



**UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**Tesis**

---

**LA PERCEPCIÓN DEL TURISTA RESPECTO A LOS SERVICIOS TURISTICOS  
DE LOS GUIAS DE TURISTAS EN LA LAGUNA DE HUMANTAY DEL CUSCO -  
2020**

---

Presentado por:

**Bach. Anghela Lucia Corbacho Trujillo**

Para optar al título profesional de

**Licenciado en Turismo**

Asesor:

**Mgt. Ronal Raúl Flórez Díaz**

**CUSCO - PERU**

**2020**



## PRESENTACIÓN

**SEÑORA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO.**

Señores miembros del jurado

En cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos vigente de la Escuela Profesional de Turismo de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad Andina del Cusco, pongo a vuestra consideración el presente trabajo de investigación intitulado “LA PERCEPCIÓN DEL TURISTA RESPECTO A LOS SERVICIOS TURISTICOS DE LOS GUIAS DE TURISTAS EN LA LAGUNA DE HUMANTAY DEL CUSCO - 2020”, para optar al Título Profesional de Licenciada en Turismo.

El estudio tiene el objetivo de medir y calificar la percepción que tiene los turistas sobre el recorrido y guiado en la ruta de la Laguna Humantay la cual últimamente es muy visitada por turistas aventureros que les gusta explorar y disfrutar de la flora y fauna de nuestro departamento del Cusco.

Bach. Anghela Lucia Corbacho Trujillo



## AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por la vida, por mi familia, por darme fortaleza de seguir luchando, por el don de perseverancia de lograr los objetivos, por su amor y bondad que no tienen fin. Gracias por concederme este nuevo triunfo y gracias a todas las personas que me apoyaron a cumplir este sueño.

A mi centro de estudios Universidad Andina del Cusco – UNSAAC, a mis maestros quienes se tomaron el arduo trabajo de compartir sus nobles conocimientos, especialmente a mis maestros de la Escuela Profesional de Turismo.

A mi asesor, Ronal Raúl Flórez Díaz por sus enseñanzas, alegrías y constante apoyo durante todo este proceso.

A mis padres por su amor, dedicación y paciencia con la que cada día me cuidaron y encaminaron, por confiar y creer en mí, pero sobre todo por su apoyo permanente hasta el logro del presente trabajo.

Bach. Anghela Lucia Corbacho Trujillo



## DEDICATORIA

*A mi mamá, por su comprensión, amor, y apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, en cada logro y reto asumido.*

*A mis hermanas, por su cariño, amistad y ejemplo.*

*A toda mi familia, por su comprensión, cariño, bondad y apoyo incondicional en cada camino de mi vida y ser pilar fundamental de todo logro.*

Bach. Anghela Lucia Corbacho Trujillo



## INDICE GENERAL

<b>PRESENTACIÓN.....</b>	<b>I</b>
<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>	<b>II</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>III</b>
<b>INDICE GENERAL .....</b>	<b>IV</b>
<b>INDICE DE TABLAS.....</b>	<b>VII</b>
<b>INDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>VIII</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>IX</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>X</b>
<b>CAPITULO I: INTRODUCCION .....</b>	<b>1</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	3
1.2.1 Problema General.....	3
1.2.2 Problemas Específico.....	3
1.3 JUSTIFICACIÓN .....	3
1.3.1 Relevancia Social.....	3
1.3.2 Implicancias Prácticas.....	3
1.3.3 Valor Teórico .....	4
1.3.4 Utilidad Metodológica .....	4
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	4
1.4.1 Objetivos Generales .....	4
1.4.2 Objetivos Específicos.....	4
1.5 DELIMITACIONES DEL ESTUDIO .....	5



<b>CAPITULO II: MARCO TEORICO.....</b>	<b>6</b>
2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO .....	6
2.2 BASES TEÓRICAS .....	13
2.2.1 Percepción del turista.....	13
2.2.2 Dimensión de la satisfacción turística.....	16
2.2.3 Servicios turísticos .....	18
2.2.4 Teoría del Guía profesional de Turismo .....	23
2.3 VARIABLES .....	26
2.3.1 Operacionalización de Variables .....	27
2.4 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	27
<b>CAPITULO III: METODO .....</b>	<b>31</b>
3.1 DISEÑO METODOLÓGICO .....	31
3.2 UNIDAD DE ESTUDIO .....	32
3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	32
3.4 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS .....	33
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>34</b>
<b>RESULTADOS DE LA INVESTIGACION .....</b>	<b>34</b>
4.1 PRESENTACIÓN Y FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO APLICADO .....	34
4.1.1 Presentación del instrumento .....	34
4.1.2 Fiabilidad del instrumento aplicado.....	35
4.2 RESULTADOS DE LAS DIMENSIONES DE LA VARIABLE SERVICIOS TURÍSTICOS DE LOS GUÍAS DE TURISTAS .....	36
4.2.1 Servicios turísticos .....	36
4.2.2 Valores del guía .....	39



4.2.3	Aptitudes del guía .....	43
4.2.4	Habilidades del guía.....	46
4.3	RESULTADO DE LA VARIABLE SERVICIOS TURÍSTICOS DE LOS GUÍAS DE TURISTAS .....	50
<b>CAPÍTULO V.....</b>		<b>52</b>
<b>DISCUSIÓN Y PROPUESTA .....</b>		<b>52</b>
5.1	DISCUSIÓN .....	52
5.1.1.	Descripción de los hallazgos más relevantes .....	52
5.1.2.	Limitaciones del estudio .....	53
5.1.3.	Comparación crítica con la literatura existente.....	53
5.1.4.	Implicancias del estudio.....	55
5.2	PROPUESTAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	55
5.2.1.	Nombre de la Propuesta: Preparación de charlas informativas realizadas por la DIRCETUR.....	55
5.2.2.	Nombre de la Propuesta: Encuestas periódicas a los turistas sobre temas de “servicios turísticos de los guías”. .....	57
<b>CONCLUSIONES.....</b>		<b>59</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>		<b>62</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>		<b>63</b>
<b>ANEXOS.....</b>		<b>66</b>
A.	MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	67
B.	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	68
C.	MATRIZ DE INSTRUMENTOS .....	70



## INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Distribución de los ítems del cuestionario .....</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 2 Distribución de los ítems del cuestionario .....</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 3 Descripción de la Baremación y escala de interpretación.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 4 Estadísticas de fiabilidad.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 5 Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 6 Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 7 Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 8 Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 9 Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 10 Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 11 Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 12 Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 13 Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>50</i>





## INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1 Ubicacion de la Laguna Humantay.....</i>	<i>5</i>
<i>Figura 2: Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>36</i>
<i>Figura 3: Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>38</i>
<i>Figura 4: Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>39</i>
<i>Figura 5: Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>42</i>
<i>Figura 6: Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>43</i>
<i>Figura 7: Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>45</i>
<i>Figura 8: Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>46</i>
<i>Figura 9: Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>49</i>
<i>Figura 10: Indicadores de la dimensión seguridad.....</i>	<i>50</i>



## RESUMEN

La laguna Humantay es un lugar turístico que en la actualidad es visitado por turistas que les gusta el turismo de aventura, ya que este lugar contiene flora y fauna necesaria para que cualquier turista quisiera visitar, a este lugar se tiene que ir tomando una agencia de viajes, la cual da la seguridad, así mismo el guía es un actor primordial al momento de poder iniciar la caminata y de él depende que el turista se lleve las mejores experiencias. El objetivo es describir la percepción del turista respecto a los servicios turísticos de los guías de turistas en la Laguna Humantay del Cusco – 2020. La metodología utilizada es de tipo descriptivo, tiene un enfoque cuantitativo, el tamaño de la muestra es de tipo no probabilístico por lo que la muestra estuvo conformado por los turistas locales que deseen participar del estudio a quienes se encuestaron. Cuyos resultados hallados, sobre los servicios turísticos de los guías de turistas respondida por los turistas, indica que el 71.8% de los turistas indican que los servicios turísticos de los guías de turistas son regulares, el 17.9% indica que son buenos, el otro 10.3% indica que los servicios turísticos de los guías de turistas son malos, así mismo el 0.0% indica que son muy buenos y también muy malos. Se llegó a la conclusión que la percepción del turista respecto a los servicios turísticos de los guías de turistas en la Laguna Humantay del Cusco – 2020, es regular, ya que en la tabla 13 y la figura 10, el 71.8% de los turistas indican que los servicios turísticos de los guías de turistas son regulares, puesto que en la tabla 12 y la figura 9, el 76.9% de los turistas indican que las habilidades del guía son regulares, debido a que las acciones de las habilidades comunicaciones, son regulares debido a que algunos de los guías de turismo no desarrollan el acto de hablar y coordinar con el grupo, de igual manera solo alguno de los guías en esta ruta están capacitados en prácticas de primeros auxilios.

**Palabras claves:** Percepción, Turista, Guía, Laguna, Humantay



## ABSTRACT

The Humantay lagoon is a tourist place that is currently visited by tourists who like adventure tourism, since this place contains flora and fauna necessary for any tourist to want to visit, this place has to be taken by an agency of travel, which gives security, the guide is also a key actor when starting the walk and it depends on the tourist to take the best experiences. The objective is to describe the perception of the tourist regarding the tourist services of the tourist guides in the Humantay Lagoon of Cusco - 2020. The methodology used is descriptive, has a quantitative approach, the sample size is non-probabilistic. reason why the sample was conformed by the local tourists who wish to participate in the study to those who were surveyed. Whose results found, on the tourist services of the tourist guides answered by the tourists, indicates that 71.8% of the tourists indicate that the tourist services of the tourist guides are regular, 17.9% indicate that they are good, the other 10.3 % indicates that the tourist services of the tourist guides are bad, likewise 0.0% indicates that they are very good and also very bad. It was concluded that the perception of the tourist regarding the tourist services of the tourist guides in the Humantay Lagoon of Cusco - 2020, is regular, since in table 13 and figure 10, 71.8% of the tourists indicate that the tourist services of the tourist guides are regular, since in table 12 and figure 9, 76.9% of the tourists indicate that the skills of the guide are regular, because the actions of the communication skills are regular Because some of the tour guides do not carry out the act of speaking and coordinating with the group, likewise only some of the guides on this route are trained in first aid practices.

**Keywords:** Perception, Tourist, Guide, Lagoon, Humantay



## CAPITULO I: INTRODUCCION

### 1.1 Planteamiento del Problema

A nivel internacional el autor (Rabotić, 2008) define a los guías turísticos como profesionales encargados de presentar escenarios y explicar las características culturales y geográficas de un área determinada, el espacio determinado como recurso turístico, hacia los visitantes sean grupos o individuos.

El manual de calidad para guías de turistas de la (DIRCETUR, 2009) afirma que: El Guía de Turismo es la persona encargada de realizar el guiado y la conducción de la visita turística, brindando la información necesaria y requerida por el turista, así como de asistir, orientar y asesorar al turista en los casos que se requieran.

Así mismo (CALTUR, 2007), define al Guía Turístico como: “Una persona que guía a los visitantes en el idioma de su elección e interpreta el patrimonio cultural y natural de un área. Normalmente posee un título específico del área, generalmente emitida y/o reconocida por la autoridad competente”

La laguna Humantay, asentada a los pies del nevado La Verónica en el distrito de Mollepata (Anta), a casi tres horas de viaje desde la Ciudad Imperial. Cada día llegan al sitio natural unos 500 visitantes. La laguna destaca porque sus aguas tienen un intenso color verde y de fondo está el nevado gigante. Es un sitio ideal para acampar y tomar fotografías y vídeos. Muy cerca de Humantay, a 4200 metros de altitud, también se halla la Laguna Azul. (La República, 2019)

La problemática a estudiar en esta investigación será como en la actualidad se manejan los servicios turísticos, y como estos afectan en la percepción del turista, dado que en el presente la ruta a la laguna Humantay es muy cotizada por turistas aventureros



que desean vivir más de cerca la naturaleza, es por ello que se identificó que los servicios turísticos que se prestan en esta ruta son deficientes dado que no se tienen los servicios básicos (agua y desagüe) para desarrollar un adecuado servicio, tanto en el servicio hotelero, como en el servicio de alimentos, por otro lado se tiene la función del guía de turismo quien es el encargo de realizar la conducción de los grupos hacia este atractivo natural, dicha función es vital, pues los turistas están más en contacto con el guía y depende de él, que el turista pueda tener una percepción positiva de distintos factores como, la forma de apreciar la flora y fauna de esta ruta, dicha función descrita no se desarrolla de manera correcta en este sector turístico.

De continuar con este problema descrito, se verán reflejados en la baja oferta turística que se tendrá, así mismo bajara el interés por parte de turistas aventureros, y por ultimo esta ruta no será demandada debido a las malas prestaciones que se brindan por parte del guía de turismo, todos estos factores determinaran la mala imagen de este atractivo turístico.

Para controlar dicho problema se tendrá que recurrir a sectores públicos y privados, se tendrá que realizar una propuesta de charlas informativas por parte de la Dircetur, de esta manera los guías tendrán mayor empatía y mayor preparación para conducir grupos por esta ruta natural, así mismo se tendrá que realizar un empadronamiento de las principales agencias de viajes que realizan actividades turísticas en este sector, y darles a conocer que para seguir desarrollando esta actividad se tendrá que tener guías más preparados y consientes de la importancia que tiene su labor para aumentar la demanda de turistas a este sector turístico.



## 1.2 Formulación del Problema

### 1.2.1 Problema General

P.G: ¿Cuál es la percepción del turista respecto a los servicios turísticos de los guías de turistas en la Laguna Humantay del Cusco – 2020?

### 1.2.2 Problemas Específico

- P.E.1: ¿Cómo son los servicios turísticos de los guías de turistas en la Laguna Humantay del Cusco – 2020?
- P.E.2: ¿Cuáles son los valores de los guías de turistas que laboran en la Laguna Humantay del Cusco – 2020?
- P.E.3: ¿Cuáles son las aptitudes de los guías de turistas que laboran en la Laguna Humantay del Cusco – 2020?
- P.E.4: ¿Cuáles son las habilidades de los guías de turistas que laboran en la Laguna Humantay del Cusco – 2020?

