del servicio que se ofrece en el lugar de estudio. Como instrumento de recolección de datos se tomó la guía de entrevista debido que el enfoque de la investigación fue cualitativo, los participantes fueron extranjeros mayores de edad. Los resultados de la investigación evidenciaron que la principal motivación de visita al lugar de estudio es por disfrutar del 63% son turistas europeos. La conclusión se deriva a que el turista está insatisfecho porque no ha tenido una buena experiencia en su estadía, por ello es poco probable que recomiende el lugar a familiares y amigos, o vuelva en una segunda oportunidad, finalmente esto genera una mala imagen para el destino.

En el ámbito Nacional se tienen estudios de Baluarte y Bravo (2019) estudio titulado “Análisis de la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha”, la finalidad de la investigación fue analizar la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción del visitante que llegan al lugar de estudio. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo de nivel descriptivo, cuya población fueron los turistas nacionales mayores a 18 años. Los resultados del estudio evidencian el 59% de los turistas califica como regular la información que se facilita acerca del recurso turístico, además que el pago por el transporte fluvial es de regular precio. La investigación concluye indicando que las atenciones del personal de los establecimientos turísticos han sido calificadas como regular, lo que se

deduce que el personal aún tiene falencias que deben mejorar a través de capacitaciones o programas.

Rosas (2019) un estudio realizado en la ciudad de Lunahuaná, cuyo objetivo es determinar si la gestión del producto turístico en Lunahuaná genera satisfacción en los turistas y excursionistas, se tomó en cuenta una metodología con enfoque cuantitativo utilizando dos tipos de instrumentos como la guía de entrevista y cuestionario. La población involucrada en el estudio fueron los turistas y excursionistas que llegan a la ciudad de destino siendo una muestra total de 300 individuos, los resultados que se obtuvieron reflejan existe un insatisfacción por parte de los encuestados en referencia a los servicios turísticos públicos del recurso turístico Complejo arqueológico Incahuasi, de igual manera en el Mirador de San Juan siendo un alto nivel de insatisfacción su accesibilidad (48.4%), paradores turísticos (83.9%) y señalización turística (67.7%), finalmente se hizo un estudio en referencia a la infraestructura y servicios básicos de Lunahuana a lo cual se obtuvieron resultados negativos en cuanto a las playas de estacionamiento las cuales son muy pequeñas (48.3%), de igual manera la no presencia de accesibilidad para discapacitados (46.3%) fue otro de los factores que ha generado la insatisfacción del turista y excursionista que viaja a este destino tan famoso de Lima.

## 2.2. Base teórica.

### Calidad de Servicio

**Definición.** Según Deming (1989, citado por Duque, 2005) indica que la calidad son las necesidades próximas o futuras de los usuarios o clientes o consumidores, las cuales tienen características que pueden ser medibles, lo que se evidencia como el producto puede ser diseñado y elaborado con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente con un precio módico y asequible a este.

Para Juran (1990), calidad tiene diferentes significados, los cuales dos son más representativos, el primero indica que la calidad son las características del producto que se basan exclusivamente del cliente y por ende satisfacen las necesidades de este, el segundo concepto se direcciona a que la calidad es la libertad después de las deficiencias de un producto o servicio.

La norma Internacional ISO9000, la calidad se define como un todo de características de una organización, empresa o entidad (producto, proceso, sistema o personas) que pueda cumplir con sus expectativas o necesidades establecidas.

Cronin y Taylor (1992, citado por Duque, 2005), conceptualiza a la calidad de servicio como la parte o esencia que no puede ser diseñada de forma igualitaria para todas las empresas u organizaciones que ofrecen productos o servicios, por una simple razón de exposición de líneas de productos y gamas de calidad. La calidad del servicio es más compleja de ser medido y evaluado, debido que los consumidores y/o clientes no solo observan el resultado final, sino que se fijan mucho en el proceso de selección desde el primer contacto, a ello llamamos rapidez en la atención, la confianza, la seguridad que genera el personal con el cliente, la cortesía, la comunicación verbal y no verbal, además del cuestionamiento de los equipos, mobiliarios e infraestructura que forman todo un conjunto ofrecido.

**Importancia.** En el módulo publicado por Carro y Gonzales (s.f.), indican puntos esenciales referenciados a la importancia de la calidad, los cuales son cuatro fundamentos detallados a continuación.

*Costos y participación en el mercado*, cuando un producto tiene altos estándares de calidad tiene una mejor participación en el mercado y ahorro de fallas que puedan surgir en el proceso.

*Prestigio de la organización*, la calidad surge por la experiencia del cliente y las recomendaciones que hace este, generando un efecto multiplicador cuando un producto o servicio satisface sus necesidades.

*Responsabilidad por los productos*, organizaciones o empresas que fabrican o elaboran productos dañados son las únicas responsables de reparar esos gastos, además que genera un desprestigio para la empresa sumado a ello el poder quedarse sin clientes.

*Implicaciones Internacionales*, la calidad es un asunto internacional, lo cual productos deben cumplir con estándares para sus exportaciones, y estar acordes al precio del mercado.

**Factores determinantes de la calidad.** La conceptualización pura de la calidad se basa en 2 tendencias, siendo la calidad objetiva y subjetiva, la calidad objetiva se enfoca en la perspectiva del productor o fabricante y la calidad subjetiva desde la perspectiva del consumidor o cliente.

*Calidad objetiva*, para Vásquez et al. (1996 citado por en Duque, 2005) indica que la calidad objetiva es una vista desde la parte interna de la calidad, debido que inicia desde la producción siendo su finalidad la eficiencia, por ello se emplean métodos para la medición del control de calidad (proceso).

*Calidad subjetiva*, para Vásquez (1996) indica que es una visión externa, aquella que resulta a través de la determinación y cumplimientos de las necesidades básicas como son los deseos y expectativas del cliente, las actividades del servicio están relacionadas de forma directa con el cliente.

**Modelos de medición.** Durante décadas han surgido escuelas y modelos para lograr medir la calidad desde la perspectiva del consumidor entre ello se tiene a la *escuela Nórdica* basada en el modelo plasmado por Gönroos (1988 – 1994), la cual relaciona a la calidad con la imagen corporativa, es decir el cliente está influido por el resultado del servicio, pero también por como recibe y la imagen corporativa (servicio esperado – percepción del servicio)

De igual manera se tiene a la escuela americana, siendo sus máximos exponentes Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985 - 1988), tomaron en cuenta el paradigma de la desconfirmación, al igual que el modelo de Gönroos, es decir diseñar instrumentos o técnicas que permitan la medición de la calidad percibida, este método permitió medir y evaluar de manera separada las expectativas y percepciones.

El modelo de Rust y Oliver (1994), estaba compuesto por 3 elementos los cuales fueron *Service Product* (servicio y sus características), *Service Delivery* (servicio de envío o de entrega) y *Environment* (ambiente que rodea al servicio).

Finalmente, se tiene el modelo SERVPERF, cuyos autores son Cronin y Taylor (1992), ellos se basaron en el modelo Servqual pero establecieron ventaja diferencial, aquella que puede determinar de forma concisa y precisa el valor de las percepciones del cliente. La forma de evaluación es parecida a la de SERVQUAL, debido que cuenta con medición de expectativas y percepciones.

**Modelo SERVQUAL.** Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), iniciaron a partir del paradigma de la expectativa-disconformidad, lo que trajo consigo la implementación de un instrumento que permita la cuantificación de la calidad de servicio percibida. Después de varios estudios y trabajos de investigación, se tomó como fundamento el termino de calidad de servicio percibida, diseñándose un instrumento que media la calidad, este instrumento se llamó SERVQUAL.

SERVQUAL, permite realizar una aproximación de la medida a través del análisis independiente de perspectivas y percepciones de un cliente o consumidor o usuario, teniendo como base las opiniones de las personas; estas opiniones están direccionadas a diez dimensiones determinadas por autores y estudioso con cierta relevancia que expresan el tipo de cliente que se tiene en las empresas, estas dimensiones son; cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación, conocimiento cliente, tangibilidad. Confiabilidad y capacidad de respuesta.

**Dimensiones de Calidad.** La presente investigación se basa en dos dimensiones: elementos tangibles y elementos intangibles, definidos en la teoría expuesta por Zeithaml y Parasuraman (2004, citado por Duque, 2005, p.12)

*Elementos tangibles.* Dentro del modelo Servqual se toma a la tangibilidad como el producto que involucra los cinco sentidos del ser humano (vista, olfato, tacto gusto y escucha), además involucra las apariencias de las instalaciones físicas, equipos tecnológicos, el talento humano y los materiales con los cuales un producto o servicio se presenta en un mercado competitivo.

Para Medina y Gonzales (2016, citado por Gonzales y Huanca, 2020), indica que los elementos tangibles son denominados como atributos tangibles, los cuales son claves que influyen en la determinación del diseño de un producto o servicio a través de las preferencias que emite el consumidor, lo que puede lograr un fortalecimiento en la competitividad e innovación del producto en el mercado.

Dentro de los elementos tangibles se toma en cuenta las *instalaciones turísticas*, aquellas definidas por Boullón (2006) como construcciones específicas, diferenciadas a las construcciones que son denominadas equipamiento, cuya finalidad es dar una buena accesibilidad y realización de actividades exclusivamente relacionadas al turismo dentro de un atractivo o recurso turístico, en la cual se debe tener en cuenta la preservación, respeto, cuidado y protección de los mismos.

Para Acerenza (1984, como se citó en Villanueva, 2021), menciona que las instalaciones turísticas son los equipos que permiten que el turista satisfaga sus necesidades en el destino turístico, además de disfrutar de la estancia determinada por este y pueda cubrir sus expectativas, y realizar actividades que sean recreativas en el destino.

Otro concepto relevante de las instalaciones turísticas las menciona el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ([MINCETUR], 2011, p.5), el cual lo define como aquellas instalaciones físicas que están relacionadas de forma directa con el recurso o atractivo turístico, los cuales son utilizados durante la estadía del visitante en el destino turístico. El MINCETUR indica que parte de las instalaciones turísticas se tiene a los miradores turísticos, museos de sitio, centros de interpretación, paradores turísticos, muelles, marina turística, oficina de información, zonas de campamentos entre otros.



Existen autores que definen y explican acerca de modelos para poder clasificar las instalaciones turísticas, entre los más importantes se tiene a la clasificación expuesta por Roberto Boullón y por Acerenza, autor que toma ciertos criterios algo diferentes a la clasificación expuesta por Roberto Boullón, y por último la clasificación expuesta por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

**Tabla 1.** Clasificación de las Instalaciones Turísticas según Boullón.

<b>Tipo</b>	<b>Ejemplo</b>
<i>Playa</i>	Muelles
	Miradores
	Pasarelas de arena
<i>Montaña</i>	Miradores
	Senderos
	Teleféricos
	Skilift
	Vestuarios
<i>Generales</i>	Juegos infantiles
	Pasarelas
	Puentes

*Fuente.* Boullón (2006)

La clasificación de las instalaciones turísticas según Acerenza son más específicas y toman en cuenta desde un punto ecológico y cultural, ello se puede verificar en la siguiente tabla.

