

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**Nivel de satisfacción de los turistas que realizan el circuito  
turístico manglares de Puerto Pizarro 2024**

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

**Autoras: Bach. Rosita Adriana Reyes García  
Bach. Heydi Naily Rufino Ballona**

**Tumbes, 2025**

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

## FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

### ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



#### Nivel de satisfacción de los turistas que realizan el circuito turístico manglares de Puerto Pizarro 2024

Proyecto de tesis aprobada en forma y estilo:

Dra. Dioses Urbina, Sandra Maribel (Presidente)

Mg. Diaz Alarcón, Mariela

(secretario)

Mg. Velásquez Campos, Mayra Cinthya

(Vocal)

Tumbes, 2025

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

## FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

### ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



#### Nivel de satisfacción de los turistas que realizan el circuito turístico manglares de Puerto Pizarro 2024

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

Bach. Reyes García, Rosita Adriana (Autora)

Bach. Rufino Ballona, Heydi Naily (Autora)

Mg. Velásquez Campos, Mayra Cinthya (Asesor)

Mg. Castillo Carranza, Wilser Renán (Coasesor)

Tumbes, 2025

## Reporte Turnitin

# Nivel de satisfacción de los turistas que realizan el circuito turístico manglares de Puerto Pizarro 2024

por Heydi Naily Rufino ballona

---

**Fecha de entrega:** 16-jul-2025 11:49a. m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 2715934547

**Nombre del archivo:** FORME\_19\_DE\_TESIS\_FINAL\_con\_correcciones\_de\_la\_sustentaci\_n.docx (5.08M)

**Total de palabras:** 17035

**Total de caracteres:** 96344



---

Mg. Mayra Velásquez Campos

ASESORA

## Nivel de satisfacción de los turistas que realizan el circuito turístico manglares de Puerto Pizarro 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>13%</b> INDICE DE SIMILITUD	<b>14%</b> FUENTES DE INTERNET	<b>3%</b> PUBLICACIONES	<b>5%</b> TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
-----------------------------------	-----------------------------------	----------------------------	--------------------------------------

### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorio.untumbes.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>docs.wixstatic.com</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>repositorio.unasam.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repository.ean.edu.co</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>alicia.concytec.gob.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>repositorio.unc.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>repositorio.ucp.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>10</b>	<b>docplayer.es</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>11</b>	<b>repositorio.uandina.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>12</b>	<b>repositorio.uwiener.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>13</b>	<b>repositorio.unsaac.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>14</b>	<b>www.semanticscholar.org</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>

[www.peru.info](http://www.peru.info)



Mg. Mayra Velásquez Campos

ASESORA

15	Fuente de Internet	<1 %
16	<a href="https://repositorio.upt.edu.pe">repositorio.upt.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
17	Edgar Garcia Rojas, José Francisco Arévalo Campos, Jesús Daniel Alcaraz Garrido, María Fernanda Gallegos Cobaxind et al. "Satisfacción de estudiantes en medicina con desempeño docente y tutorías académicas", Investigación en Educación Médica, 2019 Publicación	<1 %
18	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
19	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	<1 %
20	<a href="https://repositorio.uigv.edu.pe">repositorio.uigv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
21	<a href="https://repositorio.uaustral.edu.pe">repositorio.uaustral.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
22	<a href="https://repositorio.uta.edu.ec">repositorio.uta.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
23	Submitted to Instituto Especializado de Estudios Superiores Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
24	Submitted to Universidad Estatal de Milagro Trabajo del estudiante	<1 %
25	Aliaga Melo, Grisell. "Relación entre la innovación y la competitividad empresarial de las asociaciones de artesanos textiles de la Región Puno, periodo 2019", Universidad Nacional del Altiplano de Puno (Peru) Publicación	<1 %
26	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1 %
27	<a href="https://repositorio.espam.edu.ec">repositorio.espam.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
28	<a href="https://renati.sunedu.gob.pe">renati.sunedu.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %



Mg. Mayra Velásquez Campos

ASESORA

29	repositorio.uns.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
30	repositorio.upao.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
31	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 15 words

Excluir bibliografía

Activo



Mg. Mayra Velásquez Campos

ASESORA

## ACTA DE SUSTENTACIÓN

### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

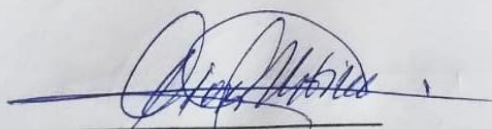
En Tumbes, a los once (11) días del mes de julio del dos mil veinticinco, siendo las diez horas, y en la modalidad presencial, se reunieron en los ambientes de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNTUMBES, los miembros del Jurado Calificador de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Tumbes, designado por RESOLUCIÓN N°176-2024/UNTUMBES-FACSO- D. Dra. Sandra Maribel Dioses Urbina (Presidenta), Mg. Mariela Diaz Alarcon (Secretaria) y Mg. Mayra Cinthya Velásquez Campos (Vocal y Asesora); se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis titulada: **NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS QUE REALIZAN EL CIRCUITO TURÍSTICO MANGLARES DE PUERTO PIZARRO 2024**, para optar el título profesional de Licenciadas en Turismo, presentado por la Bachiller en Turismo: **ROSITA ADRIANA REYES GARCÍA** y la Bachiller en Turismo: **HEYDI NAILY RUFINO BALLONA**.

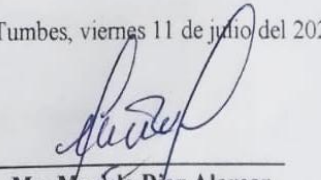
Concluida la sustentación y absueltas las preguntas por parte de las sustentantes y después de la deliberación, el Jurado según el artículo N° 75 del Reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes (Resolución 714-2023/UNTUMBES-CU), declara a la Bachiller **ROSITA ADRIANA REYES GARCÍA** y la Bachiller **HEYDI NAILY RUFINO BALLONA**, como **APROBADAS POR UNANIMIDAD**, con calificativo de **BUENO**.

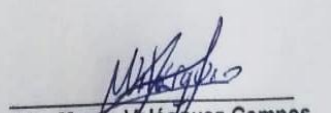
En consecuencia, queda APTA para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del título profesional de Licenciadas en Turismo, de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, el Estatuto, el Reglamento general, el Reglamento General de Grados y Títulos y el Reglamento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

Siendo las once horas del mismo día, se dio por concluida la ceremonia académica, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, viernes 11 de julio del 2025

  
**Dra. Sandra Dioses Urbina**  
DNI N° 18163270  
Código ORCID: 0000-0002-9886-1954  
PRESIDENTA

  
**Mg. Mariela Diaz Alarcon**  
DNI: 45525151  
Código ORCID: 0000-0002-8266-6097  
SECRETARIA

  
**Mg. Mayra Velásquez Campos**  
DNI N° 43236030  
Código ORCID: 0000-0002-0482-1346  
VOCAL

## **Dedicatoria**

A Dios, por ser mi guía, mi refugio y mi fuerza en cada paso de este camino. Gracias por sostenerme en los momentos de duda y regalarme la esperanza necesaria para continuar. Sin tu presencia, este logro no habría sido posible.

A mis padres, por su amor incondicional, por creer en mí incluso cuando yo misma dudaba, y por impulsarme siempre a seguir adelante.

A mis hermanos, por sus palabras de aliento y por recordarme que no debía rendirme, que luchar por mis sueños valía la pena.

Y a mi querida amiga, por estar a mi lado, por su apoyo sincero y por compartir conmigo este camino con cariño y compañía.

**Rufino Ballona, Heydi Naily**

A Dios, por darme la fortaleza para poder avanzar a pesar de las adversidades, por darme sabiduría para entender cada paso y proceso y así mismo darme la esperanza de poder terminar esta investigación.

A mi familia por apoyarme en cada paso que he dado en mi carrera, y motivarme a avanzar por mis sueños.

A mi amiga por apoyarme y darme palabras de aliento en todo este proceso.

**Reyes García, Rosita Adriana**

## **Agradecimiento**

A nuestra familia, gracias por su constante apoyo, sacrificio y amor. Ustedes han sido el motor, cada palabra de aliento y cada gesto de confianza en nosotras han sido fundamentales para llegar hasta aquí.

A nuestros asesores Mg. Mayra Velásquez Campos y Mg. Wilser Renán Castillo Carranza por su apoyo en este proceso. Y a todas las personas que nos acompañaron en este camino, nuestro más sincero agradecimiento. Cada uno dejó una huella en este logro que hoy compartimos con orgullo y gratitud.

**Reyes García, Rosita Adriana  
Rufino Ballona, Heydi Naily**

## Índice general

Acta de sustentación .....	viii
Dedicatoria.....	ix
Agradecimiento .....	x
Índice general.....	xii
Índice de tablas .....	xiii
Índice de figuras .....	xiii
Índice de anexos .....	xv
RESUMEN .....	xvi
ABSTRACT .....	xviii
I. INTRODUCCIÓN.....	18
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	21
III. MATERIALES Y MÉTODOS .....	33
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	37
V. CONCLUSIONES.....	74
VI. RECOMENDACIONES .....	75
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	77
ANEXOS .....	82

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Turistas que llegan a Puerto Pizarro entre los meses de Mayo a Noviembre del 2023. ....	33
<b>Tabla 2.</b> Características sociodemográficas de los turistas que visitan Puerto Pizarro .....	37
<b>Tabla 3.</b> Nivel de satisfacción de los turistas. ....	54
<b>Tabla 4.</b> Nivel de percepción de los turistas.....	62

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Ingresos laborales que les permiten a los turistas realizar actividades recreativas en el circuito turístico Los Manglares de Puerto Pizarro .....	38
<b>Figura 2.</b> Decisión programada para visitar Puerto Pizarro .....	38
<b>Figura 3.</b> Iniciativa de visita a Puerto Pizarro.....	39
<b>Figura 4.</b> Preferencia por la gastronomía .....	40
<b>Figura 5.</b> Preferencia por la flora y Fauna.....	40
<b>Figura 6.</b> Preferencia por los juegos recreativos .....	41
<b>Figura 7.</b> Preferencia por el zoológico de cocodrilos .....	41
<b>Figura 8.</b> Motivación por realizar la visita turística .....	42
<b>Figura 9.</b> Motivación por realizar el circuito Turístico.....	43
<b>Figura 10.</b> Motivación por los deportes de entretenimiento .....	43
<b>Figura 11.</b> Nivel de motivaciones.....	44
<b>Figura 12.</b> Satisfacción por los servicios gastronómicos vivenciados.....	44
<b>Figura 13.</b> Satisfacción por la infraestructura de los servicios gastronómicos vivenciados.....	45
<b>Figura 14.</b> Satisfacción por la calidad de servicio brindada en los establecimientos gastronómicos .....	46
<b>Figura 15.</b> Satisfacción con la calidad de servicio brindada por el RRHH en las empresas turísticas .....	46
<b>Figura 16.</b> Habilidades técnicas de atención por el RRHH.....	47
<b>Figura 17.</b> Satisfacción con el transporte turístico acuático.....	48
<b>Figura 18.</b> Satisfacción por los vehículos acuáticos usados durante el circuito turístico.....	48
<b>Figura 19.</b> Satisfacción por la calidad de servicio brindada por el RRHH que labora en las empresas de transporte acuático.....	49
<b>Figura 20.</b> Estrategias de comercialización usadas por las empresas de transporte acuático.....	50
<b>Figura 21.</b> Satisfacción por el servicio brindado de las tiendas y/o bodegas...	50
<b>Figura 22.</b> Satisfacción de los servicios brindados por los comercios de souvenirs.....	51
<b>Figura 23.</b> Satisfacción de los servicios de salud (farmacias, tópicos, atención inmediata).....	52
<b>Figura 24.</b> Ordenamiento (ubicación) de motos acuáticas e inflables .....	52
<b>Figura 25.</b> Satisfacción por la calidad de servicio brindada por las empresas de alquiler de motos acuáticas e inflables.....	53

<b>Figura 26.</b> Satisfacción por los precios establecidos para el circuito turístico .	55
<b>Figura 27.</b> Satisfacción por los precios ofrecidos en servicios complementarios .....	56
<b>Figura 28.</b> Itinerario ofrecido.....	56
<b>Figura 29.</b> Mejorar el itinerario ofrecido .....	57
<b>Figura 30.</b> Percepción de la calidad de servicio vivenciado en el circuito turístico .....	57
<b>Figura 31.</b> Percepción por los servicios complementarios.....	58
<b>Figura 32.</b> Destino Turístico por excelencia .....	59
<b>Figura 33.</b> Recomendar a Puerto Pizarro como un destino para visitar .....	59
<b>Figura 34.</b> Disfrute del destino turístico y sus actividades .....	60
<b>Figura 35.</b> Seguridad percibida al realizar el circuito Turístico .....	60
<b>Figura 36.</b> Satisfacción con la seguridad de Puerto Pizarro .....	61
<b>Figura 37.</b> Recorrido del circuito Turísticos Manglares de Puerto Pizarro <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
<b>Figura 38.</b> Encuesta aplicada con el apoyo de la agenciaTurmi Express.....	89
<b>Figura 39.</b> Encuesta aplicada a turistas limeños .....	89
<b>Figura 40.</b> Encuesta aplicada a turistas trujillanas.....	90
<b>Figura 41.</b> Investigadoras aplicando las encuestas.....	90

## Índice de anexos

<b>ANEXO 1.</b> Matriz de investigación. ....	<b>81</b>
<b>ANEXO 2.</b> Matriz de operacionalización de variables. ....	<b>82</b>
<b>ANEXO 3.</b> Encuesta dirigida a los turistas que Visitan Puerto Pizarro.....	<b>83</b>
<b>ANEXO 4.</b> Lista de cotejo aplicada en el lugar de estudio .... ¡Error! Marcador no definido.	
<b>ANEXO 5.</b> Aplicando el instrumento .....	<b>87</b>

## RESUMEN

El presente estudio consideró como objetivo general determinar el nivel de satisfacción de los turistas que realizan el circuito turístico manglares de Puerto Pizarro 2024, para el cual se utilizó una metodología de enfoque mixto y de diseño descriptivo - no experimental, los instrumentos aplicados fueron el cuestionario de encuesta a 149 turistas, y la observación directa. Los resultados que se obtuvieron respecto al nivel de satisfacción de los turistas mediante la expectativa, experiencia y percepción, fue que se sintieron satisfechos en un nivel medio-alto con todo lo que se percibe en el circuito turístico, según los indicadores: calidad de servicio, motivaciones, servicios gastronómicos, transporte turístico, recursos humanos, servicios complementarios, itinerario y seguridad; en la observación directa participativa se obtuvo una percepción de manera positiva desde inicio hasta el final del recorrido; en conclusión se obtuvo un nivel de satisfacción medio-alto por parte de los turistas, pero existen cosas por mejorar durante el circuito turístico para lograr obtener una satisfacción completa, y que Puerto Pizarro sea uno de los destinos más visitado por turistas tanto nacionales como internacionales.

### **Palabras clave:**

Nivel de satisfacción, circuito turístico.

## **ABSTRACT**

The present study had the general objective of determining the level of satisfaction of tourists participating in the tourist circuit Puerto Pizarro mangroves in 2024. A mixed-method approach and a descriptive, non-experimental design were used. The instruments applied included a survey questionnaire given to 149 tourists and direct observation. The results obtained regarding the tourists' level of satisfaction—based on their expectations, experiences, and perceptions—indicated that they felt moderately to highly satisfied with everything perceived during the tourist circuit. This was according to indicators such as service quality, motivations, gastronomic services, tourist transportation, human resources, complementary services, itinerary, and safety. Through participatory direct observation, a positive perception was noted from the beginning to the end of the tour. In conclusion, a medium-high level of satisfaction was achieved among tourists; however, there are still areas for improvement within the tourist circuit in order to achieve complete satisfaction and make Puerto Pizarro one of the most visited destinations by both national and international tourists.

### **Keywords:**

Satisfaction level, tourist circuit.

## I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional la satisfacción constituye un componente esencial directamente influenciado por el desempeño de un destino turístico. Está reconocido que un alto nivel de satisfacción incide positivamente en la fidelización del turista, manifestándose repetidas visitas y la propuesta del destino a su círculo cercano. No obstante, su medición exige la implementación de modelos metodológicos especializados para su adecuada estimación. (Sectur et al, 2012)

Medir la satisfacción del cliente es importante para poder detectar áreas de mejora y tomar decisiones estratégicas para optimizar el servicio y fomentar la fidelización de los clientes; para el turismo es obtener una información valiosa sobre la perspectiva, experiencia y percepción de los turistas acerca de un destino y sus servicios.

El turismo en el Perú se ha vuelto un factor importante debido a la mayor afluencia de visitas en diferentes destinos turísticos; así mismo la percepción y calidad que obtiene el turista al visitar los destinos, estos se han vuelto más exigentes con los deseos que tienen de experimentar nuevas cosas al visitar un lugar, sin embargo, aún no se toman medidas concretas para mejorar los servicios ofrecidos. (Baluarte & Bravo, 2019).

La actividad turística en la región de Tumbes es permanente en la bahía de Puerto Pizarro, la cual está ubicada en el distrito y provincia de Tumbes, al noroeste y a 13 Km de la plaza principal de la región Tumbes; tiene una extensión de 1927.8425 ha. En este centro poblado también encontramos a ciudadanos pescadores y extractores de moluscos. es un destino muy reconocido por la gran riqueza de flora y fauna que lo alberga, posee un gran valor no solo ecológico sino también económico y social; esta área es visitada por turistas locales, nacionales y extranjeros que buscan una nueva experiencia que contar, pero el problema que resalta siempre es la satisfacción del turista, ya que algunos sienten que no han alcanzado un nivel de satisfacción alto, debido a la calidad del servicio ofrecido que se les brinda en el recorrido del circuito turístico los manglares de Tumbes y esto causa que no regresen a visitar este destino.

Puerto Pizarro es un destino muy visitado por turistas de diferentes lugares, sin embargo, luego que ellos realizan el Circuito Turístico Manglares de Puerto Pizarro, hay una cierta cantidad de visitantes que no han alcanzado un nivel Alto de satisfacción, debido a que el servicio que les ofrecen en ocasiones no satisface sus expectativas, es por ello, que suelen haber quejas por parte de los turistas llevándose una mala experiencia del lugar, como también notan la falta de valor e interés por el cuidado de este atractivo por parte de las autoridades y de la ciudadanía por conservarlo. este problema también interfiere que los operadores influyan en la satisfacción del turista ya que no llegan a la hora indicada o los llevan hacer el circuito turístico de una forma rápida lo cual hace que el turista se sienta insatisfecho en la atención brindada (Carhuapoma, 2020).

En función a esta situación problemática de la insatisfacción obtenida por algunos turistas, se planteó el siguiente problema de investigación *¿Cuál es el nivel de satisfacción percibida por los turistas que realizan el circuito turístico manglares de Puerto Pizarro?*

Para trabajar este estudio se creó importante fundamentar teóricamente los conceptos relacionados con la satisfacción del turista y circuito turístico, que están explícitos y descritos en las bases teóricas, y con base a esta información se ha logrado construir y delinear correctamente las dimensiones de la presente investigación (expectativa, experiencia y percepción), con sus respectivos indicadores.

Este estudio es importante para la población, porque busca la mejora en el ámbito laboral, ya que hay trabajadores predispuestos a lograr un nivel alto de satisfacción de las necesidades de los turistas. Es por ello que se ha propuesto en las recomendaciones los mecanismos y el procedimiento adecuado para mejorar las expectativas, las experiencias y la percepción de los turistas cuando realizan el circuito turístico manglares de Puerto Pizarro.

Al ejecutar este proyecto se buscó saber cuál es el nivel de satisfacción percibida por los turistas que realizan el circuito turístico Manglares de Puerto Pizarro 2024, para ello se empleó una metodología descriptiva no experimental con un enfoque

mixto, donde se usó la técnica de la encuesta a los turistas y observación directa participativa, para saber cómo han percibido los clientes el servicio, su experiencia y si volverían a visitar Puerto Pizarro.

## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### 2.1. Base Teórica

#### 2.1.1. Nivel de satisfacción

Illesca (2022), menciona que la satisfacción hoy en día es un factor fundamental en la adquisición de un producto o servicio, busca relacionarse con el cliente de una manera más cercana y conocer sus deseos para así poder cumplir con lo que está necesitando, la atención que se le brinda determina si el producto o servicio es recomendado o puede causar una insatisfacción en el cliente.