## 1.3 Justificación

### 1.3.1 Relevancia Social

La percepción del turista por los servicios turísticos de los guías de turistas que laboran en la laguna Humantay del Cusco, sirve para mejorar la calidad de atención para satisfacer las necesidades, donde los turismos de aventura pueden sentirse bien y así como también aprovechar los recursos turísticos, culturales, gastronomía, La flora y la Fauna, donde mayor concentración económica será en la ciudad del Cusco.

### 1.3.2 Implicancias Prácticas

El proyecto de investigación solucionara las dudas y las dificultades de los guías, donde los guías y agencias de turistas pueden tener una percepción sobre



satisfacción y calidad de atención al cliente, a partir de ello pueden tomar medidas para mejorar.

### 1.3.3 Valor Teórico

El presente trabajo es de mucha ayuda y de guía porque a través de ello se puede obtener una percepción sobre la calidad de atención en las agencias turísticas, además de esta investigación servirá para la sociedad y como también para los estudiantes de turismo.

### 1.3.4 Utilidad Metodológica

Con nuestra investigación se ayudara a crear un nuevo instrumento para la recolección y análisis de datos, de esta forma ayudaremos a futuras investigaciones.

## 1.4 Objetivos de la Investigación

### 1.4.1 Objetivos Generales

- O.G: Describir la percepción del turista respecto a los servicios turísticos de los guías de turistas en la Laguna Humantay del Cusco – 2020

### 1.4.2 Objetivos Específicos

- O.E.1: Conocer los servicios turísticos de los guías de turistas en la Laguna Humantay del Cusco – 2020.
- O.E.2: Describir los valores de los guías de turistas que laboran en la Laguna Humantay del Cusco – 2020.
- O.E.3: Describir las aptitudes de los guías de turistas que laboran en la Laguna Humantay del Cusco – 2020.



- O.E.4: Describir las habilidades de los guías de turistas que laboran en la Laguna Humantay del Cusco – 2020.

### 1.5 Delimitaciones del Estudio

#### a) Delimitación Espacial:

Esta investigación se realizó en la ruta a la Laguna Humantay de la ciudad del Cusco.

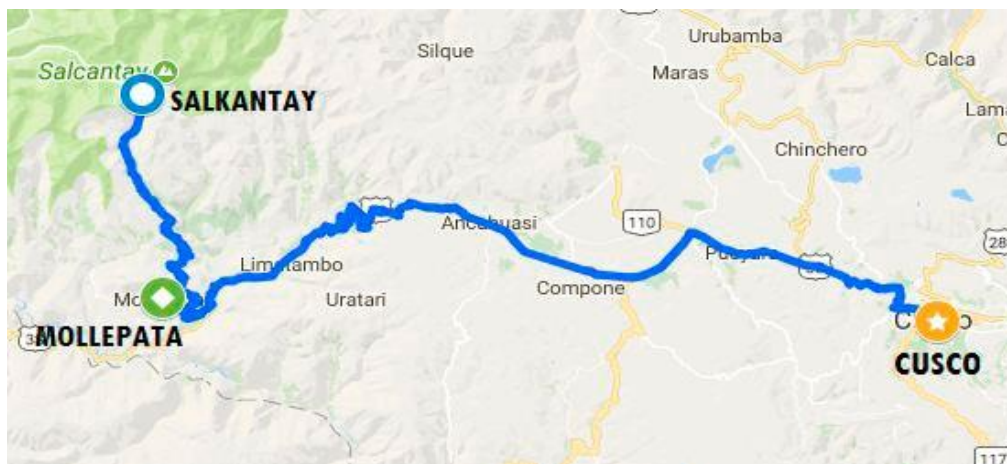


Figura 1 Ubicación de la Laguna Humantay

#### b) Delimitación Temporal

Con relación a los hechos, fenómenos y sujetos a la realidad el presente trabajo de investigación se realizó con información del periodo del mes de febrero a julio del 2020.





## CAPITULO II: MARCO TEORICO

### 2.1 Antecedentes del Estudio

#### Antecedentes Internacionales 01

**Título:** Percepción de los turistas mexicanos sobre la imagen turística de Mazatlán, ante un escenario de inseguridad

**Autora:** Sánchez Mendoza, Víctor Vladimir; Aguilar Macías, Silvia

**Lugar y Año:** Cozumel, México - 2016

#### Conclusiones:

- La naturaleza y la formación de la imagen de un destino turístico comparten una importancia trascendental en este trabajo al ser materias que demandan mayor exploración. Respecto a la naturaleza, varios estudios postulan o comentan que la imagen de destino está integrada por un componente cognitivo/perceptivo y uno afectivo. Por lo tanto, el análisis de la imagen debe observar tanto las evaluaciones perceptivas como los sentimientos del sujeto hacia el destino turístico. El marco teórico que distingue entre factores personales y estímulo puede ser el adecuado para analizar la formación de la imagen turística de un destino. Con base en este acercamiento, cabe concluir que las motivaciones de los turistas, la cultura, el perfil sociodemográfico, la familiaridad, la experiencia y la información son los principales elementos a tener en cuenta.
- En la literatura de la imagen, se considera a la imagen turística percibida contra la proyectada. Es así que, mientras la imagen percibida se asocia con el conjunto de creencias e impresiones del turista sobre un destino turístico, la imagen proyectada se consolida a través de la adecuada promoción del destino por parte de instituciones de turismo, agencias de viaje y medios de comunicación o



tecnológicos. Así, se concluye que las imágenes percibidas a priori son la construcción mental del individuo antes de visitar el destino turístico; las imágenes percibidas in situ son el resultado de la percepción o evaluación de la realidad durante la experiencia turística; en contraparte, las imágenes proyectadas son caracterizadas por la historia y han sido moldeadas con arquetipos que se han adoptado en el imaginario colectivo y promovidas por gestores de la mercadotecnia (páginas web, redes sociales, relaciones públicas, folletos) a través de los medios de comunicación, mostrando la realidad del destino.

- En la percepción colectiva de los turistas se elabora una imagen turística de un destino de sol, mar y arena aunado a la diversión nocturna, a símbolos culturales como el carnaval y a escenarios como el malecón. Aunque la violencia y la inseguridad fueron constantes de 2008 a 2012 y expuestas por los medios de comunicación, lo cual hizo pensar en un destino inseguro, no fue así, lo cual se observa en los resultados de este estudio que reflejan la percepción de una imagen turística de seguridad de los visitantes mexicanos sobre Mazatlán.

### **Opinión Personal**

La presente investigación ayudara a este estudio debido a que nos indicaran los principales criterios de percepción que se tomaron para determinar los aspectos positivos y negativos en un atractivo turístico y como esta influye en la imagen turística.

### **Antecedentes Internacionales 02**

**Título:** “Percepción de los servicios turísticos para cruceros en Puerto Montt”

**Autores:** Blanca Guerrero Bojanic & Máslova Toro Pizarro

**Universidad:** Universidad Austral de Chile

**Lugar y Año:** Chile - 2006



### **Conclusiones:**

- Una vez finalizada esta investigación, podemos decir que en las ciudades de Puerto Montt y Puerto Varas, donde hemos centrado nuestro estudio, cuentan con una oferta turística aceptable, es decir, tienen recursos turísticos, infraestructura, y empresas turísticas necesarias para la recepción del turista de crucero. Sin embargo, pudimos constatar al momento de entrevistar a los turistas, que algunos de estos servicios no son los óptimos. Por ejemplo, los servicios sanitarios son escasos y de difícil acceso; además, no existe información turística en el Terminal de pasajeros ubicado en el puerto.
- Podemos señalar también, que el comercio en la ciudad de Puerto Montt, según los turistas encuestados es “bueno”, pero nos señalaron que es necesario mejorar ciertos puntos. Con esto nos referimos principalmente, a la venta de souvenirs, puesto que la gran mayoría de los productos que se comercializan no son típicos de la zona, siendo muchos de ellos típicos de otras zonas del país. No existiendo una identidad propia del lugar. También señalaron que muchos de ellos no pudieron comunicarse con los vendedores, ya que éstos no manejan el idioma inglés, perjudicándose así la comercialización de ciertos productos.

### **Opinión Personal**

Este estudio será tomado como referencia debido a que se enfoca en los factores principales que afectan los servicios turísticos y de esta manera se podrá identificar las posibles propuestas que se desea plantear para nuestra investigación.

### **Antecedentes Nacionales 01**

**Título:** “Percepción de los actores turísticos del distrito de Pachacamac sobre la práctica de turismo de aventura”



**Autora:** Caledonia Prado De la cruz

**Universidad:** Universidad César Vallejo

**Lugar y Año:** Lima - 2018

**Conclusiones:**

- La práctica de turismo de aventura es aceptada por los actores turísticos como una fuente de desarrollo para el distrito de Pachacamac estando ellos conformes con el uso que se les da a sus recursos, para los actores turísticos el distrito de Pachacamac cuenta con áreas extensas que se prestan para la práctica de turismo de aventura.
- Existe una demanda alta y variada para la práctica de turismo de aventura, entre estos están los turistas extranjeros, visitantes locales, personas aficionadas al deporte, las cuales usualmente son personas jóvenes, también existen ONG que organizan visitas especialmente para niños de colegio los cuales les enseñan el cuidado del medio ambiente, estos y los antes mencionado normalmente tienen un buen comportamiento al visitar y practicar deporte de aventura en Pachacamac.
- Pachacamac necesita ser más promocionado ya que aún no es muy conocido como un destino para practicar deportes de aventura, como antes mencionado la municipalidad apoya a las empresas que ofrecen estos servicios y a los comerciantes dándoles facilidades de desarrollo.
- Los actores turísticos están conformes de que se practique turismo de aventura en Pachacamac, los pobladores se integran mediante el comercio que se realizan durante las ferias y eventos, la municipalidad les ofrece beneficios ya que ellos pueden ingresar a estas competencias solo con su DNI, las lomas de lúcumo tienen



una organización aparte conformada por los mismos pobladores las cuales se encargan del mantenimiento y seguridad del lugar.

- Como cualquier actividad tiene impactos negativos y positivos, ya que algunos visitantes carecen de conciencia ambiental y vienen a alterar o botar basura en los recursos, anteriormente el turismo de aventura no era muy conocido, pero en la actualidad se ha convertido en un pilar muy importante, Pachacamac necesita más promoción ya que en muchos lugares se desconoce a Pachacamac como destino de turismo de aventura

### **Opinión Personal**

En esta investigación nos mostrara los actores que intervienen dentro de la actividad turística así mismo se podrá identificar cuáles son los actores primarios y secundarios y cuál es el efecto que tiene cada uno solo la percepción del turista.

### **Antecedentes Nacionales 02**

**Título:** Percepción del turista interno sobre la calidad de servicio al cliente, de la agencia de viajes y turismo, Perú Together Travel, en la ciudad de Trujillo, 2015

**Autora:** Araseli Teresa Carmona Martínez

**Universidad:** Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo

**Lugar y Año:** Chiclayo, 2019

### **Conclusiones:**

- De acuerdo a los resultados obtenidos en el diagnóstico de la dimensión Elementos Tangibles, de la Agencia de viajes y turismo Perú Together Travel, se concluye que la percepción de los clientes es buena en un 79%, lo que indica que tiene equipos modernos, las instalaciones físicas son atractivas, la vestimenta del



personal es representativa de la empresa, lo cual genera en los clientes una buena percepción de la calidad de servicio.

- Se concluye que la dimensión Fiabilidad de la agencia de viajes y turismo Perú Together Travel, ha sido calificada como buena, de acuerdo a que la percepción de los clientes es satisfactoria en un 89%, pues los trabajadores cumplen con los tiempos establecidos, tienen interés por solucionar problemas, y un 90% estaría dispuesto a recomendar esta agencia.
- Se concluye que la dimensión Empatía es buena desde la percepción de los clientes, calificada como satisfactoria en un 92%, los trabajadores brindan una atención individualizada, tienen horarios convenientes, se preocupan por los intereses del cliente y comprenden sus necesidades.

### **Opinión Personal**

En esta investigación podremos encontrar dos factores principales que son la percepción del turista y la calidad del servicio turístico, estos factores son totalmente importantes ya que uno depende del otro, si aumentamos la calidad tendrá una incidencia en la percepción del turista y por consecuencia se tendrá una mejor imagen turística.

### **Antecedentes Local 01**

**Título:** Percepción del turista nacional sobre la calidad de servicios recibidos de agencias de viajes de la Calle Plateros del Centro Histórico Cusco – 2017

**Autora:** Br. Mijaíl Félix Álvarez Palma

**Universidad:** Universidad Andina del Cusco

**Lugar y Año:** Cusco - 2017



### **Conclusiones:**

- Se ha verificado mediante la estadística descriptiva que la percepción general del turista nacional sobre calidad de servicios turísticos culturales recibidos de agencias de viajes de la calle Plateros del CHC, en un 90% es regular.
- Se ha verificado mediante la estadística descriptiva que la percepción del turista nacional sobre calidad de servicios turísticos culturales recibidos de agencias de viajes de la calle Plateros del CHC, no es igual a la percepción que tienen al momento de adquirir los tours ofrecidos. La calidad de servicio en el City tour o Combinada es regular en un 47%. En el tour Valle Sagrado de los Incas la calidad de servicio es regular en un 62%. En el tour al Santuario Histórico de Machupicchu la calidad de servicio es regular en un 72%.
- Tenemos que el 39% de turistas nacionales no utilizan el servicio del City tour o Combinada, el 21% de los turistas nacionales no utilizan el tour Valle Sagrado de los Incas y el 7% de turistas nacionales no utilizan el tour al Santuario Histórico de Machupicchu, lo que confirma una vez más que el gran atractivo cultural continúa siendo Machupicchu

### **Opinión Personal**

Esta investigación que se toma como referencia será de suma importancia debido a que se pondrá en el contexto local, ya que es la realidad a estudiar, se tendrán factores ya identificados, y se conocerá más criterios para la percepción del tipo de turista que tiene la ciudad del Cusco.