**Tabla 2.** Clasificación de las Instalaciones Turísticas según Acerenza.

<b>Tipo</b>	<b>Ejemplo</b>
<i>Orden Ecológico</i>	Reservas naturales
	Parques naturales
	Zoológicos
	Acuarios
<i>Orden Cultural</i>	Museos
	Cines
	Teatros

	Salas de exposición
	Pesca de altamar
	Pesca submarina
<i>Orden deportivo</i>	Cancha de tennis
	Campos de Golf
	Ciclo vías
	Discotecas
<i>Diversión</i>	Bares
	Salones de juego - casinos
<i>Facilidades diversas</i>	Ferias artesanales
	Jardines infantiles

**Fuente.** Acerenza (1984, citado en OMT, 2016)

La clasificación expuesta por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo indica que las instalaciones turísticas toman en cuenta los siguientes elementos que se detallan a continuación:

**Tabla 3.** Clasificación de las Instalaciones Turísticas según Mincetur

<b>Tipo</b>	<b>Definiciones</b>
<i>Zonas de estacionamiento</i>	Son espacios especiales que se encuentran correctamente equipados y listos para todo tipo de usuario que tiene la necesidad de estacionar su vehículo, además debe tener espacios exclusivos para personas con discapacidad motriz, la ubicación de estos es clave, además de tener accesos y/o entradas en diferentes puntos para una circulación idónea de los vehículos.
<i>Centros de interpretación</i>	Son construcciones que se encuentran ubicadas en ámbitos naturales y rurales, a modo de estrategia para una mejor comunicación entre el visitante y el lugar que visita, estos lugares deben estar completamente

---

<i>Señalización turística</i>	<p>equipados con folletos, mapas y elementos que permitan que el turística se sienta seguro en poder visitar el lugar solo sin un guía que pueda acompañarlo.</p> <p>Definidos como los mostradores de información que deben transmitir claramente un mensaje seguro y apto para todos, este debe cumplir con ciertos requisitos expuestos en el Manual de Señalización turística que presenta el MINCETUR, además que es lo esencial en cada destino turístico la presencia de estos.</p>
<i>Zonas de descanso</i>	<p>Son espacios ubicados en su mayoría en sitios patrimoniales o caminos difíciles de acceder, el motivo de la construcción de estos es para el descanso oportuno del turista durante un recorrido de alto impacto, la construcción de estos debe guardar con la armonía de la naturaleza del lugar, además de estar implementado con mapas o información relevante del atractivo.</p>
<i>Miradores turísticos</i>	<p>Son instalaciones de gran interés para el turista, debido que permite apreciar desde un punto de vista alto el paisaje en todo su esplendor, su ubicación es estratégica en su mayoría se encuentran en lugares altos, de igual manera su construcción debe guardar con la armonía del atractivo ya sea natural o cultural.</p>
<i>Senderos</i>	<p>Definidos como los recorridos internos necesarios que deben estar ubicados de forma clara teniendo en cuenta las delimitaciones, ello contribuye a la seguridad del visitante cuando este recorre un lugar natural o cultural, deben contar con ciertas características, debido que no solo se toma en cuenta al visitante sin limitaciones sino también a visitantes que tienen cierta incapacidad de poder realizar un</p>

---

---

*Paneles  
interpretativos*

recorrido solos y necesitan de equipos como sillas de ruedas, muletas u otros elementos.

Referenciados como instalaciones ubicadas en lugares estratégicos como senderos del recurso o atractivo turístico, lo que permite poder visualizarlo sin generar impactos negativos ni alteración alguna con el espacio natural.

---

**Fuente.** Mincetur (2011)

*Elementos Intangibles.* Los elementos intangibles o la intangibilidad están relacionada al servicio, es decir al cumplimiento de las expectativas del cliente y al cubrimiento de sus necesidades que este quiere satisfacer, dentro de estas se puede tomar en cuenta la confianza, la credibilidad, rapidez o eficacia y la capacidad de respuesta.

En relación a la *confianza*, denominada también como la empatía, es la demostración de interés y nivel de atención personalizada que ofrece una empresa u organización a un cliente en específico, el cual debe cumplir con la comprensión al usuario, la accesibilidad de información y una comunicación continua.

La *credibilidad*, tomada en cuenta como la veracidad, la creencia y la forma justa y honesta del servicio que es ofrecido por la empresa, además del cumplimiento de lo ofertado con lo ofrecido.

La *Rapidez*, o denominado eficacia, es el resultado de lo gestionado o realizado, el tiempo es un elemento esencial en temas de atención al cliente, y parte de ello es la espera del cliente ante algo solicitado y la forma correcta de darlo.

La *Capacidad de Respuesta*, conceptualizada como la disposición para ayudar al cliente y la solución ante algo solicitado, además involucra la forma en como provee un servicio rápido al cliente o consumidor.

## **Satisfacción del cliente.**

**Definición.** La satisfacción del cliente se puede entender como los niveles de estado de un individuo, el cual resulta de la comparación del rendimiento percibido de un servicio o producto ofrecido por una empresa u organización, con sus expectativas que tiene este de lo adquirido. (Kotler, 2003)

**Dimensiones.** La satisfacción del cliente se toma en cuenta tres elementos primordiales, siendo en primer lugar *la expectativa* llamada como las esperanzas que el consumidor o cliente tiene en el momento de adquirir o consumir el servicio o producto. Las expectativas son generadas por los efectos de las expectativas *explícitas* que la empresa ofrece, es decir lo que la empresa vende y/o comercializa a través de sus canales debe ser igual a lo que realmente el cliente recibe, y es ahí donde muchos casos de calidad de servicio han sido negativas, debido a que empresas han ofrecido un producto o servicio no acorde a las expectativas del cliente, de igual manera existe las expectativas implícitas es decir aquellas que son vistas desde la parte interna de la empresa, lo que involucra la satisfacción de la empresa al momento de que el producto o servicio es reconocido y genera una imagen corporativa. (Kotler, 2013, p.105)

La segunda dimensión denominada *vivencia*, tomada en cuenta como la satisfacción y los niveles de involucramiento del cliente durante su experiencia con el servicio o producto adquirido, se generan tres niveles siendo el primero la *insatisfacción*, aquella que se genera cuando el producto o servicio no alcanza las expectativas del cliente, luego está la *satisfacción*, es decir cuando el producto o servicio cumple con las expectativas del cliente, y por último se tiene la *complacencia*, es cuando el producto o servicio excede las expectativas del cliente. (Kotler, 2013)

Finalmente se tiene a la *percepción* o llamado rendimiento percibido, el momento en el cual después de haber generado la experiencia del producto o servicio, este califica el resultado. La percepción tiene características como es el punto de vista del cliente más no de la organización el cual es el principal porque de ahí se genera una comentario positivo o negativo de lo que la marca o empresa ofrece (Kötler, 2013).

### **III. MATERIALES Y MÉTODOS.**

#### **3.1. Hipótesis.**

##### **3.1.1. Hipótesis general.**

**HG1.** Existe relación significativamente moderada entre la calidad de servicio en las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro y la satisfacción del turista.

##### **3.1.2. Hipótesis específicas.**

**HE1.** Existe una relación significativamente moderada entre los elementos tangibles y la satisfacción del turista que visita las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro, año 2022.

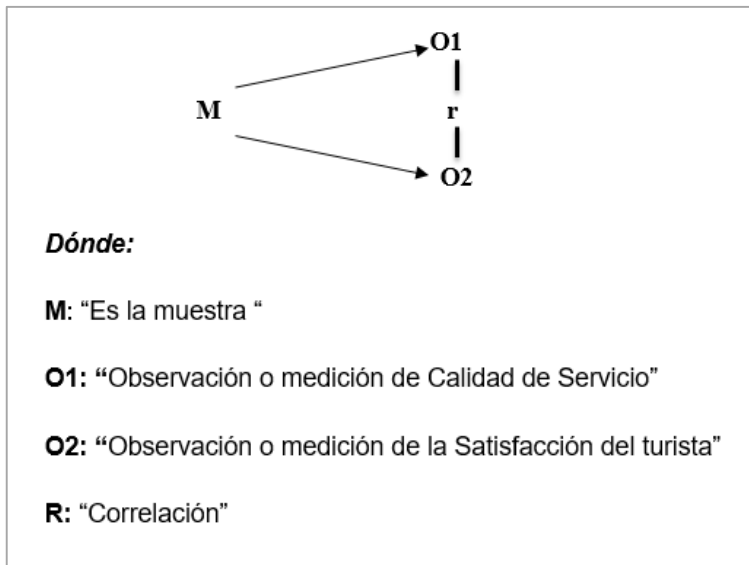
**HE2.** Existe una relación significativamente moderada entre los elementos intangibles y la satisfacción del turista que visita las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro, año 2022.

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

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, debido que la medición entre sus variables fueron datos numéricos, con los que se describió, relacionó, predijo y se dedujo el fenómeno estudiado, empleando diseños preestablecidos, instrumentos estandarizados y métodos estadísticos, para poder probar la hipótesis y generar nuevos conocimientos (Hernández Sampieri, et al., 2014).

El alcance es descriptivo - correlacional, se pretendió comunicar por medio de la descripción, la información recolectada, consecuentemente después de fusionarse con las variables de estudio, determinando su medición y cuantificación, el grado de asociación que presentan cada una de ellas, comprobando las hipótesis formuladas, de los resultados obtenidos (Hernández Sampieri, et al., 2014).

El diseño de la investigación que se tomó en cuenta fue el no experimental, transaccional – correlacional, el diseño se presenta a continuación:



### 3.3. Población, muestra y muestreo.

La población de estudio fueron los turistas nacionales y extranjeros que visitan las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro, distrito de Tumbes, durante los periodos de enero a marzo, del año 2022.

Según la entidad Administradora de las Instalaciones Turísticas de Puerto Pizarro “Patronato Turístico Villa Puerto Pizarro, indica que, desde el mes de enero hasta julio del año 2022, han hecho uso de la plataforma de embarque 27,693 turistas, es entonces que la muestra de estudio se calculó de la siguiente manera:

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

Donde:

N = “Total de Turistas (Nacionales y Extranjeros)”.

Z<sup>2</sup> = “Nivel de confianza de 1.96 con una seguridad del 95%”.

p = “Proporción esperada (50% = 0.5)”.

q = “1-p (se asume 1-0.5 =0.5)”

e = “error de estimación máximo acertado (5%)”

n = “tamaño de la muestra”

**Tabla 4.** Datos para cálculo de Muestra.

Datos	Calculo
N = 27,693	
Z <sup>2</sup> = 1.96	
P = 0.5	$n = \frac{(1.96)^2 * (27,693) * (0.5) * (0.5)}{(0.05)^2 * (27,693 - 1) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$
Q = 0.5	
E = 0.05	n = 379 turistas

**Nota.** Elaboración Propia

La muestra de este estudio de investigación es de 379 turistas (nacionales y extranjeros) que visitaron las instalaciones turísticas de Puerto Pizarro, durante los meses de agosto, septiembre, octubre y noviembre del año 2022.