De la misma manera Silva et al. (2021), expresa que la satisfacción del cliente puede formar parte de la emoción del cliente respecto al servicio que se le brindó y si este cumple con las expectativas que el cliente tenía al querer adquirir el servicio o producto, así mismo puede generar que el turista se sienta satisfecho o insatisfecho de lo recibido.

Así también Rosas (2019), menciona: La satisfacción del turista se genera mediante características que presenta algún producto o servicio que se ofrece, esto determina si se ha cumplido con las expectativas que presentaba el cliente respecto a las necesidades que tenía, la satisfacción es un factor importante para que un destino siga mejorando ya que si el turista se siente satisfecho este querrá volver a adquirir y recomendar el producto o servicio.

**Expectativa.** Cairampoma & Gonzales (2020), mencionan que las expectativas se basan en que estas trabajan en conjunto con la experiencia, ya que se originan a través de pensamientos de lo que se espera de un lugar al ser visitado y la experiencia que se ha obtenido anteriormente al visitar algún destino, con ello la expectativa determina cual es la realidad que el turista ha observado y si esto va conforme a lo que tenía idealizado antes, así mismo influye también si el destino se recomienda o no.

Contundentemente Rosas (2019), afirma que las expectativas influyen mucho en lo que se ofrece de un destino turístico y estas tienen que cumplirse al momento de adquirir algún servicio en el destino visitado en algunas ocasiones esto no

ocurre así ya que lo que les ofrecen antes de ir al destino es diferente a lo que les brindan en el momento en el que ya están ahí debido a que no se sienten seguros por falta de infraestructura entre otras cosas, es por ello que al presentarse esto genera una insatisfacción en el turista y una mala imagen del destino.

Se consideró a las **Motivaciones**, como indicador de expectativa, para ello Pajares (2020) dice que la motivación es conocer cuáles son las razones por las que el turista arriba a un destino, ya que así se puede identificar cuáles son sus necesidades que es lo que está buscando, es por ello que al saber cuál es el motivo de su visita se puede ofrecer servicios o productos que vayan acorde a lo que requiere y que lleguen a cumplir sus necesidades. Así mismo, el motivo de su visita puede ser debido a que alguien lo animó, le recomendó o porque estuvo investigando el entorno del destino.

**Experiencias.** De La Torre (2020), menciona que las experiencias se generan luego de realizar alguna actividad lo cual causa algún tipo de emoción en el turista y esto hace que el turista se sienta satisfecho o insatisfecho del destino

El mismo autor indica que las experiencias consisten también en que las actividades no tienen que ser solo mediante información brindada por algún guía de turismo o personal del lugar, sino que también se tiene que incluir algún tipo de dinámica durante el circuito turístico la cual haga que el turista sea participe de ella para que se vaya con una buena experiencia.

Del mismo modo, Illesca (2022) menciona que, cada persona experimenta el servicio de forma única siendo un juicio basado en la calidad del servicio obtenido, por lo que no puede haber experiencias similares.

La experiencia con relación al **servicio gastronómico**, según Quinatoa (2022) manifiesta que el servicio gastronómico es fundamental para las industrias culinarias, ya que es una pieza importante al momento de prestar la atención a un cliente, el objetivo de una organización es resolver los problemas que tenga el consumidor, su tranquilidad y el placer de haber recibido un buen servicio.

**Recursos Humanos.** Ticona (2020), indica que el área de recursos humanos representa la protección de los derechos y obligaciones de un trabajador dentro de una empresa, ya que de esta manera cada persona puede ejecutar cada labor de una forma más eficaz y así llegar a cumplir con las expectativas de la organización que forman parte.

Álvarez (2019), también señala que los recursos humanos aparte de ser partícipe de las decisiones transmitidas por la dirección, influye también en crear nuevas formas o ideas junto con el personal para llevar en crecimiento a la empresa de la que son parte.

Martínez et al. (2013), De tal manera que el sector turístico enfrenta una avalancha creciente de clientes conocedores y exigentes, al tiempo que el entorno se vuelve más competitivo, lo que obliga a las entidades turísticas a ejercer una gestión del recurso humano con un enfoque más integral y sistémico, donde juega un papel decisivo su capacidad de planeación de forma estratégica.

**Transporte Turístico.** Quispe (2019), sitúa esta propiedad como el resultado de una combinación, entre la relación de una época y un ambiente donde una variedad de componentes ha contribuido en el desplazamiento y organización de transportes, asimismo como la adecuada mejora y la transformación de la tecnología.

También Pérez & Rengifo (2022), expresan que el transporte turístico son organizaciones estatales y particulares que disponen de un equipo necesario para movilizar o desplazar a un ser humano, maletas y mercaderías de un destino a un sitio diferente.

**Transporte Turístico Acuático.** Corbacho (2020), menciona que es un medio de transporte que sirve para poder trasladarse de un lugar a otro por ríos, lagos o mares las cuales vienen a ser embarcaciones como chalanas o yates con motor fuera de borda o a remo y son seguras, así mismo, pueden ser utilizadas de manera personal o turísticas.

**Servicios complementarios.** Promperú (2019), explica que los servicios complementarios consisten en que son servicios adicionales que se brindan al turista al adquirir un producto turístico o servicio y que sienta la seguridad, tranquilidad de estar en el lugar, así mismo con estos servicios complementarios influyen en la satisfacción del turista de acuerdo a sus necesidades.

**Bodegas.** Westreicher (2020), Indica que son pequeños comercios que se caracterizan por ubicarse cerca a los consumidores. su fortaleza principal se determina en las relaciones que crea es el dueño del negocio y sus clientes, así como el evitar costes de transporte.

**Servicios turísticos.** Illesca (2022), opina que son diferentes servicios adicionales relacionados entre sí ya que son brindados al turista para satisfacer alguna necesidad que se le presente durante su tiempo de estadía en el atractivo turístico.

**Percepción.** Bautista (2021), declara que la percepción consiste en el valor percibido que obtiene el cliente luego de recibir su producto o servicio, los resultados obtenidos son los que genera una buena o mala opinión del cliente.

El mismo autor indica que la percepción depende del estado de ánimo ya que si el cliente no está motivado percibe el producto o servicio de una mala manera y si el caso es contrario lo percibe de una forma contenta y es recomendado a sus amigos o familia.

Corbacho (2020), menciona que cada una de las personas tienen una percepción única de alguna situación que pasa alrededor de ellos. La percepción en las personas puede cambiar conforme va pasando el tiempo ya que muchas veces la persona tiende a tener una percepción sobre algo y luego al ver la realidad de la situación su percepción cambia de manera rápida.

**Calidad de servicios.** Bautista (2021), dice que la calidad del servicio influye en el sector turismo ya que este ofrece productos y servicios los cuales vienen a ser intangibles debido a que son producidos y consumidos al mismo tiempo, lo que

para evaluar la calidad del servicio y satisfacción del cliente se debe esperar a la culminación de la adquisición de dicho producto o servicio.

La calidad del servicio se basa en lo que opinan los clientes luego de adquirir un producto o servicio ya que así se puede saber si el servicio es aceptable o lo rechazan, el cliente se mostrara satisfecho cuando el producto es como lo imaginaban si cumplió con sus expectativas mediante esto se ve si el cliente quedó satisfecho.

Rosas (2019), también menciona que la calidad del servicio representa un factor importante en las empresas ya que deben satisfacer las necesidades o expectativas del turista beneficiando así también a dicha empresa.

**Destino Turístico.** García (2019), manifiesta que un destino turístico es un lugar o un territorio, bien sea una zona natural, una región, un país o una zona prehistórica; que posean valores únicos los cuales van a llamar la atención de los viajeros y esto va a motivar a que otras personas visiten estas áreas en sus tiempos libres para obtener nuevas anécdotas que contar.

**Biodiversidad.** Purizaga (2020) En los últimos años, el espacio público ha dejado de ser solo un área de uso colectivo para convertirse en un punto de conexión entre la ciudad y la naturaleza. Este tipo de espacio fomenta el encuentro entre las personas y el entorno natural, incluyendo su flora y fauna, lo que genera un sentido de pertenencia e identificación con el lugar. En Puerto Pizarro, la interacción con la biodiversidad local, como los manglares y las islas, juega un papel clave en la sensibilización sobre la importancia de su conservación, contribuye a un turismo sostenible, promoviendo el respeto y cuidado del medio ambiente mientras fortalece el vínculo de la comunidad con su entorno natural.

**Seguridad en el destino.** Vargas (2018) indica que consiste en orientar a los turistas mediante personas capacitadas sobre los peligros que puedan presentarse durante su tiempo de visita para evitar que se corra riesgos en el lugar en el que se encuentre de tal manera que se le pueda brindar una experiencia agradable, buena calidad y satisfacer sus necesidades debido a que

el turista previo al visitar un destino una de las primeras cosas que investiga es si el lugar es seguro para poder llegar ahí, siendo la seguridad un factor importante que motiva al turista.

### **2.1.2. Circuito Turístico.**

López (2020), menciona que un circuito turístico está compuesto por varias maravillas naturales o culturales en el transcurso del recorrido, mediante una entidad estatal o particular conforme a lo que desea cada turista, teniendo como objetivo impactar a más personas motivándolos a que estos lleguen a visitar dichos destinos.

**Demanda.** Dávila & Pérez (2019), expresan que la demanda de un cliente sugiere al consumo total que está decidido a gastar, en un lugar definido, a un precio real. Del mismo modo se puede definir a la demanda como el monto total de un bien en el mercado, a distintos costos.

**Demanda Turística.** Torres (2020), opina que son aquellas personas que tienen ese deseo moderado de satisfacer sus placeres al comprar y obtener nuevas experiencias en diferentes destinos. Al visitar estas áreas los turistas se sienten emocionados y crece en ellos la necesidad de gastar en souvenirs y prendas para llevarlos como un recuerdo del lugar, así mismo dan uso de sus infraestructuras y atractivos.

**Perfil del Consumidor.** Cebrecos & Salas (2018), indican que la importancia de comprender al cliente, es poner en marcha y planificar los métodos que les permitirá entender mejor a sus clientes y reconocer cuáles son sus expectativas para llegar a complacer sus deseos.

Así mismo, Galindo & Torres (2020), mencionan que el cliente cumple un rol importante en un estudio de mercado. Ya que él es quien define con sus sentimientos, placeres y antojos, la orientación del estudio.

**Toma de Decisiones.** Cebrecos & Salas (2018), dicen que la toma de decisiones se ve influenciada por las conductas de las personas dando como resultado gustos y preferencias, circunstancias, en la cual adquirir productos u costos se fundamentan en la perspectiva, que intervienen en la compra.

**Gustos y Preferencias.** Cují (2022), comunica que todas las personas perciben diferentes deseos, placeres y necesidades en sus vidas, por lo que comprender su propio desarrollo es fundamental, ya que así se puede entender y prepararse para cada aspecto.

**Ruta.** Candela (2021), expone que la definición de ruta está asociada a un trayecto por una zona establecida, ya que nos facilita el poder observar su naturaleza, su cultura, etc. Se le conoce a una ruta como un camino que está conformado por destinos interesantes rodeado de maravillas.

**Precio.** Arteaga (2019), indica que el precio es una porción de efectivo que se recibe al vender servicios o productos; es decir que es el monto total que una persona está dispuesta a pagar por los servicios que se le ofreció.

**Itinerario.** Terry (2019), expresa que un itinerario es considerado un medio turístico y han adquirido una enorme importancia en el turismo promoviendo los patrimonios culturales y naturales permitiendo la competitividad del destino.

## **2.2. Antecedentes**

Contreras (2021) escribió la siguiente tesis titulada: *Calidad percibida del servicio, satisfacción e intención de revisita del turista en destinos turísticos de Boyacá, Colombia*; con el objetivo de evaluar la calidad percibida del servicio a nivel de destinos turísticos en sus dimensiones seleccionadas (prácticas de sostenibilidad, actividades, accesibilidad, limpieza, seguridad, idioma de comunicación, hospitalidad, transporte local y alojamiento); además de 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; cuyo método fue descriptivo – correlacional con un enfoque cuantitativo.

Confirmó que existe una correlación positiva y significativa entre la calidad percibida del servicio en el destino con la satisfacción y entre satisfacción e intención de revisita. Sin embargo, la calidad percibida del servicio en el destino no conduce necesariamente a la intención de revisita del turista. Por lo tanto, mejorar los niveles de calidad percibida del servicio en el destino es un factor considerable para el desarrollo general de un destino y la mejora de su ventaja

competitiva sostenible, más aún cuando las prácticas de sostenibilidad tuvieron el mayor peso.

Morales et al. (2018), Realizaron un artículo llamado: *Nivel de satisfacción e intención de repetir la visita turística. El Caso del Cantón Playas, en Ecuador*; tuvo el objetivo principal de determinar cómo influye la satisfacción del turista en la intención de querer volver a visitar el destino; usando en la metodología el cuestionario de encuestas y el análisis de regresión logística binaria; concluyeron que las características sociodemográficas intervienen al momento de elegir un sitio turístico y se afirma que la diversidad del precio, producto, red de orientación y el ambiente influyen en las decisiones que el turista toma para regresar al sitio. Precisaron que existe percepción de precios al momento de escoger un destino, la disponibilidad de producto y la utilidad de redes de orientación para acceder a información. Asimismo, observaron el nivel de satisfacción del consumidor con el fin de detectar el comportamiento que integre su personalidad y de sus parientes; también determinaron que los motiva a tomar la decisión de querer volver a visitar el destino.

Huamán & Ochoa (2023), llevaron a cabo el proyecto de tesis titulado: *La calidad de servicio y la satisfacción del turista en el circuito turístico de las Salineras de Maras, 2022*; cuyo objetivo principal fue determinar la relación entre calidad de servicio con la satisfacción del turista en el circuito turístico de las Salineras de Maras, 2022; utilizaron el método analítico – deductivo, hipotético con un enfoque cuantitativo siendo una investigación básica no experimental uso la técnica de la encuesta; finalmente concluye que el circuito turístico de Salineras de Maras concede un nivel alto satisfactorio en calidad de servicio a los turistas. Por otro lado, los componentes que benefician la calidad del servicio, motivan a que los turistas que visitan Salineras de Maras capten una gustosa experiencia del destino visitado. Sin embargo, al momento de prestar un servicio este debe ser veloz, fiable, individual y excelente para que los turistas que visitan Salineras de Maras capten el rendimiento del personal como un trabajo magnifico y así mantenerlos satisfechos.

Balcázar (2023), realizó su proyecto de tesis titulado: *Satisfacción de los turistas extranjeros que visita los circuitos turísticos de la Provincia de Cajamarca, 2019*

– 2020 y propuesta de mejora - Universidad Nacional de Cajamarca. Cuyo objetivo principal fue determinar el nivel de satisfacción de los turistas extranjeros que visitan los circuitos de la provincia de Cajamarca, periodo 2019 – 2020, aplicó una metodología de tipo básica con un diseño descriptivo propositivo – no experimental, utilizaron la técnica de la observación directa, la encuesta, y la entrevista; finalmente manifestaron que la satisfacción del turista con respecto a sus expectativas, necesidades y calidad tuvo como resultado un valor positivo, pero recomiendan que limpien las pistas, que potencien lugares actuales y que ayuden a los perros sin hogar que andan por las carreteras. En cuanto al transcurso del recorrido de los circuitos, los turistas no quedaron del todo contentos porque en las condiciones en las que se encontraban no eran buenas, notaron que no contaban con tachos de basura, señalética y servicios de primera necesidad, lo que hace que el turista se sienta insatisfecho. De acuerdo a los precios, la prestación del servicio de guiado, infraestructura e instalaciones turísticas quedaron muy satisfechos.

Quispe & Cuevas (2023), escribieron la investigación titulada: *Nivel de satisfacción del turista con relación a los servicios turísticos en la ciudad de Huaraz, 2023*; cuyo objetivo principal fue determinar el nivel de satisfacción del turista con relación a los servicios turísticos en la ciudad de Huaraz, 2023; en su marco metodológico su investigación es de dos tipos aplicada y básica, conforme al enfoque es cuantitativo con un alcance descriptivo y su diseño fue no experimental-transversal empleando así la técnica de la encuesta; en conclusión mencionan que satisfacen las expectativas de los turistas conforme a los servicios manifestando que hay muchos factores que influyen en la motivación generando constantes visitas a este destino, pero se debe superar las expectativas y para ello deben brindar un servicio de calidad y que los turistas perciban una visita agradable, por otro lado se recomienda ser diligentes con la infraestructura y que la gestión administrativa que brindan los servicios turísticos deban mantener satisfecho a sus visitantes. También se sintieron muy a gusto con el hospedaje ya que superan sus expectativas de lo que percibieron debido a que les ofrecieron servicios de internet de buena calidad, precios cómodos, vigilancia, higiene y confort en su estadía. No se sintieron muy satisfechos con el servicio de alimentación ya que consideran que el ambiente, los platillos y el

servicio de atención brindada no crean una buena imagen del lugar. Con respecto de las personas que realizan el guiado los turistas se sienten muy satisfechos dado que brindan un servicio perfecto y muy bueno. En cuanto al transporte, atractivos y lugares turísticos sienten un nivel alto satisfactorio ya que es un destino esencial que brinda un servicio de traslado seguro y Huaraz es un atractivo que genera revisitas a este destino.

Cairampoma & Gonzales (2020), llevaron a cabo el siguiente proyecto: *Expectativas del turista sobre el Circuito Turístico Tradicional del Valle del Mantaro – 2019*; tuvo como objetivo principal describir las expectativas del turista sobre el Circuito Turístico Tradicional del Valle del Mantaro; mediante una metodología con un enfoque cuali-cuantitativo mixto con un diseño de investigación descriptiva-transversal aplicando la técnica de encuesta y recolección bibliográfica; concluyeron que las ciudades de Cuzco son zonas tropicales sugeridas para visitar por sus maravillosos atractivos, estilos y creencias donde los visitantes calificaron el servicio positivamente de acuerdo a hoteles, restaurantes u orientación turística. Con respecto a la vigilancia, la higiene de las calles, destinos a conocer y zonas de entretenimiento obtuvieron un valor alto, pero las expectativas de los visitantes acerca de la señalética y duración de la ruta son bajas. Finalmente, la percepción de los turistas con relación a los servicios anteriormente mencionados tiene resultados positivos, en cuanto a los niveles bajos de satisfacción recomiendan proporcionar una excelente atención para favorecer la experiencia y percepción del visitante con relación al destino turístico del Valle del Mantaro.

Valle & Valle (2020), llevaron a cabo la siguiente investigación: *Diagnóstico del circuito turístico, Sector Noreste del Parque Arqueológico Sacsayhuaman, Cusco – 2020*, en la Universidad Andina del Cusco; tuvo como objetivo principal describir el desarrollo del circuito turístico del sector noreste del Parque Arqueológico Sacsayhuaman, por medio de una metodología de tipo descriptivo – cuantitativo con un diseño no experimental, se utilizó la técnica de la encuesta la cual fue realizada a una cantidad de 80 prestadores de servicios que tienen conocimiento de todo el destino turístico; concluyeron que el circuito no se encuentra en un 100% ya que cuenta con muchas deficiencias a lo largo de la ruta, a pesar que los atractivos en el circuito cuentan con un valor histórico y cultural significativo;

la satisfacción del visitante es regular debido a todas las deficiencias que presenta el circuito y la falta de interés y promoción del destino.

Huillca (2020), Realizó una investigación llamada: *Evaluación de la satisfacción de turistas extranjeros en la Ciudad del Cusco mediante el análisis factorial – 2018*, tuvo como objetivo principal evaluar cual es el nivel de satisfacción del turista extranjero que hizo uso de los servicios; por medio de una metodología transversal no experimental con un enfoque cuantitativo haciendo uso de métodos como encuestas realizadas a 300 turistas y cuestionarios para lograr cumplir con el objetivo; finalizando la misma concluye que hay un mayor porcentaje de turistas que se sienten satisfechos con los servicios brindados en diferentes factores como hoteles, agencias, restaurantes y en el servicio de guía. Sostuvo que solo el 33.1 % de turistas se sienten satisfechos con el servicio ofrecido.