## 2.2 Bases Teóricas

### 2.2.1 Percepción del turista

#### 2.2.1.1 Turismo

El concepto del turismo está íntimamente ligado con la definición de turista, por lo tanto, lo podemos entender como el fenómeno que se presenta cuando uno o más individuos se trasladan a uno o más sitios diferentes de los de su residencia habitual por un periodo mayor a 24 horas y menor de 180 días, sin participar en los mercados de trabajo y capital de los sitios visitados.

Los rasgos fundamentales del concepto anterior son los de traslado y estadía, sin tomar en cuenta el de motivación, debido a las características y modificaciones que frecuentemente vienen presentando en este aspecto los movimientos de viajeros. Además, como cualquier otra actividad económica, será la estructura de producción y de oferta la que finalmente habrá de definir al turismo dentro del contexto macroeconómico ya que, en el momento en que un individuo consume bienes o servicios de carácter turístico en una economía, bajo los requisitos señalados (traslado, estadía y no participación en los mercados de trabajo y capital de la misma), pasa a formar parte de la demanda propia de esta rama, independientemente de su motivación para hacerlo. (Reynoso Casian , 2018)

#### 2.2.1.2 Percepción

Los individuos tienen o pueden tener una percepción particular de la realidad. Lo vemos a diario en cualquier tipo de acontecimiento, más aún cuando las acciones o medidas pueden tener una repercusión directa sobre ellos mismos.





Cada empleado tiene una idea diferente sobre el trabajo, por varias razones: su propia personalidad, sus necesidades, sus experiencias e incluso su origen social. Los jefes o supervisores deben estar preparados para reconocer que las percepciones de los empleados son diversas.

Igualmente es importante estar alerta sobre los cambios en las percepciones de los colaboradores. En el momento de su incorporación una persona puede tener una determinada percepción de las cosas y luego, por razones de su entorno personal fuera del trabajo, cambiar su modo de percibir las cosas, quizá de un modo radical. Lo antedicho puede producirse por cuestiones que ocurran dentro del ámbito laboral; sin embargo, se hace mención a una posible situación externa que, desconocida o no, pueda cambiar la percepción del empleado de un modo inesperado, ya que esta situación puede sorprender en mayor medida a un jefe o supervisor que un cambio derivado de circunstancias de la propia organización.

En este último caso, cuando el origen de la nueva percepción tiene un sustento interno a la entidad, otros empleados podrán experimentar cambios y observarse otras situaciones de manera simultánea. (Alles, 2008, pág. 32)

### **Características de la percepción:**

La percepción del individuo puede ser:

- **Inmediata:** Significa que la percepción se da en forma veloz, sin esfuerzo para interpretar. Solo se da mediante la sensación física de oír, ver o tocar algo.
- **Estructurada:** Se basa en ordenar datos sensoriales y sin sentido, tomando en cuenta nuestra experiencia.



- Estable: A pesar que el entorno está en constante transformación, los individuos cuentan con una percepción estable y limitada, la cual no admite modificaciones y toma tiempo adecuarse a la realidad.
- Significativa: La percepción busca ordenar los estímulos que se perciben de acuerdo con ciertos aspectos como características del perceptor, del objeto percibido y de la situación en la cual se produce y asignar un grado de importancia o determinada clasificación a los estímulos registrados.
- Selectiva: Las personas no pueden percibir mucha información al mismo tiempo y están obligados a registrar, ordenar y almacenar cierta información, la cual se relaciona con las necesidades/motivos, valores, experiencia y capacidad. (Garcia, 2003)

### **Factores que influyen en la percepción:**

Las influencias en el acto perceptivo es la selección de constantes estímulos y sensaciones que se nos presenta diariamente en el entorno entre ellas tenemos:

- Factores externos: Existe una gran variedad de factores externos que actúan sobre la percepción del individuo:
  - Intensidad: A más elevada la intensidad del estímulo, mayor posibilidad de ser percibido.
  - Contraste: Estímulo diferente a los demás, tiene la posibilidad de ser percibido y registrado.
  - Número: Cantidad en que se presentan los estímulos ayuda a la selección que realiza el individuo. (Garcia, 2003)



- Factores internos: Estos dependen de la persona y de la forma de interpretar la información sensorial entre ellos tenemos:
  - Capacidad: No todas las personas tienen la misma capacidad de percibir los estímulos, tanto en calidad como en cantidad.
  - Experiencia: Las experiencias pasadas crean expectativas las cuales afectan las percepciones actuales.
  - Motivación: Se da de acuerdo con la satisfacción e insatisfacción de las necesidades de cada persona en cierto momento dado.
  - Emociones: Nuestras emociones condicionan la forma en la que se percibe la realidad. (García, 2003)

### 2.2.2 Dimensión de la satisfacción turística

El nivel de satisfacción debe de ser proporcional entre el desempeño que se percibe de una organización y las expectativas así mismo dice que la gestión de calidad permita conocer al cliente, sus necesidades, como mejorar su satisfacción, conservar a los clientes, atraer a nuevos clientes, diseñar nuevas estrategias que satisfagan las nuevas necesidades de los clientes nuevos, reducciones de los costos, quejas y reclamos. (Harrington, 1997)

El nivel de satisfacción es cuando evalúa el desempeño de atención por la empresa. Para ello, utiliza cinco dimensiones (Drucker, 1990)

A través de los años busco, mediante estudios de investigación como plasmar la calidad y satisfacción del cliente en diferentes áreas, después de recibir múltiples críticas por diferentes autores, el agrupa a las dimensiones como: Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, Empatía y tangible. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1993)



- Dimensión fiabilidad. Es la capacidad que debe tener una empresa de brindar un buen servicio desde la primera vez de una manera correcta, confiable, segura y cuidadosa con puntualidad para que el cliente observe el profesionalismo y la capacidad de la empresa. (Drucker, 1990)
- Dimensión capacidad de respuesta: Es la actitud para ayudar a los clientes con un servicio rápido cumpliendo a tiempo los compromisos contraídos, así como también lo accesible y facilidad para que se mantengan en contacto la empresa con el cliente. (Drucker, 1990)
- Dimensión de seguridad: Es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confía que serán resueltos de la mejor manera posible. El personal debe de proyectar sus conocimientos, actitudes y capacidad para dar confianza al cliente con integridad honestidad, credibilidad, y confiabilidad. Significando que se debe de cuidar a la empresa y al cliente. (Drucker, 1990)
- Dimensión de empatía: Es la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes atención personalizada incluyendo la cortesía, respeto, consideraciones con los tiempos, necesidades personales y requerimientos específicos del cliente además creando vínculos de amistad. (Drucker, 1990)
- Dimensión de tangibilidad: A pesar de que existe tangibilidad en el servicio se puede afirmar que el servicio cuenta con el equipamiento para atención del cliente. Es importante considerar desde la recepción hasta su atención al cliente. (Drucker, 1990)



### 2.2.3 Servicios turísticos

Los servicios y el equipamiento turístico no deben confundirse con la oferta turística, a pesar de que en muchos casos estos términos tengan el mismo significado. La oferta turística está compuesta por todos los bienes y servicios que están a disposición del consumidor, turista, a un precio y en un momento determinado.

La oferta turística está representada por la gama de atractivos turísticos, así como de bienes y servicios que inducen a las personas a visitar determinado país, región o ciudad. En cambio, los servicios y equipamiento turístico considerados son las instalaciones, construcciones y comodidades, de fundamental importancia para la práctica y desarrollo del turismo. (Panosso & Lohman, 2012)

#### **Principales servicios turísticos:**

##### **A. Los servicios de hospedaje**

Las habitaciones para los huéspedes primero formaban parte de residencias privadas. Después surgieron las posadas y los cuartos de huéspedes. Ahora, las actividades de alojamiento tienen una enorme importancia económica. Muchos lugares de hospedaje, actualmente, proporcionan además de las habitaciones para el descanso y permanencia de los turistas, salones de juntas, instalaciones para congresos, restaurantes, bares, espectáculos, tiendas, casinos, gimnasios y otras instalaciones y actividades. (Linares , 2007)

Existen diferentes tipos de servicios de hospedaje, de distintas características, precios y grados de confort.

- Por su dimensión o tamaño: pequeños (hasta 80 habitaciones); medianos (hasta 200 habitaciones); grandes (más de 200 habitaciones).



- Por tipo de segmento de mercado al que recibe: comerciales (generalmente de negocios), vacaciones (turistas), para convenciones y eventos de trabajo.
- Por la calidad de los servicios: sistema de vocablos descriptivos (lujo, superior, primera, turista, ordinario); sistema de clave de letras (a, b, c y d); sistema de estrellas (Lujogran turismo, 5, 4, 3, 2, 1 estrellas); sistema de diamantes (1 a 5 diamantes).
- Por su operación: permanentes (operan todo el año); de estación (operan en determinadas épocas).
- Por su organización: independientes, de cadena, franquicias.
- Por su ubicación: de playa, de montaña, de ciudad.

## **B. Servicios de alimentos**

El servicio de alimentos y bebidas forma parte de la gama de servicios turísticos que se ofrecen para satisfacer las necesidades y deseos del turista en general. Este servicio es proporcionado al turista mediante una gran diversidad de establecimientos, los cuales varían en cuanto a instalaciones, operación, precio. Un restaurante es el establecimiento que se dedica a la venta de alimentos y bebidas preparadas, mediante un servicio especializado y dirigido principalmente al segmento de turistas nacionales e internacionales. (Linares , 2007)

### **Clasificación de servicios de alimentación**

Se aplican diversos criterios para clasificar a los restaurantes, de acuerdo con sus diferentes características:

- a) Tipo de cocina.
- b) Tipo de servicios.
- c) Por la forma de ofrecer sus servicios.



d) Por su dimensión o tamaño

### **C. Servicios de viajes**

El servicio de la agencia de viajes nació como resultado de la falta de información, orientación y organización que existía en el pasado para realizar el desplazamiento turístico; es decir, tanto el traslado como la estancia en los destinos a los que se dirigen los turistas.

Considerando el tipo de operación de las agencias de viajes, se clasifican en:

- Minoristas: venden directamente al público servicios turísticos que operan o generan otros prestadores de servicios. Funcionan con un mínimo de empleados.
- Mayoristas: integran y operan sus servicios turísticos y los venden por medio de otras agencias, además de hacerlo también directamente al público. Trabajan con operadores de viajes y cuentan, según su volumen de operación, con sucursales para atender un mayor número de público.
- Operadoras: empresa que en combinación con los transportistas y servidores turísticos o por contar con su equipo de transporte e instalaciones de hospedaje propios, organiza, opera y vende viajes por medio de las agencias mayoristas o minoristas y no directamente al público. (Linares , 2007)

### **D. Servicios de transporte**

El transporte turístico procura el mayor y mejor aprovechamiento del tiempo libre, mientras que el transporte público proporciona los medios para



lograr un ágil intercambio de mercancías y personas en el ámbito estricto de las actividades de un país.

Por tanto, puede decirse que la transportación turística es el servicio que realiza el movimiento de pasajeros, al permitir el traslado del lugar de residencia habitual a uno diferente, con el objetivo de obtener descanso, placer u otra clasificación del tiempo libre. (Linares , 2007)

### **Tipos de transporte:**

#### **a) Transporte aéreo**

Este tipo de transportación se incorporó al turismo hasta varios años después de su aparición, y constituye hoy, por su rapidez, alcance, frecuencia y seguridad, el medio más utilizado por el turista. El servicio de transporte turístico puede ser regular e irregular y realizarse en el interior de un país (vuelos nacionales o domésticos), o hacia el exterior (vuelos internacionales). El transporte aéreo regular está determinado por líneas aéreas autorizadas, sujeto a tarifas, y a medidas de operación oficiales, tanto de los gobiernos de cada país.

#### **b) Transporte terrestre**

El transporte terrestre sigue siendo el servicio más utilizado por los turistas convencionales, debido al precio accesible y por el grado de penetración hacia el lugar a visitar, sea este un destino parcial o final. La participación del transporte terrestre en el desplazamiento turístico guarda una estrecha relación con el aumento y mejoría de las vías de comunicación terrestre, es decir, calles, carreteras, líneas ferroviarias.

La clasificación del transporte terrestre se puede distinguir a continuación:





- transporte carretero: que se brinda en automóvil o autobús
- transporte ferroviario: que es cada vez más rápido, confortable y seguro, como efecto de la competencia a la que lo han sometido los otros medios de transporte, su amplia penetración hasta sitios muy apartados, aunado a tarifas accesibles, lo sitúan en la preferencia del turista, sobre todo aquellos que lo utilizan en distancias cortas en vacaciones.

### **c) Transporte acuático**

Los requerimientos del desplazamiento turístico con la transformación técnica en la calidad y cantidad de las embarcaciones que recorren océanos, mares, lagos, ríos, etc. han permitido mejorar las condiciones del transporte acuático, en especial el marítimo.

En general, la variedad de este tipo de transporte se aprecia por su utilización, en dos tipos de embarcaciones:

- deportivas de uso individual: canoas, lanchas de motor y de remos, veleros, generalmente utilizados en la práctica de deportes acuáticos (pesca, buceo, regatas)
- recreativas de uso colectivo: barcos de pequeño tamaño, mediano y de gran calado, para la realización de recorridos fijos o eventuales en forma de circuito, a nivel local, regional e internacional.

### **E. Recreación y entretenimiento**

- Equipamiento: Estadios deportivos, parques de diversiones, plazas, lugares para espectáculos, teatros, cines, circos, antros.



- Servicios: Atención a las necesidades específicas y momentáneas del turista, como subirse a la montaña rusa (equipamiento) de un parque de diversiones (otro equipamiento) o asistir a un espectáculo circense. (Panosso & Lohman, 2012)

#### 2.2.4 Teoría del Guía profesional de Turismo

Según la (OMT, 1998) indica que el término llamado Guía de Turismo es aceptado por la Norma Europea, ratificado por FEG (Federación Europea de Guías de Turismo) y la WFTGA (Federación Mundial de Asociaciones de Guías de Turismo) es la siguiente:

- Guía de Turismo: Persona que guía a los visitantes en el idioma de su elección e interpreta el patrimonio cultural y natural de una zona, que normalmente posee una titulación específica sobre una zona, por lo general emitido o reconocido por las autoridades competentes.