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

#### 3.4.1. Técnicas de investigación.

*Encuesta.* Según Vara (2010) es una técnica que permite recabar información estadística a través de preguntas con alternativas cerradas que pueden ser nominales, ordinales o de escala.

#### 3.4.2. Instrumentos de recolección de datos.

*Cuestionario.* Herramienta física que se aplica a un determinado grupo de individuos, actualmente el cuestionario puede ser aplicado de forma presencial o virtual (Vara, 2010).

El cuestionario fue diseñado bajo los indicadores de las variables de estudio: Calidad de servicio y satisfacción del turista, tuvo un total de 24 ítems, con alternativas bajo la escala de Likert de conformidad: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Neutro (3), De acuerdo (4), Totalmente de acuerdo (5).



### 3.4.3. Validez

El instrumento cuestionario fue validado por 3 expertos los cuales calificaron a través de una cartilla facilitada por la universidad que respalda este estudio, se detalla a continuación a los especialistas.

**Experto 1.** Lic. Yolanda Jacqueline Peña Herrera – Especialista en turismo – Puntaje 17.

**Experto 2.** Mag. Yegner Bernardo Reyes Aponte – Especialista en Turismo – Puntaje 20.

**Experto 3:** Mag. Juana Graciela Palma Vallejo – Especialista en turismo y metodología de la investigación científica – Puntaje 18.

### 3.4.4. Confiabilidad.

La confiabilidad del instrumento fue basada bajo el Alpha de Cronbach, el cual fue obtenido tras la prueba piloto a 20 individuos, los resultados fueron procesados en el software SPSSv 23, obteniéndose un resultado de 0.899, lo cual se deduce como un instrumento altamente confiable para su aplicación.

**Tabla 5.** Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,899	23

*Fuente: Extraído del Software SPSSv 23*

### 3.5. Recolección de datos.

La recolección de los datos se obtuvo por medio de encuestas, las cuales fueron aplicadas en un solo periodo de tiempo, contemplándose los meses de agosto a noviembre.

División mensual de turistas a encuestar de acuerdo con el total de la muestra, se consideró las siguientes cantidades:

**Tabla 6.** Cantidad de encuestados en los meses agosto a noviembre.

<b>Meses</b>	<b>Cantidad de encuestados</b>
Agosto	95
Septiembre	95
Octubre	95
Noviembre	94
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>

*Nota.* Cantidad de encuestados correspondientes a los meses entre enero – marzo, según la cantidad total de la muestra.

Se consideró lo siguiente, como parte de seleccionar a la población encuestada (turistas nacionales y extranjeros), basándose en los resultados respecto a los estudios sobre el perfil del turista y el Nivel de satisfacción del turista nacional y extranjero que visita Tumbes en el año (2020).

- i. Varones o mujeres con edad de representatividad ciudadana hasta los 80 años.
- ii. Turistas Nacionales de cualquier región del Perú, que haya visitado con anterioridad Puerto Pizarro, o sea su primera visita.
- iii. Turistas Internacionales de cualquier país.
- iv. Que visiten el recurso manglares de puerto Pizarro por motivos turísticos.
- v. De cualquier categoría civil y nivel de estudios.

La aplicación del cuestionario de recolección de datos fue de forma presencial, In situ en el área de estudio, considerando las siguientes instalaciones: Mirador, embarcadero, muelle, centro de interpretación y zona de estacionamiento vehicular, pudiéndose encontrar en la bahía del centro poblado de Puerto Pizarro.

### **3.6. Procesamiento y análisis de Datos.**

Los datos recolectados de las encuestas se tabularon en el software estadístico SSPP versión 23, lo que permitió un cálculo más preciso para la parte correlacional de variables y dimensiones.

En el procesamiento de la información intervino pruebas estadísticas y matemáticas como: Alfa de Cronbach para probar la fiabilidad de consistencia interna del instrumento y evaluar si los ítems son confiables de aplicar en la recopilación de datos (Kline, 2011), Chi Cuadrada, para probar si las variables se relacionan entre sí (Tinoco, 2008), Distribución Normal para evaluar si las variables de estudio utilizaran pruebas paramétricas o no paramétricas (Sanchez Villegas, et al., 2020), Rho de Spearman utilizado como método estadístico no paramétrico para evaluar la correlación de las variables cuantitativas de interés (Martínez Ortega, et al., 2009).

**Tabla 7.** Valoración del coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach

INTERVALOS	Valoración fiabilidad
[0.00 a 0.30[	Inaceptable
[0.30 a 0.50[	Regular
[0.50 a 0.70[	Aceptable
[0.70 a 0.90[	Altamente Aceptable
[0.90 a 1.00]	Excelente

**Fuente:** Tuapanta Dacto, et al.(2017)

**Tabla 8.** Valoración de relación Rho Spearman

Intervalos	Valoración de relación
[0.00 a 0.25[	Nula
[0.26 a 0.50[	Baja
[0.51 a 0.75[	Moderada
[0.76 a 1.00]	Alta

**Fuente:** Martínez Ortega, et al.(2009)

### **3.7. Variables e indicadores.**

La presente investigación toma en cuenta dos variables de estudio siendo la Variable X (Calidad de Servicio), y Variable Y (Satisfacción del turista); estas variables presentan dimensiones e indicadores que se detallan en el cuadro de operacionalización.

**Tabla 9.** Operacionalización de variable X

<b>Variable Independiente y Definición Conceptual</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escalas de Medición</b>	<b>Método</b>	<b>Instrumento</b>
<p><b>VI:</b> Calidad de servicio.</p> <p><b>Definición Conceptual</b>                      Definida como la totalidad de rasgos y cualidades de un determinado producto o servicio que interviene en poder satisfacer las necesidades implícitas y explícitas de un usuario. (Kotler &amp; Armstrong, 2013)</p>	<p>Elementos Tangibles</p> <hr/> <p>Elementos intangibles</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalaciones</li> <li>• Personal</li> <li>• Equipamiento</li> <li>• Información</li> <li>• Credibilidad</li> <li>• Respuesta en el Servicio.</li> <li>• Respuesta adecuada</li> </ul>	<p>Totalmente en desacuerdo (1)</p> <p>En desacuerdo (2)</p> <p>Neutro (3)</p> <p>De acuerdo (4)</p> <p>Totalmente de acuerdo (5)</p>	Encuesta	<p>Questionario con escala de Likert</p>

**Tabla 10.** Operacionalización de variable Y

<b>Variable Dependiente Y</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escalas De Medición</b>	<b>Método</b>
<p><b>VD:</b> Satisfacción del Turista</p> <p><b>Definición Conceptual:</b> Satisfacción del Turista, se puede definir como el nivel de delicia que obtiene el comprador, después de haber obtenido un servicio o una característica. (Oliver, 2010)</p>	<p>Expectativa</p> <hr/> <p>Vivencia</p> <hr/> <p>Percepción</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destino</li> <li>• Atractivo</li> <li>• Experiencia</li> <li>• Condiciones del Entorno</li> <li>• Recomendación</li> <li>• Imagen</li> <li>• Retorno</li> </ul>	<p>Totalmente en desacuerdo (1)</p> <p>En desacuerdo (2)</p> <p>Neutro (3)</p> <p>De acuerdo (4)</p> <p>Totalmente de acuerdo (5)</p>	<p>Encuesta</p>

#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

##### 4.1. Resultados.

##### 4.1.1. Resultados por indicadores.

##### **Variable 1: Calidad de Servicio**

Dimensión 1: Elementos Tangibles

Indicador 1: Instalaciones

**Tabla 11.** Buenas condiciones de conservación y mantenimiento de las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro, año 2022

<b>Escalas</b>	<b>Número de Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	31	8.2
En desacuerdo	75	19.8
Indiferente	81	21.4
De acuerdo	146	38.5
Totalmente de acuerdo	46	12.1
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100.0</b>

*Fuente.* Información extraída del Software SPSSV23.

**Interpretación.** Los resultados muestran que, de 379 turistas encuestados, el 38.5% (146 turistas), están de acuerdo en referencia que existe buenas condiciones de conservación y mantenimiento de las instalaciones turísticas de la bahía de puerto Pizarro; así mismo, un 21.4% se muestran indiferente y un 19.8% están en desacuerdo, por consiguiente, un 12.1% están totalmente de acuerdo y un 8.2% están totalmente en desacuerdo.

**Tabla 12.** Evidencia de daños, deterioro, desgaste del muelle turístico de la bahía de puerto Pizarro, año 2022.

<b>Escalas</b>	<b>Número de Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	29	7.7
En desacuerdo	55	14.5
Indiferente	68	17.9
De acuerdo	155	40.9
Totalmente de acuerdo	72	19.0
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100.0</b>

*Fuente.* Información extraída del Software SPSSV23.

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 40.9%, es decir 155 turistas, están de acuerdo que en el muelle turístico se evidencia daños, deterioro o desgaste y requieren mejoramiento, así mismo, un 19% se muestran totalmente de acuerdo y un 17.9% se muestran indiferente, por consiguiente, un 14.5% están en desacuerdo y un 7.7% están totalmente en desacuerdo. que en el muelle turístico se evidencia daños, deterioro o desgaste y requieren mejoramiento.

**Tabla 13.** Evidencia de daños, deterioro, desgaste del mirador turístico de la bahía de puerto Pizarro, año 2022.

<b>Escalas</b>	<b>Número de Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	32	8.4
En desacuerdo	48	12.7
Indiferente	87	23.0
De acuerdo	151	39.8
Totalmente de acuerdo	61	16.1
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100.0</b>

*Fuente.* Información extraída del Software SPSSV23.

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 39.8%, es decir 151 turistas, están de acuerdo, así mismo,



un 23% se muestran indiferente y un 16.1% están totalmente de acuerdo, por consiguiente, un 12.7% están en desacuerdo y un 8.4% está totalmente en desacuerdo que en el mirador turístico se evidencia daños, deterioro o desgaste y requieren mejoramiento

**Tabla 14.** Evidencia de daños, deterioro, desgaste del *centro de interpretación* turística de la bahía de puerto Pizarro, año 2022.

<b>Escalas</b>	<b>Número de Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	28	7.4
En desacuerdo	51	13.5
Indiferente	112	29.6
De acuerdo	140	36.9
Totalmente de acuerdo	48	12.7
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100.0</b>

*Fuente.* Información extraída del Software SPSSV23.

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 36.9%, es decir 140 turistas, están de acuerdo que en el centro de interpretación se evidencia daños, deterioro o desgaste y requieren mejoramiento. Así mismo un 29.6% se muestran indiferente y un 13.5% están en desacuerdo. Por consiguiente, un 12.7% están totalmente de acuerdo y un 7.4% está totalmente en desacuerdo que en el centro de interpretación requiere mejoramiento por evidencia de daños, deterioro o desgaste en su infraestructura.