Cruz (2019), presentó su tesis titulada: *Circuito turístico para la práctica del Enduro en el Distrito de Santa Teresa-Cusco, año 2019*; que tiene como objetivo general determinar si las condiciones que presenta el distrito de Santa Teresa son las adecuadas para un circuito turístico donde se practique Enduro; por medio de una metodología correlativa-no experimental con un enfoque cuantitativo dando uso a la técnica de encuesta, observación directa y revisión bibliográfica; concluyó afirmando que el destino turístico de Santa Teresa se encuentra en buen estado para el desarrollo de la actividad de Enduro, sin embargo su planta turística no cuenta con la capacidad de captar a visitantes para realizar la actividad. El territorio es apto para la práctica de ciclismo de montaña “Enduro” y los atractivos turísticos que rodean al destino de Santa Teresa produce el encanto en las personas de realizar el circuito. Este destino no cuenta con una buena atención en los restaurantes, ni talleres mecánicos u hospedajes que brinden un servicio de calidad, esto perjudica la visita de personas nuevas que quieran realizar la actividad de Enduro.

Baluart & Bravo (2019); realizaron una investigación llamada: *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*; tuvieron como objetivo estudiar el nivel de satisfacción del turista a través de la calidad percibida del

servicio para la cual tuvieron que hacer uso de métodos de cuestionarios, finalizando la misma concluyeron que la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas quienes visitan el centro poblado de Padrecocha, manifiestan que los servicios que brindan son regulares por lo tanto se debe implementar capacitación al personal, contar con equipos de seguridad en el transporte, mejorar la información turística y realizar una actividad de manera planificada con participación de la población local, logrando el beneficio para ambas partes; siendo un componente importante la calidad de los servicios en el centro poblado.

Severino (2023) realizó una investigación titulada: *Calidad de servicio en las instalaciones turísticas de la Bahía de Puerto Pizarro y la satisfacción del turista, año 2022*; en la Universidad Nacional de Tumbes, y tuvo como finalidad 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, para la cual hizo uso de la metodología de alcance descriptiva – correlacional con un diseño no experimental, transaccional - correlacional y un enfoque cuantitativo; finalmente obtuvo como resultado que las instalaciones aún mantienen ciertas desventajas que pueden ser mejoradas con proyectos de inversión, además que la atención prestada por los trabajadores no es del todo buena, por lo que la calidad del servicio es regular y repercute en una satisfacción media. Concluyó que falta que mejoren instalaciones turísticas y esto no se puede realizar debido a la falta de importancia por parte de las autoridades ya que no realizan proyectos para mejorar y llegar a qué resalten a nivel nacional.

### III. MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

La presente investigación tuvo un enfoque mixto, donde se empleó técnicas y métodos, cuantitativos y cualitativos para la recopilación y exploración de información detallada que surgió en el transcurso de ejecución del informe (Hernández et al, 2014).

Tiene un alcance descriptivo aplicado a nuestra pesquisa, pretende explicar cualidades y rasgos esenciales de algún suceso que se investigue. Detalla preferencias de un conjunto o multitud de personas.

Se indica que el diseño no experimental utilizado, se realizó en la investigación sin la manipulación de variables y solo se enfoca en observar hechos que suceden en un área natural para estudiarlos. Ya que se describió las variables nivel de satisfacción y circuito turístico.

#### 3.2. Población, muestra y muestreo

##### 3.2.1. Población

La población objeto de estudio estuvo conformada por 15492 turistas que realizaron el circuito turístico en Manglares de Puerto Pizarro durante los meses de Mayo a Noviembre del 2023, al respecto información proporcionada por el Patronato Turístico de la Villa Puerto Pizarro señala:

**Tabla 1.**

*Turistas que llegan a Puerto Pizarro entre los meses de Mayo a Noviembre del 2023.*

N°	Meses	Cantidad de turistas
	Mayo	865
	Junio	1339
	Julio	2448
	Agosto	2414
	Septiembre	2250
	Octubre	3404

Noviembre	2772
Total	15,492

**Fuente:** Patronato Turístico de Puerto Pizarro

### 3.2.2. Muestra y muestreo

Para el cálculo de la muestra en la presente investigación se usó la fórmula de la estadística para el cálculo de poblaciones finitas, la misma que se expresa a continuación:

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

$$n = \frac{(1.96)^2 * 15,492 * 0.5 * 0.5}{(0.08)^2 * (15,492-1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

n= 149 turistas

Donde:

Z = nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)

p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1 – p

Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q

N = Tamaño del universo (Se conoce puesto que es finito)

e = Error de estimación máximo aceptado

n = Tamaño de la muestra

El tratamiento estadístico de la muestra será de manera aleatoria, haciendo uso de la estratificación de edades para decidir los sujetos que serán encuestados, el requisito mínimo será la posesión de la edad legal.

### **3.3. Métodos técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **Métodos**

##### **A. Análisis.**

Es un procedimiento que divide un objeto de investigación y facilita estudiar de forma individual cada parte que lo conforma (Arispe et al, 2020).

Este método se usó para poder descomponer a las variables inmersas, haciendo detalles del fenómeno que sucede a partir de la observación, para el caso de la presente investigación se verifico la Satisfacción de los turistas que realizaron el circuito turístico Manglares de Puerto Pizarro 2024.

##### **B. Síntesis.**

El autor anterior explica que la síntesis conforma los elementos de un objeto de investigación distribuidos para analizarlos en su conjunto.

Este método permitió conocer a profundidad a la variable satisfacción del turista permitiendo una mejor redacción de los resultados y conclusiones con el fin de comprender cual es el nivel de satisfacción de los turistas que realizan el circuito turístico Manglares de Puerto Pizarro 2024.

#### **Técnicas e instrumentos**

##### **A. Encuestas.**

El cuestionario es una técnica que se utiliza para recolectar datos mediante un formulario de preguntas de manera ordenada hacia una cantidad de personas con un propósito establecido (Baluarte & Bravo, 2019).

Esta encuesta se realizó en la embarcación dirigido a los turistas de 18 a 60 años que visitan Puerto Pizarro, para conocer el Nivel de Satisfacción, luego de haber percibido el servicio del circuito turístico manglares de Puerto Pizarro 2024 y se presentó un cuestionario de 36 preguntas, donde se utilizó la medición escala de Likert: Muy satisfecho (1), Satisfecho (2), Medianamente satisfecho (3), Insatisfecho (4), Muy insatisfecho (5).

## **B. Observación directa.**

Mediante una lista de cotejo se observó los hechos y fenómenos que se consolidan como indicadores de las variables Nivel de Satisfacción y Circuito Turístico. Se realizaron 6 salidas de campo, cada diez días en dos meses; cada visita tuvo una cantidad de dos horas de observación.

### **3.4. Plan de procesamiento y análisis de datos**

Para el procesamiento de los resultados logrados en la etapa de campo de esta investigación se utilizó el software como Microsoft Word para el diseño del documento acondicionado a las normas APA séptima edición; Microsoft Excel y paquete de software estadístico IBM SPSS para el procesamiento de la información estadística, tablas y figuras.

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Resultados.

#### 4.1.1. Resultados para el Objetivo General:

Determinar el nivel de satisfacción de los turistas que realizan el circuito turístico Manglares de Puerto Pizarro 2024.

##### 4.1.1.1. Resultados para el Objetivo Específico 1:

Evaluar el nivel de expectativa de los turistas que realizan el circuito turístico Manglares de Puerto Pizarro 2024.

### Dimensión 1: Demanda

#### Indicador 1: Perfil del Consumidor

**Tabla 2**

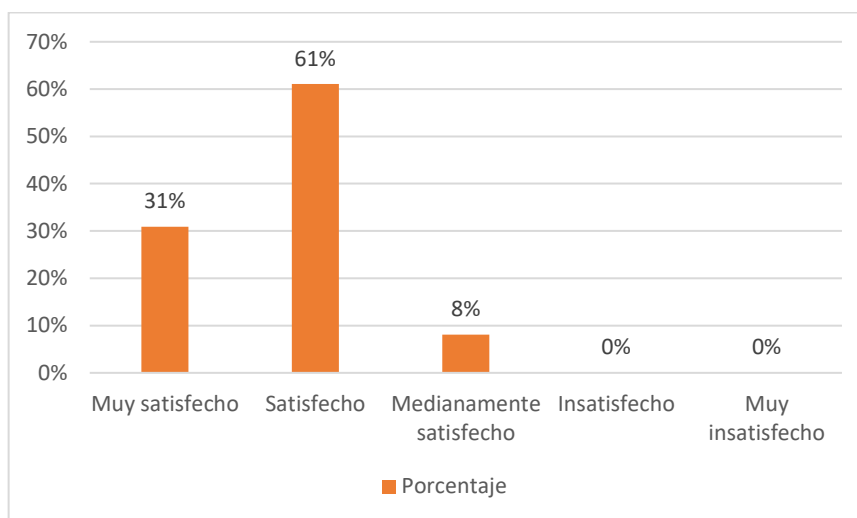
*Características sociodemográficas de los turistas que visitan Puerto Pizarro*

<b>Género</b>	Masculino	40%	Femenino	60%			
<b>Edad</b>	18 a 29 28%	30 a 49 51%	50 a 60 21%				
<b>Nivel de instrucción</b>	Primaria 2%	Secundaria 13%	Técnica 22%	Universitaria 62%			
<b>Lugar de procedencia</b>	Tumbes 5%	Piura 8%	Chiclayo 15%	San Martín 7%	Lima 42%	Ecuador 6%	Arequipa 17%

*Fuente: Elaboración propia.*

## Figura 1

*Ingresos laborales que les permiten a los turistas realizar actividades recreativas en el circuito turístico Los Manglares de Puerto Pizarro*



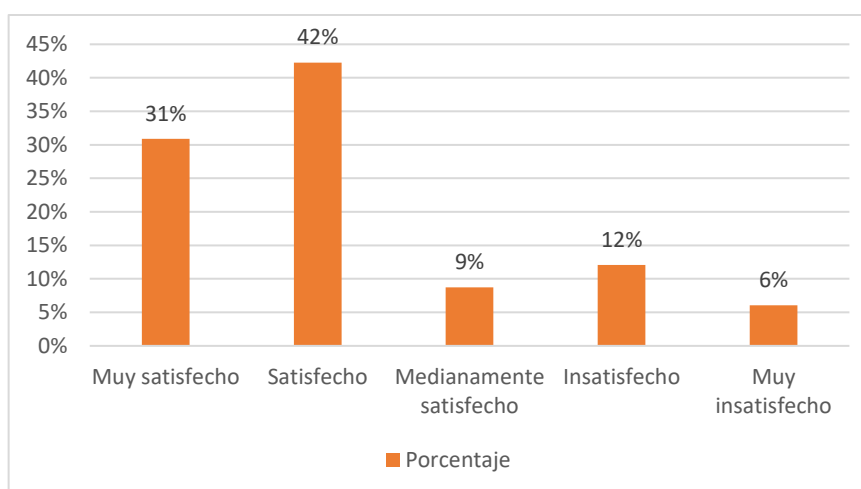
*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 1, los ingresos laborales que les permiten a los turistas realizar las actividades recreativas en el circuito turístico Los Manglares de Puerto Pizarro, el 61% se siente satisfecho de sus ingresos, el 31% muy satisfecho y el 8% medianamente satisfecho.

## Indicador 2: Toma de Decisiones

### Figura 2

*Decisión programada para visitar Puerto Pizarro*

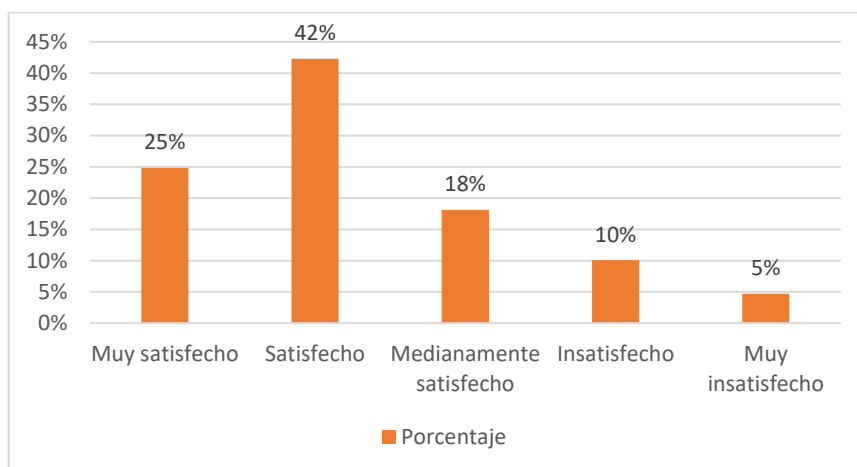


*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 2, la decisión programada de los turistas para visitar Puerto Pizarro, el 42% lo consideraron satisfecho, el 31% muy satisfecho, el 12% está insatisfecho, el 9% medianamente satisfecho y el 6% está muy insatisfecho.

**Figura 3**

*Iniciativa de visita a Puerto Pizarro*



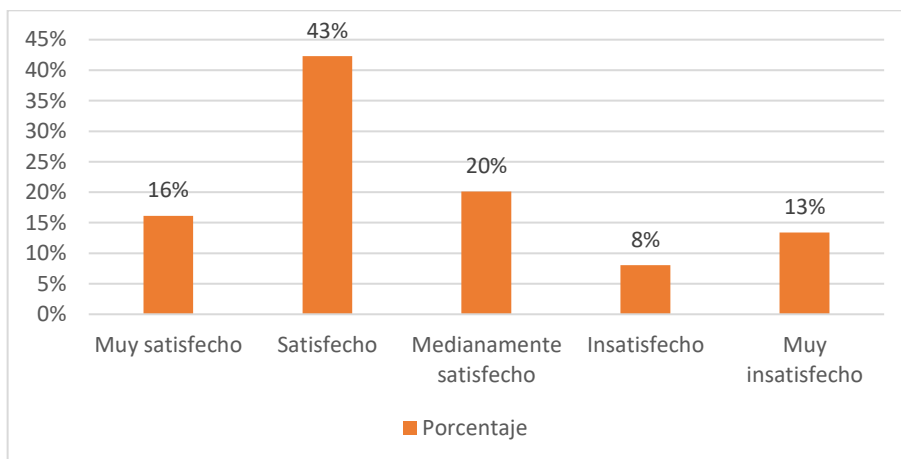
*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 3, los turistas que tomaron la iniciativa de visitar Puerto Pizarro, el 42% lo consideraron satisfecho, mientras que un 25% muy satisfecho, el 18% medianamente satisfecho, sin embargo, el 10% insatisfecho y el 5% está muy insatisfecho.

### Indicador 3: Gustos y preferencias

Figura 4

*Preferencia por la gastronomía*

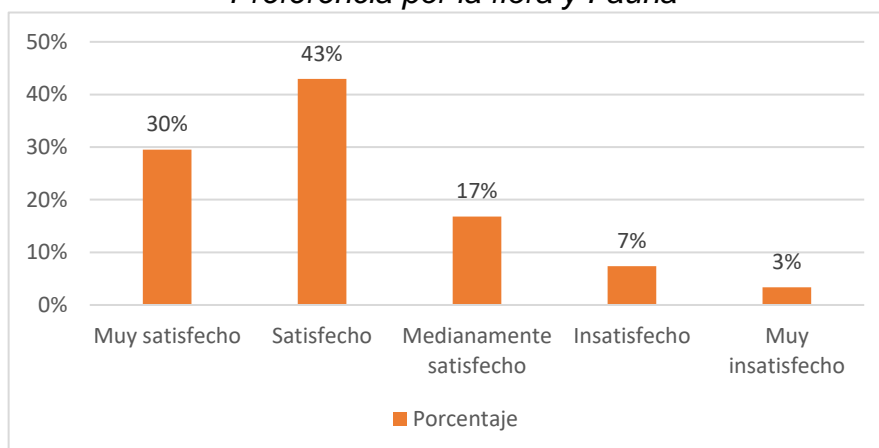


Fuente: Elaboración propia.

Tal como se observa en la figura 4, los turistas que prefieren realizar el circuito Manglares por la gastronomía, el 43% está satisfecho, el 20% medianamente satisfecho, mientras que el 16% lo considera muy satisfecho, sin embargo, el 13% está muy insatisfecho y el 8% insatisfecho.

Figura 5

*Preferencia por la flora y Fauna*



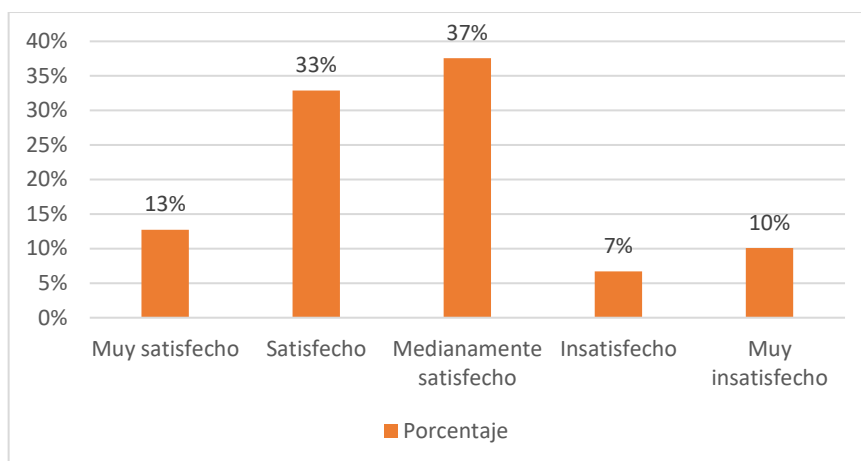
Fuente: Elaboración propia.

Tal como se observa en la figura 5, los turistas que prefieren realizar el circuito Manglares por la flora y fauna, el 43% está satisfecho, el 30% lo considera muy

satisfecho, sin embargo, el 17% está medianamente satisfecho, mientras que el 7% lo considera insatisfecho y el 3% muy insatisfecho.

**Figura 6**

*Preferencia por los juegos recreativos*

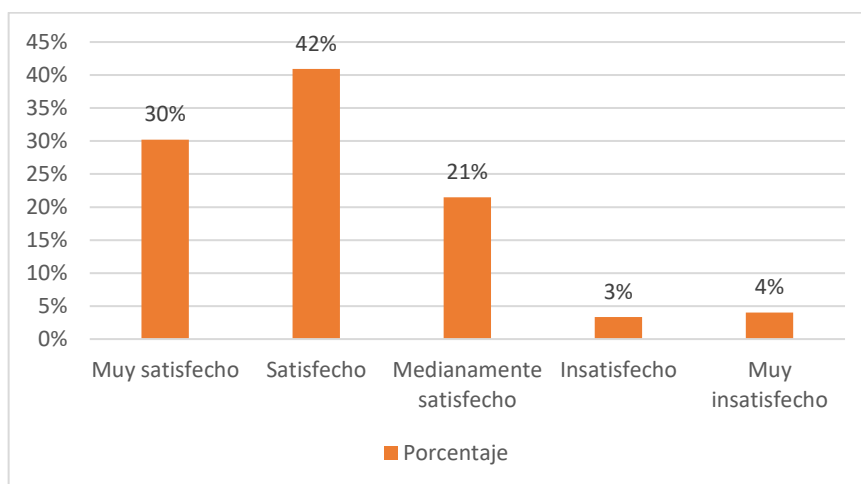


*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 6, los turistas que prefieren realizar el circuito Manglares por los juegos recreativos, el 37% lo considera medianamente satisfecho, mientras que el 33% está satisfecho, el 13% muy satisfecho, sin embargo, el 10% está muy insatisfecho y el 7% insatisfecho.