#### **Definiciones**

Según la (OMT, 1998) indica que los términos de acompañante y director de tour o jefe de grupo de correo de turismo, son similares a la labor que realiza el guía de turismo:

- Acompañante: Representante de un tour operador que proporciona asistencia básica a los viajeros.
- Director de tour o jefe de grupo o correo de turismo: Persona que gestiona y supervisa el itinerario en representación del tour operador, asegurándose de que el programa se desarrolla tal y como está descrito en el contrato del tour operador y vendido al viajero o consumidor, y que además proporciona información práctica del lugar. (OMT, 1998)



## Clasificación

El autor (Lesur, 2006) realiza la siguiente clasificación sobre el guía de turismo a nivel mundial:

- Guía acompañante: También llamado guía correo, acompañante técnico, tour leader, guía de ruta.
- Guía Local: Es el encargado de recibir a los viajeros en sus propias ciudades para darles la bienvenida, mostrar los recursos turísticos de la localidad, región o monumento, es decir que debe conocer en profundidad aquello que muestra, y por supuesto el idioma de los turistas a quien recibe.
- Guías de Sitio: Los guías de sitio esperaran al turista en algún lugar de interés, que puede ser una ruina arqueológica, un edificio histórico, un museo o cualquier otro atractivo que se aprecie mejor si se tiene una buena explicación de su contenido y significado.
- Transferista: Esta figura recoge la del acompañante de grupos que sólo los lleva al destino y una vez allí recoge a otro grupo al que asiste de regreso al punto de origen. Sus funciones y cualidades son similares a las del guía acompañante.
- Guías informadores: Visitan locales e informan en el idioma nativo, por lo que pueden o no conocer otros idiomas.
- Guías intérpretes (políglotas): Son los que prestan sus servicios al turista en recorridos locales, regionales, nacionales o internacionales.
- Guías-chofer: Son los que además de concluir el ómnibus o automóvil proporcionan la información turística correspondiente a cada lugar visitado.



- Guías-conductores: Acompañan en todo momento a un grupo de turistas, del que son responsables, ya sea en viajes o recorridos regionales, nacionales o internacionales. La información turística que proporcionan es de orden general.
- Asistente en destino: Son aquellos profesionales que ayudan al viajero a desenvolverse en la llegada a su destino, es decir, a instalarse, continuar el viaje, etc. (Lesur, 2006)

### **Características del Guía de Turismo**

El Guía de Turismo es un actor fundamental para la interacción del servicio turístico, dicho actor tiene que cumplir ciertas características para poder cumplir su labor a cabalidad, realizando las funciones de dirigir, orientar e informar, es por ello que se describe las siguientes características que debe tener:

#### **Valores**

Asimismo es muy importante que el Guía profesional de turismo desarrolle a la par un sistema de valores bastante sólido y un sistema de competencias integral. Entre los principales valores se puede destacar:

- Honestidad
- Responsabilidad
- Solidaridad
- Cordialidad en el trato.
- Buena presencia, impecablemente vestido, debidamente identificado.
- Asequible por teléfono.
- Identidad cultural, entre otros. (OMT, 1998)



## Aptitudes y Habilidades

En el ámbito de las aptitudes, el guía de turismo debe desarrollar competencias en tres aspectos generales:

- Actitud de servicio:
  - a. Predisposición
  - b. pro-actividad
  - c. Sonrisa
  - d. Empatía. (OMT, 1998)
- Conocimientos aplicados al Turismo:
  - a. Científicos: geográficos, históricos, arqueológicos, arquitectónicos, ecológicos, psicológicos, etc.
  - b. Idiomáticos: al menos un idioma extranjero.
  - c. Generales: clima, cambio de moneda, idiosincrasia de diversas culturas, primeros auxilios.
  - d. Operativos: Confección de guiones, rutas con horario de tiempo. (OMT, 1998)
- Habilidades:
  - a. Comunicacionales.
  - b. Relaciones interpersonales.
  - c. Práctica de primeros auxilios. (OMT, 1998)

### 2.3 Variables

- V1: Servicios turísticos de los guías



### 2.3.1 Operacionalización de Variables

Tabla 1

Cuadro de operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
<b>Servicios turísticos de los guías de turistas</b>	Servicios turísticos	Profesionalismo Idiomas
	Valores del Guía	Honestidad Responsabilidad Cordialidad en el trato. Buena presencia. Identidad cultural.
	Aptitudes del Guía	Actitud de servicio Conocimientos aplicados al Turismo
	Habilidades del Guía	Habilidades comunicacionales. Relaciones interpersonales. Práctica de primeros auxilios

## 2.4 Definición de términos

### Servicios turísticos

El turismo es actualmente una de las industrias más grandes en el mundo, está formada por múltiples segmentos principalmente el de la hospitalidad, transporte, restauración, agencia de viajes, centros comerciales, etc. e inclusive una serie de actividades históricas, culturales, de aventura, deportivas, de recreación, de entretenimiento entre otras. (Ritchie, 2009)

### Profesionalismo

El profesionalismo se define a menudo como el estricto apego a la cortesía, la honestidad y la responsabilidad cuando se trata de individuos u otras empresas en el entorno empresarial. (Vitez, 2012)



### **Idiomas**

Un "idioma" es un lenguaje propio de un grupo de personas concreto, a través del cual se comunican e interactúan entre sí. El término *idioma* suele vincularse con ciertas cuestiones ideológicas y políticas, de manera que la palabra *idioma* hace referencia a la lengua perteneciente a un determinado pueblo, nación o país (palabras estas que no están exentas de connotaciones socio-políticas). (Maza, 2018)

### **Valores del Guía**

Los valores están insertos en la cultura del ser humano, partiendo de las creencias de las personas, de los supuestos básicos, principios, filosofías y dogmas compartidos que constituyen la base del lado pensante de la cultura. Ese lado pensante de la cultura de una sociedad u organización se complementa con las ideas que la sociedad aprecia y valora y que por lo mismo le sirven de base para actuar, eso son los valores. (Egan, 1996)

### **Honestidad**

Para (Zarate, 2003), el concepto Honestidad hace referencia a un valor propio de la naturaleza humana, sinónimo de verdad, sinceridad y transparencia y va más allá de la concepción de no cometer actos de hurto, ya que también está asociada a la preservación de los recursos con los cuales se lleva a cabo una labor sean materiales o inmateriales, como por ejemplo, el tiempo. Igualmente este autor considera que persona honesta es “una persona íntegra, que en su vida no da cabida a la dualidad, la falsedad, o el engaño

### **Responsabilidad**

Según (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 2004), la responsabilidades la capacidad para reconocer, plantear respuestas a las consecuencias de un comportamiento realizado consciente y libremente



### **Cordialidad en el trato.**

Es un sinónimo de amabilidad, que representa la manera de nosotros establecer unos principios internos que nos rijan al tratar a los demás de buena manera. Una persona cordial, es la que comprende las diferentes culturas y aplica el respeto para tratar a cualquier persona. (Giraldo, 2015)

### **Identidad cultural.**

La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias. (González, 2000)

### **Actitud**

El concepto de actitud se refiere a las concepciones fundamentales relativas a la naturaleza del ser humano, implica ciertos componentes morales o humanos y exige un compromiso personal y se define como una tendencia o disposición constante a percibir y reaccionar en un sentido; por ej. de tolerancia o de intolerancia, de respeto o de crítica, de confianza o de desconfianza, etcétera (Martínez, 1999)

### **Conocimientos aplicados al Turismo**

El autor (Nonaka, 1995) define al conocimiento como un activo creado y mantenido en forma colectiva a través de la interacción entre individuos o entre individuos y su entorno, más que creado de forma individual.

### **Habilidades comunicacionales.**

Dentro del proceso de la comunicación es imprescindible tener claro lo que se quiere exponer, para cuando se transmita el mensaje, para que sea éste exactamente comprendido por el interlocutor, tal cual, como se ha estructurado. Para ello, es necesario





eliminar las posibles interferencias: emocionales incontroladas, desinterés, falta de contacto, incongruencia en la comunicación, entre otras. (Carrión, 2003)

### **Relaciones interpersonales.**

Una relación interpersonal “es una interacción recíproca entre dos o más personas.” Se trata de relaciones sociales que, como tales, se encuentran reguladas por las leyes e instituciones de la interacción social. (R.Bisquerra, 2000)

### **Práctica de primeros auxilios**

Según (Garibay, 2006) los primeros auxilios son los cuidados o la ayuda inmediata, temporal y necesaria que se le da a una persona que ha sufrido un accidente, enfermedad o agudización de ésta hasta la llegada de un médico o profesional paramédico que se encargará, solo en caso necesario, del traslado a un hospital tratando de mejorar o mantener las condiciones en las que se encuentra.



## CAPITULO III: METODO

### 3.1 Diseño metodológico

#### **Tipo de investigación**

La investigación es Descriptiva dado que consiste fundamentalmente en describir un fenómeno o una situación mediante el estudio del mismo en una circunstancia tiempo - espacio determinado. Son las investigaciones que tratan de recoger información sobre el estado actual del fenómeno. Los estudios descriptivos nos llevan al conocimiento actualizado del fenómeno tal como se presenta para después correlacionarlo y ver el nivel de relación entre las variables implicadas en la investigación.

#### **Enfoque de la investigación**

Enfoque cuantitativo, representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implica la recolección y el análisis de datos estadísticos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

Por lo tanto el presente estudio es de enfoque cuantitativo porque se recolecta datos y componentes de diferentes aspectos de la percepción de los turistas y los servicios turísticos en la Laguna de Humantay, para su posterior análisis e interpretación.

#### **Nivel de investigación**

El primer nivel de la presente investigación será la, investigación Descriptiva: Consiste fundamentalmente en describir un fenómeno o una situación mediante el



estudio del mismo en una circunstancia tiempo - espacio determinado. Son las investigaciones que tratan de recoger información sobre el estado actual del fenómeno.

Los estudios descriptivos nos llevan al conocimiento actualizado del fenómeno tal como se presenta. Esta investigación será de tipo Descriptivo, porque se describirá en qué medida la los servicios turísticos influyen en la percepción de los turistas en la Laguna de Humantay en el 2020.

### 3.2 Unidad de estudio

#### **Población**

La población estuvo compuesta por los turistas que visitaron la laguna de Humantay en el 2020.

“La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”. (Canahuire Montufar, 2015)

#### **Muestra**

La muestra es de tipo no probabilístico por lo que la muestra estuvo conformado por los turistas locales que deseen participar del estudio.

### 3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

#### **Técnicas**

- **Encuesta.-** Se utilizara para obtener la percepción de los turistas sobre el servicio turístico en la Laguna de Humantay a través de preguntas distribuidas en un cuestionario.
- **Análisis de documentos.-** Esta técnica permitirá analizar documentos de los casos de los turistas.



### **Instrumentos**

- **Cuestionario.-** Instrumento empleado en forma directa, contiene preguntas cerradas para la investigación.

### **3.4 Procesamiento y análisis de datos**

Para la presente investigación, la unidad de estudio son los turistas que recurren a los servicios turísticos en la Laguna de Humantay, a quienes se les aplicara la encuesta.

Los datos obtenidos serán tratados mediante el uso de la herramienta de SPSS - 23, donde se realizara la tabulación respectiva de las encuestas para la posterior elaboración de los gráficos respectivos para cada ítem; y finalmente concluir con la comprobación de la hipótesis planteada.

Éstos valieron para dar solución a la realidad problemática del presente estudio, planteando así las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado.



## CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

### 4.1 Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

#### 4.1.1 Presentación del instrumento

Para describir la percepción del turista respecto a la percepción del turista respecto a los servicios turísticos de los guías de turistas en la Laguna De Humantay Del Cusco - 2020, se encuestó a 39 turistas, en el que se considera 12 ítems distribuidos de la siguiente manera:

**Tabla 2**

*Distribución de los ítems del cuestionario*

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems
<b>Servicios turísticos de los guías de turistas</b>	Servicios turísticos	Profesionalismo	1
		Idiomas	2
	Valores del Guía	Honestidad	3
		Responsabilidad	4
		Cordialidad en el trato.	5
		Buena presencia.	6
	Aptitudes del Guía	Identidad cultural.	7
		Actitud de servicio	8
	Habilidades del Guía	Conocimientos aplicados al Turismo	9
		Comunicacionales	10
		Relaciones interpersonales.	11
		Práctica de primeros auxilios	12

Fuente: Elaboración propia

Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de Baremación e interpretación.



**Tabla 3**

*Descripción de la Baremación y escala de interpretación*

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 2,00	Muy buena
2,01 – 3,00	Buena
3,01 – 4,00	Regular
4,01 – 5,00	Mala
5,01 – 6,00	Muy mala

Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Fiabilidad del instrumento aplicado

Para determinar la fiabilidad del cuestionario utilizado en la descripción de la percepción del turista respecto a los servicios que brinda el guía en la ruta turista a la Laguna de Humantay. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”, para lo cual se considera lo siguiente:

- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.8. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.
- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0.8. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se utilizó el software SPSS, cuyo resultado fue el siguiente:

**Tabla 4**

*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.797	12

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.797 por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.



## 4.2 Resultados de las dimensiones de la variable Servicios turísticos de los guías de turistas

Para describir la percepción del turista respecto al servicio dado por los guías de turismo en la ruta turista a la Laguna de Humantay del Cusco, en el 2020, se describe las dimensiones: Servicios turísticos, valores del guía, aptitudes del guía y habilidades del guía. Los resultados se presentan a continuación:

### 4.2.1 Servicios turísticos

El objetivo es describir los servicios turísticos en la ruta de la Laguna de Humantay del Cusco, en el 2020.