**Tabla 15.** Evidencia de daños, deterioro, desgaste de la zona de estacionamiento de la bahía de puerto Pizarro, año 2022.

<b>Escalas</b>	<b>Número de Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	32	8.4
En desacuerdo	47	12.4
Indiferente	123	32.5

De acuerdo	132	34.8
Totalmente de acuerdo	45	11.9
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100.0</b>

*Fuente. Información extraída del Software SPSSV23.*

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 34.8%, es decir 132 turistas, están de acuerdo, así mismo, un 32.5% se muestra indiferente y un 12.4% están en desacuerdo, por consiguiente, un 11.9% está en desacuerdo y un 8.4% está totalmente en desacuerdo que en la zona de estacionamiento se evidencia daños, deterioro o desgaste y requieren mejoramiento.

### **Indicador 2: Personal**

**Tabla 16.** Utilización correcta de equipos de protección personal – COVID 19 por parte del colaborador de las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro, año, 2022

<b>Escalas</b>	<b>Número de Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	42	11.1
En desacuerdo	45	11.9
Indiferente	81	21.4
De acuerdo	122	32.2
Totalmente de acuerdo	89	23.5
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100</b>

*Fuente. Información extraída del Software SPSSV23.*

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 32.2%, es decir 122 turistas, se muestran de acuerdo, así mismo, un 23.5% está de totalmente de acuerdo y un 21.4% se muestra indiferente, por consiguiente, un 11.9% está en desacuerdo y un 11.1% está totalmente en desacuerdo que los colaboradores de las instalaciones turísticas utilizan correctamente equipo de protección personal y aplican protocolos sanitarios para la COVID 19.

**Tabla 17.** Presencia de aseo, vestimenta adecuada y carnet identificado del colaborador de las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro, año 2022.

<b>Escalas</b>	<b>Número de Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	26	6.9
En desacuerdo	49	12.9
Indiferente	78	20.6
De acuerdo	136	35.9
Totalmente de acuerdo	90	23.7
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100</b>

*Fuente.* Información extraída del Software SPSSV23.

**Interpretación:** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 35.9%, es decir 136 turistas, se muestran de acuerdo, así mismo, un 23.7% está totalmente de acuerdo y un 20.6% se muestra indiferente, por consiguiente, un 12.9% está en desacuerdo y un 6.9% está totalmente en desacuerdo que al momento en el que ofrece atención el colaborador de las instalaciones turísticas exhibe aseo, vestimenta adecuada y un carnet que identifica su labor.

### **Indicador 3:** Equipamiento

**Tabla 18.** Presencia de señalética y equipamiento de que benefician la salud del turista en las instalaciones turísticas.

<b>Escalas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	55	14.5
En desacuerdo	79	20.8
Indiferente	102	26.9
De acuerdo	99	26.1
Totalmente de acuerdo	44	11.6
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100.0</b>

*Fuente.* Información extraída del Software SPSSV23.

**Interpretación** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 26.9%, es decir 102 turistas, son indiferentes, así mismo, un 26.1% está de acuerdo y un 20.8% se encuentra en desacuerdo, por consiguiente,

un 11.6% está totalmente de acuerdo y un 14.5% está totalmente en desacuerdo que se pueda encontrar señalética y equipamiento que beneficie a la salud del turista en caso de algún incidente en las instalaciones turísticas.

**Tabla 19.** Buen estado de conservación y mantenimiento del equipamiento existente en las instalaciones turísticas

<b>Escalas</b>	<b>Número de Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	31	8.2
En desacuerdo	72	19.0
Indiferente	117	30.9
De acuerdo	121	31.9
Totalmente de acuerdo	38	10.0
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100.0</b>

*Fuente.* Información extraída del Software SPSSV23.

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 31.9%, es decir 121 turistas, se encuentran de acuerdo, así mismo un 30.9% se muestra indiferente, y un 19.0% se encuentra en desacuerdo, por consiguiente, un 10% está totalmente de acuerdo y un 8.2% está totalmente en desacuerdo que el equipamiento existente en las instalaciones turísticas se encuentra en buen estado de conservación y mantenimiento.

**Tabla 20.** Existencia de seguridad en los equipamientos de las instalaciones turísticas para evitar algún accidente en los turistas

<b>Escalas</b>	<b>Número de Turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	30	7.9
En desacuerdo	75	19.8
Indiferente	88	23.2
De acuerdo	132	34.8
Totalmente de acuerdo	54	14.2
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100.0</b>

*Fuente.* Información extraída del Software SPSSV23.

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 34.8%, es decir 132 turistas, se encuentran de acuerdo, así mismo, un 23.2% se muestra indiferente y un 19.8% se encuentra en desacuerdo, por consiguiente, un 14% está totalmente de acuerdo y un 7.9% está totalmente en desacuerdo que exista seguridad en los equipamientos de las instalaciones turísticas para evitar algún accidente en los turistas

**Tabla 21.** Presencia de suficiente equipamiento en las instalaciones turísticas para satisfacer necesidades suscitadas de los turistas.

<b>Escalas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	20	5.3
En desacuerdo	75	19.8
Indiferente	96	25.3
De acuerdo	137	36.1
Totalmente de acuerdo	51	13.5
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100</b>

*Fuente.* Información extraída del Software SPSSV23.

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 36.1%, es decir 137 turistas, se encuentran de acuerdo, así mismo, un 25.3% se muestra indiferente y un 19.8% se encuentra en desacuerdo, por consiguiente, un 13.5% está totalmente de acuerdo y un 5.3% está totalmente en desacuerdo que exista suficiente equipamiento para satisfacer sus necesidades suscitadas de los turistas cuando visita las instalaciones turísticas.

## **Dimensión 2:** Elementos Intangibles

### **Indicador 4:** Información

**Tabla 22.** Información idónea y oportuna por parte de personal de las instalaciones turísticas.

<b>Escalas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	21	5.5
En desacuerdo	24	6.3
Indiferente	39	10.3
De acuerdo	143	37.7
Totalmente de acuerdo	152	40.1
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100</b>

*Fuente.* Información extraída del Software SPSSV23

**Interpretación:** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 40.1%, es decir 152 turistas, se encuentran de acuerdo, así mismo, un 37.7% están de acuerdo y un 10.3% es indiferente, por consiguiente, un 6.3% están en desacuerdo y un 5.5% están totalmente en desacuerdo que el personal que atiende en las instalaciones turísticas ofrece a los turistas información idónea y oportuna para su experiencia en el destino.

### **Indicador 5:** Credibilidad

**Tabla 23.** Credibilidad en el servicio que se ofrece en las instalaciones turísticas y el que recibe los turista.

<b>Escalas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	13	3.4
En desacuerdo	23	6.1
Indiferente	52	13.7
De acuerdo	183	48.3
Totalmente de acuerdo	108	28.5
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100</b>

*Fuente.* Información extraída del Software SPSSV23

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 48.3%, es decir 183 turistas, se encuentran de acuerdo, así mismo, un 28.5% están totalmente de acuerdo y un 13.7% se muestran indiferente, por consiguiente, un 6.1% están en desacuerdo y un 3.4% están totalmente en desacuerdo que exista credibilidad del servicio que se ofrece en las instalaciones turísticas y el que recibe el turista.

**Indicador 6:** Rapidez en el servicio

**Tabla 24.** Rapidez en la atención de los servicios que se ofertan en las distintas instalaciones turísticas.

<b>Escalas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	12	3.2
En desacuerdo	23	6.1
Indiferente	55	14.5
De acuerdo	169	44.6
Totalmente de acuerdo	120	31.7
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100</b>

*Fuente.* Información extraída del Software SPSSV23

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 44.6%, es decir 169 turistas, se encuentran de acuerdo, así mismo, un 31.37% están totalmente de acuerdo y un 14.5 es indiferente, por consiguiente, un 6.1% están en desacuerdo y un 3.2% están totalmente en desacuerdo con la rapidez en la atención de los servicios que se ofrecen en las instalaciones turísticas.

**Indicador 7:** Respuesta adecuada

**Tabla 25.** Respuesta adecuada al turista ante sus necesidades suscitadas en las instalaciones turísticas.

<b>Escalas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	15	4.0
En desacuerdo	19	5.0
Indiferente	47	12.4

De acuerdo	172	45.4
Totalmente de acuerdo	126	33.2
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100</b>

*Fuente. Información extraída del Software SPSSV23*

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 45.4%, es decir 172 turistas, se encuentran de acuerdo, así mismo, un 33.2% están totalmente de acuerdo y un 12.4 es indiferente, por consiguiente, un 5.0% están en desacuerdo y un 4.0% están totalmente en desacuerdo con la adecuada respuesta que ofrece el colaborador que atiende en las instalaciones turísticas, ante servicios turísticos suscitados por los turistas.

**Variable 2:** Satisfacción del Turista

**Dimensión 3:** Expectativa

**Indicador 8:** Destino

**Tabla 26.** Preparación del destino Puerto Pizarro para un turismo nacional y receptivo.

<b>Escalas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	34	9.0
En desacuerdo	53	14.0
Indiferente	69	18.2
De acuerdo	157	41.4
Totalmente de acuerdo	66	17.4
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100</b>

*Fuente. Información extraída del Software SPSSV23*

**Interpretación:** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 41.4%, es decir 157 turistas, se encuentran de acuerdo, así mismo, un 18.2% es indiferente y un 17.4% están totalmente de acuerdo, por consiguiente, un 14.0% están en desacuerdo y un 9.0% están totalmente en desacuerdo que el destino turístico Puerto Pizarro este preparado para generar expectativa en el turismo nacional y receptivo.



### **Indicador 9:** Atractivo

**Tabla 27.** Buenas condiciones de los atractivos turísticos ubicados en el entorno de Puerto Pizarro

<b>Escalas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	26	6.9
En desacuerdo	73	19.3
Indiferente	77	20.3
De acuerdo	160	42.2
Totalmente de acuerdo	43	11.3
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100</b>

**Fuente.** Información extraída del Software SPSSV23

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 42.2%, es decir 160 turistas, se encuentran de acuerdo, así mismo, un 20.3% es indiferente y un 19.3% están en desacuerdo, por consiguiente, un 11.3% están totalmente de acuerdo y un 6.9% están totalmente en desacuerdo que los atractivos turísticos ubicados en el entorno de Puerto Pizarro se encuentren en buenas condiciones turísticas.

### **Dimensión 4:** Vivencia

#### **Indicador 9:** Experiencia

**Tabla 28.** Buena experiencia el turista en el uso de las instalaciones turísticas

<b>Escalas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	13	3.4
En desacuerdo	52	13.7
Indiferente	63	16.6
De acuerdo	183	48.3
Totalmente de acuerdo	68	17.9
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100</b>

**Fuente.** Información extraída del Software SPSSV23

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 48.3%, es decir 183 turistas, se encuentran de acuerdo, así mismo, un 17.9% está totalmente de acuerdo y un 16.6% es indiferente, por

consiguiente, un 13.7% están en desacuerdo y un 3.4% están totalmente en desacuerdo que hayan tenido una buena experiencia en el uso de las instalaciones turística.