**Figura 7**

*Preferencia por el zoológico de cocodrilos*



*Fuente: Elaboración propia.*

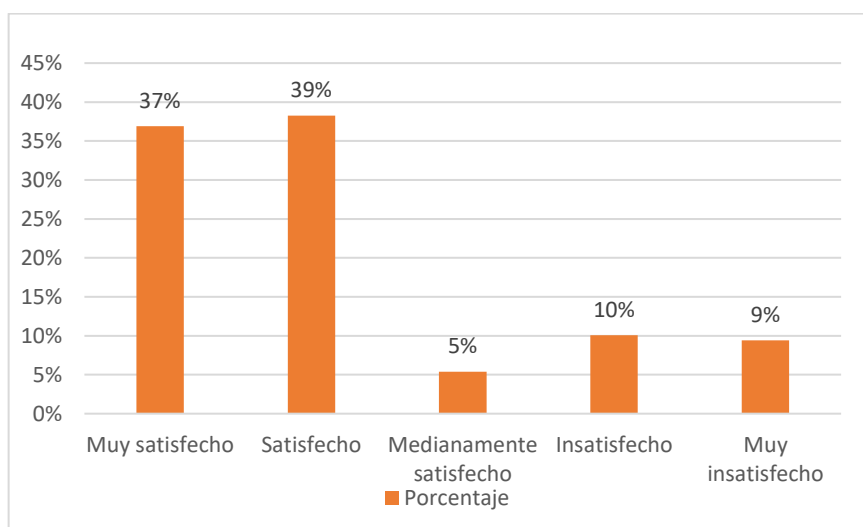
Tal como se observa en la figura 7, los turistas que prefieren realizar el circuito Manglares por el zoológico de cocodrilos, el 42% lo considera satisfecho, el 30% está muy satisfecho, el 21% medianamente satisfecho, sin embargo, el 4% está muy insatisfecho y el 3% insatisfecho.

## Dimensión 2: Expectativa

### Indicador 1: Motivación

Figura 8

*Motivación por realizar la visita turística*

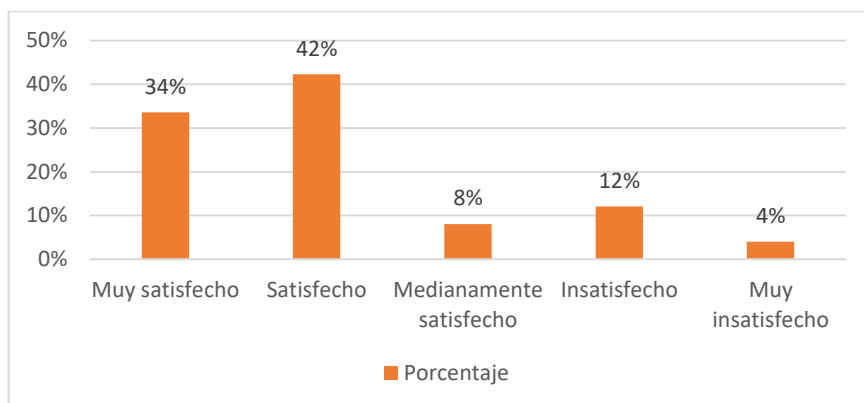


*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 8, los turistas que se sintieron motivados por realizar la visita turística a Puerto Pizarro, el 39% se encuentra satisfecho, mientras que el 37% está muy satisfecho, el 10% insatisfecho, sin embargo, el 9% está muy insatisfecho y el 5% medianamente satisfecho.

**Figura 9**

*Motivación por realizar el circuito Turístico*

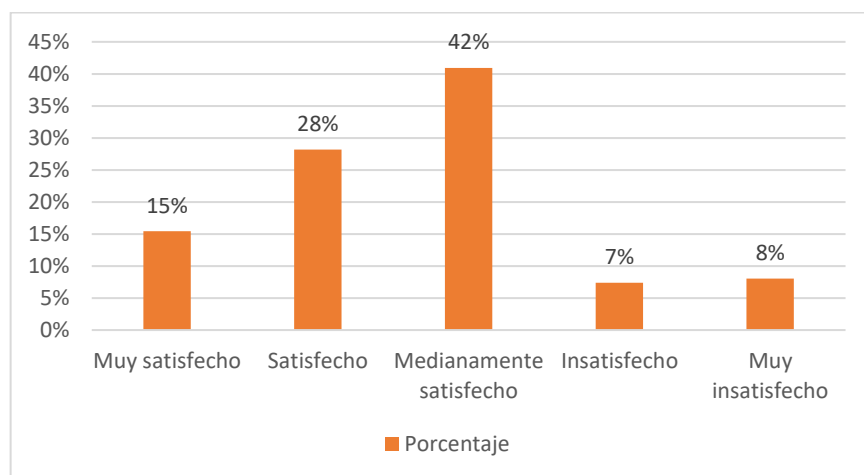


*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 9, los turistas que se sintieron motivados por realizar el circuito turístico, el 42% lo considera satisfecho, el 34% está muy satisfecho, sin embargo, el 12% está insatisfecho, el 8% medianamente satisfecho y el 4% muy insatisfecho.

**Figura 10**

*Motivación por los deportes de entretenimiento*

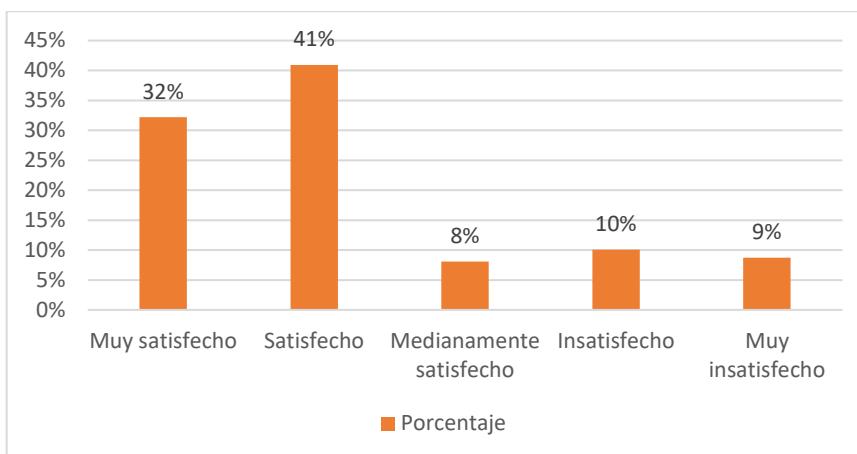


*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 10, los turistas que se sintieron motivados por los deportes de entretenimiento, el 42% se encuentra medianamente satisfecho, el 28% satisfecho, el 15% muy satisfecho, sin embargo, el 8% está muy insatisfecho y el 7% insatisfecho.

**Figura 11**

*Nivel de motivaciones*



*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 11, el nivel en que se concretaron las motivaciones de los turistas, el 41% se encuentra satisfecho, el 32% está muy satisfecho, el 10% insatisfecho, mientras que el 9% se encuentra muy insatisfecho y el 8% medianamente satisfecho.

**4.1.1.2. Resultados para el Objetivo Turístico 2:**

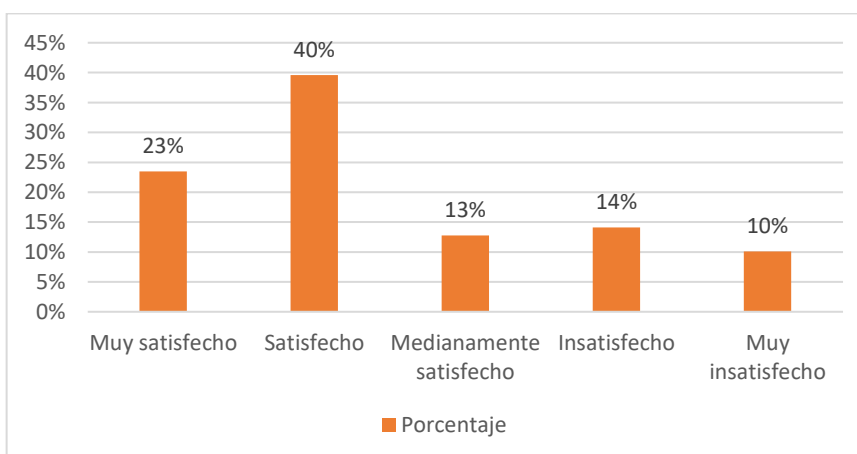
Identificar el nivel de satisfacción de los turistas durante su experiencia en el recorrido del circuito turístico los manglares de Puerto Pizarro 2024.

**Dimensión 3: Experiencia**

**Indicador 1: Servicios Gastronómicos**

**Figura12**

*Satisfacción por los servicios gastronómicos vivenciados*

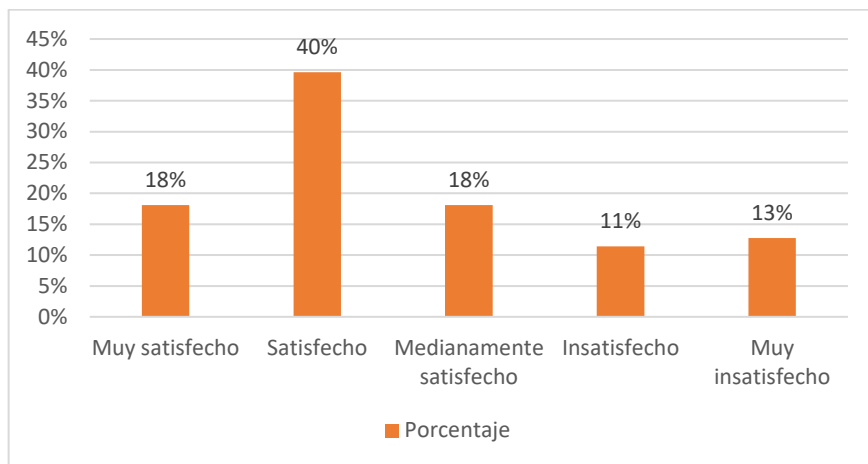


Fuente: Elaboración propia.

Tal como se observa en la figura 12, la satisfacción de los turistas por los servicios gastronómicos vivenciados, el 40% está satisfecho, el 23% se encuentra muy satisfecho, sin embargo, el 14% se encuentra insatisfecho, el 13% medianamente satisfecho y el 10% muy insatisfecho.

### Figura 13

*Satisfacción por la infraestructura de los servicios gastronómicos vivenciados*

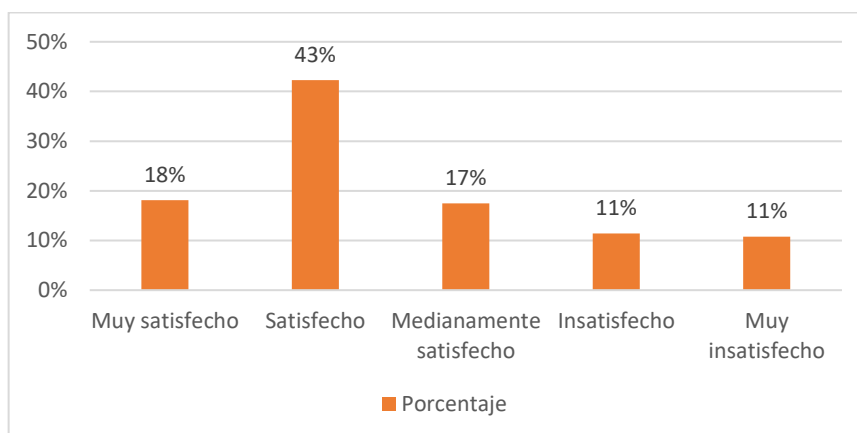


Fuente: Elaboración propia.

Tal como se observa en la figura 13, la satisfacción de los turistas por la infraestructura de los servicios gastronómicos vivenciados, el 40% se encuentra satisfecho, el 18% muy satisfecho, así mismo también el 18% se encuentra medianamente satisfecho, sin embargo, el 13% está muy insatisfecho y el 11% insatisfecho.

**Figura 14**

*Satisfacción por la calidad de servicio brindada en los establecimientos gastronómicos*



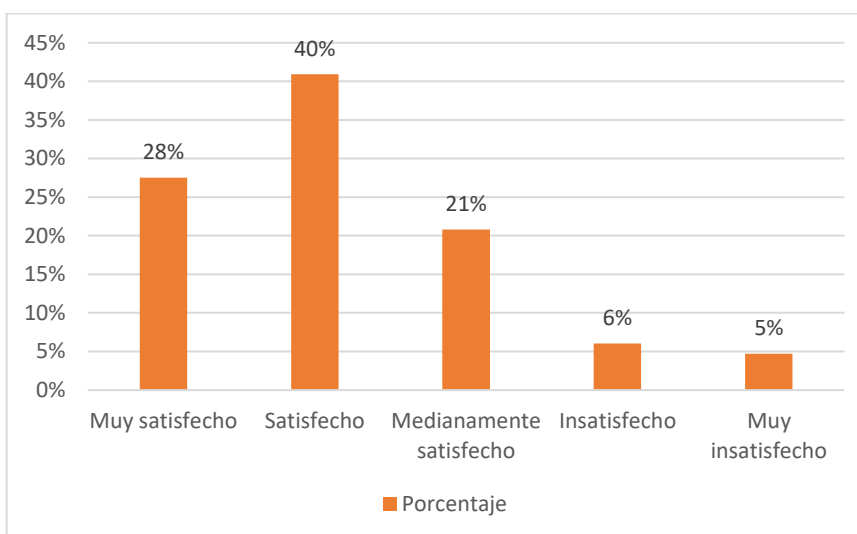
*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 14, la satisfacción de los turistas por la calidad de servicio brindada en los establecimientos gastronómicos, el 43% se encuentra satisfecho, el 18% está muy satisfecho, el 17% medianamente satisfecho, el 11% se encuentra muy insatisfecho, así mismo también el 11% está insatisfecho.

## **Indicador 2: Recursos Humanos**

**Figura 15**

*Satisfacción con la calidad de servicio brindada por el RRHH en las empresas turísticas*

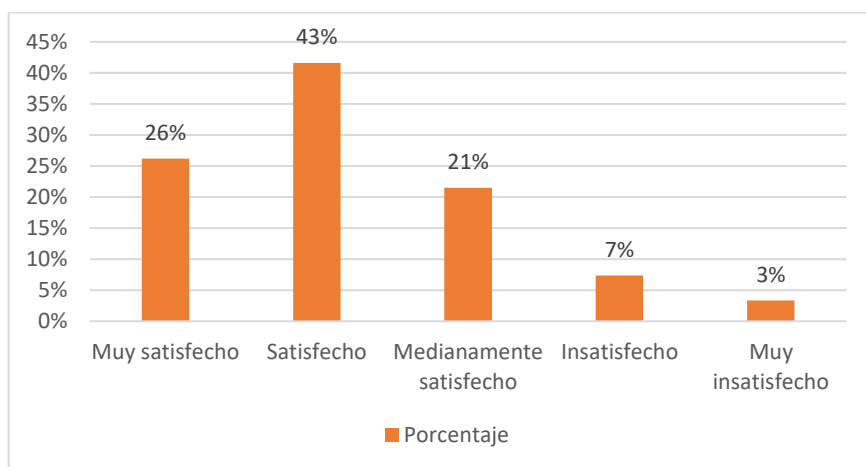


*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 15, la satisfacción de los turistas por la calidad de servicio brindada por el RRHH de las empresas turísticas, el 40% se encuentra satisfecho, el 28% está muy satisfecho, el 21% medianamente satisfecho, mientras que el 6% se encuentra insatisfecho y el 5% muy insatisfecho.

**Figura 16**

*Habilidades técnicas de atención por el RRHH*



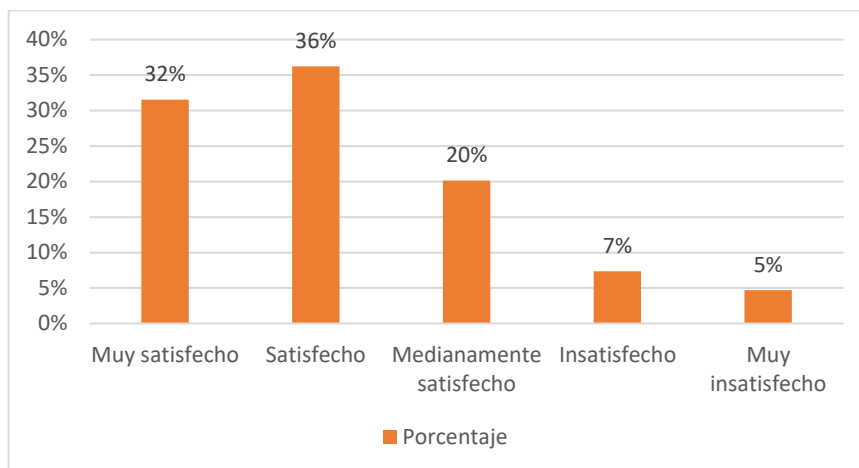
*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 16, los turistas se sienten satisfechos con las habilidades técnicas de atención por el RRHH, el 43% se siente satisfecho, el 26% está muy satisfecho, el 21% medianamente satisfecho, sin embargo, el 7% se siente insatisfecho y el 3% muy insatisfecho.

### Indicador 3: Transporte Turístico Acuático

Figura 17

*Satisfacción con el transporte turístico acuático*

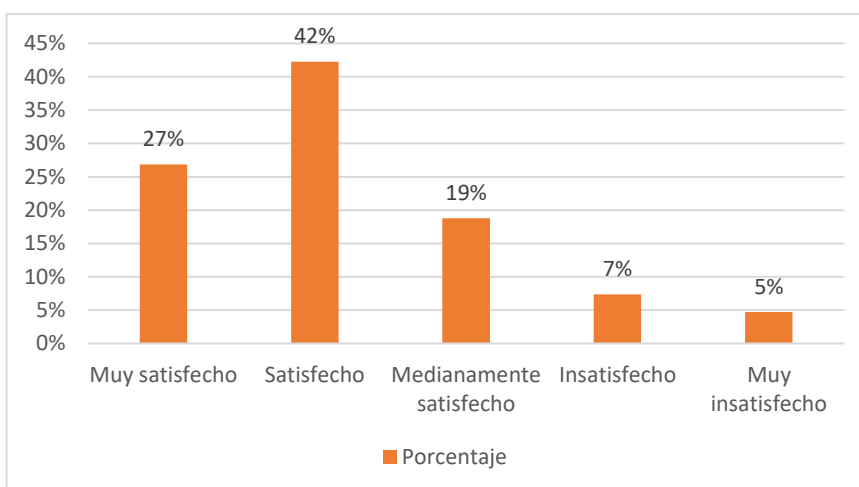


Fuente: Elaboración propia.

Tal como se observa en la figura 17, los turistas se sienten satisfechos respecto al transporte turístico acuático, el 36% se sintió satisfecho, el 32% muy satisfecho, el 20% medianamente satisfecho, sin embargo, el 7% se sintió insatisfecho y el 5% muy insatisfecho.

Figura 18

*Satisfacción por los vehículos acuáticos usados durante el circuito turístico*

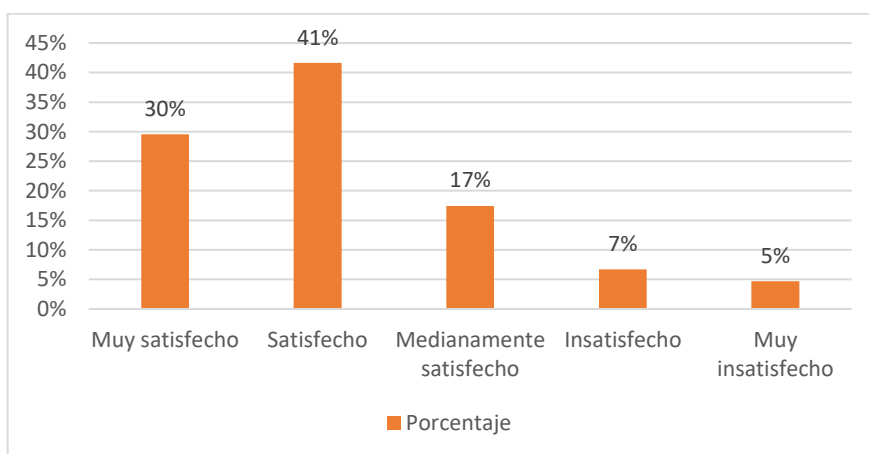


Fuente: Elaboración propia.

Tal como se observa en la figura 18, la satisfacción del turista por las condiciones de los vehículos acuáticos usados durante el circuito turístico, 42% se encuentra satisfecho, el 27% está muy satisfecho, el 19% medianamente satisfecho, sin embargo, el 7% se encuentra insatisfecho y el 5% muy insatisfecho.