#### a) Resultados de los indicadores de la dimensión servicio turístico

Tabla 5

*Indicadores de la dimensión servicio turístico*

	Idiomas		Profesionalismo	
	f	%	f	%
<b>Muy mala</b>	0	0.0%	0	0.0%
<b>Mala</b>	3	7.7%	9	23.1%
<b>Regular</b>	27	69.2%	19	48.7%
<b>Buena</b>	9	23.1%	11	28.2%
<b>Muy buena</b>	0	0.0%	0	0.0%
<b>Total</b>	39	100,0%	39	100,0%

Fuente: Elaboración propia

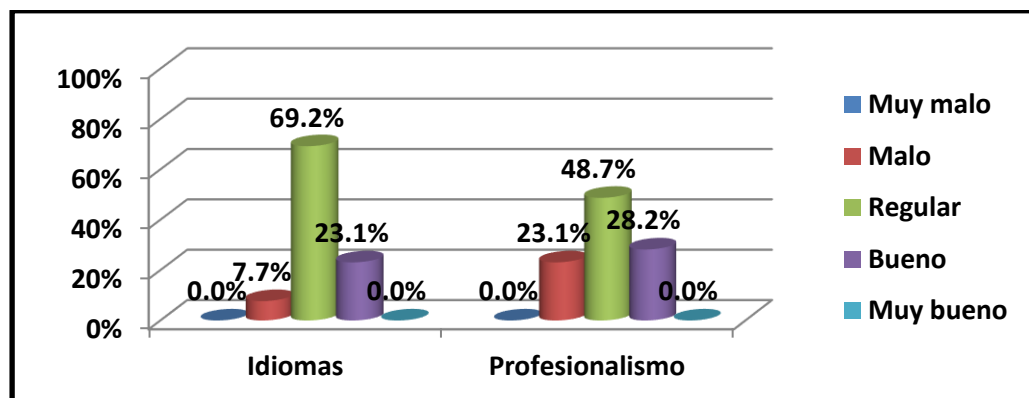


Figura 2: Indicadores de la dimensión servicio turístico

#### Interpretación y análisis:

En la tabla 5 y la figura 2 a la pregunta de la dimensión servicios turísticos respondida por los turistas, el resultado del indicador idiomas, indica que el



69.2% de los turistas indican que los idiomas que manejan los guías son regulares, el 23.1% indica que los idiomas que manejan los guías son buenos, el otro 7.7% indica que los idiomas que manejan los guías son malos, así mismo el 0.0% indica que los idiomas que manejan los guías son muy buenos y por último el 0.0% indica que los idiomas que manejan los guías son muy malos. De lo que deducimos que más del 50% de los turistas encuestados indican que es regular, debido a que los turistas perciben la preparación que tiene el guía en el dominio de un idioma, aunque al veces tiene algunas dificultades al expresar una idea en concreto.

El resultado del indicador profesionalismo, indica que el 48.7% de los turistas indican que el profesionalismo de los guías son regulares, el 28.5% indica el profesionalismo de los guías son buenos, el otro 23.1% indica que el profesionalismo de los guías es bueno, así mismo el 0.0% indica que el profesionalismo de los guías es muy bueno y por último el 0.0% indica que el profesionalismo de los guías son muy malos. De lo que deducimos que casi el 50% de los turistas encuestados indican que es regular, debido a que los turistas perciben que en la mayor parte del tiempo, los guías muestran ser profesionales en el recorrido que se le brinda al turista, esto se debe a que demuestra puntualidad, honestidad, entre otros.





## b) Resultados de la dimensión servicio turístico

Tabla 6

*Indicadores de la dimensión servicio turístico*

	f	%
Muy mala	1	2.0%
Mala	0	0.0%
Regular	11	28.2%
Buena	11	28.2%
Muy buena	17	43.6%
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Elaboración propia

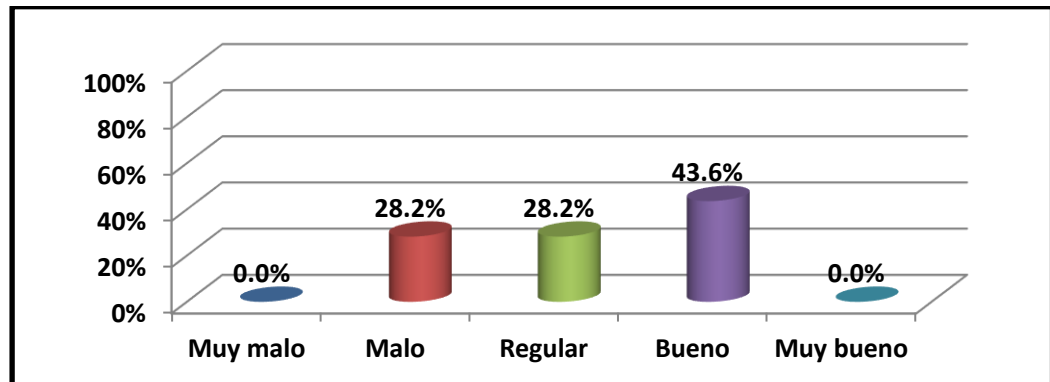


Figura 3: Indicadores de la dimensión servicio turístico

### Interpretación y análisis:

En la tabla 6 y la figura 3 a la pregunta de la dimensión servicio turístico respondida por los turistas, indica que el 43.6% de los turistas indican que los servicio turístico son buenos, el 28.2% indica que los servicio turístico son regulares, el otro 28.2% indica que los servicio turístico son malos, así mismo el 0.0% indica que los servicio turístico son muy buenos y por último el 0.0% indica que los servicio turístico son muy malos. De lo que deducimos que casi el 50% de los turistas encuestados indican que es bueno, ya que indican que el guía de turismo demuestra capacidad al hablar un idioma extranjero, de igual manera muestra profesionalismo al desarrollar su labor frente a los turistas.



#### 4.2.2 Valores del guía

El objetivo es describir los valores del guía en la ruta de la Laguna de Humantay del Cusco, en el 2020.

##### a) Resultados de los indicadores de la dimensión valores del guía

Tabla 7

Indicadores de la dimensión valores del guía

	Honestidad		Responsabilidad		Cordialidad en el trato		Buena presencia		Identidad cultural	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy mala	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.6%	0	0.0%
Mala	8	20.5%	6	15.4%	4	10.3%	6	15.4%	3	7.7%
Regular	15	38.5%	24	61.5%	23	59.0%	22	56.4%	19	48.7%
Buena	14	35.9%	9	23.1%	6	15.4%	9	23.1%	13	33.3%
Muy buena	2	5.1%	0	0.0%	6	15.4%	1	2.6%	4	10.3%
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100,0%</b>	<b>39</b>	<b>100,0%</b>	<b>39</b>	<b>100,0%</b>	<b>39</b>	<b>100,0%</b>	<b>39</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Elaboración propia

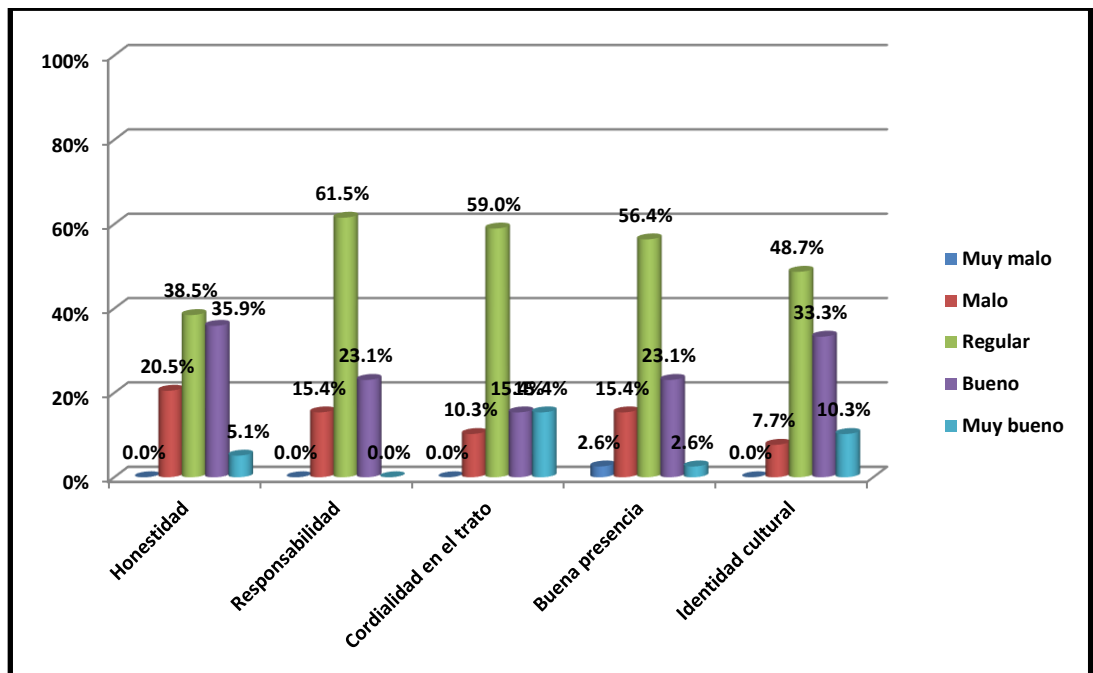


Figura 4: Indicadores de la dimensión valores del guía

##### Interpretación y análisis:

En la tabla 7 y la figura 4 a la pregunta de la dimensión valores del guía respondida por los turistas, el resultado del indicador honestidad, indica que el 38.5% de los turistas indican que la honestidad que manejan los guías son regulares, el 35.9% indica que la honestidad que manejan los guías son buenos,



el otro 20.5% indica que la honestidad que manejan los guías son malos, así mismo el 5.1% indica que la honestidad que manejan los guías son muy buenos y por último el 0.0% indica que la honestidad que manejan los guías son muy malos. De lo que deducimos que casi el 50% de los turistas encuestados indican que es regular, debido a que los turistas perciben que el guía demuestra honestidad y confianza al indicarles la situación actual de la ruta, así como también indicarles la realidad del clima de este lugar, de esta manera los turistas pueden ir preparados para esta ruta.

El resultado del indicador responsabilidad, indica que el 61.5% de los turistas indican que la responsabilidad de los guías son regulares, el 23.1% indica que la responsabilidad de los guías son buenos, el otro 15.4% indica que la responsabilidad de los guías son malos, así mismo el 0.0% indica que la responsabilidad de los guías muy buenos y por último el 0.0% indica que la responsabilidad de los guías son muy malos. De lo que deducimos que casi el 50% de los turistas encuestados indican que es regular, debido a que los turistas perciben que el guía tiene responsabilidad, ya que al momento de iniciar la caminata a la laguna, expone los puntos a tomar en cuenta, para que el turista pueda estar informado y prever ciertos aspectos, relacionados al clima y la ruta.

El resultado del indicador cordialidad en el trato del guía, indica que el 59.0% de los turistas indican que la cordialidad en el trato del guía es regulares, el 15.4% indica que la cordialidad en el trato del guía es bueno, el otro 15.4% indica que la cordialidad en el trato del guía es muy bueno, así mismo el 10.3% indica que la cordialidad en el trato del guía es malo y por último el 0.0% indica



que la cordialidad en el trato del guía es muy malo. De lo que deducimos que más del 50% de los turistas encuestados indican que es regular, debido a que los turistas perciben que al tener una duda o consulta no son atendidas con la rapidez y prontitud por parte del guía.

El resultado del indicador buena presencia, indica que el 56.4% de los turistas indican que la buena presencia de los guías es calificado como regular, el 23.1% indica que la buena presencia de los guías es calificado como bueno, el otro 15.4% indica que la buena presencia de los guías es calificado como mala, así mismo el 2.6% indica que la buena presencia de los guías es calificado como muy bueno y por último el 2.6% indica que la buena presencia de los guías es calificado como muy malo. De lo que deducimos que más del 50% de los turistas encuestados indican que es regular, debido a que los turistas perciben que el guía mantiene su buena presencia antes durante y después de realizar el recorrido.

El resultado del indicador identidad cultural, indica que el 48.7% de los turistas indican que la identidad cultural de los guías es calificado como regulares, el 33.3% indica que la identidad cultural de los guías es calificado como buenos el otro 10.3% indica que la identidad cultural de los guías es calificado como muy bueno, así mismo el 7.7% indica que la identidad cultural de los guías es calificado como malo y por último el 0.0% indica que la identidad cultural de los guías es calificado como muy mala. De lo que deducimos que casi el 50% de los turistas encuestados indican que es regular, debido a que los turistas perciben que los guías se emocionan al hablar sobre temas culturales, así mismo sienten que guía está muy identificado con la cultura incaica.



## b) Resultados de la dimensión valores del guía

Tabla 8

*Indicadores de la dimensión valores del guía*

	f	%
Muy mala	0	0.0%
Mala	2	5.1%
Regular	27	69.2%
Buena	10	25.6%
Muy buena	0	0.0%
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Elaboración propia

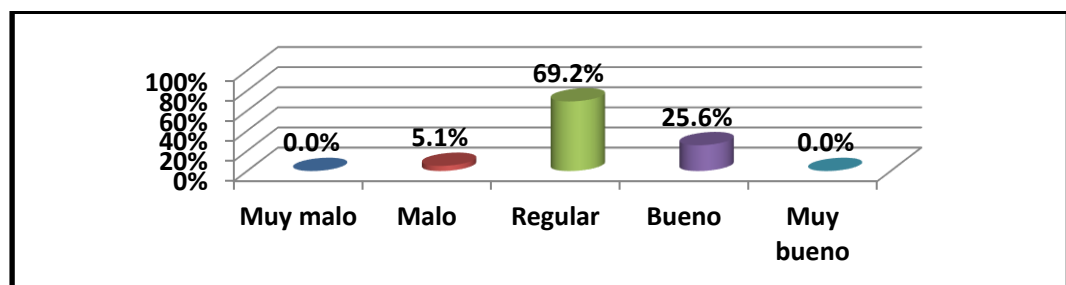


Figura 5: Indicadores de la dimensión valores del guía

### Interpretación y análisis:

En la tabla 8 y la figura 5 a la pregunta de la dimensión valores del guía respondida por los turistas, indica que el 69.2% de los turistas indican que los valores del guía son regulares, el 25.6% indica que los valores del guía son buenos, el otro 5.1% indica que los valores del guía son malos, así mismo el 0.0% indica que los valores del guía son muy buenos y por último el 0.0% indica que los valores del guía son muy malos. De lo que deducimos que más del 50% de los turistas encuestados indican que es regular, este resultado se debe a que gran parte de los guías que desarrollan su labor en esta ruta, muestran responsabilidad y honestidad, ya que es parte de la formación que tiene, de igual manera al ser guía de turismo en la ciudad del Cusco, les genera amor y pasión por la cultura inca y esto genera que en sus recorridos siempre muestre respeto por lo cusqueño, y comparte tradiciones y costumbres con los turistas.