**Tabla 29.** Buena experiencia del turista en el uso del equipamiento ubicado en las instalaciones turísticas.

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	2.6
En desacuerdo	58	15.3
Indiferente	73	19.3
De acuerdo	178	47.0
Totalmente de acuerdo	60	15.8
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100</b>

**Fuente.** Información extraída del Software SPSSV23

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 47.0%, es decir 178 turistas, se encuentran de acuerdo, así mismo, un 19.3% es indiferente y un 15.8% están totalmente de acuerdo, por consiguiente, un 15.3% están en desacuerdo y un 2.6% están totalmente en desacuerdo que hayan tenido una buena experiencia en el uso del equipamiento ubicado en las instalaciones turísticas.

#### **Indicador 9:** Condiciones del entorno

**Tabla 30.** Belleza paisajística de las instalaciones turísticas con los Mangarles de Puerto Pizarro (entorno que los rodea)

Escalas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	24	6.3
En desacuerdo	25	6.6
Indiferente	57	15.0
De acuerdo	157	41.4
Totalmente de acuerdo	116	30.6
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100</b>

**Fuente.** Información extraída del Software SPSSV23

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 41.4%, es decir 157 turistas, se encuentran de acuerdo, así mismo, un 30.6% están totalmente de acuerdo y un 15.0% son indiferentes, por consiguiente, un 6.6% están en desacuerdo y un 6.3% están totalmente en desacuerdo que las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro crean belleza paisajística con el entorno que los rodea (manglares de Puerto Pizarro).

**Dimensión 5:** Percepción

**Indicador 10:** Recomendación

**Tabla 31.** Recomendación a familiares, amigos, pareja en visitar la bahía de Puerto Pizarro

<b>Escalas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	12	3.2
En desacuerdo	14	3.7
Indiferente	45	11.9
De acuerdo	172	45.4
Totalmente de acuerdo	136	35.9
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100</b>

**Fuente.** Información extraída del Software SPSSV23

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 45.4%, es decir 172 turistas, se encuentran de acuerdo, así mismo, un 35.9% están totalmente de acuerdo y un 11.9% son indiferentes, por consiguiente, un 3.7% están en desacuerdo y un 3.2% están totalmente en desacuerdo que recomendarían a familiares, amigos y/o pareja visitar la bahía de Puerto Pizarro.

### **Indicador 11:** Imagen

**Tabla 32.** Buena imagen turística generada al visitar la bahía de Puerto Pizarro.

<b>Escalas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	17	4.5
En desacuerdo	24	6.3
Indiferente	52	13.7
De acuerdo	176	46.4
Totalmente de acuerdo	110	29.0
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100</b>

**Fuente.** Información extraída del Software SPSSV23

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 46.4%, es decir 172 turistas, se encuentran de acuerdo, así mismo, un 29.0% están totalmente de acuerdo y un 13.7% son indiferentes, por consiguiente, un 6.7% están en desacuerdo y un 4.5% están totalmente en desacuerdo que al visitar Puerto Pizarro les ha generado una buena imagen turística.

### **Indicador 12:** Retorno

**Tabla 33.** Retorno a la bahía de Puerto Pizarro, en una próxima oportunidad

<b>Escalas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	15	4.0
En desacuerdo	21	5.5
Indiferente	50	13.2
De acuerdo	155	40.9
Totalmente de acuerdo	138	36.4
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100</b>

**Fuente.** Información extraída del Software SPSSV23

**Interpretación.** Los resultados muestran que de 379 turistas encuestados (el total de la muestra), el 40.9%, es decir 155 turistas, se encuentran de acuerdo, así mismo, un 36.4% están totalmente de acuerdo y un 13.2% son indiferentes, por consiguiente, un 5.5% están en desacuerdo y un 4.0% están totalmente en desacuerdo que retornaría a la bahía de Puerto Pizarro en una próxima oportunidad.

#### 4.1.2. Resultados por objetivos.

**Objetivo General:** *Determinar la relación entre la calidad de servicio en las instalaciones turísticas de la Bahía de Puerto Pizarro y la satisfacción del turista, año 2022.*

**Tabla 34.** Correlación variables X - Y

			Variable 1	Variable 2
<i>Rho de Spearman</i>	Variable 1: Calidad de Servicio	Coefficiente de correlación	1	<b>,635</b>
		Sig. (bilateral)		,000
		N	379	379
	Variable 2: Satisfacción del Turista	Coefficiente de correlación	,635	1
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	379	379

**Fuente.** Información extraída del Software SPSSV23

Por medio de la prueba estadística Rho de Spearman, se muestra la asociación directa entre las variables calidad de servicio y satisfacción del turista, en lo que respecta a la asociación de la variable 1 con la variable 2 se observa que la asociación es estadísticamente significativa con un P valor bilateral de  $0.000 < 0.01$  estando por debajo del valor de alfa (0.05). Por lo tanto, se rechaza  $H_0$  (hipótesis nula) y se rechaza la  $H_1$  (hipótesis alterna). Así mismo se observa que el coeficiente Rho de Spearman entre ambas variables es de 0.635, siendo una asociación *moderada* a lo cual nace una nueva hipótesis tomando en cuenta que el nivel de relación entre la variable calidad de servicio y la variable satisfacción del turista es *moderada*.

**Objetivo Específico 1.** *Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del turista que visita las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro, Tumbes – 2022.*

**Tabla 35.** Correlación dimensión elementos tangibles y variable Y.

		<b>Dimensión 1: Elementos Tangibles</b>		<b>1: Variable 2</b>
<i>Rho de Spearman</i>	Dimensión 1: Elementos Tangibles	Coeficiente de correlación	1	<b>,522</b>
		Sig. (bilateral)		,000
		N	379	379
	Variable 2	Coeficiente de correlación	,522	1
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	379	379

**Fuente.** Información extraída del Software SPSSV23

Por medio de la prueba estadística Rho de Spearman, se muestra la asociación directa entre la variable satisfacción del turista y la dimensión elementos tangibles. En lo que respecta a la asociación de la variable 2 con la dimensión 1 se observa que la asociación es estadísticamente significativa con un P valor bilateral de  $0.000 < 0.01$  estando por debajo del valor de alfa (0.05). Por lo tanto, se rechaza  $H_0$  (hipótesis nula) y se rechaza la  $H_1$  (hipótesis alterna).

Así mismo se observa que el coeficiente Rho de *Sperman* entre dimensión y variable es de 0.522, siendo una asociación moderada a lo cual nace una nueva hipótesis tomando en cuenta que el nivel de relación entre la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del turista es moderada.

**Objetivo Específico 2.** Determinar la relación entre los elementos intangibles y la satisfacción del turista que visita las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro, Tumbes – 2022.

**Tabla 36.** Correlación dimensión elementos intangibles y variable Y.

			<b>Dimensión 2: Elementos Intangibles</b>	<b>Variable 2</b>
<i>Rho de Spearman</i>	Dimensión 2: Elementos Intangibles	Coefficiente de correlación	1	<b>,606</b>
		Sig. (bilateral)		,000
		N	379	379
	Variable 2	Coefficiente de correlación	,606	1
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	379	379

**Fuente.** Información extraída del Software SPSSV23

Por medio de la prueba estadística Rho de Spearman, se muestra la asociación directa entre la dimensión elementos tangibles y variable satisfacción del turista. En lo que respecta a la asociación de la variable 2 con la dimensión 2 de la variable 1 se observa que la asociación es estadísticamente significativa con un P valor bilateral de  $0.000 < 0.01$  estando por debajo del valor de alfa (0.05). Por lo tanto, se rechaza H0 (hipótesis nula) y se rechaza la Hi (hipótesis alterna).

Así mismo se observa que el coeficiente Rho de *Sperman* entre la dimensión 2 (elementos tangibles) y la variable satisfacción del turista variables es de 0.606, siendo una asociación alta a lo cual nace una nueva hipótesis tomando en cuenta que el nivel de relación entre la dimensión 2 y la variable (Y) es moderada.

## 4.2. **Discusión.**

La presente investigación ha tomado en cuenta el instrumento cuestionario el cual fue aplicado a los visitantes nacionales y extranjeros que arribaron a la Bahía Puerto Pizarro como lugar turístico, la recopilación de la información se ha realizado en un tiempo de 4 meses, ante ello se toma en cuenta para la discusión las conclusiones de los antecedentes con los resultados del cuestionario aplicado, sumado a ello el aporte del investigador reforzado con base teórica.

La discusión de resultados se realiza por dimensión que han sido comprendidas por cada variable de investigación.

### **Variable X: Calidad de servicio**

#### Dimensión 1: Elementos Tangibles

Los resultados que se obtuvieron tras la aplicación del cuestionario evidenciaron que en el ítem 1, el 38.5% de los 379 turistas encuestados están de acuerdo que las instalaciones turísticas están en buenas condiciones (Ver *Tabla 9*), sin embargo, en los resultados del ítem 2, un importante 40.9% (Ver *tabla 10*) mencionan que el muelle turístico presenta daños, deterioro o desgaste, la misma opinión se visualiza en el ítem 3, en el cual el 39.8% (ver *tabla 11*) indica que el mirador turístico presenta las mismas condiciones que el muelle turístico. La opinión que se presenta en el ítem 4, de igual manera hace hincapié que un 36.9% dice que el centro de interpretación requiere de un mejoramiento porque presenta daños, finalmente, el ítem 5, un 34.8% menciona también que el estacionamiento presenta deterioro y no ha sido mejorado en los últimos años, estos resultados se evidencian con el estudio de de Rosas (2019), en el que lo realizó en la ciudad de Lunahuaná – Cañete – Lima, cuyo objetivo se basa en determinar si la gestión del producto turístico en Lunahuaná genera satisfacción en los turistas y excursionistas, evidenciando en sus resultados un alto nivel de insatisfacción en referencia al Mirador de San Juan debido a su accesibilidad (48.4%), paradores turísticos (83.9%) y señalización turística (67.7%); así mismo respecto a la infraestructura y servicios básicos de Lunahuaná se obtuvieron resultados negativos en cuanto a las playas de estacionamiento las cuales son pequeñas (48.3%) y la no presencia de accesibilidad para discapacitados (46.3%), fueron



factores que generaron insatisfacción en los turistas y excursionistas encuestados, a lo cual se deduce que un destino debe tener los servicios turísticos públicos en buenas condiciones, presentando una infraestructura moderna, conservada, y con buena apariencia y contar con la facilidad de albergar un aforo demandante de turistas que visiten el destino en una proyección futura, así mismo acondicionarse a las necesidades que puedan suscitar todo tipo de personas (con o sin discapacidad) a modo de que la experiencia de turista sea positiva y se pueda lograr un efecto multiplicador en turistas potencial y una revisita en el turista actual.