### Figura 19

*Satisfacción por la calidad de servicio brindada por el RRHH que labora en las empresas de transporte acuático*

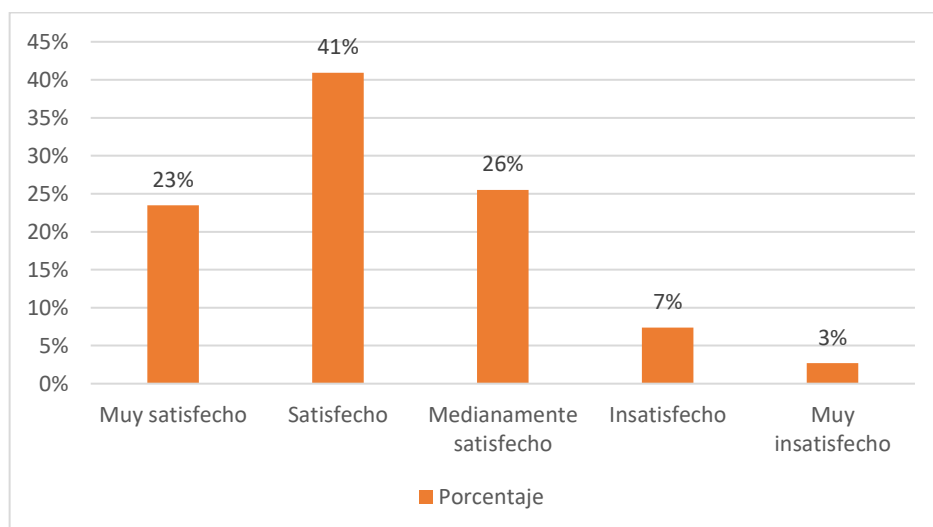


*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 19, la satisfacción de los turistas por la calidad de servicio brindada por el RRHH que labora en las empresas de transporte acuático, el 41% se sintió satisfecho, el 30% está muy satisfecho, el 17% medianamente satisfecho, sin embargo, el 7% se encuentra insatisfecho y el 5% muy insatisfecho.

**Figura 20**

*Estrategias de comercialización usadas por las empresas de transporte acuático*



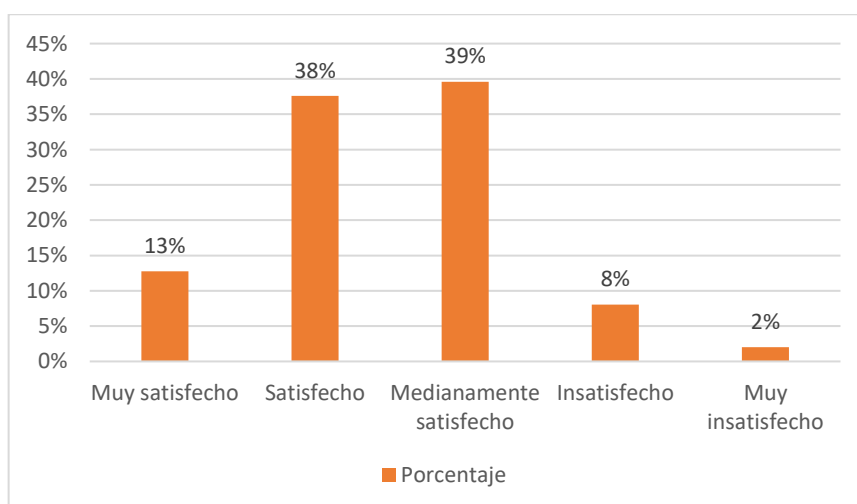
*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se ve en la figura 20, la satisfacción de los turistas por las estrategias de comercialización usadas por las empresas de transporte acuático, el 41% se sintió satisfecho, el 26% medianamente satisfecho, el 23% está muy satisfecho, sin embargo, el 7% se sintió insatisfecho y el 3% muy insatisfecho.

#### **Indicador 4: Servicios Complementarios**

**Figura 21**

*Satisfacción por el servicio brindado de las tiendas y/o bodegas*

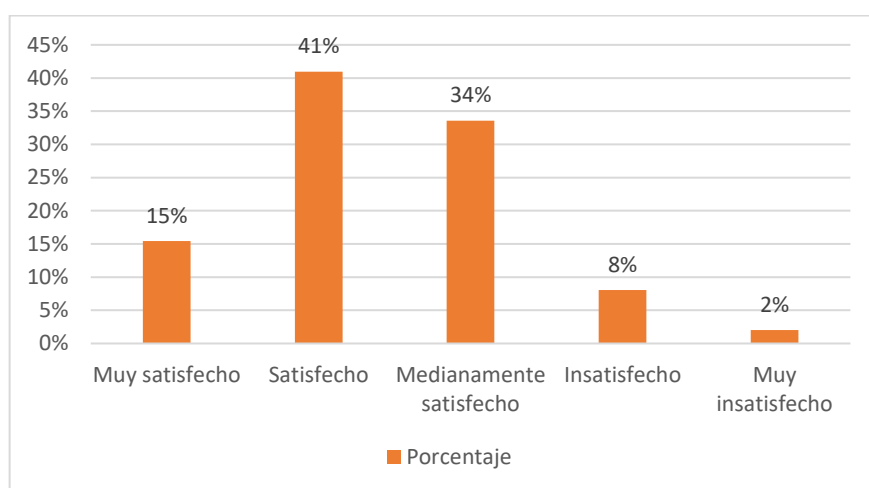


*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 21, la satisfacción de los turistas por el servicio brindado de las tiendas y/o bodegas, el 39% se sintió medianamente satisfecho, el 38% satisfecho, el 13% muy satisfecho, sin embargo, el 8% se sintió insatisfecho y el 2% se muy insatisfecho.

**Figura 22**

*Satisfacción de los servicios brindados por los comercios de souvenirs*

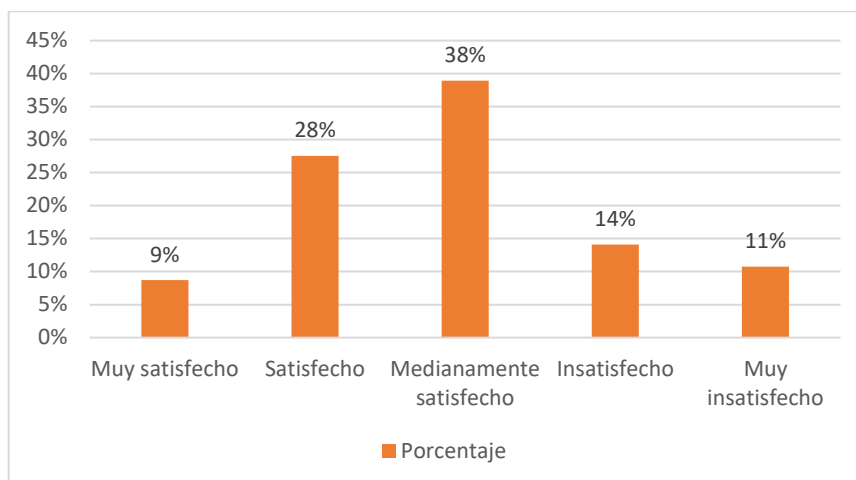


*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 22, los turistas se sienten satisfechos de los servicios brindados por los comercios de souvenirs, el 41% se sintió satisfecho, mientras que el 34% está medianamente satisfecho, el 15% se sintió muy satisfecho, sin embargo, el 8% de turistas se sintieron insatisfechos y el 2% se sintieron muy insatisfechos.

**Figura 23**

*Satisfacción de los servicios de salud (farmacias, tópicos, atención inmediata)*

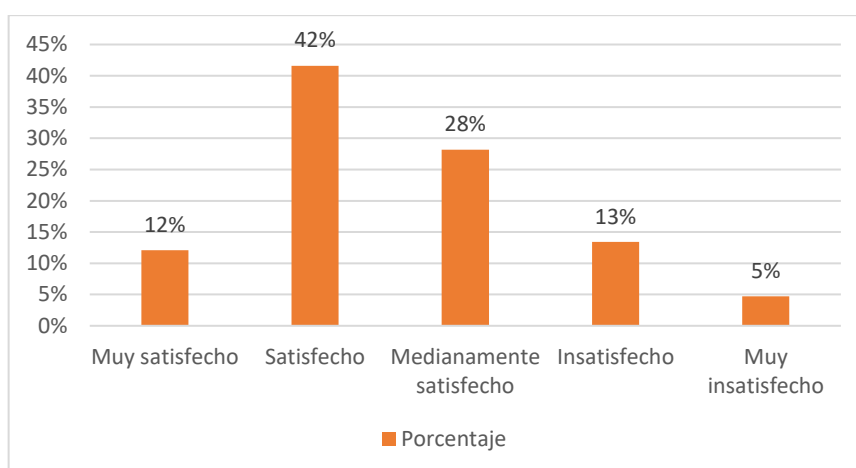


*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 23, la satisfacción de los turistas por los servicios de salud, (farmacias, tópicos, postas, y atención inmediata), el 38% se sintió medianamente satisfecho, mientras que el 28% se sintió satisfecho, el 14% está insatisfecho, sin embargo, el 11% se sintió muy insatisfecho y el 9% muy satisfecho.

**Figura 24**

*Ordenamiento (ubicación) de motos acuáticas e inflables*



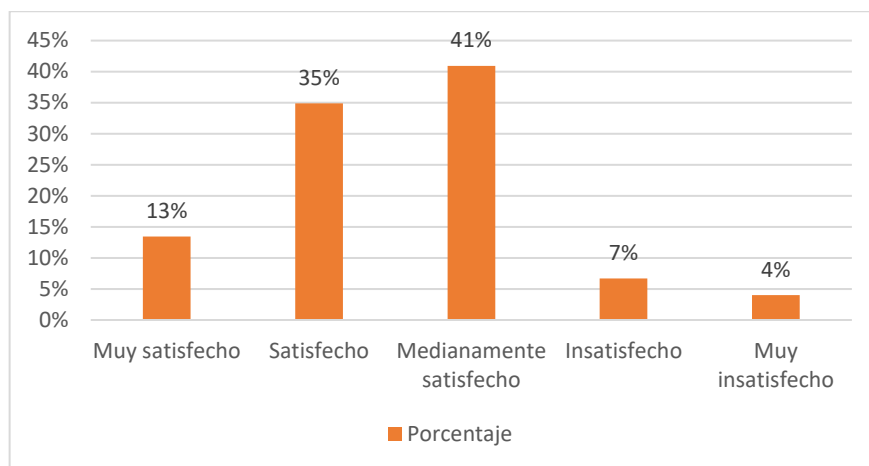
*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 24, la satisfacción de los turistas con el ordenamiento (ubicación) de los servicios de alquiler de motos acuáticas e inflables, el 42% se sintió satisfecho, mientras que el 28% medianamente

satisfecho, el 13% se sintió insatisfecho, sin embargo, el 12% está muy satisfecho y el 5% muy insatisfecho.

### Figura 25

*Satisfacción por la calidad de servicio brindada por las empresas de alquiler de motos acuáticas e inflables*



*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 25, la satisfacción por la calidad de servicio brindada por las empresas de alquiler de motos acuáticas e inflables, el 41% se encuentra medianamente satisfecho, el 35% satisfecho, mientras que el 13% está muy satisfecho, sin embargo, el 7% se encuentra insatisfecho y el 4% muy insatisfecho.

**Tabla 3***Nivel de satisfacción de los turistas.*

Indicadores de medición	Criterios de medición		
	Siempre	Pocas veces	Nunca
Los turistas optan por los servicios gastronómicos durante el recorrido del circuito turístico.	67%	33%	0%
Los turistas acceden al servicio del Circuito Turístico Los Manglares de Puerto Pizarro, sin objeción alguna.	58%	42%	0%
Los turistas optan por los servicios recreativos (juegos acuáticos) durante el recorrido del circuito turístico.	37%	42%	21%
Los visitantes compraron algún souvenir.	0%	75%	25%
El guía o botero siempre se muestra amable con el turista.	100%	0%	0%
El guía o botero logró solucionar alguna queja o reclamo.	100%	0%	0%
Los operadores turísticos brindan una buena experiencia al turista que realiza el circuito turístico en la bahía de Puerto Pizarro.	83%	17%	0%

*Fuente: Elaboración propia.*

En la tabla 3 muestra el nivel de satisfacción de los turistas, de acuerdo a la observación directa; con respecto, si el guía o botero siempre se muestra amable con el turista el 100% se observó que si cumple; con referencia al guía o botero logró solucionar alguna queja o reclamo el 100% se evidenció que siempre lo hace; así mismos los operadores turísticos brindan una buena experiencia al turista que realiza el circuito turístico en la bahía de Puerto Pizarro, un 83% siempre lo hace; finalmente se observó que pocas veces los visitantes optan comprar algún souvenir (75%).

### 4.1.1.3. Resultados para el Objetivo Turístico 3:

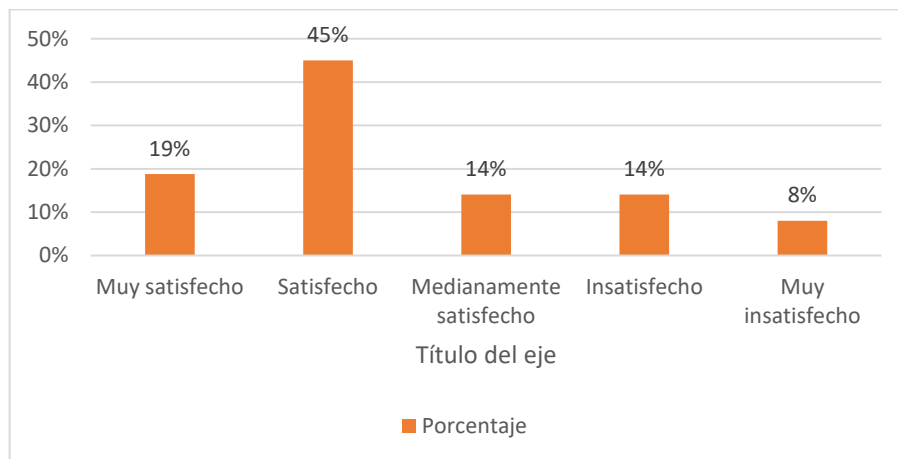
Analizar el nivel de percepción del turista que realiza el circuito turístico Manglares de Puerto Pizarro 2024.

#### Dimensión 4: Ruta

#### Indicador 1: Precios

Figura 26

*Satisfacción por los precios establecidos para el circuito turístico*

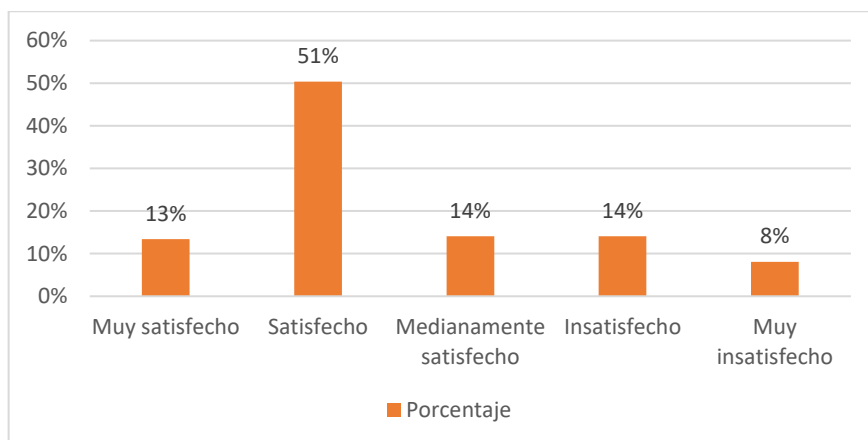


*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 26, los turistas se sienten satisfechos con los precios establecidos para el circuito turístico, el 45% se sintió satisfecho, el 19% está muy satisfecho, el 14% medianamente satisfecho, así mismo también el 14% se sintió insatisfecho y el 8% muy insatisfecho.

**Figura 27**

*Satisfacción por los precios ofrecidos en servicios complementarios*



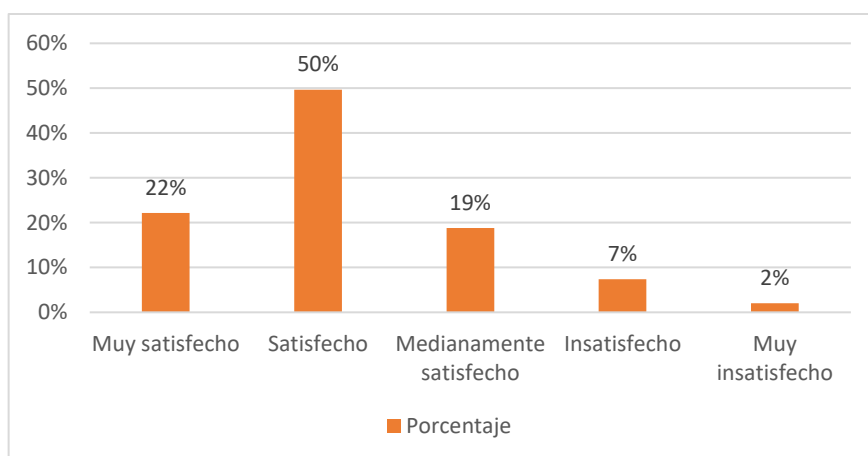
*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 27, la satisfacción de los turistas por los precios ofrecidos en los servicios complementarios, el 51% se sintió satisfecho, el 14% medianamente satisfecho, así mismo también, el 14% se sintió insatisfecho, el 13% está muy satisfecho y el 8% muy insatisfecho.

**Indicador 2: Itinerario**

**Figura 28**

*Itinerario ofrecido*



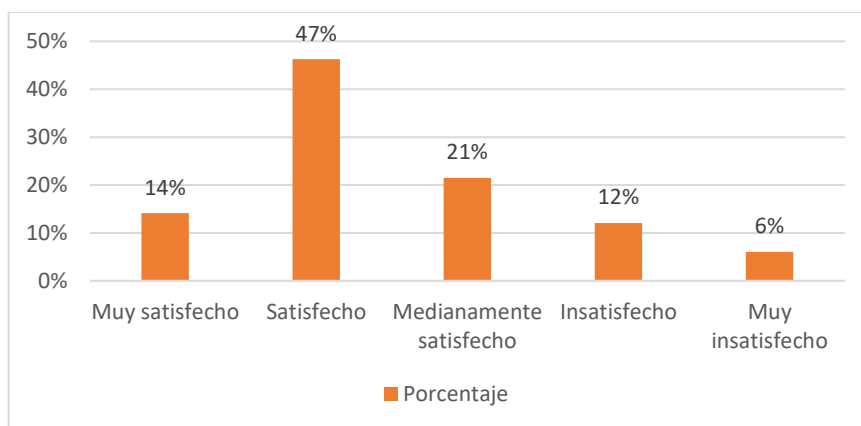
*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 28, como consideran los turistas el itinerario que se ofrece en el circuito turístico, el 50% se encuentra satisfecho, el 22% está muy

satisfecho, el 19% medianamente satisfecho, sin embargo, el 7% se encuentra insatisfecho y el 2% muy insatisfecho.

**Figura 29**

*Mejorar el itinerario ofrecido*



*Fuente: Elaboración propia.*

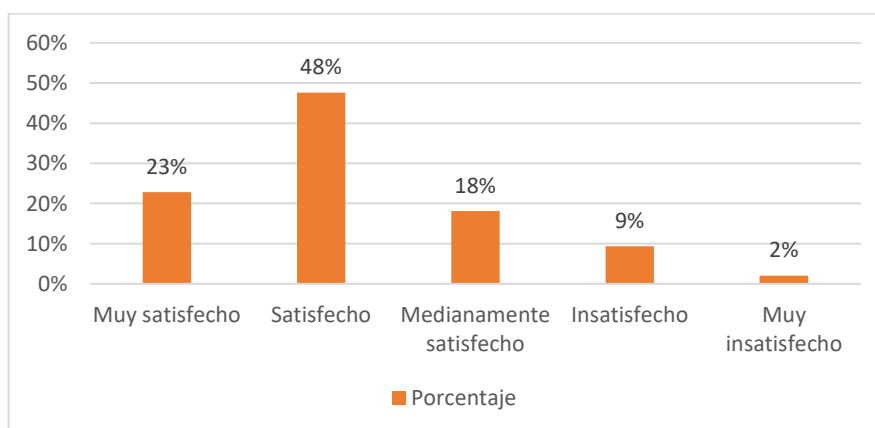
Tal como se observa en la figura 29, los turistas creen que deben mejorar el itinerario ofrecido, el 47% se sintió satisfecho, el 21% medianamente satisfecho, mientras que el 14% está muy satisfecho, el 12% se sintió insatisfecho y el 6% muy insatisfecho.