### 4.2.3 Aptitudes del guía

El objetivo es describir las aptitudes del guía en la ruta de la Laguna de Humantay del Cusco, en el 2020.

#### a) Resultados de los indicadores de la dimensión aptitudes del guía

Tabla 9

*Indicadores de la dimensión aptitudes del guía*

	Actitud de servicio		Conocimientos aplicados al turismo	
	f	%	f	%
<b>Muy mala</b>	0	0.0%	0	0.0%
<b>Mala</b>	6	15.4%	2	5.1%
<b>Regular</b>	24	61.5%	26	66.7%
<b>Buena</b>	8	20.5%	7	17.9%
<b>Muy buena</b>	1	2.6%	4	10.3%
<b>Total</b>	39	100,0%	39	100,0%

Fuente: Elaboración propia

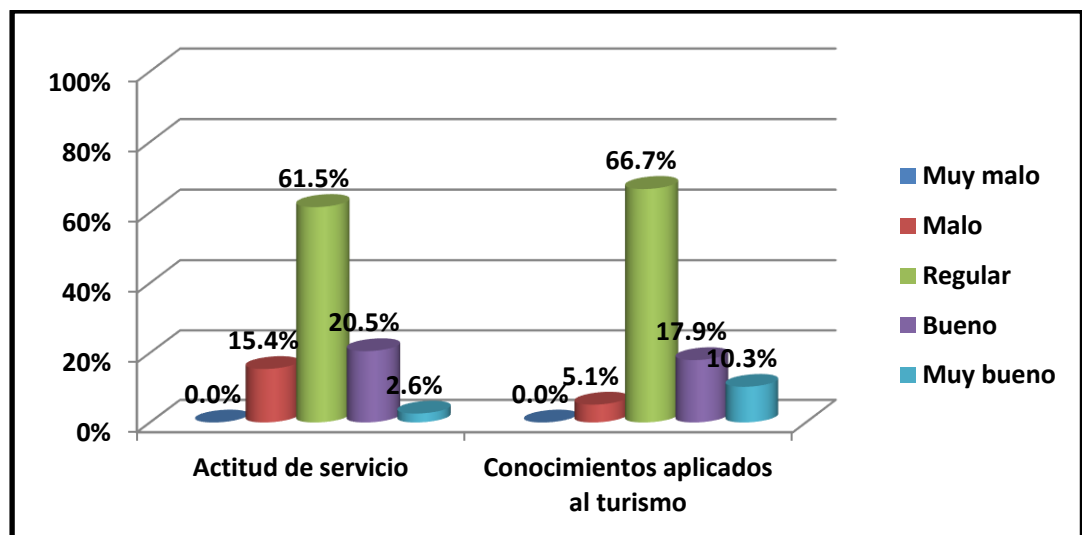


Figura 6: Indicadores de la dimensión aptitudes del guía

#### Interpretación y análisis:

En la tabla 9 y la figura 6 a la pregunta de la dimensión aptitudes del guía respondida por los turistas, el resultado del indicador actitud del servicio, indica que el 61.5% de los turistas indican que la actitud del servicio de los guías son regulares, el 20.5% indica que la actitud del servicio de los guías es buena, el otro 15.4% indica que la actitud del servicio de los guías es malo, así mismo el 2.6% indica que la actitud del servicio de los guías son muy buenos y por último



el 0.0% indica que la actitud del servicio de los guías son muy malos. De lo que deducimos que más del 50% de los turistas encuestados indican que es regular, debido a que los turistas perciben que el guía muestra una actitud positiva en todo el recorrido a la laguna Humantay, así mismo el guía demuestra que está atento a todo lo que sucede con los turistas en todo el recorrido.

El resultado del indicador conocimientos aplicados en el turismo, indica que el 66.7% de los turistas indican que los conocimientos aplicados en el turismo por parte de los guías son regulares, el 17.9% indica que los conocimientos aplicados en el turismo por parte de los guías son buenos, el otro 10.3% indica que los conocimientos aplicados en el turismo por parte de los guías son muy buenos, así mismo el 5.1% indica que los conocimientos aplicados en el turismo por parte de los guías son malos y por último el 0.0% indica que los conocimientos aplicados en el turismo por parte de los guías son muy malos. De lo que deducimos que más del 50% de los turistas encuestados indican que es regular, debido a que los turistas perciben que los guías tienen un gran conocimiento sobre esta y demás rutas, puesto que el guía es una persona que se nota que es preparada.



## b) Resultados de la dimensión aptitudes del guía

Tabla 10

*Indicadores de la dimensión aptitudes del guía*

	f	%
Muy mala	0	0.0%
Mala	7	17.9%
Regular	15	38.5%
Buena	16	41.0%
Muy buena	1	2.6%
Total	39	100,0%

Fuente: Elaboración propia

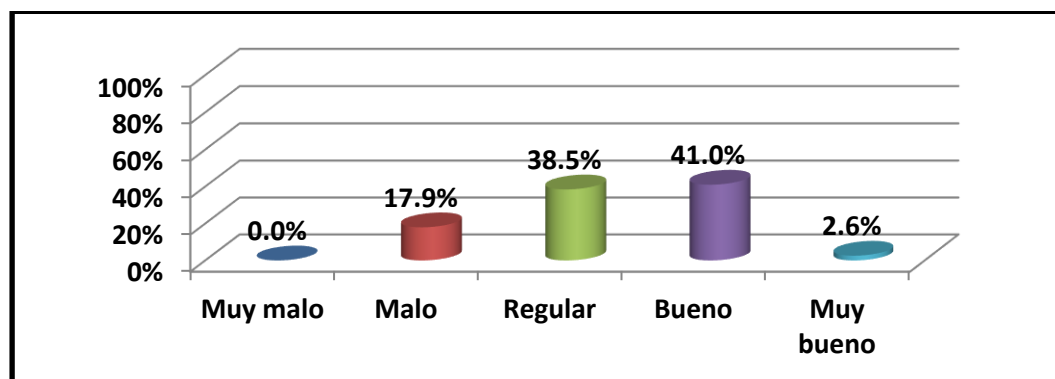


Figura 7: Indicadores de la dimensión aptitudes del guía

### Interpretación y análisis:

En la tabla 10 y la figura 7 a la pregunta de la dimensión aptitudes del guía respondida por los turistas, indica que el 41.0% de los turistas indican que las aptitudes del guía son buenos, el 38.5% indica las aptitudes del guía son regulares, el otro 17.9% indica que las aptitudes del guía son malos, así mismo el 2.6% indica que las aptitudes del guía son muy buenos y por último el 0.0% indica que las aptitudes del guía son muy malos. De lo que deducimos que casi el 50% de los turistas encuestados indican que es bueno, debido a que lo guías demuestran sus actitudes y conocimientos frente a los turistas, de igual manera los turistas se sienten confiados de tener un guía muy capacitado y que comparta sus conocimientos y esto hace más amena la caminata.





#### 4.2.4 Habilidades del guía

El objetivo es describir las habilidades del guía en la ruta de la Laguna de Humantay del Cusco, en el 2020.

##### a) Resultados de los indicadores de la dimensión habilidades del guía

Tabla 11

Indicadores de la dimensión habilidades del guía

	Comunicacionales		Relaciones interpersonales		Practica de primeros auxilios	
	f	%	f	%	f	%
<b>Muy mala</b>	0	0.0%	0	0.0%	1	2.6%
<b>Mala</b>	4	10.3%	3	7.7%	16	41.0%
<b>Regular</b>	28	71.8%	26	66.7%	13	33.3%
<b>Buena</b>	6	15.4%	8	20.5%	8	20.5%
<b>Muy buena</b>	1	2.6%	2	5.1%	1	2.6%
<b>Total</b>	39	100,0%	39	100,0%	39	100,0%

Fuente: Elaboración propia

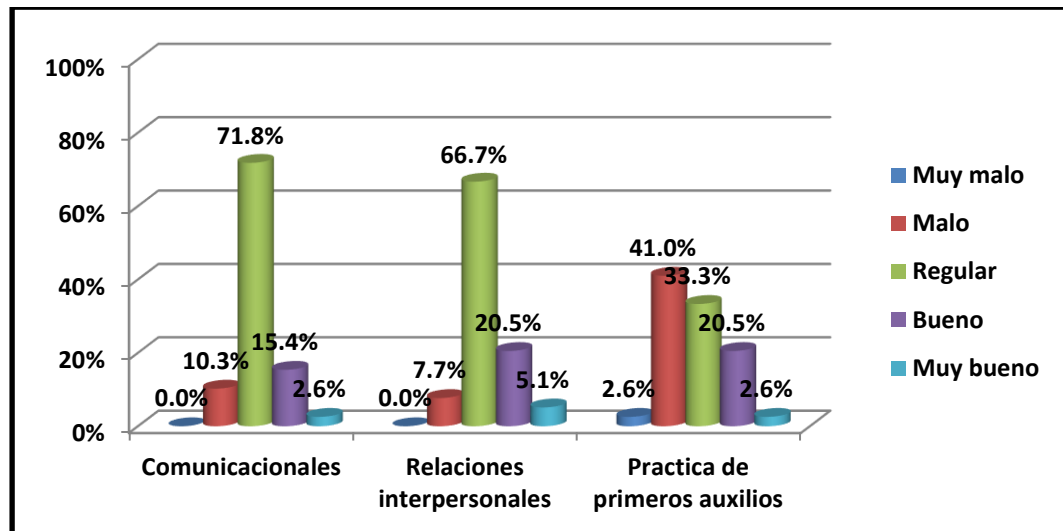


Figura 8: Indicadores de la dimensión habilidades del guía

#### Interpretación y análisis:

En la tabla 11 y la figura 8 a la pregunta de la dimensión habilidades del guía respondida por los turistas, el resultado del indicador habilidades comunicacionales, indica que el 71.8% de los turistas indican que las habilidades comunicacionales son regulares, el 15.4% indica que las habilidades comunicacionales son buenos, el otro 10.3% indica que las habilidades



comunicacionales son malos, así mismo el 2.6% indica que las habilidades comunicacionales son muy buenos y por último el 0.0% indica que las habilidades comunicacionales son muy malos. De lo que deducimos que más del 50% de los turistas encuestados indican que es regular, debido a que los turistas perciben que el guía demuestra sus habilidades comunicacionales, ya que al comunicar datos importantes sobre ruta, trata de decirlo de una manera que los turistas entiendan de mejor manera.

Por otro lado en el indicador relaciones interpersonales, los turistas indica que el 66.7% de los turistas indican que las relaciones interpersonales son calificadas como regular, el 20.5% indica que las relaciones interpersonales son calificadas como buenas, el otro 7.7% indica que las relaciones interpersonales son calificadas como malos, así mismo el 5.1% indica que las relaciones interpersonales son calificadas como muy buenos y por último el 0.0% indica que las relaciones interpersonales son calificadas como muy malos. De lo que deducimos que más del 50% de los turistas encuestados indican que es regular, debido a que los turistas perciben que los guías son personas que tienen la habilidad de relacionarse con los turistas, esto ayuda a fortalecer el grado de amistad y hacer más grata la caminata.

Finalmente en el indicador prácticas de primeros auxilios, los turistas indica que el 41.0% de los turistas indican que las prácticas de primeros auxilios son malos, el 33.3% indica que las prácticas de primeros auxilios son regulares, el otro 20.5% indica que las prácticas de primeros auxilios son buenos, así mismo el 2.6% indica que las prácticas de primeros auxilios son muy buenos y por último



el 2.6% indica que las prácticas de primeros auxilios son muy malos. De lo que deducimos que menos del 50% de los turistas encuestados indican que es malo, debido a que los turistas perciben que los guías no están del todo capacitados en la práctica de primeros auxilios, ya que no vieron que el guía lleve implementos de seguridad.



## b) Resultados de la dimensión habilidades del guía

Tabla 12

*Indicadores de la dimensión habilidades del guía*

	f	%
Muy mala	0	0.0%
Mala	0	0.0%
Regular	30	76.9%
Buena	9	23.1%
Muy buena	0	0.0%
Total	39	100,0%

Fuente: Elaboración propia

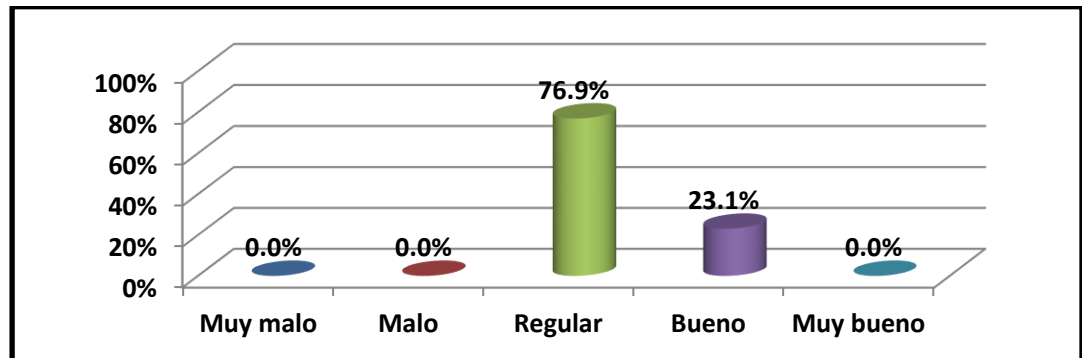


Figura 9: Indicadores de la dimensión habilidades del guía

### Interpretación y análisis:

En la tabla 12 y la figura 9 a la pregunta de la dimensión habilidades del guía respondida por los turistas, indica que el 76.9% de los turistas indican que las habilidades del guía son regulares, el 23.1% indica las habilidades del guía son buenos, el otro 0.0% indica que las habilidades del guía son muy bueno, así mismo el 0.0% indica que las habilidades del guía son malos y por último el 0.0% indica que las habilidades del guía son muy malos. De lo que deducimos que más del 50% de los turistas encuestados indican que es regular, debido a que los turistas perciben que los guías son personas con habilidades de comunicación y poder relacionarse con facilidad con los turistas estableciendo gratos momentos, por otro lado se tiene que el turista indica que el guía no tiene implementos de seguridad ante una emergencia.