En relación a los resultados de la evaluación del personal, se evidencia en el ítem 7, que un 39.7% están de acuerdo respecto a la forma de presentación, aseo e identificación de los colaboradores que ofrecen una atención a los turistas en las instalaciones turísticas, manifestando que exhiben en la prestación de los servicios aseo, vestimenta adecuada y un carnet que identifica su labor (Ver Tabla 15), sin embargo, en los resultados del ítem 8, un 20.8%, están en desacuerdo respecto a la existencia de exhibición de señalética y equipamiento de primeros auxilios en las instalaciones turísticas (Ver Tabla 16). Por consiguiente, los resultados que muestran el ítem 10, informa que un 36.1% de los turistas (Ver Tabla 19), están de acuerdo que exista suficiente equipamiento para satisfacer sus necesidades suscitadas de. Estos resultados se comprueban con el estudio de Álvarez y Chumpitas (2017), en el cual realizó en la bahía de Puerto Pizarro, indicando que en el área de estudio existe libre acceso para desplazarse y embárguese hacia el atractivo turístico, pero que el lugar no presenta suficientes señaléticas y una infraestructura que facilite la accesibilidad a personas con discapacidad física, existiendo solamente en el boulevard turístico o alameda turística, de acuerdo a estos resultados se puede explicar que una instalación turística no es suficiente solamente en las necesidades de accesibilidad y placer que presentan aquellas personas con movilidad completa, también debería orientarse a ofrecer satisfacción a personas que presentan discapacidad física dado que también forman parte de nuestra comunidad; así mismo se complementa con la adecuada implementación de señalización de primeros auxilios que orienten respecto a la prevención de accidentes y/o casos infortunios y en la ubicación del equipamiento médico que ofrecerá atención inmediata a la vida y salud de los turistas en caso de un evento accidental inesperado.

Ante los resultados presentados esta la investigación de Bullón (2006) menciona que el equipamiento en una instalación tiene la finalidad de dar una buena accesibilidad y realización de actividades exclusivamente relacionadas al turismo, en el cual se debe tener en cuenta su preservación, respeto, cuidado y protección.

Respecto al texto citado anteriormente, Acerenza (1984, como se citó en Villanueva, 2021), menciona que las instalaciones turísticas son los equipos que permiten que el turista satisfaga sus necesidades en el destino turístico, además de disfrutar de la estancia determinada por este y pueda cubrir sus expectativas, y realizar actividades que sean recreativas en el destino.

### Dimensión 2: Elementos Intangibles

La opinión de los turistas encuestados respecto a calidad de servicio turístico que ofrecen los colaboradores en las instalaciones turísticas, demuestran en el ítem 12, en un 40.1%, que están totalmente de acuerdo que se ofrece información idónea y oportuna a los turistas para su experiencia en el destino (Ver Tabla 20), además en los resultados del ítem 13 revelan, en un 48.3%, que están de acuerdo respecto credibilidad en el servicio que se ofrece (Ver Tabla 21), así mismo en el ítem 14, en un 44.6%, están de acuerdo con la rapidez en la atención de los servicios (Ver Tabla 22), en esa medida en el ítem 15, un 45.4% (Ver Tabla 23), están de acuerdo recibir una respuesta adecuada ante los servicios turísticos suscitados. Estos resultados se comprueban con la pesquisa de Baluarte y Bravo (2019), cuyo objetivo se basa en analizar la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los visitantes que llegan al centro poblado de Padrecocha, sus resultados evidencian que el 59% de los turistas califica como regular la información que se facilita acerca del recurso turístico, concluyendo que las atenciones del personal de los establecimientos turísticos es regular por escasas capacitaciones, en lo cual se puede deducir que un colaborador bien capacitado poseerá una aptitud que empatía, interés, amabilidad, ante la atención de necesidades de información, comunicación que suscita un turista en el momento que se le ofrece un servicio, demostrando ante ello capacidad de solución, credibilidad y eficiencia en el servicio ofrecido.

## **Variable Y: Satisfacción del turista**

### Dimensión 3: Expectativa

Los resultados de acuerdo a la expectativa de los turistas nacionales y extranjeros respecto al destino turístico Puerto Pizarro, se evidencia en el ítem 16, un 41.4%, que están de acuerdo que el destino Puerto Pizarro está preparado para desarrollar un turismo nacional y receptivo (Ver Tabla 24), debido a que manifiestan en el ítem 17, un 42.2%, que sus atractivos turísticos ofrecen buenas condiciones turísticas (Ver Tabla 25). Estos resultados se comprueban con la investigación de Contreras (2021), que realizó en Boyacá – Colombia, cuyo objetivo se basa en evaluar la calidad percibida del servicio a nivel de destinos turísticos en sus dimensiones seleccionadas y su influencia en la satisfacción del turista, reflejando en sus resultados que los nivel de satisfacción fueron medios y altos en referencia a las dimensiones del constructo calidad de servicio, concluyendo que el 56.5% de los encuestados se sientes satisfechos con el destino, en lo cual se puede deducir, debido a que el destino Puerto Pizarro ofrece buenas condiciones turísticas en su atractivo turístico Manglares de Puerto Pizarro, generan satisfacción en la expectativa de visita del turista y es considerando como un destino turístico preparado para incursionar en un turismo nacional y receptivo, dado que el producto que se vende y/o comercializa (atractivo turístico) es igual a lo que va a recibir (Kotler, 2013, p.105)

### Dimensión 4 y 5: Vivencia y Percepción

Respecto a la experiencia de los turistas sobre el uso de las instalaciones turísticas y del equipamiento que estas presentan, en el ítem 18, un 48.3 % (Ver Tabla 26, opina estar de acuerdo tener una buena experiencia al usar las instalaciones turísticas, por consiguiente, en el ítem 19, un 47.0% (Ver Tabla 27), están de acuerdo tener una buena experiencia al usar el equipamiento existente en las instalaciones turísticas. Así mismo, en el ítem 21, un 45.4% (Ver Tabla 29), está de acuerdo en recomendar a sus familiares, amigos y/o pareja visitar la bahía de Puerto Pizarro, en el 22, un 46.4% (Ver Tabla 30), está de acuerdo tener haber obtenido una buena imagen de la bahía de Puerto Pizarro, luego de conocer y disfrutar de sus atractivos turísticos, por consiguiente, en el ítem 23, un 40.9% (Ver Tabla 31), están de acuerdo retronar a visitar la bahía de Puerto Pizarro. Estos

resultados se contrastan con los resultados de la pesquisa de Carvache et al. (2017), que realizó en Montañita – Ecuador, cuyo objetivo se basa en estudiar el perfil del turista extranjero, las motivaciones de viaje y la satisfacción del servicio que se ofrece en el lugar de estudio, reflejando en sus resultados un 63%, que la principal motivación de visita de los turistas europeos es disfrutar, concluyendo no haber tenido una buena experiencia en su estadía, quedando insatisfechos y con poca probabilidad de recomendar el lugar a sus familiares y amigos, volver una segunda oportunidad y obtener una buena imagen del destino; pero se confirman con la investigación de Castillo, Sanches y Santos (2017), que realizó en Sevilla – España, cuyos resultados mencionan que del 51% de los turistas nacionales de España, sienten que su experiencia en el destino es alta generando su satisfacción en los servicios prestados en la ciudad, no relacionado con hospedaje o restauración. De estos resultados se puede deducir que la experiencia del turista con un destino turístico es referencial para que lo posicione como una buena selección de visita, debido a que habido satisfacción en sus expectativas como cliente en el servicio o producto recibido, conllevando generar una aptitud de recomendación a sus familiares, amigos o pareja, así mismo volver a visitar el mismo lugar, obtener una buena imagen turística.

Finalmente, el estudio realizado presento limitaciones siendo la más importante la falta de tiempo de los turistas en poder desarrollar las encuestas, debido que las agencias de viajes y tour operadores no permitían el llenado de los instrumentos porque tenían un itinerario que cumplir de manera estricta, de igual manera percances económicos del investigador en relación con los viajes realizados al lugar de estudio. Por último, los escasos trabajos de investigación a nivel nacional basados en satisfacción y calidad de servicio en servicios turísticos públicos, siendo la mayoría de trabajos relacionadas a empresas hoteleras y de restauración.

## V. CONCLUSIONES

Existe una relación moderada entre las variables calidad de servicio y satisfacción del turista con respecto a las instalaciones turística de la Bahía Puerto Pizarro siendo un nivel de correlación de 0.635 (*Rho Spearman*), lo que se deduce que las instalaciones aún mantienen ciertas desventajas que pueden ser mejoradas con proyectos de inversión, además que la atención prestada por los trabajadores públicos no es del todo buena, por lo que la calidad del servicio es regular y repercute en una satisfacción media.

En referencia a la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción del turista, la relación de igual manera es moderada obteniéndose como resultado un *Rho Spearman* de 0.522, lo que se indica que aún las instalaciones turísticas como muelle, mirador, malecón, caseta de información entre otros aún tienen aspectos muy importantes por mejorar, ya que Bahía Puerto Pizarro es un producto turístico importante de Tumbes, pero por falta de gestión turística pública aún no puede crecer turísticamente.

Finalmente, en referencia a la relación entre la dimensión 2 elementos intangibles y la variable satisfacción de turista esta también arrojó un *Rho Spearman* moderado con un valor del 0.606, un poco más alto que la relación de la primera dimensión con la variable satisfacción, lo que se deduce que el servicio prestado por los trabajadores que atienden en las instalaciones es regular, siendo su desenvolvimiento prudente para la atención personalizada con cada turista, adicional a ello, no existe un protocolo de atención, donde se estandarice la información facilitada por el talento humano respecto a los servicios y atractivos turísticos que ofrece puerto Pizarro, mejorando en el tiempo de atención y capacidad de respuesta.

## **VI. RECOMENDACIONES**

A las autoridades gubernamentales de la región Tumbes, generar proyectos de inversión pública en turismo basados el mantenimiento y remodelación de las diferentes instalaciones turísticas que presenta la Bahía Puerto Pizarro, además de generar capacitación a los colaboradores que facilitan información al turista durante su estadía en este destino turístico de Tumbes.

A las autoridades Gubernamentales de Puerto Pizarro, concientizar a la población de Puerto Pizarro en temas turísticos, debido a que muchos de ellos no comprenden que es un destino turístico importante el cual deben cuidar y valorar mas no sobre explotarlo de forma incorrecta como es solo generar su economía estable.

A los profesionales en turismo, generar más proyectos de investigación en referencia a este producto turístico, ya que gracias a las investigaciones se pueden generar propuestas de mejora como medio de antecedente para que el sector privado pueda invertir a través de sus programas de RSE (Responsabilidad Social Empresarial).