**Dimensión 5: Percepción**

**Indicador 1: Calidad de Servicio**

**Figura 30**

*Percepción de la calidad de servicio vivenciado en el circuito turístico*

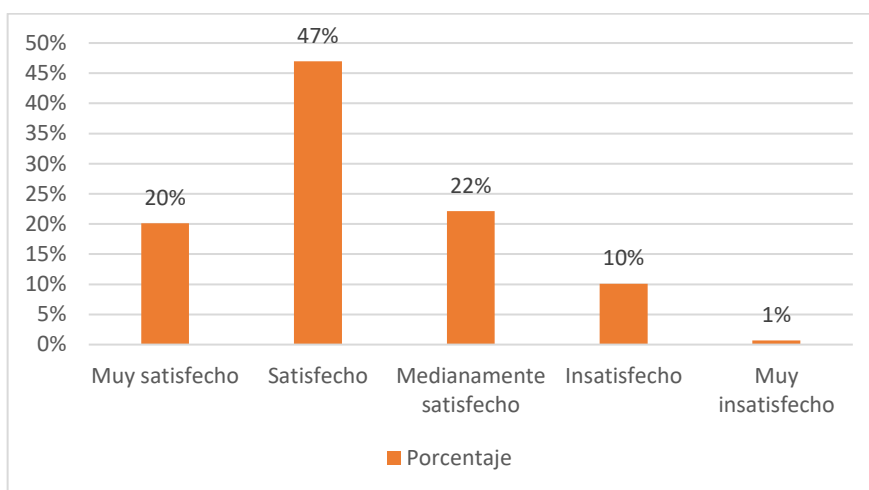


*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 30, la percepción general de los turistas sobre la calidad del servicio vivenciadas durante su visita al circuito turístico de Puerto Pizarro, el 48 % está satisfecho, el 23% se sintió muy satisfecho, el 18% medianamente satisfecho, sin embargo, el 9% está insatisfecho y el 2% muy insatisfecho.

**Figura 31**

*Percepción por los servicios complementarios*



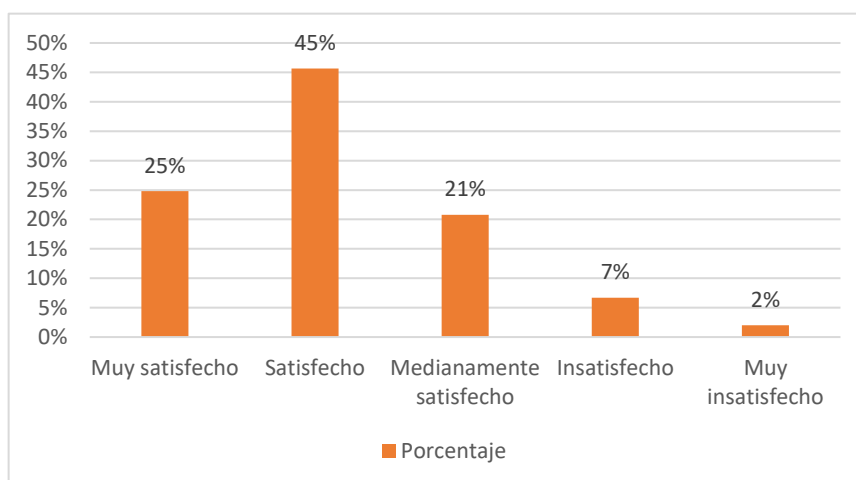
*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 31, la percepción de los turistas sobre la calidad de los servicios complementarios, el 47% se sintió satisfecho, el 22% medianamente satisfecho, el 20% está muy satisfecho, sin embargo, el 10% se sintió insatisfecho y el 1% muy insatisfecho.

## Indicador 2: Destino Turístico

Figura 32

*Destino Turístico por excelencia*

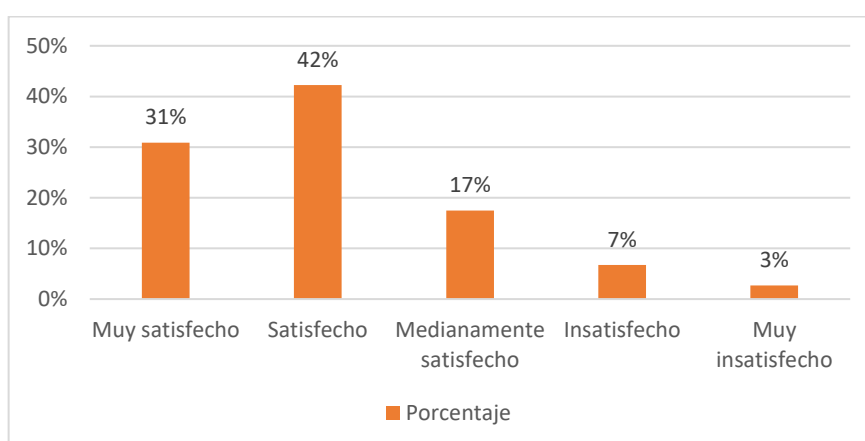


Fuente: Elaboración propia.

Tal como se observa en la figura 32, los turistas que consideran a Puerto Pizarro como un destino por excelencia, el 45% lo considera satisfecho, el 25% está muy satisfecho, el 21% medianamente satisfecho, sin embargo, un 7% lo considera insatisfecho y el 2% muy insatisfecho.

Figura 33

*Recomendar a Puerto Pizarro como un destino para visitar*

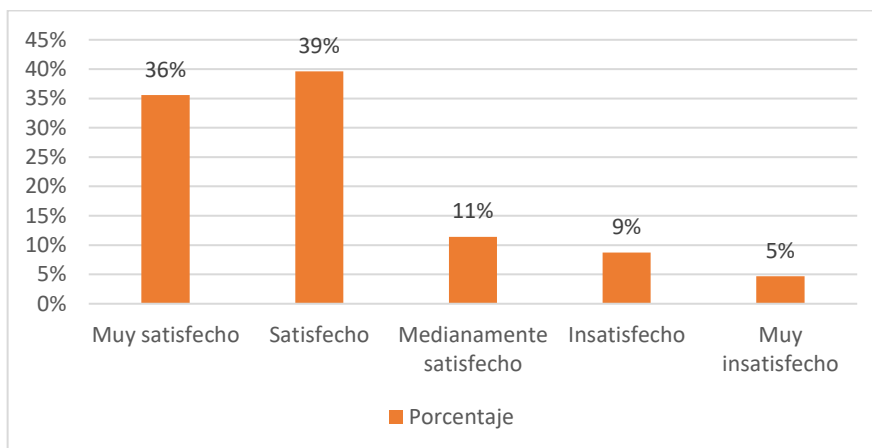


Fuente: Elaboración propia.

Tal como se observa en la figura 33, los turistas que recomiendan a Puerto Pizarro como un destino turístico para visitar, el 42% se encuentra satisfecho, mientras que el 31% está muy satisfecho, el 17% medianamente satisfecho, el 7% satisfecho y el 3% lo encuentra muy insatisfecho.

**Figura 34**

*Disfrute del destino turístico y sus actividades*



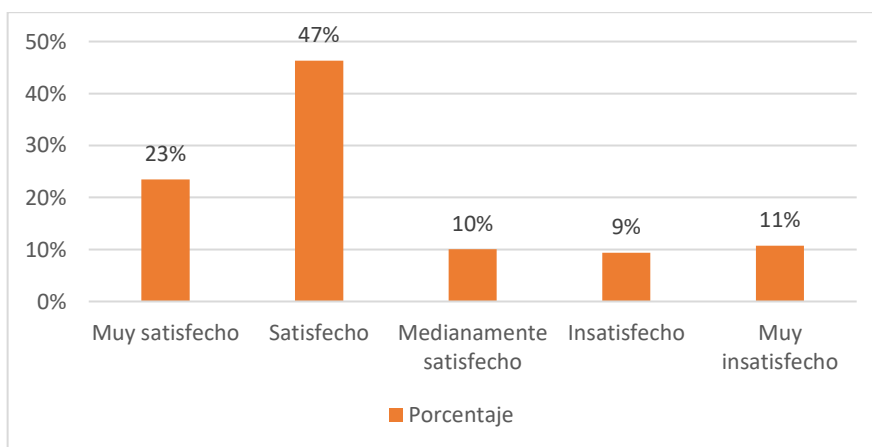
Fuente: Elaboración propia.

Tal como se observa en la figura 34, los turistas que disfrutaron del destino turístico y las actividades en Puerto Pizarro, el 39% se sintió satisfecho, mientras que el 36% está muy satisfecho, el 11% medianamente satisfecho, sin embargo, el 9% se sintió insatisfecho y el 5% muy insatisfecho.

**Indicador 3: Seguridad en el destino**

**Figura 35**

*Seguridad percibida al realizar el circuito Turístico*

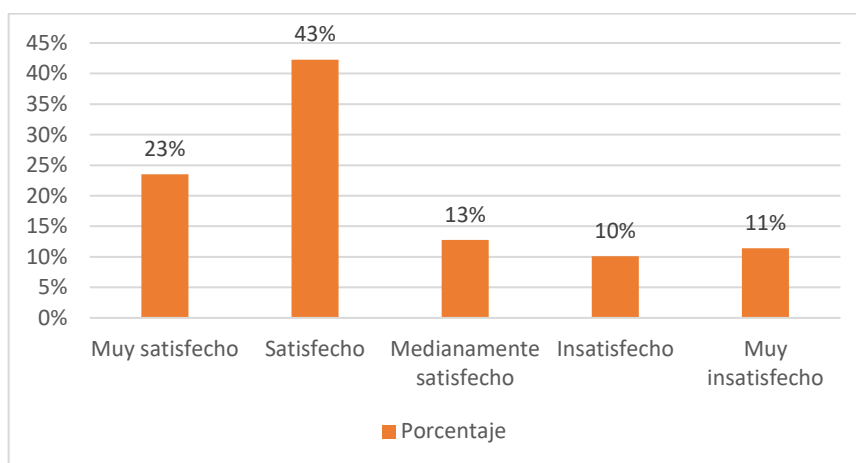


Fuente: Elaboración propia.

Tal como se observa en la figura 35, la seguridad que perciben los turistas al momento de realizar el circuito turístico de Puerto Pizarro, el 47% se encuentra satisfecho, el 23% está muy satisfecho, mientras que el 11% está muy insatisfecho, sin embargo, el 10% está medianamente satisfecho y el 9% muy insatisfecho.

**Figura 36**

*Satisfacción con la seguridad de Puerto Pizarro*



*Fuente: Elaboración propia.*

Tal como se observa en la figura 36, satisfacción de los turistas con la seguridad que dispone Puerto Pizarro, el 43% se sintió satisfecho, el 23% muy satisfecho, el 13% medianamente satisfecho, sin embargo, el 11% se sintió muy insatisfecho y el 10% insatisfecho.

**Tabla 4**

*Nivel de percepción de los turistas.*

Indicadores de medición	Criterios de medición		
	Siempre	Pocas veces	Nunca
Hubo seguridad durante la visita.	75%	25%	0%
El turista se quedó satisfecho con el itinerario ofrecido por la empresa de transporte acuático.	67%	33%	0%
Los turistas que realizan el circuito turístico en la bahía de Puerto Pizarro obtienen una buena experiencia.	83%	17%	0%

*Fuente: Elaboración propia.*

La tabla 4 muestra los indicadores para el nivel de percepción de los turistas, según la observación directa; primero se verificó si hubo seguridad durante la visita, siempre lo hay (75%); segundo, con respecto al turista si quedó satisfecho con el itinerario ofrecido por la empresa de transporte acuático, se evidenció en un 67% que siempre; tercero, a cerca de los turistas que obtuvieron una buena experiencia al realizar el circuito turístico en la bahía de Puerto Pizarro el 83% siempre.

#### **4.2. Discusión.**

En el presente estudio de investigación se trazó el objetivo general para determinar el nivel de satisfacción de los turistas que realizan el circuito turístico Manglares de Puerto Pizarro 2024, para ello se consideró las técnicas de la encuesta y la lista de cotejo, obteniendo así los resultados necesarios para el desarrollo de la discusión.

##### **Para el objetivo específico 1:**

El primer objetivo específico que se planteó fue *Analizar el nivel de expectativa de los turistas que realizan el circuito turístico Manglares de Puerto Pizarro 2024*; en primer lugar, se explica que las expectativas influyen bastante en lo que se desea obtener del destino turístico y estas tienen que cumplirse al momento de adquirir algún servicio en el destino visitado (Rosas, 2019).

Demanda, se entiende como aquellas personas que tienen ese deseo moderado de satisfacer sus placeres al comprar y obtener nuevas experiencias en diferentes destinos. Al visitar estas áreas los turistas se sienten emocionados y crece en ellos la necesidad de gastar (Torres, 2020). Para la investigación se evidenció el ingreso económico de los turistas, el 61% perciben ingresos favorables para realizar actividades recreativas en el circuito turístico de Los Manglares de Puerto Pizarro.

Con respecto a la decisión programada para visitar Puerto Pizarro el 42% obtuvo un grado de satisfecho y el 31% de muy satisfecho, considerando así que visitar este destino por parte de los turistas fue con tiempo previo, fue una elección entre distintas opciones, a efectos de obtener ocio, recreación y conocimiento; también se demuestra que un 42% está satisfecho y 25% muy satisfecho de haber tomado la iniciativa de visitar Puerto Pizarro y realizar el circuito turístico los Manglares. De la misma manera, Cebrecos & Salas (2018), dicen que la toma de decisiones se ve influenciada por las conductas de las personas dando como resultado gustos y preferencias, circunstancias, en la cual adquirir productos u costos se fundamentan en la perspectiva, que intervienen en la compra.

El 43% de los turistas se manifestó satisfecho y el 30% muy satisfecho ya que han preferido adquirir el circuito turístico por la flora y fauna nativa; en el destino se realizan observación directa (visual y auditiva), de las diferentes especies que se encuentran durante el recorrido, entre ellas se puede mencionar, en la flora: especies de manglares como el rojo, blanco, negro, botón, bosque seco pero mayormente predomina el rojo; fauna: el ave fragata, garzas, patos cormoranes, cangrejos, peces, conchas, tortugas, zorros, caracoles, y los cocodrilos del zoológico, como se observa en la Figura 12, un 42% se encontró satisfecho realizar el circuito por el zoológico de cocodrilos y el 30% muy satisfecho.

Es preciso deducir que la Demanda de turistas que visitan Puerto Pizarro y eligen realizar el circuito de los Manglares, cuentan con ingresos económicos que les permiten satisfacer sus necesidades de ocio, para ello planifican sus viajes, mayormente visitan el destino por observar la naturaleza (especies endémicas), ingresar al zoológico de cocodrilos y disfrutar del paisaje del Área de

Conservación Ambiental Manglares Delta del Río Tumbes – Bahía de Puerto Pizarro. Este espacio facilita el encuentro entre las personas y el entorno natural; a través de estas interacciones, es posible fomentar la conservación con los turistas y recuperar un sentido de pertenencia e identificación con el lugar con la población de Puerto Pizarro. Purizaga (2020)

A la vez cabe precisar que no se obtuvo porcentajes favorables en esta investigación, donde los turistas manifiesten que la gastronomía sea su prioridad o los juegos acuáticos que se ofrecen en el recorrido del Circuito Turístico de los Manglares de Puerto Pizarro.

Los resultados obtenidos para la dimensión Expectativa, las cuales se originan a través de pensamientos de lo que se espera de un lugar al ser visitado y la experiencia que se ha obtenido anteriormente al visitar algún destino, con ello la expectativa determina cual es la realidad que el turista ha observado y si esto va conforme a lo que tenía idealizado antes, así mismo influye también si el destino se recomienda o no (Cairampoma & Gonzales, 2020).

De los encuestados el 39% y el 37% se sintieron motivados en una escala de satisfecho y muy satisfecho respectivamente para realizar la visita al destino de Puerto Pizarro; de esta forma se pretendió conocer cuáles son las razones por las que el turista arriba a un destino, ya que así se puede identificar cuáles son sus necesidades que es lo que está buscando, es por ello que al saber cuál es el motivo de su visita se puede ofrecer servicios o productos que vayan acorde a lo que requieren y que lleguen a satisfacer sus necesidades (Pajares, 2020).

De los turistas motivados en visitar Puerto Pizarro para realizar el circuito turístico en los Manglares, un 42% se sintió satisfecho y el 34% se sintió muy satisfecho, ya que los turistas se sienten motivados por conocer los manglares, el zoológico de cocodrilos, las aves y así mismo saber de dónde se extraen los productos hidrobiológicos; pero en este estudio no se observa porcentajes favorables en el deporte de entretenimiento ya que son pocos los que practican, debido a los costos elevados y el tiempo de paseo es muy corto según manifestaron los turistas. Finalmente, los visitantes lograron concretar sus motivaciones, siendo estos los resultados: en un 41% y 32 % con un grado satisfactorio y muy satisfactorio respectivamente, puesto que los visitantes

buscan nuevos espacios para conocer, relajarse y ponerse en contacto con la naturaleza y esto les ofrece el circuito turístico Manglares de Puerto Pizarro.

De esta manera se afirma lo que investigaron Quispe & Cuevas (2023), ya que obtuvieron un valor positivo del 72.4%, ya que los turistas estaban altamente satisfechos con los servicios turísticos obtenidos en la ciudad de Huaraz, así deduciendo que estos servicios cumplen con las expectativas de la mayoría de visitantes al lugar, así como los resultados obtenidos para el circuito turístico Manglares de Puerto Pizarro, pero que se debe prestar atención a las infraestructuras, superar las expectativas generalmente significa brindar servicios esenciales de calidad, visita agradable y experiencias memorables; es por ello que también se sugiere que las autoridades pongan más atención con la infraestructura, seguridad, la limpieza de las calles y que los prestadores de servicios se formalicen para lograr superar las expectativas de los turistas y que retornen pronto.

#### **Para el objetivo específico 2:**

El segundo objetivo específico que se planteó fue *Identificar el nivel de satisfacción de los turistas durante su experiencia en el recorrido del circuito turístico Manglares de Puerto Pizarro 2024*. Dando a entender que las experiencias se generan luego de realizar alguna actividad lo cual causa algún tipo de emoción en el turista y esto hace que el turista se sienta satisfecho o insatisfecho del destino (De La Torre, 2020).

Los resultados obtenidos para la dimensión experiencia, respecto a la satisfacción de los turistas por los servicios gastronómicos vivenciados durante el circuito un 40 % se sintió satisfecho y el 23% muy satisfecho, indicaron que la gastronomía fue agradable al paladar de los turistas y que percibieron los productos frescos. Los resultados anteriores coinciden con el estudio de investigación de (Balcázar, 2023) en la ciudad de Cajamarca, donde el servicio gastronómico obtuvo un valor positivo del 54% de un grado satisfactorio ya que los sabores de los platillos eran agradables y deleitosos para los turistas que visitaron los circuitos turísticos de la Provincia de Cajamarca.

Asimismo, los turistas manifestaron que el 40% de los encuestados están satisfechos y el 18% muy satisfechos por la infraestructura de los servicios gastronómicos vivenciados durante el circuito turístico donde los turistas percibieron que la infraestructura se encontraba en buen estado y ambientado de acuerdo al contexto, pero que se necesita mantener en buenas condiciones los servicios higiénicos y el alquiler de duchas. Quinatoa (2022) manifiesta que el servicio gastronómico es fundamental para las industrias culinarias, ya que es una pieza importante al momento de prestar la atención a un cliente, el objetivo es resolver los problemas que tenga el consumidor, su tranquilidad y el placer de haber recibido un buen servicio.

Un 43% y 18% se sintió satisfecho y muy satisfecho respectivamente, con respecto a la satisfacción de los turistas con la calidad del servicio ofrecido en los establecimientos gastronómicos ya que los turistas indicaron que el personal fue muy amable y en todo momento se mostraron atentos para prestar ayuda por si se presenta algún inconveniente. Consumieron los servicios gastronómicos durante el recorrido del circuito turístico porque quieren degustar platos a base de los productos que provee el manglar y estas se ofertan en las islas que incluye el tour, visitar isla del amor o la isla hueso de ballena; este resultado a pesar que la gastronomía no fue la motivación principal para realizar el circuito turístico Manglares de Puerto Pizarro.