### 4.3 Resultado de la variable Servicios turísticos de los guías de turistas

Tabla 13

Indicadores de la variable Servicios turísticos de los guías de turistas

	f	%
Muy mala	0	0.0%
Mala	4	10.3%
Regular	28	71.8%
Buena	7	17.9%
Muy buena	0	0.0%
Total	39	100,0%

Fuente: Elaboración propia

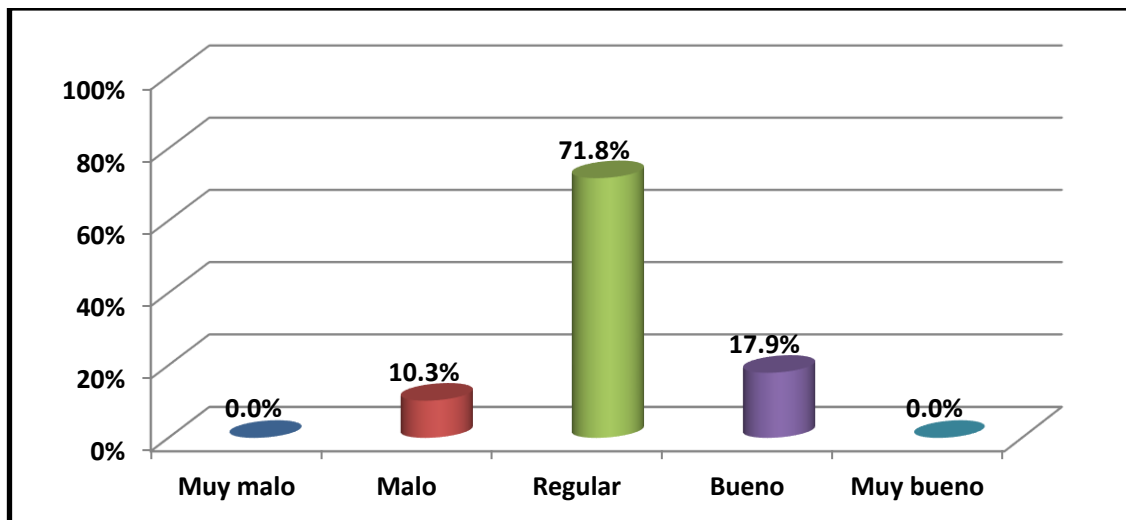


Figura 10: Indicadores de la variable Servicios turísticos de los guías de turistas

#### Interpretación y análisis:

En la tabla 13 y la figura 10 a la pregunta de la variable Servicios turísticos de los guías de turistas respondida por los turistas, indica que el 71.8% de los turistas indican que los servicios turísticos de los guías de turistas son regulares, el 17.9% indica que los servicios turísticos de los guías de turistas son buenos, el otro 10.3% indica que los servicios turísticos de los guías de turistas son malos, así mismo el 0.0% indica que los servicios turísticos de los guías de turistas son muy buenos y por último el 0.0% indica que los servicios turísticos de los guías de turistas son muy malos. De lo que deducimos que más del 50% de los turistas encuestados indican que los servicios turísticos de los guías de turistas son regulares, debido a que los factores como las



habilidades del guía son calificados como regulares, de igual manera las aptitudes del guía son calificados como regulares, así también los valores del guía están calificados como regulares, dichos factores hacen que los turistas perciban que los servicios turísticos de los guías de turistas, sean un poco deficientes.



## CAPÍTULO V DISCUSIÓN Y PROPUESTA

### 5.1 Discusión

#### 5.1.1. Descripción de los hallazgos más relevantes

El presente estudio tuvo los siguientes resultados importantes para demostrar la situación actual de la ruta Laguna Humantay:

- La pregunta de la variable Servicios turísticos de los guías de turistas respondida por los turistas, indica que el 71.8% de los turistas indican que los servicios turísticos de los guías de turistas son regulares, el 17.9% indica que los servicios turísticos de los guías de turistas son buenos, el otro 10.3% indica que los servicios turísticos de los guías de turistas son malos, así mismo el 0.0% indica que los servicios turísticos de los guías de turistas son muy buenos y por último el 0.0% indica que los servicios turísticos de los guías de turistas son muy malos.
- La pregunta de la dimensión servicio turístico respondida por los turistas, indica que el 43.6% de los turistas indican que los servicio turístico son buenos, el 28.2% indica que los servicio turístico son regulares, la pregunta de la dimensión valores del guía respondida por los turistas, indica que el 69.2% de los turistas indican que los valores del guía son regulares, el 25.6% indica que los valores del guía son buenos, la pregunta de la dimensión aptitudes del guía respondida por los turistas, indica que el 41.0% de los turistas indican que las aptitudes del guía son buenos, el 38.5% indica las aptitudes del guía son regulares, la pregunta de la dimensión habilidades del guía respondida por los turistas, indica que el 76.9% de los turistas indican



que las habilidades del guía son regulares, el 23.1% indica las habilidades del guía son buenos

### **5.1.2. Limitaciones del estudio**

En el presente estudio se tuvieron las siguientes limitantes las cuales se superaron en algunos para proseguir con el estudio:

- Ante la situación que atraviesa nuestro país la recolección de datos tuvo un poco de retraso e incomodidad, la cual para mejorar esta realidad se tuvo que realizar de manera virtual
- Otra limitante fue en la parte estadística, la cual fue un poco difícil para comprender, pero finalmente se pudo realizar.

### **5.1.3. Comparación crítica con la literatura existente**

En los antecedentes del presente trabajo se puede evidenciar el estudio de Sánchez Mendoza, Víctor titulado “Percepción de los servicios turísticos para cruceros en Puerto Montt” se llegó a la conclusión: Se determinó que los cruceros en Puerto Montt presentan recursos turísticos, infraestructura, y empresas turísticas necesarias para la recepción del turista de crucero. No obstante, pudimos constatar al momento de entrevistar a los turistas, que algunos de estos servicios no son los óptimos. En comparación con nuestro estudio “La Percepción Del Turista Respecto A Los Servicios Turísticos De Los Guías De Turistas En La Laguna De Humantay Del Cusco - 2020” se evidencia que el 43.6% de los turistas indican que los servicios turísticos son buenos es por ello que se llega a la conclusión que ambos trabajos tienen diferencias en el servicio que prestan, esto se debe al tipo de servicio que cada empresa proporciona a sus clientes.





En los antecedentes del presente trabajo se puede evidenciar el estudio de Caledonia Prado De la cruz titulado “Percepción de los actores turísticos del distrito de Pachacamac sobre la práctica de turismo de aventura” se llegó a la conclusión: Se determinó que en la el distrito de Pachacamac algunos visitantes carecen de aptitudes adecuadas como conciencia ambiental y vienen a alterar o botar basura en los recursos, anteriormente el turismo de aventura no era muy conocido. En comparación con nuestro estudio “La Percepción Del Turista Respecto A Los Servicios Turísticos De Los Guías De Turistas En La Laguna De Humantay Del Cusco - 2020” se evidencia que indica que el 61.5% de los turistas indican que la actitud del servicio de los guías es regular, es por ello que se llega a la conclusión que en ambos trabajos se evidencian que las actitudes que presentan el personal de los servicios turísticos son mediamente adecuadas.

En los antecedentes del presente trabajo se puede evidenciar el estudio de Villavicencio Liera titulado “Percepción de los servicios turísticos para cruceros en Puerto Montt” se llegó a la conclusión: Se determinó que la calidad del servicio según las habilidades es regular en un 72%. No obstante, pudimos constatar al momento de entrevistar a los turistas, que algunos de estos servicios según las habilidades del personal no cumplen con las capacidades requeridas. En comparación con nuestro estudio “La Percepción Del Turista Respecto A Los Servicios Turísticos De Los Guías De Turistas En La Laguna De Humantay Del Cusco - 2020” se evidencia que indica que el 71.8% de los turistas indican que las habilidades para el servicio son regulares es por ello que se llega a la conclusión que ambos trabajos tienen diferencias en el servicio que prestan.



#### 5.1.4. Implicancias del estudio

Este estudio será de referente ante otras investigaciones en el rubro turístico, y en el ámbito de la ruta Laguna Humantay, esta investigación tiene datos de relevancia puesto que puede ser utilizado para mejorar el servicio que brinda el guía de turismo, ya que hay algunos factores determinantes para la percepción positiva del turista.

### 5.2 Propuestas de la investigación

**5.2.1. Nombre de la Propuesta:** Charlas informativas realizadas por la DIRCETUR.

#### 5.2.1.1 Lugar.

- Departamento del Cusco
- Provincia de Cusco
- Distrito de Cusco.

#### 5.2.1.2 Objetivos:

- Las agencias de turismo deben realizar evaluaciones periódicas a sus guías, para ver qué temas están desconocidos o que no se ponen en práctica.
- Realizar convenio con la DIRCETUR para desarrollar charlas en temas informativos sobre temas como empatía, valores, actitudes y habilidades que se deben fortalecer para desempeñarse como guía de turismo.

#### 5.2.1.3 Justificación.

La justificación se debe a que gran parte de los guías que realizan el guiado en el sector – ruta Laguna Humantay, están poco capacitados y desconocen algunos temas sobre el servicio turístico de los guías de turismo, es por ello que mediante una entidad pública que apoya al desarrollo del turismo, se puede realizar charlas informativas sobre temas muy importantes para tener turistas satisfechos y con



mayor curiosidad de seguir explorando los principales atractivos naturales y culturales del Perú.

#### **5.2.1.4 Descripción de la propuesta**

La propuesta se centra en charlas informativas a todo los guías para que puedan mejorar en temas fundamentales y que siempre están muy criticados, como son:

- Situación actual del servicio turístico de los guías en la Laguna Humantay
- Valores que deben tener los guías al desarrollar sus actividades turísticas
- Aptitudes que deben tener los guías al desarrollar sus actividades turísticas
- Habilidades que deben tener los guías al desarrollar sus actividades turísticas

#### **5.2.1.5 Metodología**

Para realizar las charlas y capacitación sobre los servicios turísticos de los guías de turistas, se deberá realizar tener una reunión de todo los gerentes de agencias de turismo, para poder realizar una carta de solicitud de charlas informativas, con una agenda y expresando la necesidad de poder contar con su ayuda.

#### **5.2.1.6 Público Objetivo**

Se realizara la charla informativa a más de 80 trabajadores de las agencias de turismo que operan en la ciudad del Cusco.

#### **5.2.1.7 Lugar y hora**

El lugar de la charla será un ambiente con capacidad para 100 personas la cual se realizara en los ambientes de la DIRCETUR, la hora será pactada por todo los gerentes de agencias de turismo.

#### **5.2.1.8 Resultados esperados de la propuesta:**

Con el desarrollo de la propuesta se espera:

- Que al terminar tendremos guías con mayor conocimiento sobre los que temas que se desarrollaron



- Así mismo se tendrá mayor conciencia de los guías sobre la relevancia de su labor en la interacción turística.
- Finalmente se prevé que se tendrán turistas más satisfechos con el servicio que reciben de los guías de turismo.

**5.2.2. Nombre de la Propuesta:** Encuestas periódicas a los turistas sobre temas de “servicios turísticos de los guías”.

**5.2.2.1 Lugar.**

- Departamento del Cusco
- Provincia de Cusco
- Distrito de Cusco.

**5.2.2.2 Objetivos:**

- Elaborar una encuesta con ítems validados para medir el grado de satisfacción del turista en el servicio turístico de los guías.
- Medir el grado de satisfacción del turista en el servicio turístico de los guías.

**5.2.2.3 Justificación.**

La justificación de la propuesta se debe a que los turistas y los guías tienen un mayor contacto en todo el guiado de la ruta, de esta manera el turista podrá expresar como le pareció la preparación, valores, aptitudes y habilidades de los guías.

**5.2.2.4 Descripción de la propuesta**

En esta propuesta se tendrá que realizar encuestas a cada turista después de realizar el recorrido en la ruta Laguna Humantay, de esta manera el turista nos indicara las deficiencias y fortalecer que tuvo el guía en todo recorrido, para que posteriormente cada agencia de turismo pueda tomar cartas en el asunto y mejorar las deficiencias.



#### **5.2.2.5 Metodología**

Para realizar dichas encuestas se tendrá que ser cauto e indicarles a los turistas que esta encuesta será anónima y ayudara a mejorar el servicio en su próxima visita.

#### **5.2.2.6 Público Objetivo**

El público a estudiar serán los turistas que deseen participar de esta encuesta en la ruta Laguna Humantay.

#### **5.2.2.7 Lugar y hora**

Estas encuestas serán aplicadas a los turistas al finalizar la visita a la laguna Humantay, esta encuesta será aplicada en el periodo donde hay mayor afluencia de turistas.

#### **5.2.2.8 Resultados esperados de la propuesta:**

Con el desarrollo de la propuesta se espera:

- Recabar información verídica de los turistas.
- Mejorar las deficiencias de los guías en el servicio de guiado.
- Mejorar las fortalezas de los guías en el servicio de guiado.
- Mejorar el servicio en la ruta Laguna Humantay.