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, J. y Chumpitaz, F. (2017). El guía como elemento participe en la satisfacción del turista que visita la bahía de Puerto Pizarro, setiembre 2014 – diciembre 2015, año 2017 [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Tumbes]. Repositorio de la Universidad Nacional de Tumbes. <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/334>
- Boluarte, K. y Bravo, C. (2019). *Análisis de la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019* [Tesis de Licenciatura, Universidad Científica del Perú]. Repositorio de la Universidad Científica del Perú [http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/746/BALUARTE\\_BRAVO\\_TESIS\\_TITULO\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/746/BALUARTE_BRAVO_TESIS_TITULO_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico* (4ta edición). Trillas, México. <http://prepacihuatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico/robertoc.boullon.pdf>
- Carro, R. y Gonzales, D. (s.f.). *Administración de la Calidad total*. Universidad Nacional del Mar de Plata, Argentina. [http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09\\_administracion\\_calidad.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf)
- Carvache, W., Torres, M. y Carvache, M. (2017). *Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita montaña–Ecuador*. 39. pp.113 – 129. <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290461>
- Castillo, A., Sánchez, S. y Santos, L. (2017). Satisfacción, expectativas y fidelidad del turista en Sevilla, España [Archivo PDF]. [https://www.uco.es/docencia\\_derecho/index.php/RAYDEM/article/viewFile/212/264](https://www.uco.es/docencia_derecho/index.php/RAYDEM/article/viewFile/212/264)
- Condori, R. y Huamán, B. *Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los turistas extranjeros respecto al servicio en los baños termales de Coporaque, Arequipa, 2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/6034>
- Contreras, E. (2021). Calidad percibida del servicio, satisfacción e intención de revisita del turista en destinos turísticos de Boyacá, Colombia [Tesis Doctoral, Universidad EAN Colombia]. Repositorio Institucional. <https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/11426/ContrerasEduin2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Cusco (2016). Plan Estratégico Regional de Turismo de Cusco [Archivo PDF]. [https://transparencia.regioncusco.gob.pe/attach/docs\\_normativo/planes/per/PER-DIRCETUR.pdf](https://transparencia.regioncusco.gob.pe/attach/docs_normativo/planes/per/PER-DIRCETUR.pdf)

- Dirección Regional De Comercio Exterior Y Turismo De Tumbes. (2021). *Ficha Técnica del Recursos Turístico de Manglares de Tumbes Sector Puerto Pizarro*. Inventario Nacional de Recursos Turísticos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. [Archivo PDF]. [https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod\\_Ficha=1765](https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod_Ficha=1765)
- Dos Santos, V. (2021). *Incidencia de la calidad hotelera en el impulso al turismo de reuniones en la ciudad de La Plata (2015-2019)* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de La Plata, Argentina]. Repositorio de la Universidad Nacional de La Plata. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/121023>
- Duque, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. INNOVAR Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 15, pp. 64-80. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802505>
- Gonzales, L. y Huanca, E. (2020). *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio Institucional de Universidad Tecnológica del Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.12867/3031>
- Hernández Sampieri, R., Collado, C. y Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación. Mexico: Mc - Graw Hill de Plata*. [Archivo PDF]. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Kline, B. (2011). *Principios y practica de modelos de ecuaciones estructurales. Analisis (Tercera Edicion, Vol 77)*. New York: The Guilford Press. <http://doi.org/10.1038/156278a0>
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Décimo primera Edición Pearson. México. [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Sexta Edición Pearson Prentice Hall. [https://books.google.es/books?id=sLJXV\\_z8XC4C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?id=sLJXV_z8XC4C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2011). *Turismo: Guía para la formulación de proyectos de inversión exitoso*. [Archivo PDF]. [https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv\\_publica/docs/instrumentos\\_metod/turismo/Guia\\_de\\_turismo.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/instrumentos_metod/turismo/Guia_de_turismo.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). *Mincetur entrega Centro de Interpretación "Casa del Manglar" de Puerto Pizarro - Gobierno del Perú*. Plataforma digital del Estado Peruano. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/65975-mincetur-entrega-centro-de-interpretacion-casa-del-manglar-de-puerto-pizarro>



- Organización Mundial del Turismo (2016), “*Turismo para todos: promover la accesibilidad universal*” *Buenas Prácticas en la cadena de valor del turismo accesible*.  
<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/goodpracticesintheaccessibletourismupplychaines20162web.pdf>
- Organización Mundial de Turismo (2014). Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Modulo I: Turismo Accesible, definición y contexto [Archivo PDF]. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284416486>
- Orgaz, F. y Moral, S. (2015). *El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso*. Vol.31.  
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/1934/193449985009/html/index.html>
- Prado, M. (2014). *Capacidad de carga turística de los circuitos turísticos del Santuario Nacional Los Manglares de Tumbes y del Circuito Turístico de Puerto Pizarro, Tumbes 2013 – 2014*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Tumbes]. Repositorio Geofísico Nacional. <https://repositorio.igp.gob.pe/handle/20.500.12816/4630>
- Rosas, J. (2019). Gestión del producto turístico y su impacto en la satisfacción de los turistas y excursionistas: Lunahuaná, 2018 [Tesis de Doctorado, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio Institucional. [https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/2921/NEG\\_TO\\_30\\_10793381\\_D%20%20%20ROSAS%20SANTILLANA%20JORGE%20WASHINGTON.pdf?sequence=1](https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/2921/NEG_TO_30_10793381_D%20%20%20ROSAS%20SANTILLANA%20JORGE%20WASHINGTON.pdf?sequence=1)
- Martinez Gonzales, M., Sánchez, A., Toledo E. y Faulin, J. (2020). *Correlación y Regresión Simple. Bioestadística amigable. Cuarta edición*. Barcelona, España: Elsevier, 269 – 326.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?=180414044017>
- <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180414044017>
- Secretaría de Turismo de México (4 de julio de 2017). Foro sobre gobernanza para un turismo sostenible, Diagnostico Mesa 3 Infraestructura y movilidad: componentes clave de la competitividad en turismo. Mérida, Yucatán. México.  
[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/240752/Mesa\\_3\\_Infraestructura.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/240752/Mesa_3_Infraestructura.pdf)
- Tinoco, O. (2008). Una aplicación de la prueba chi cuadrado con SPSS. Datos Industriales, 11(1), 73 – 77.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81611211011>
- Tuapanta Docto, J., Duque, M. y Mena, A. (2017). Alfa de cronbach para validar un cuestionario de uso de Tic en docentes. Ecuador: Escuela Superior Politecnica de Chimborazo.  
<http://dspace.espace.edu.ec/handle/123456789/9807>
- Vara, A. (2012). *Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

<http://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TEISIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>

- Vergara, J., Cortez, M. y Martínez, M. (2019). *Valoración de la calidad del servicio turístico de Cartagena de Indias, Colombia*. Universidad de Cartagena, Colombia. 27, pp.544 – 558. <https://doi.org/10.32997/2463-0470-vol.27-num.2-2019-2641>
- Villanueva, E. (2021). *Evaluación de la infraestructura e instalaciones turísticas para el turista con discapacidad motriz en el Santuario Histórico Bosque de Pómac* [Tesis de Licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Universidad Señor de Sipán, Lambayeque. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8341/Elva%20Fiorela%20Villanueva%20Rosas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zavalaga, C. (2012). *Proyecto Ambiental Manglares de Puerto Pizarro, Tumbes – Perú*. Karoom Gas. Tumbes. Perú.

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de la Investigación

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General
¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio en las instalaciones turísticas de la bahía de puerto Pizarro y la satisfacción del turista, año 2022?	Determinar la relación entre la calidad de servicio en las instalaciones turísticas de la Bahía de Puerto Pizarro y la satisfacción del turista, año 2022.	<b>HG1.</b> Existe relación significativamente moderada entre la calidad de servicio en las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro y la satisfacción del turista.
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Especificas
¿Cuál es la relación de los elementos tangibles de las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro y la satisfacción del turista, año 2022?, y	Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del turista que visita las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro, Tumbes – 2022.	<b>HE1.</b> Existe una relación moderada entre los elementos tangibles y la satisfacción del turista que visita las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro, año 2022.
¿Cuál es la relación de los elementos intangibles de las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro y la satisfacción del turista, año 2022?	Determinar la relación entre los elementos tangibles y la satisfacción del turista que visita las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro, de Tumbes – 2022.	<b>HE2.</b> Existe una relación moderada entre los elementos intangibles y la satisfacción del turista que visita las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro, año 2022.

<b>Variable Independiente</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escalas de Medición</b>	<b>Método</b>	<b>Instrumento</b>
Calidad de servicio.	Elementos Tangibles	Instalaciones Personal Equipamiento	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Indiferente (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	Encuesta	Cuestionario con escala de Likert
	Elementos intangibles	Información Credibilidad Rapidez en el Servicio Respuesta adecuada			
<b>Variable Dependiente</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escalas de Medición</b>	<b>Método</b>	<b>Instrumento</b>
Satisfacción del Turista	Expectativa	Destino	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Indiferente (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)	Encuesta	Cuestionario con escala de Likert
		Atractivo			
	Vivencia	Experiencia Condiciones del Entorno			
Percepción	Percepción	Recomendación			
		Imagen			
		Retorno			

**Fuente:** Elaboración Propia

**Anexo 2.** Registro de usuarios formales por meses correspondientes a los años 2011 – 2022, en plataforma de embarque – desembarque del muelle turístico de Puerto Pizarro

MESES	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	TOTAL 2011 - 2021	VARIACIÓN % SEGÚN EL TOTAL DESDE 2011 AL 2021
ENERO	6,345	7,291	8,701	7,607	16,077	11,915	12,613	12,224	9,240	8,690	1,812	5,218	102,515	16%
FEBRERO	7,029	6,733	7,617	7,519	16,003	8,040	7,896	8,654	8,028	10,756	664	6,699	88,939	14%
MARZO	3,241	3,192	4,257	4,103	6,423	4,417	2,408	5,643	2,883	2,140	666	3,149	39,373	6%
ABRIL	3,780	6,262	2,209	3,440	3,987	2,236	1,823	2,910	2,750		424	3,212	29,821	5%
MAYO	2,454	2,278	2,122	1,872	4,064	3,229	1,829	2,110	2,033		823	2,158	22,814	4%
JUNIO	3,118	3,281	3,656	3,169	4,891	3,775	3,107	3,147	2,228		1,358	2,924	31,730	5%
JULIO	2,114	5,143	5,108	5,514	7,544	8,313	5,291	4,833	4,633		4,089	4,333	52,582	8%
AGOSTO	3,728	6,772	5,672	7,968	8,500	8,424	5,482	6,345	5,215		4,863		62,969	10%
SETIEMBRE	1,712	5,191	4,316	5,740	5,821	4,761	3,267	3,357	3,533		2,747		40,445	6%
OCTUBRE	2,290	9,626	7,342	12,064	8,961	7,424	4,287	4,369	4,614		4,016		64,993	10%
NOVIEMBRE	2,574	8,352	7,225	10,799	5,173	3,370	3,304	3,940	3,892		3,138		51,767	8%
DICIEMBRE	2,298	3,826	2,994	4,805	5,430	4,199	3,009	4,369	2,733		2,476		36,139	6%
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>40,683</b>	<b>67,947</b>	<b>61,219</b>	<b>74,600</b>	<b>92,874</b>	<b>70,103</b>	<b>54,316</b>	<b>61,901</b>	<b>51,782</b>	<b>21,586</b>	<b>27,076</b>	<b>27,693</b>	<b>624,087</b>	<b>100%</b>

Fuente: Administración – Personal Técnico – Patronato Turístico Villa Puerto Pizarro

**Anexo 3.** Instrumento para evaluar la Calidad de Servicio en las Instalaciones Turísticas en la Bahía de Puerto Pizarro y la Satisfacción del Turista, Año 2022.