El nivel de satisfacción de los turistas durante su experiencia en el recorrido del circuito turístico Manglares de Puerto Pizarro es de Medio-Alto en relación a los servicios gastronómicos; durante el recorrido los visitantes tienen la opción de adquirir la gastronomía tumbesina a base de pescados y mariscos en isla del amor o en isla hueso de ballena, los platos son valorados por la frescura de los productos marinos, pero algunos turistas no eligieron consumir la gastronomía por el costo del producto, que se encuentra en el valor de S/40.00 soles un plato personal.

Con respecto a la satisfacción de la calidad del servicio brindado por el Recurso Humano que laboran en las empresas turísticas y que fueron contratadas durante el circuito turístico, el 40% se manifiesta satisfecho y el 28% muy satisfecho, pero

cabe recalcar que las empresas aún les falta algunas cosas por mejorar para poder brindar un mejor servicio por medio de su personal, como brindar una información verdadera a los turistas cuando explica el guía y que tanto operadores de transporte acuático como de los restaurantes y servicios complementarios deben utilizar una credencial y su uniforme. El sector turístico enfrenta una avalancha creciente de clientes conocedores y exigentes, al tiempo que el entorno se vuelve más competitivo, lo que obliga a las entidades turísticas a ejercer una gestión del recurso humano con un enfoque más integral y sistémico, donde juega un papel decisivo su capacidad de planeación de forma estratégica. (Martínez et al., 2013)

Asimismo, el 43% de los turistas encuestados se sienten satisfechos y el 26% muy satisfechos con las habilidades técnicas de atención del Recurso Humano dado que están muy atentos a cada situación, pero le hace falta organización y desenvolvimiento a la hora de expresar e informar, ya que no manejan un guion establecido y varios de ellos son empíricos.

Estos resultados coinciden con la investigación de (Balcázar, 2023) en la provincia de Cajamarca, que de acuerdo al nivel de satisfacción de las personas que brindan el servicio de guiado en los circuitos turísticos, concluyen que es buena, ya que los turistas refieren en un 69% estar satisfechos con los conocimientos mostrados por el guía que dirigió su recorrido, además un 72% indicó que se siente satisfecho con la explicación que realizó el guía sobre los diferentes lugares turísticos visitados y finalmente un 68% dijo que el guía que dirigió su viaje presentó responsabilidad y habilidad para la resolución de problemas y atención ante cualquier situación de riesgo.

El 41% de los turistas muestran un grado satisfecho y el 30% muy satisfecho con la calidad del servicio brindada por el RRHH que labora en las empresas de transporte acuático, por el buen servicio que brindan mostrándose en todo momento amables, ya que los prestadores cuentan con la capacidad de manejar cualquier problema de acuerdo a la necesidad que presenta cada turista y con respecto a ello cumplen con las expectativas que los turistas tenían en un principio.

De los encuestados un 41% se manifiesta satisfecho y el 23% muy satisfecho con las estrategias de comercialización por las empresas de transporte acuático ya que utilizan diferentes redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok donde publican los servicios y productos que ofrecen durante el circuito facilitando la información de lo que van a poder observar y las actividades que pueden practicar.

En cuanto al Recurso Humano la experiencia fue de nivel Medio; los turistas reconocen la calidez, disposición y conocimiento de los guías y operadores turísticos, quienes demuestran compromiso al brindar el servicio y enriquecer el recorrido con información relevante, pero se recomienda que incrementen sus conocimientos de primeros auxilios y también saber cómo ayudar a personas con discapacidad; no se llevan una buena experiencia cuando les ofrecen el circuito, muchos de los guías o boteros se aglomeran generando alboroto e incomodidad para el visitante.

Respecto a la satisfacción de los turistas con el transporte turístico acuático contratado durante el circuito turístico, la experiencia fue de nivel Medio, un 36% obtuvo un grado satisfecho y el 32% muy satisfecho, porque pueden disfrutar del recorrido de manera tranquila y en contacto del espacio natural, mientras que un 20% se sintió medianamente satisfecho, siendo uno de los motivos que los boteros no ofrecen el chaleco salvavidas. Asimismo, el 42% de los encuestados se encuentran satisfechos y el 27% muy satisfecho con las condiciones en las que se encuentran los vehículos acuáticos usados durante el circuito turístico ya que las empresas formales cuentan con implementos de seguridad como chalecos, botiquín, extintor de acuerdo a lo establecido por la Capitanía de Puerto de Zorritos; es por ello que los turistas se sienten satisfechos con los servicios de las empresas “Turmi Express”, “Mangrovia Tours”, “Mangrover Tours”, “Islotes”, “Green Travel” entre otras.

Para el indicador de Servicios Complementarios, el 38% y 13% se sintió satisfecho y muy satisfecho respectivamente, acerca de la satisfacción de los turistas por los servicios brindados de las tiendas y/o bodegas, ya que los vendedores se muestran amables y atentos al momento de ofrecer sus productos

de acuerdo a las necesidades de cada turista. Dos de estos servicios tienen buena ubicación, se encuentran en el Paradero de Puerto Pizarro de nombre comercial "Janet", siendo este formal y un emprendimiento informal llamado "Cotito", a la vez es necesario la instalación de una bodega en el malecón, ya que se ha observado la venta ambulante de agua, gaseosa y bebidas rehidratantes.

Así mismo se muestra un 41% y un 15% satisfechos y muy satisfechos respectivamente, con la atención e información que les brindaron los comercios de Souvenirs de Puerto Pizarro, los turistas estaban convencidos de realizar sus compras, la diversidad de artesanía a base de productos hidrobiológicos les llamó la atención y como experiencia de su visita llevaron una muestra del lugar a modo de recuerdo y que sea algo representativo de Puerto Pizarro, además que el producto es frágil para llevar. Asimismo, Promperú (2019), explica que los servicios complementarios son servicios adicionales que se brindan al turista al adquirir un producto turístico o servicio y que sienta la seguridad, tranquilidad de estar en el lugar, así mismo con estos servicios complementarios influyen en la satisfacción del turista de acuerdo a sus necesidades.

Con respecto a la satisfacción de los turistas por los servicios de salud (farmacias, tópicos y atención inmediata), un 38% se encuentran medianamente satisfecho, esto indica que al momento de necesitar de un medicamento o atención inmediata las farmacias o centros de salud no se encuentran a una distancia adecuada para poder acercarse y obtener una atención rápida, ya que los boteros cuentan que en varias oportunidades los turistas han sufrido picadura de raya (en isla del amor o en isla hueso de ballena), y que necesitan un auxilio inmediato para lavar la herida y colocar el antibiótico; además han ocurrido incidencias de caídas o golpes por las inquietudes de las promociones de escolares. Se enfatiza la instalación de un tópico en cada una de las islas.

El 42% de los turistas se encuentran en un grado satisfecho y el 12% muy satisfecho con el ordenamiento (ubicación) de los servicios de alquiler de motos acuáticas e inflables, ya que están a la vista de los turistas para que se sientan motivados en realizar algún deporte, y esto se ofrece casi finalizando el recorrido tanto en la isla del amor o en hueso de ballena. Con respecto a la satisfacción de la calidad del servicio ofrecido por las empresas de alquiler de las motos

acuáticas e inflables el 41% se mostró medianamente satisfecho, porque sentían temor de golpearse al caer o que el chaleco se les suelte, también porque en su presupuesto solo tenían para el paseo y probar de la gastronomía, los turistas indicaron que su preferencia es la naturaleza, ya que este es el principal motivo de su visita a Puerto Pizarro.

Finalmente, los servicios complementarios han contribuido a un nivel de experiencia Medio, como la venta de artesanías, bodegas, y servicios higiénicos, porque se necesita la implementación de farmacias o boticas ubicadas cerca al manglar o dentro de las islas hueso de ballena e isla del amor. En conjunto, estos elementos reflejan un circuito turístico comprometido por la mejora continua y por ofrecer una experiencia memorable en armonía con la riqueza natural de Puerto Pizarro.

### **Para el objetivo específico 3:**

El tercer objetivo específico planteado fue: *Analizar el nivel de percepción de los turistas que realizan el circuito turístico Manglares de Puerto Pizarro 2024.* Entendiendo que percepción es el valor percibido que obtiene el cliente luego de recibir su producto o servicio, los resultados obtenidos son los que genera una buena o mala opinión del cliente (Bautista, 2021).

Los resultados obtenidos de los turistas encuestados un 45% y 19% se sintieron satisfechos y muy satisfechos por los precios establecidos para adquirir el paseo por el circuito turístico en los manglares ya que estuvieron de acuerdo con el costo por lo accesible y va conforme a sus ingresos laborales. Asimismo, el 51% se sintieron satisfechos con los precios ofrecidos por los servicios complementarios ya que les pareció económico y estaba al alcance de sus ingresos. En el artículo realizado en el país de Ecuador por (Morales et al, 2018), comentan que solo obtuvieron un 44,42% en la categoría neutra, indicando que los turistas perciben los precios al momento de elegir un destino y estos no logran la satisfacción, en cambio los resultados de esta investigación son favorables a comparación de lo que se obtuvieron en el artículo.

De los encuestados el 50% y 22% se sintieron satisfechos y muy satisfechos respectivamente, ya que consideran que el itinerario del circuito turístico es bueno; según menciona Terry (2019), que un itinerario es considerado como un medio turístico y son de enorme importancia en el turismo promoviendo los patrimonios culturales y naturales permitiendo la competitividad del destino.

Los puntos visitados en Puerto Pizarro son interesantes pues les genera emoción a los turistas al ver las diversas especies que encuentran en el manglar e interactúan con el paisaje, provocando interés de volver. A la vez se debe considerar mejorar el itinerario del circuito turístico agregando más lugares a visitar, que todos los operadores deberían incluir el turismo vivencial para obtener experiencias nuevas, sobre todo en la extracción de los recursos hidrobiológicos y posteriormente degustar de ellas y así sentir esa sensación de deleite.

El nivel de percepción de los turistas que realizan el circuito turístico de Puerto Pizarro es de Medio-Alto, con respecto a la calidad del servicio turístico, los resultados obtenidos de los encuestados un 48% y 23% se sintieron satisfechos y muy satisfechos respectivamente con la percepción general sobre la calidad de servicio vivenciadas durante su visita al circuito de Puerto Pizarro ya que obtuvieron una experiencia grata luego de consumir el servicio donde el personal gastronómico, de RR. HH, de transporte turístico y los servicios complementarios, indicando que en todo momento se mostraron atentos y amables de inicio a fin durante el recorrido del circuito.

Pero cabe indicar que los turistas comentaron que Puerto Pizarro a pesar de ser un destino muy atractivo por su naturaleza y reconocido a nivel nacional e internacional, estos señores se sentían desilusionados por la presencia de desechos que se observa en la carretera y en el manglar; a pesar que la función competente es de la Municipalidad del Centro Poblado Villa de Puerto Pizarro, por mantener el ornato, la higiene y la salud pública, también responsabilizar a los pobladores, pescadores y al mismo turista por la falta de conciencia de poder conservar el espacio en buenas condiciones.

El nivel de percepción de los turistas hacia el Destino Turístico de Puerto Pizarro es de Medio-Alto; de los turistas encuestados un 45% obtuvo un grado satisfecho y el 25% muy satisfecho ya que consideran a Puerto Pizarro como un destino por excelencia porque tiene variedad de ecosistemas donde se puede apreciar diversidad de flora y fauna, como también el observar de cerca al trabajador que extraen las conchas, así mismo cuenta con diferentes islas las cuales observan durante el recorrido. En relación a los turistas que recomiendan a Puerto Pizarro como un destino para visitar el 42% se manifiesta satisfecho y el 31% muy satisfecho por lo mismo que obtuvieron una grata estadía durante la ruta sintiéndose motivados para recomendar a familiares o amigos de poder conocer este atractivo turístico y vivenciar de cerca todo lo que hay en Puerto Pizarro, para que muchas personas puedan conocer de este ecosistema manglar y cuáles son las especies emblemáticas que predominan en esta área natural.

Un 39% de los turistas se encuentran satisfechos y un 36% muy satisfecho ya que disfrutaron del destino turístico y las actividades que realizaron en Puerto Pizarro indicando que, durante su permanencia, obtuvieron un buen servicio de atención, buena experiencia que les permitió mantenerse relajados durante el tiempo que contrataron el servicio del circuito turístico. De La Torre (2020) especifica que las experiencias consisten en que las actividades no solo es información brindada por los guías de turismo, sino que también deben incluir dinámicas que involucren activamente al visitante durante el recorrido, permitiéndole participar y generar recuerdos significativos que enriquezcan su experiencia.

En cuanto a la seguridad percibida durante el circuito turístico realizado en Puerto Pizarro un 47% se encuentra satisfecho y el 23% muy satisfecho, pero algunos turistas nos indicaron que deberían ser inclusivos con las personas que tienen discapacidad, que también ellos necesitaban sentirse seguros dado que no hay rampas para bajar y que los guías o boteros tengan conocimientos de los primeros auxilios para las personas con epilepsia u otra enfermedad, también mencionaron que al llegar al estacionamiento hay una pequeña cantidad de personas que se les acercan a ofrecerles el circuito formando un alboroto generando así incomodidad en ellos.

Vargas (2018), sugiere que orienten a los turistas acerca de los peligros que puedan presentarse durante su tiempo de visita para evitar que se corra riesgos en el lugar de tal manera que se le pueda brindar una experiencia agradable, buena calidad y satisfacer sus necesidades debido a que el turista una de las primeras cosas que investiga es si el lugar es seguro para poder llegar ahí, siendo la seguridad un factor importante que motiva al turista.

Sobre la seguridad que dispone el destino de Puerto Pizarro el 43% de los turistas se manifiestan satisfechos y el 23% muy satisfecho ya que es un destino donde el turista se puede sentir en confianza y seguros de que pueden ir tranquilamente a recorrer las calles con total tranquilidad sin la necesidad de sentir temor de que puedan robarles o asustarlos en este destino, a la vez que encuentran movilidad hasta altas horas de la noche, para quien guste quedarse a percibir la brisa del estero.

El nivel de percepción con respecto a la seguridad durante la visita a Puerto Pizarro también es de Medio - Alto, los turistas se sienten generalmente seguros en su visita, mientras que aún falta un 25% para poder lograr con la completa satisfacción; se ha comprobado que los turistas no se sienten del todo seguro al momento de subir a la embarcación, por las condiciones en las que se encuentra el bote (chalecos en malas condiciones, falta de botiquín, pocos conocimiento de primeros auxilios de algunos boteros, etc.), además de la percepción de un peligro imaginario por parte del turista al tener la sensación que la embarcación va a darse vuelta.

## V. CONCLUSIONES

En relación con el objetivo general, se identificó que los turistas que visitaron los Manglares de Puerto Pizarro percibieron un buen servicio. Además, elementos como el clima, el paisaje y la biodiversidad influyeron en su intención de regresar. Los resultados permitieron determinar el nivel de satisfacción a partir de las dimensiones como expectativa, experiencia, percepción, demanda e itinerario, siendo este de un nivel Medio-Alto.

Se concluye que las expectativas de los turistas sobre el Circuito Turístico Manglares de Puerto Pizarro mostraron satisfacción media, motivados por el interés en la flora, fauna y observación de cocodrilos. No obstante, las expectativas fueron menores respecto a los juegos recreativos, por razones de seguridad y a la gastronomía, debido a sus costos elevados.

La experiencia de los turistas durante el circuito fue valorada como medio-alto en cuanto a la atención, calidad, establecimientos gastronómicos, transporte acuático y los servicios complementarios. Sin embargo, se evidenció insatisfacción respecto a los servicios de salud por la falta de una posta o farmacia cercana. En general, los turistas disfrutaron de la naturaleza y la fauna, lo que contribuyó a una experiencia positiva.

Los turistas percibieron una satisfacción media-alta con respecto al destino turístico y la seguridad del lugar. Aunque manifestaron interés en que el itinerario incluya más lugares por visitar, la mayoría se mostró conformes con la experiencia vivida durante el recorrido. Además, un aspecto destacable es que los turistas expresaron que recomendarían el destino a su entorno cercano y valoraron positivamente la seguridad del lugar, lo que favorece el potencial crecimiento del turismo en Puerto Pizarro.

## VI. RECOMENDACIONES

Para incrementar el nivel de satisfacción de los turistas que realizan el circuito turístico de los Mangles de Puerto Pizarro, debe existir un trabajo articulado entre la Municipalidad de Tumbes, boteros, los empresarios de transporte acuático y la comunidad local; para mejorar la expectativa del visitante en relación a la promoción e información del lugar deben contratar Guías oficiales de Turismo y/o Licenciados en Turismo; para optimizar la percepción y con el fin de brindar un excelente servicio y lograr un alto nivel de satisfacción

Con relación a la expectativa de los turistas, se debe reforzar los aspectos positivos valorados por los turistas, como la belleza natural y la biodiversidad, por medio de la promoción turística y la entrega de información homogénea con la redacción de un guion interpretativo; además, es recomendable promover y difundir una oferta gastronómica alternativa, a base de productos hidrobiológicos frescos extraídos del manglar y proporcionados por el mar, en donde el turista participe de todo el proceso, hasta la elaboración y degustación del plato.

Con respecto a la experiencia del turista, se debe mejorar la calidad de servicio y la seguridad durante el circuito turístico, los boteros ofreciendo un chaleco salvavidas de inicio a fin, mostrar buena actitud ante cualquier evento y tener un uniforme y credencial para identificarse como Empresas; asimismo mantener un orden en la prestación del servicio, y dar mantenimiento constante a sus embarcaciones para cumplir con lo normado por DICAPI (Dirección general de capitanías y guardacostas)

Se debe fortalecer los servicios complementarios, en especial los relacionados con la atención médica, se recomienda la implementación de tópicos o farmacias dentro del circuito turístico (Isla del amor e Isla hueso de ballena) o en zonas cercanas como el malecón turístico de Puerto Pizarro; además de capacitar a los boteros en primeros auxilios para actuar ante emergencias menores.