## CONCLUSIONES

### **Conclusión general.**

Se concluye que la percepción del turista respecto a los servicios turísticos de los guías de turistas en la Laguna Humantay del Cusco – 2020, es regular, ya que en la tabla 13 y la figura 10, el 71.8% de los turistas indican que los servicios turísticos de los guías de turistas son regulares, puesto que en la tabla 12 y la figura 9, el 76.9% de los turistas indican que las habilidades del guía son regulares, debido a que las acciones de las habilidades comunicaciones, son regulares debido a que algunos de los guías de turismo no desarrollan el acto de hablar y coordinar con el grupo, de igual manera solo alguno de los guías en esta ruta están capacitados en prácticas de primeros auxilios, por otro lado en la tabla 9 y la figura 6 a la pregunta de la dimensión aptitudes del guía respondida por los turistas, el resultado del indicador actitud del servicio, indica que el 61.5% de los turistas indican que la actitud del servicio de los guías son regulares, ya que las actitudes y conocimientos de los guías son regulares, debido a que no plasman de manera correcta en su labor, en la tabla 8 y la figura 5 a la pregunta de la dimensión valores del guía respondida por los turistas, indica que el 69.2% de los turistas indican que los valores del guía son regulares, estos valores se deben a que el guía casi siempre está practicando la honestidad, responsabilidad y la identidad cultural en cada acción frente al turista, finalmente en la tabla 5 y la figura 2 a la pregunta de la dimensión servicios turísticos respondida por los turistas, el resultado del indicador idiomas, indica que el 69.2% de los turistas indican que los idiomas que manejan los guías son regulares, ya que el turista indica que el profesionalismo que practica el guía casi siempre es la adecuada.

### **Conclusiones específicas.**

Se concluyó que los servicios turísticos de los guías de turistas en la Laguna Humantay del Cusco – 2020, es bueno, debido a que en la tabla 6 y la figura 3 a la pregunta de la dimensión servicio turístico respondida por los turistas, indica que el 43.6% de los



turistas respondieron que los servicio turístico son buenos, ya que los guías tienen el adecuado dominio de los idiomas para poder elevar el grado de satisfacción del turista en el recorrido, de igual manera los turistas indican que los guías muestran gran profesionalidad al informarle sobre el recorrido del tramo que comprende la Laguna Humantay

Se concluye que los valores de los guías de turistas que laboran en la Laguna Humantay del Cusco – 2020, son regulares, debido a que en la tabla 8 y la figura 5, indica que el 69.2% de los turistas indican que los valores del guía son regulares, esto se debe gran parte de los guías demuestran honestidad en la información que se le brinda, así mismo los guías muestran responsabilidad al momento de realizar el guiado en toda la ruta a la Laguna Humantay, finalmente los turistas indican que perciben que los guías muestran una identidad cultural ya que tienen un arraigo de la presencia cultural de la ciudad el Cusco.

Se concluye que las aptitudes de los guías de turistas que laboran en la Laguna Humantay del Cusco – 2020, son buenos, de la tabla 10 y la figura 7, indica que el 41.0% de los turistas indican que las aptitudes del guía son buenas, debido a que el turista percibe que la actitud del servicio es adecuada, ya que el guía demuestra sus conocimientos y aptitudes para desempeñarse en esta actividad.

Se concluye que las habilidades de los guías de turistas que laboran en la Laguna Humantay del Cusco – 2020, es regular, debido a que en la tabla 12 y la figura 9, indica que, el 76.9% indica las habilidades del guía son regulares, ya que los turistas perciben que los guías tienen algunos aspectos positivos en el área de aspectos comunicaciones pues al momento de comenzar con el guiado, realiza recomendaciones positivas para el trayecto, así mismo expresa que los guías tienen alguna experiencia al poder poner en



práctica algunos cuidados de primeros auxilios que practican en el guiado hasta la ruta de la laguna de Humantay.





## RECOMENDACIONES

- Se recomienda que las agencias de viaje opten por realizar capacitaciones continuas hacia sus guías y operadores turísticos, con la finalidad de mejorar los factores como las habilidades, valores, aptitudes que deben tener los guías.
- Se recomienda a la DIRCETUR, hacer campañas de capacitación y evaluaciones a los guías de turismo en general, con la finalidad de poder fortalecer el idioma y el profesionalismo puesto que estos factores influyen directamente en la percepción del turista.
- Se recomienda a cada agencia de turismo realizar evaluaciones a los turistas que opten por sus servicios, para poder medir el grado de honestidad, responsabilidad, cordialidad, entre otros, para poder así, detectar las fallas que cometen los guías y poder darles capacitación en los temas que no se cumplen y mejorar en los temas que se están aplicando.
- Se recomienda a las agencias realizar reuniones entre los guías, y que estos expresen sus experiencias de los viajes que tuvieron, así mismo que comuniquen si hay temas que desconocen, para poder realizar campañas informativas y así tener guías con mayor conocimiento y con mayor preparación.
- Se recomienda a las agencias de turismo, brindar charlas de relaciones interpersonales, para que se pueda desarrollar y tener mayor contacto comunicativo con los turistas, ya que de esta manera los turistas sienten más ameno el guiado, así mismo implementar herramientas y estrategias sobre las prácticas de primeros auxilios que se deben tomar en caso de emergencias.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alles, M. (2008). *Comportamiento organizacional: cómo lograr un cambio cultural a través de Gestión por competencias*. Buenos Aires: Granica S.A.

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. (2004). *Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*. España: AECA.

CALTUR. (2007). *Manual de Buenas Prácticas: Guías de Turismo y Operación Turística*. Lima: Ministerio de Comercio exterior y Turismo.

Canahuire Montufar, E. M. (2015).

Carrión, S. (2003). *Curso de Master en PNL*. Barcelona: Obelisco.

DIRCETUR. (2009). *Manual de calidad turística para guías de turistas*. Cusco: UNIGRAF.

Drucker, P. (12 de Enero de 1990). *Satisfacción del Cliente, Gestión de proyectos y desarrollo de software*. Obtenido de [//jummp.wordpress.com/2010/11/16/peter-drucker-y-](http://jummp.wordpress.com/2010/11/16/peter-drucker-y-)

Egan, G. (1996). *El valor agregado de los empleados en las organizaciones*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.

García, J. (2003). *El comportamiento humano en las organizaciones*. Perú: Universidad del Pacífico.

Garibay, C. (2006). *Manual de Primeros Auxilios*. Salamanca: Comité logístico de Dirección Nacional de Protección Civil y Administración de desastres.

Giraldo, K. (12 de Abril de 2015). *Mentalidad Sin Límites*. Obtenido de <https://www.kathegiraldo.com/cordialidad/>



- González, I. (2000). *Conservación de bienes culturales. Teoría, historia, principios y normas*. Madrid: Manuales Arte Cátedra.
- Harrington, M. (11 de Agosto de 1997). *La satisfacción del cliente y su importancia para la empresa* . Obtenido de [calidad-gestion.com.ar/boletin/65\\_satisfacci3n del cliente.html](http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfacci%C3%B3n_del_cliente.html)
- La República. (07 de Noviembre de 2019). *Cusco: Turistas prefieren montaña de colores y laguna Humantay*. Obtenido de <https://larepublica.pe/sociedad/2019/11/07/cusco-turistas-prefieren-montana-de-colores-y-laguna-humantay-lrsd/>
- Lesur, L. (2006). *Manual del Guía de Turistas: una guía paso a paso*. México: Trillas.
- Linares , A. V. (2007). Hospitalidad y gastronomía. *Conexión*, 20.
- Martínez, P. (1999). *Las actitudes de los maestros en la formación inicial de la comunidad valenciana hacia el medio ambiente*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Maza, M. (18 de Setiembre de 2018). *UnProfesor*. Obtenido de <https://www.unprofesor.com/lengua-espanola/diferencias-entre-lengua-e-idioma-1706.html>
- Nonaka, I. (1995). *La organizacion creadora de conocimiento*. New York: Oxford University Press.
- OMT. (1998). *Introduccion al turismo*. España: OMT.
- Panosso, A., & Lohman, G. (2012). *Teoría del turismo Concepto, Modelos y Sistemas*. México: Trillas turismo.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A., & Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Díaz de Santos.



R.Bisquerra. (2000). *Educación emocional y bienestar*. Barcelona: Praxis.

Rabotić, B. (27 de Mayo de 2008). *Tourist Guides as Cultural Heritage Interpreters: Belgrade Experience with Municipality-sponsored Guided Walks for Local Residents*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/7215>

Reynoso Casian , B. (2018). *Actividad turística e identidad Wixárika en la colonia Zitakua en Tepic, Nayarit*. México: Universidad Autónoma de Nayarit.

Ritchie, B. (2009). Understanding and Meeting the Challenges of Consumer/Tourist Experience Research. *International Journal of Tourism Research*, 111-126.

Vitez, O. (1 de Julio de 2012). *La Voz de Houston*. Obtenido de <https://pyme.lavoztx.com/significado-de-profesionalismo-y-tica-del-trabajo-4375.html>

Zarate, I. (2003). *Valores, civismo familia y sociedad*. México: San Martín Domínguez Editores S.C.



**ANEXOS**



**A. Matriz de consistencia**

Problemas	Objetivos	Variables	Dimensiones	Metodología
<p><b>P.G:</b> ¿Cuál es la percepción del turista respecto a los servicios turísticos de los guías de turistas en la Laguna Humantay del Cusco – 2020?</p>	<p><b>O.G:</b> Determinar la percepción del turista respecto a los servicios turísticos de los guías de turistas en la Laguna Humantay del Cusco – 2020</p>	<p><b>Servicios turísticos de los guías de turistas</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios turísticos</li> <li>• Valores del Guía</li> <li>• Aptitudes del Guía</li> <li>• Habilidades del Guía</li> </ul>	<p><b>Tipo de investigación</b> Descriptiva</p> <p><b>Diseño de la investigación</b> La presente investigación tendrá un diseño no experimental</p> <p><b>Enfoque de la investigación</b> Cuantitativo</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>P.E.1:</b> ¿Cómo son los servicios turísticos de los guías de turistas en la Laguna Humantay del Cusco – 2020?</li> <li>• <b>P.E.2:</b> ¿Cuáles son los valores de los guías de turistas que laboran en la Laguna Humantay del Cusco – 2020?</li> <li>• <b>P.E.3:</b> ¿Cuáles son las aptitudes de los guías de turistas que laboran en la Laguna Humantay del Cusco – 2020?</li> <li>• <b>P.E.4:</b> ¿Cuáles son las habilidades de los guías de turistas que laboran en la Laguna Humantay del Cusco – 2020?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>O.E.1:</b> Conocer los servicios turísticos de los guías de turistas en la Laguna Humantay del Cusco – 2020.</li> <li>• <b>O.E.2:</b> Describir los valores de los guías de turistas que laboran en la Laguna Humantay del Cusco – 2020.</li> <li>• <b>O.E.3:</b> Describir las aptitudes de los guías de turistas que laboran en la Laguna Humantay del Cusco – 2020.</li> <li>• <b>O.E.4:</b> Describir las habilidades de los guías de turistas que laboran en la Laguna Humantay del Cusco – 2020.</li> </ul>			



**B. Instrumento de recolección de datos**

**UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO  
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**SERVICIOS TURÍSTICOS DE LOS GUÍAS Y LA PERCEPCIÓN DEL TURISTA EN LA LAGUNA  
HUMANTAY DEL CUSCO - 2020**

Estimado(a), el presente cuestionario es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información, acerca de los **Servicios turísticos de los guías y la percepción turística**, ROGAMOS LA MÁXIMA SINCERIDAD EN SUS RESPUESTAS.

- 1 = Muy Bien**
- 2 = Bien**
- 3 = Regular**
- 4 = Malo**
- 5 = Muy Malo**

	<b>AREA EVALUADA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>SERVICIOS TURÍSTICOS DE LOS GUÍAS</b>						
<b>Servicios Turísticos</b>	1 ¿Cómo califica usted el dominio de idiomas de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?					
	2 ¿Cómo califica usted el profesionalismo de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?					
<b>Valores del guía</b>	3 ¿Cómo califica usted la honestidad de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?					
	4 ¿Cómo califica usted la responsabilidad de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?					
	5 ¿Cómo califica usted la cordialidad en el trato de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?					
	6 ¿Cómo califica usted la buena presencia de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?					



	7 ¿Cómo califica usted la identidad cultural de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?					
Aptitudes del guía	8 ¿Cómo califica usted las actitudes del servicio de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?					
	9 ¿Cómo califica usted los conocimientos aplicados en el servicio de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?					
Habilidades del Guía	10 ¿Cómo califica usted los aspectos de comunicación el servicio de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?					
	11 ¿Cómo califica usted las relaciones interpersonales en el servicio de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?					
	12 ¿Cómo califica usted la práctica de primeros auxilios en el servicio de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?					





C. Matriz de instrumentos

Dimensión	Indicadores	Peso	N° De Ítems	Ítems	Escala de calificación
<b>Servicios turísticos</b>	Profesionalismo Idiomas	17%	2	1 ¿Cómo califica usted el profesionalismo de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?	1 = Muy Bien 2 = Bien 3 = Regular 4 = Malo 5 = Muy Malo
				2 ¿Cómo califica usted el profesionalismo de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?	
<b>Valores del Guía</b>	Honestidad Responsabilidad Cordialidad en el trato. Buena presencia. Identidad cultural.	41%	5	3 ¿Cómo califica usted la honestidad de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?	
				4 ¿Cómo califica usted la responsabilidad de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?	
				5 ¿Cómo califica usted la cordialidad en el trato de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?	
				6 ¿Cómo califica usted la buena presencia de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?	
				7 ¿Cómo califica usted la identidad cultural de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?	
<b>Aptitudes del Guía</b>	Actitud de servicio Conocimientos aplicados al Turismo	17%	2	8 ¿Cómo califica usted las actitudes del servicio de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?	
				9 ¿Cómo califica usted los conocimientos aplicados en el servicio de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?	
<b>Habilidades del Guía</b>	Comunicacionales. Relaciones interpersonales. Práctica de primeros auxilios	25%	3	10 ¿Cómo califica usted los aspectos de comunicación el servicio de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?	
				11 ¿Cómo califica usted las relaciones interpersonales en el servicio de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?	
				12 ¿Cómo califica usted la práctica de primeros auxilios en el servicio de los guías al realizar el guiado en la ruta a la laguna Humantay del Cusco- 2020?	
<b>TOTAL</b>		100%	12		