Reciban mis cordiales saludos, estimados participantes, soy el estudiante Félix Germán Severino Astudillo y actualmente necesito desarrollar una encuesta para obtener resultados a mi investigación científica titulada: “Calidad de Servicio en las Instalaciones Turísticas de la Bahía de Puerto Pizarro y la Satisfacción del Turista”, agradezco su gentil participación y valoro el tiempo que otorgan en resolver este cuestionario, dado que se proyecta siete minutos para resolverlo.

**Objetivo.** Determinar la calidad de servicio respecto a las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro - Tumbes, año 2022.

**Instrucciones:** Marca con un aspa (x) la alternativa que se ajuste a su criterio debe tener en cuenta las siguientes escalas.

1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Indiferente
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

**Variable: Calidad de Servicio**

*Dimensión: Elementos tangibles.*

N°	Ítems Indicador: Instalaciones	Valoración				
		1	2	3	4	5
1	Las instalaciones turísticas se encuentran en buenas condiciones de conservación y mantenimiento.					
2	En el muelle turístico, se evidencia daños, deterioros, desgaste, y requiere mejoramiento.					
3	En el mirador turístico, se evidencia daños, deterioro, desgaste, y requiere mejoramiento.					
4	En el centro de interpretación, se evidencia daños, deterioros, desgaste y requiere mejoramiento.					
5	En la zona de estacionamiento vehicular, se evidencia daños, deterioros, desgastes y requiere mejoramiento					
N°	Ítems Indicador: Personal	Valoración				
		1	2	3	4	5
6	El colaborador de las instalaciones turísticas usa correctamente el equipo de protección personal y aplica los protocolos sanitarios para la COVID-19					
7	El colaborador de las instalaciones turísticas presenta aseo, vestimenta adecuada y un carnet que identifica la labor que realiza.					
N°	Ítems Indicador: Equipamiento	Valoración				
		1	2	3	4	5

8	En las instalaciones turísticas se puede encontrar extintores, señales como: Zonas seguras, rutas de evacuación, números de emergencia; y equipos de primeros auxilios como: Extintores, botiquines, camillas, sillas de ruedas, en caso ocurra una emergencia de salud.
9	El equipamiento existente en las instalaciones turísticas se encuentra en buen estado de conservación y mantenimiento.
10	Los equipamientos de las instalaciones turísticas ofrecen seguridad, evitando accidentes en los turistas.
11	El equipamiento existente en las instalaciones turísticas es suficiente para satisfacer sus necesidades suscitadas.

*Dimensión: Elementos intangibles.*

N°	Ítems Indicador: Información	Valoración				
		1	2	3	4	5
12	La información brindada por el personal de las instalaciones turísticas fue de gran ayuda para su experiencia en el destino.					
N°	Ítems Indicador: Credibilidad	Valoración				
		1	2	3	4	5
13	El servicio que recibió en las instalaciones turísticas fue el que le prometieron.					
N°	Ítems Indicador: Rapidez en el servicio	Valoración				
		1	2	3	4	5
14	El tiempo de espera para ser atendido cuando va ser uso de las instalaciones turísticas es el adecuado					
N°	Ítems Indicador: Respuesta adecuada	Valoración				
		1	2	3	4	5
15	El colaborador que labora en las instalaciones turísticas, respondió adecuadamente ante sus necesidades suscitadas en relación a los servicios turísticos.					

**Variable: Satisfacción**

*Dimensión: Expectativa.*

N°	Ítems Indicador: Destino	Valoración				
		1	2	3	4	5
16	Considera que el destino Puerto Pizarro está preparado para un turismo nacional y receptivo.					
N°	Ítems Indicador: Atractivo	Valoración				
		1	2	3	4	5
17	Está de acuerdo con las condiciones de los atractivos turísticos ubicados en el entorno de Puerto Pizarro.					

*Dimensión: Vivencia.*

N°	Ítems	Valoración				
		1	2	3	4	5
	<b>Indicador: Experiencia</b>					
18	La experiencia sobre el uso de las instalaciones turísticas, ha sido satisfactorio.					
19	La experiencia sobre el uso del equipamiento ha sido satisfactoria.					
N°	Ítems	Valoración				
		1	2	3	4	5
	<b>Indicador: condiciones del entorno</b>					
20	Las instalaciones turísticas de la bahía de Puerto Pizarro, crean belleza paisajística con el entorno que los rodea (manglares de Puerto Pizarro).					

*Dimensión: Percepción.*

N°	Ítems	Valoración				
		1	2	3	4	5
	<b>Indicador: Experiencia</b>					
21	Usted recomendaría venir a visitar la bahía de Puerto Pizarro a sus familiares, amigos, pareja, compañeros de trabajo, entre otros.					
N°	Ítems	Valoración				
		1	2	3	4	5
	<b>Indicador: condiciones del entorno</b>					
22	Considera que Puerto Pizarro ha generado una buena imagen turística, tras su experiencia en el destino.					
N°	Ítems	Valoración				
		1	2	3	4	5
	<b>Indicador: condiciones del entorno</b>					
23	Retornaría a la bahía de Puerto Pizarro en una próxima oportunidad.					

**Gracias**



## Anexo 4. Validación de instrumentos por expertos

### Expertos de primera validación

Experto 1. Lic. Yolanda Jacqueline Peña Herrera

Resumen de Evaluación de Instrumento		
Criterio de Evaluación	Promedios	Escala
Relación Variable – Dimensión	18	Muy Buena
Relación Dimensión – Indicador	18	Muy Buena
Relación Indicador – Ítem	18	Muy Buena
Relación ítem – Opciones de Respuesta	18	Muy Buena
<b>Promedio General del Instrumento</b>	18	Muy Buena

Nombres y apellidos: YOLANDA JACQUELINE PEÑA HERRERA	DNI: 23963473
Dirección: ALFONSO UGARTE N° 1103	N° de Tel. / cel.: 966 955 260
Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES	Tiempo de Experiencia Labora: 15 AÑOS
Título profesional: LICENCIADA EN TURISMO	Institución donde estudio: UNIVERSIDAD PARTICULAR ANDINA DEL CUSCO
Grado académico: MAESTRIA	Mención: GESTION AMBIENTAL
Segunda Especialidad / Grado académico:	Institución donde estudio:

Tumbes, 11 de ~~MARZO~~ Del 2022.



Lic. Yolanda Jacqueline Peña Herrera  
Docente Adscrita al departamento de Turismo  
Colpár. N° 0127

LIC. PEÑA HERRERA, YOLANDA JACQUELINE

Firma y Huella

Activar Windows

**Experto 2. Mag. Yegner Bernardo Reyes Aponte**

Resumen de Evaluación de Instrumento		
Criterio de Evaluación	Promedios	Escala
Relación Variable – Dimensión	2.0	
Relación Dimensión – Indicador	2.0	
Relación Indicador – Ítem	2.0	
Relación ítem – Opciones de Respuesta	2.0	
<b>Promedio General del Instrumento</b>	<b>2.0</b>	<b>Muy Bueno.</b>

Nombres y apellidos: YEGNER BERNARDO REYES APONTE	DNI: 46064668
Dirección: Av. Universidad # 307	N° de Tel. / cel.: 942350330
Institución donde labora: PROMPERU - IPERU	Tiempo de Experiencia Labora: 10 AÑOS
Título profesional: LIC. GESTION EN HOTELIA Y TURISMO	Institución donde estudio: UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
Grado académico:	Mención:
Segunda Especialidad / Grado académico:	Institución donde estudio:

Tumbes, 18 de febrero Del 2022.

  
 LIC. YEGNER REYES APONTE  
 Firma y Huella

Activar Windows  
 Ve a Configuración para activar

**EXPERTO 3: MBA. Juana Graciela Palma Vallejo**

Resumen de Evaluación de Instrumento		
Criterio de Evaluación	Promedios	Escala
Relación Variable – Dimensión	18	Muy Buena
Relación Dimensión – Indicador	18,3	Muy Buena
Relación Indicador – Ítem	18,3	Muy Buena
Relación Ítem – Opciones de Respuesta	18,3	Muy Buena
<b>Promedio General del Instrumento</b>	<b>18,2</b>	<b>Muy Buena</b>

<b>Nombres y apellidos:</b> JUANA GRACIELA PALMA VALLEJO	<b>DNI:</b> 46853518
<b>Dirección:</b> AV. DE LOS PRECURSORES 720 DPTO 302 SAN MIGUEL - LIMA	<b>Nº de Tel. / cel.:</b> 982739950
<b>Institución donde labora:</b> Universidad Cesar Vallejo – Lima Universidad Privada del Norte – UPN – Lima Universidad Señor de Sipán – Lambayeque.	<b>Tiempo de Experiencia Labora:</b> 8 años
<b>Título profesional:</b> Licenciada en Turismo y Negocios,	<b>Institución donde estudio:</b> Universidad Señor de Sipán, Pimentel – Lambayeque.
<b>Grado académico:</b> Maestra en Administración de Negocios - MBA	<b>Mención:</b>
<b>Segunda Especialidad / Grado académico:</b>	<b>Institución donde estudio:</b>

Tumbes, 28 de marzo del 2022.




MG. JUAN GRACIELA PALMA VALLEJO  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
TURISMO Y NEGOCIOS  
CLT - Lima N° 123

MG. PALMA VALLEJO JUANA GRACIELA

Firma y Huella

Activar Windows  
Ve a Configuración para activar Windows.

**Anexo 5.** Evidencia de trabajo de campo – Aplicación del instrumento en lugar de estudio.

**Figura 1.** *Entrada del Estacionamiento Turístico.*



**Figura 2.** *Salida del Estacionamiento Turístico*



Figura 3. Panel Informativo para una Buena Convivencia en el Estacionamiento Turístico.



Figura 4. Distribución Espacial del Estacionamiento Turístico.



Figura 5. Tarifario del Estacionamiento Turístico



Figura 6. Servicios Higiénicos del Estacionamiento Turístico.



**Figura 7.** Parque de Puerto Pizarro.



**Figura 8.** Área de Parque con Módulos para Actividades Comerciales



**Figura 9.** Servicios Higiénicos Del Área De Parque”



**Figura 10.** Mirador Turístico



**Figura 11.** Inicio del Malecón



**Figura 12.** Inicio de los Módulos de Artesanía en el Área del Malecón





**Figura 13.** “Vista Panorámica de los Módulos de Artesanía en el Área del Malecón”



**FIGURA 14.** *Ultimo módulo de Artesanía en el Área del Malecón*



**Figura 15.** Muelle.



**Figura 16.** “Plataforma De Embarque”



**Figura 17.** "Módulos de Venta de Artesanía la Entrada del Muelle"



**Figura 18.** Investigador aplicando el cuestionario.