Ampliar el itinerario turístico con nuevas actividades (como talleres culturales, paseos nocturnos y/o visita al taller de artesanos). Además, mantener y reforzar

la sensación de seguridad y hospitalidad, que debe ser una prioridad. Además, se sugiere que la Municipalidad de Tumbes mantenga la limpieza pública e instale rampas para mejorar el acceso a personas con discapacidad y más contenedores de basura, con el objetivo de mejorar la imagen del lugar y el circuito turístico, que contribuirá a fidelizar a los visitantes y atraer nuevos visitantes.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, J. (2019). *Análisis de la calidad de los servicios ofrecidos y la satisfacción percibida por los huéspedes de los establecimientos de hospedaje oasis paraíso ecolodge, paraíso las palmeras lodge y tropical lodge en el valle de sangalle, caylloma 2017*.  
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/9764/THalchjr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). *La investigación científica una aproximación para los estudios de posgrado*.  
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACION%20CIENTIFICA.pdf>
- Arteaga, J. (2019). *Estudio de Gustos y Preferencias de los consumidores en el Puerto Turístico de Bellavista Nanay, período 2019*.  
[https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/6572/Jessica\\_Tesis\\_Titulo\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/6572/Jessica_Tesis_Titulo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Balcázar, M. (2023). *Satisfacción de los turistas extranjeros que visita los circuitos turísticos de la provincia de Cajamarca, 2019 - 2020 y propuesta de mejora*.  
<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/5644/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Baluarte & Bravo. (2019). *Análisis de la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019*.  
[http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/746/BALUARTE\\_BRAVO\\_TESIS\\_TITULO\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/746/BALUARTE_BRAVO_TESIS_TITULO_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bautista, M. (2021). *Nivel de satisfacción de los turistas nacionales que visitan el complejo arqueológico de cumbe mayo*.  
<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/4488/Nivel%20de%20Satisfacci%b3n%20de%20los%20Turistas%20Nacionales%20que%20Visitan%20el%20Complejo%20Arqueol%b3gico%20de%20Cumbe%20Mayo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cairampoma & Gonzales. (2020). *Expectativas del turista sobre el circuito turístico tradicional del valle del Mantaro - 2019*.  
[https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/8117/T010\\_72805889\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/8117/T010_72805889_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Candela, M. (2021). *Diseño de rutas Turísticas para el Mejoramiento del Turismo en el Distrito de nuevo imperial Cañete, 2020*.  
[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8240/CANDELA\\_CM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8240/CANDELA_CM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Carhuapoma, L. (2020). *La conciencia turística y el desarrollo turístico sostenible en los manglares de puerto Pizarro tumbes - 2020*.  
<https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/1316/1/CARHUAPOMA%20HERRERA%20LESLIE%20CLAUDINA.pdf>
- Cebrecos & Salas. (2018). *Perfil de gustos y preferencias del consumidor de pantalones de algodón para mujer en el mercado de Guayaquil*.  
[https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2240/Liz%20Cebrecos\\_Lorena%20Salas\\_Trabajo%20de%20Investigacion\\_Bachiller\\_2018.pdf?sequence=1](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2240/Liz%20Cebrecos_Lorena%20Salas_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2018.pdf?sequence=1)
- Chávez & Chumpitaz. (2020). *Circuitos turísticos y su influencia en el desarrollo turístico Sostenible en el Distrito de Lunahuaná, Cañete – 2020*.  
<https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/1358/1/CHAVEZ%20INGA%20YANI%20FERRER%20CHUMPITAZ%20CAVERO%20MARIA%20GUADALUPE.pdf>
- Contreras, E. (2021). *Calidad percibida del servicio, satisfacción e intención de revisita del turista en destinos turísticos de Boyacá, Colombia*.  
<https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/11426/ContrerasEduin2021.pdf?sequence=1>
- Corbacho, A. (2020). *La percepción del turista respecto a los servicios turísticos de los guías de turistas en la laguna de humantay del cusco - 2020*.  
[https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4203/Anghela\\_Tesis\\_bachiller\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4203/Anghela_Tesis_bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cruz, F. (2019). *Circuito turístico para la práctica del enduro en el distrito de santa teresa-cusco, año 2019*.  
[https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3542/Faure\\_Tesis\\_bachiller\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3542/Faure_Tesis_bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cují, C. (2022). *El comportamiento del Consumidor post pandemia con relación a los muebles fabricados en melamina en los cantones de Azogues, Biblián y Cañar*.  
<https://dspace.ucacue.edu.ec/server/api/core/bitstreams/f7671e76-943d-4ad0-84ba-6ba194470b97/content>
- Dávila & Pérez. (2019). *Demanda Turística del distrito de Cajamarca para la práctica del Turismo rural comunitario en la comunidad de laguna de san Nicolás*.  
<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1060/TESIS.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- De La Torre, J. (2020). *Calidad del servicio y experiencia turística en el museo de la basílica y convento de san francisco del centro histórico de lima, 2019*.

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7138/DE%20LA%20TORRE\\_TJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7138/DE%20LA%20TORRE_TJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Galindo & Torres. (2020). *Investigación sobre gustos y preferencias de los clientes del Restaurante horno del Artesano, del sector de Tequendama en Cali, frente al consumo de Alimentos saludables.*  
<https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/2388b6b2-6e5d-43a5-9cbe-90f1a00e4381/content>

García, R. (2019). *Puesta en valor Turística cultural de Végueta , Huaura-Lima 2019.*  
[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/6234/GARCIA\\_QR.pdf?sequence=1](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/6234/GARCIA_QR.pdf?sequence=1)

Hernández, Sampieri. C. Fernández. M. Baptista. (2014). *Metodología de la investigación.* <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

Huamán & Ochoa. (2023). *La calidad de servicio y la satisfacción del turista en el circuito turístico de las salineras de Maras, 2022.*  
[https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/8679/T061\\_74231336\\_73085280\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/8679/T061_74231336_73085280_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Huillca, L. (2020). *Evaluación de la satisfacción de turistas extranjeros en la Ciudad del Cusco mediante el análisis factorial - 2018.*  
[https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3938/Lourdes\\_Tesis\\_maestr%c3%ada\\_2020.PDF?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3938/Lourdes_Tesis_maestr%c3%ada_2020.PDF?sequence=1&isAllowed=y)

Illesca, P. (2022). *La imagen del destino turístico ruta del río y la satisfacción del turista en la ciudad de Quevedo.*  
<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/12408/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000412.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

López, J. (2020). *Diseño de circuitos turísticos para la parroquia Ulba, cantón baños de agua santa, provincia de Tungurahua.*  
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/16900/1/23T00838.pdf>

Martínez, R., Marrero, C., & Pérez, R. (2013). *Planificación De Recursos Humanos De Un Territorio Turístico. El caso de Holguín - Cuba.*  
<https://www.redalyc.org/pdf/1807/180728712001.pdf>

Morales, J., Arévalo, D., Padilla, C., & Bustamante, M. (2018). Nivel de Satisfacción e Intención de Repetir la Visita Turística. El Caso del Cantón Playas, en Ecuador. *Informacion Tecnológica*, 29(1), 181–192.  
<https://doi.org/10.4067/s0718-07642018000100181>

- Pajares, S. (2020). *Asociación entre el perfil y nivel de satisfacción del turista nacional que visita el monasterio de santa catalina de siena, Arequipa – 2020*.  
<http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/10194/79.0182.TH.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez & Rengifo. (2022). *Estrés laboral en tiempos de covid – 19 en la empresa de transporte turístico silva tours, ciudad de Iquitos, 2022*.  
<http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/2403/DAYANARA%20DEL%20CARMEN%20PEREZ%20DE%20VIVANCO%20Y%20%20SCOTT%20NORONHA%20RENGIFO%20%E2%80%93%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Promperú. (2019, May). *¿Que son los servicios complementarios y como aprovecharlos?*.  
[https://www.promperu.gob.pe/turismoin/Boletines/2019/may/1\\_que\\_%20son\\_los\\_servicios\\_complementarios\\_y\\_como\\_aprovecharlos.html](https://www.promperu.gob.pe/turismoin/Boletines/2019/may/1_que_%20son_los_servicios_complementarios_y_como_aprovecharlos.html)
- Purizaga, N. (2020). *Parque del Manglar. Estrategias en el borde natural-urbano de Villa Puerto Pizarro para la revalorización y recuperación del Ecosistema*. <https://tesis.pucp.edu.pe/items/94df1629-5854-45b6-bcad-eecdaddc9ae1>
- Quinatoa, J. (2022). *Modelo de gestión de calidad de procesos para servicios gastronómicos*.  
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3698/1/77983.pdf>
- Quispe & Cuevas. (2023). *Nivel de satisfacción del turista con relación a los servicios turísticos en la ciudad de Huaraz, 2023*.  
<https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/8295#:~:text=Los%20hallazgos%20mostraron%20que%20el,de%20veces%20que%20ha%20visitado>
- Quispe, D. (2019). *Percepción del servicio de transporte turístico en las salinas de maras, provincia de Urubamba, cusco – 2019*.  
[https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4114/Diego\\_Tesis\\_bachiller\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4114/Diego_Tesis_bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rosas, J. (2019). *Gestión del producto turístico y su impacto en la satisfacción de los turistas y excursionistas: Lunahuaná, 2018*.  
[https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/2921/NEG\\_T030\\_10793381\\_D%20%20%20ROSAS%20SANTILLANA%20JORG%20WASHINGTON.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/2921/NEG_T030_10793381_D%20%20%20ROSAS%20SANTILLANA%20JORG%20WASHINGTON.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sectur, Conacyt, Cestur, Universidad anahuac México norte, Madrid, F., Cerón, H., Vargas, delfino, Lechuga, M., Alcérrecas, L., Aparicio, L., Islas, L., Cortés, R., Alcérrecas, V., & Rivera, R. (2012). *Evaluación de desempeño de los destinos turísticos en el marco de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos (CCRR)*

*Análisis del desempeño turístico local Modelo de satisfacción de los turistas.*

<https://www.sectur.gob.mx/sub/conacyt/temas/documentos/pdf/respuestas/11/2-Evaluaci%C3%B3n-de-desempeno-de-los-destinos-turisticos-en-el-marco-de-los-Convenios-de-Coordinacion.pdf>

Severino, F. (2023). *Calidad de servicio en las instalaciones turísticas de la Bahía de Puerto Pizarro y la satisfacción del turista, año 2022.*

[http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/64280/TESIS%20-](http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/64280/TESIS%20-%20SEVERINO%20ASTUDILLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[%20SEVERINO%20ASTUDILLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/64280/TESIS%20-%20SEVERINO%20ASTUDILLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Silva, Raquel. J. Fany. L. Priscila. T. Luis. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú. *Número Especial, XXVII*, 193–203.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766>

Terry, J. (2019). *Itinerario cultural como producto Turístico en el contexto local.*

[https://www.researchgate.net/publication/341540870\\_Itinerario\\_cultural\\_como\\_producto\\_turistico\\_en\\_el\\_contexto\\_local\\_-\\_Terryconsultores](https://www.researchgate.net/publication/341540870_Itinerario_cultural_como_producto_turistico_en_el_contexto_local_-_Terryconsultores)

Ticona, C. (2020). *La Gestión de Recursos Humanos y la Productividad de los Trabajadores en la empresa Ladrillera Maxx en Tacna, 2019.*

<https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1438/Ticona-Flores-Carla.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Torres, R. (2020). *Efectos del Turismo Vivencial y desarrollo Económico en la Provincia de Jauja, Región Junín - 2019.*

[https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/4203/TORRES%20SUAREZ%20%20ROBERTO%20-](https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/4203/TORRES%20SUAREZ%20%20ROBERTO%20-%20MAESTRIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[%20MAESTRIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/4203/TORRES%20SUAREZ%20%20ROBERTO%20-%20MAESTRIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Valle & Valle. (2020). *Diagnóstico del circuito turístico, Sector Noreste del Parque Arqueológico Sacsayhuaman, Cusco – 2020.*

[https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4537/Amy\\_Magreb\\_Tesis\\_bachiller\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4537/Amy_Magreb_Tesis_bachiller_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Vargas, F. (2018). *La seguridad en la actividad turística - Entorno Turístico.*

<https://www.entornoturistico.com/la-seguridad-en-la-actividad-turistica/>

Westreicher, G. (2020). *Tipos de tienda.*

<https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-tiendas.html>



**ANEXO 2. Matriz de operacionalización de variables.**

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Instrumentos		
			Dimensiones	Indicadores	
V. Independiente <b>Circuito Turístico</b>	Al comenzar una ruta esta zona debe poseer atractivos naturales y culturales, a ello se suma la unión de productos y servicios que se ofrecen mediante el recorrido, el cual debe terminar en el mismo lugar donde empezó sin repetir el mismo trayecto (Chávez & Chumpitaz, 2020).	Puerto Pizarro ofrece un circuito turístico el cual consiste en visitar diferentes islas; mediante este trayecto se ofrecen diversos servicios para el consumo del turista.	Demanda  Ruta	Perfil del consumidor Toma de decisiones Gustos y preferencias  Precios Itinerario	Ficha de observación
V. Dependiente <b>Nivel de satisfacción</b>	Pajares, (2020) menciona que: la satisfacción es una opinión que realiza el cliente después de culminar algún servicio o producto	En Puerto Pizarro no todos los turistas han logrado sentir ese placer de gozo y satisfacción luego de realizar el circuito turístico en Manglares o después de consumir un producto o servicio.	Expectativa  Experiencia  Percepción	Motivaciones  Servicios gastronómicos Recursos Humanos Transporte Turístico Acuático Servicios Complementarios  Calidad del servicio Destino Turístico Seguridad en el destino	Encuestas

Fuente: Elaboración propia.

### **ANEXO 3. Encuesta dirigida a los turistas que Visitan Puerto Pizarro**

Determinar el nivel de satisfacción de los turistas que realizan el circuito turístico Manglares de Puerto Pizarro.

#### **I. Datos Generales:**

1. Sexo:
2. Edad:
3. Nivel Instrucción:
4. Lugar de Procedencia:

#### **II. Datos Específicos:**

Indicaciones: Marque con sinceridad con un aspa la respuesta que crea conveniente en la escala de evaluación (1,2,3,4,5). Esta encuesta consta de 36 preguntas en la que se consigna lo siguiente:

#### **Variable Dependiente: Nivel de satisfacción**

Escala valorativa:

Escala de Valoración	
1	Muy satisfecho
2	Satisfecho
3	Medianamente Satisfecho
4	Insatisfecho
5	Muy Insatisfecho

Dimensión: <b>EXPECTATIVA</b>	INDICADOR / ÍTEMS	Escala valorativa				
		1	2	3	4	5
	<b>INDICADOR: Motivaciones</b>					
	1. Se ha sentido motivado para realizar la visita turística a Puerto Pizarro.					
	2. Se ha sentido motivado para realizar el circuito turístico manglares de Puerto Pizarro.					
	3. Se siente motivado realizar deportes de entretenimiento en Puerto Pizarro.					
	4. En qué nivel se concretan sus motivaciones.					

Dimensión: <b>EXPERIENCIA</b>	INDICADOR / ÍTEMS	Escala valorativa				
		1	2	3	4	5
<b>INDICADOR: Servicios Gastronómicos</b>						
	5. Se encuentra satisfecho con los servicios gastronómicos vivenciados durante el circuito turístico.					
	6. Se encuentra satisfecho con la infraestructura de los servicios gastronómicos vivenciados durante el circuito turístico.					
	7. Se encuentra satisfecho con la calidad de servicio brindada por los establecimientos gastronómicos.					
<b>Indicador: Recursos Humanos</b>						
	8. Se encuentra satisfecho con la calidad de servicio brindada por el RRHH que labora en las empresas turísticas contratadas durante el circuito turístico.					
	9. Considera Ud. que el recurso humano cuenta con las habilidades técnicas de atención suficientes para brindar un servicio de calidad.					
<b>Indicador: Transporte Turístico Acuático</b>						
	10. Se encuentra satisfecho con el transporte turístico acuático contratado durante el circuito turístico					
	11. Se encuentra satisfecho con las condiciones de los vehículos acuáticos usados como transporte durante el circuito turístico					
	12. Se encuentra satisfecho con la calidad de servicio brindada por el RRHH que labora en las empresas de transporte acuático de Puerto Pizarro.					
	13. Se encuentra satisfecho con las estrategias de comercialización usadas por las empresas de transporte acuático de Puerto Pizarro.					
<b>Indicador: Servicios Complementarios</b>						
	14. Se encuentra satisfecho con el servicio brindado por las tiendas y/o bodegas de Puerto Pizarro.					
	15. Se encuentra satisfecho con el servicio brindado por los comercios de Souvenirs de Puerto Pizarro.					
	16. Se encuentra satisfecho con los servicios de salud (farmacias, tópicos, postas de atención inmediata) observados en el circuito turístico de Puerto Pizarro.					
	17. Se encuentra satisfecho con el ordenamiento (ubicación) de los servicios de alquiler de motos acuática e inflables observados en el circuito turístico de Puerto Pizarro.					
	18. Se encuentra satisfecho con la calidad de servicio brindada por las empresas de alquiler de motos acuática e inflables observados en el circuito turístico de Puerto Pizarro					
Dimensión: <b>PERCEPCIÓN</b>	INDICADOR / ÍTEMS	Escala valorativa				
		1	2	3	4	5
<b>Indicador: Calidad del servicio</b>						
	19. Cuál es su percepción general sobre la calidad de servicio vivenciadas durante su visita al circuito de Puerto Pizarro.					
	20. Se encuentra satisfecho con la calidad del servicio percibida por los servicios complementarios.					
<b>Indicador: Destino turístico</b>						

21. Considera que Puerto Pizarro es un destino turístico por excelencia.					
22. Recomendaría a Puerto Pizarro como un destino turístico para visitar.					
23. Disfrutó del destino turístico y las actividades que realizó en Puerto Pizarro.					
<b>Indicador: Seguridad en el destino</b>					
24. Cómo percibe la seguridad al momento que ha realizado el circuito manglares de Puerto Pizarro.					
25. Se encuentra satisfecho con la seguridad que dispone Puerto Pizarro.					

**Variable Independiente: Circuito turístico**

Dimensión: DEMANDA      INDICADOR / ÍTEMS	Escala valorativa				
	1	2	3	4	5
<b>Indicador: Perfil del Consumidor</b>					
26. Los ingresos que percibe laboralmente le permiten realizar actividades recreativas como realizar el circuito turístico Los Manglares de Puerto Pizarro.					
<b>Indicador: Toma de Decisiones</b>					
27. Tomó una decisión programada para visitar Puerto Pizarro.					
28. Fue de su iniciativa visitar Puerto Pizarro y realizar el circuito turístico los Manglares.					
<b>Indicador: Gustos y Preferencias</b>					
29. Ha preferido realizar el circuito turístico por la gastronomía.					
30. Ha preferido realizar el circuito turístico por la flora y fauna nativa.					
31. Ha preferido realizar el circuito turístico por los juegos recreativos.					
32. Ha preferido realizar el zoológico de cocodrilos.					
Dimensión: RUTA      INDICADOR / ÍTEMS	Escala valorativa				
	1	2	3	4	5
<b>Indicador: Precio</b>					
33. Se siente satisfecho con los precios establecidos para el circuito turístico.					
34. Se siente satisfecho con los precios ofrecidos en los servicios complementarios.					
<b>Indicador: Itinerario</b>					
35. Cómo considera usted el itinerario que se ofrece en el circuito turístico.					
36. Usted cree que debería mejorar el itinerario ofrecido en el circuito turístico.					

**ANEXO 4. Lista de cotejo aplicada en el lugar de estudio**

<b>Investigadora:</b>			
<b>Fecha y Hora en la que se hizo la observación:</b>	<b>Lugar donde se realiza la observación:</b>		
<b>Criterios e indicadores de medición</b>	<b>Criterios de medición</b>		
	<b>Siempre</b>	<b>Pocas veces</b>	<b>Nunca</b>
<b>Objetivo 2</b>			
Los turistas optan por los servicios gastronómicos durante el recorrido del circuito turístico.	<b>67%</b>	<b>33%</b>	<b>0%</b>
Los turistas acceden al servicio del Circuito Turístico Los Manglares de Puerto Pizarro, sin objeción alguna.	<b>58%</b>	<b>42%</b>	<b>0%</b>
Los turistas optan por los servicios recreativos (juegos acuáticos) durante el recorrido del circuito turístico.	<b>37%</b>	<b>42%</b>	<b>25%</b>
Los operadores turísticos brindan una buena experiencia al turista que realiza el circuito turístico en la bahía de Puerto Pizarro.	<b>83%</b>	<b>17%</b>	<b>0%</b>
El guía o botero siempre se muestra amable con el turista.	<b>100%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
El guía o botero logró solucionar alguna queja o reclamo.	<b>100%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
<b>Objetivo 3</b>			
El turista se quedó satisfecho con el itinerario ofrecido por la empresa de transporte acuático.	<b>67%</b>	<b>33%</b>	<b>0%</b>
Hubo seguridad durante la visita.	<b>75%</b>	<b>25%</b>	<b>0%</b>
Los turistas que realizan el circuito turístico en la bahía de Puerto Pizarro obtienen una buena experiencia.	<b>83%</b>	<b>17%</b>	<b>0%</b>

**Figura 37**

*Recorrido del circuito turístico Manglares de Puerto Pizarro.*



*Fuente: Google Earth*

El recorrido del circuito turístico inicia desde el muelle turístico donde los turistas suben a la embarcación y les van brindando información del manglar, la segunda parada es el zoológico de cocodrilos donde van a observar más de 330 cocodrilos de diferentes edades, tercera parada es la isla de los pájaros aquí brindan una pequeña información acerca del ave fragata y otras especies que habitan en el manglar, cuarta parada es la isla hueso de ballena donde se puede practicar deportes acuáticos, almorzar y apreciar huesos de ballena, y la quinta parada es la isla del amor también se practican deportes acuáticos y se puede almorzar; y por último nuevamente se retorna al muelle turístico.

**ANEXO 5: aplicando el instrumento**

**Figura 38**

*Encuesta aplicada con el apoyo de la agencia Turmi Express*



**Figura 39**

*Encuesta aplicada a turistas limeños*



**Figura 40**

*Encuesta aplicada a turistas trujillanas*



**Figura 41**

*Investigadoras aplicando las encuestas*

