



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



Tesis

**CONDUCCION DE GRUPOS EN BICICLETA EN LA RUTA MARAS – MORAY Y
LA SATISFACCION DEL TURISTA CUSCO 2020**

Presentado por:

Bach. Daniel Abraham Terrazas Quispe

Para optar al título profesional de

Licenciado en Turismo

Asesor:

Mgt. Raul Uscachi Santos

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 “CONDUCCION DE GRUPOS EN BICICLETA EN LA RUTA MARAS – MORAY Y LA SATISFACCION DEL TURISTA CUSCO 2020”, para optar al Título Profesional de Licenciado en Turismo.

La investigación realizada tiene la finalidad de medir el grado de influencia que genera la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, en la satisfacción de los turistas que acceden a este servicio, es por ello que se recolectara datos, para poder evidenciar la situación actual de la satisfacción del turista.

Bach. Daniel Abraham Terrazas Quispe



AGRADECIMIENTOS

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Andina del Cusco, por haberme forjado profesionalmente, de igual forma mi reconocimiento a todos los docentes de esta universidad que me supieron dar buenas enseñanzas, y en especial a la asesor Mgt. Raul Uscachi Santos por su asesoramiento y consejos para que se logre este Trabajo de Investigación en la que puse mucho esfuerzo, coraje y valentía, como inicio de mi vida profesional.

Bach. Daniel Abraham Terrazas Quispe



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. Daniel Abraham Terrazas Quispe



INDICE GENERAL

PRESENTACIÓN.....	I
AGRADECIMIENTOS.....	II
DEDICATORIA.....	III
INDICE GENERAL	IV
ÍNDICE DE TABLAS.....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	IX
RESUMEN.....	X
ABSTRACT.....	XI
CAPITULO I: INTRODUCCION	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.2.1 Problema General.....	4
1.2.2 Problemas Específico.....	5
1.3 JUSTIFICACIÓN	5
1.3.1 Relevancia Social.....	5
1.3.2 Implicancias Prácticas.....	5
1.3.3 Valor Teórico	6
1.3.4 Utilidad Metodológica	6
1.3.5 Viabilidad o factibilidad	6
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.4.1 Objetivos Generales	6
1.4.2 Objetivos Específicos.....	7



1.5 DELIMITACIONES DEL ESTUDIO	7
CAPITULO II: MARCO TEORICO.....	9
2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	9
2.2 BASES TEÓRICAS	20
2.2.1 Conducción de grupos.....	20
2.2.2 Satisfacción turística	27
2.2.3 Norma peruana que rigie el desarrollo turístico.....	31
2.3 HIPÓTESIS	36
2.3.1 Hipótesis General.....	36
2.3.2 Hipótesis Específicos	37
2.4 VARIABLES	37
2.4.1 Operacionalización de Variables	38
2.5 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	40
CAPITULO III: METODO	42
3.1 DISEÑO METODOLÓGICO	42
3.2 UNIDAD DE ESTUDIO	42
3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	43
CAPÍTULO IV	44
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	44
4.1 PRESENTACIÓN Y FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO APLICADO	44
4.1.1 Presentación del instrumento	44
4.1.2 Fiabilidad del instrumento	45
4.2 CONDUCCIÓN DE GRUPOS.....	46
4.2.1 Resultados de las dimensiones de la variable conducción de grupos	46



4.2.1	Resultados de la variable conducción de grupos	59
4.3	SATISFACCIÓN TURÍSTICA	60
4.3.1	Resultados de las dimensiones de la variable satisfacción turística	60
4.3.2	Resultados de la variable satisfacción turística.....	71
4.4	PRUEBAS DE HIPÓTESIS	72
4.4.1	Resultados para la relación entre las dimensiones de la variable satisfacción turística y la variable conducción de grupos.....	72
4.4.2	Resultados para la relación entre la variable conducción de grupos y la variable satisfacción turística.....	76
CAPÍTULO V.....		78
DISCUSIÓN Y PROPUESTA		78
5.1	DISCUSIÓN	78
5.1.1.	Descripción de los hallazgos más relevantes	78
5.1.2.	Limitaciones del estudio	79
5.1.3.	Comparación crítica con la literatura existente.....	80
5.1.4.	Implicancias del estudio.....	81
5.2	PROPUESTAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	81
5.2.1.	Nombre de la Propuesta: Capacitaciones sobre el Guiado y conducción de grupos en la ruta Maras – Moray	81
5.2.2.	Nombre de la Propuesta: Encuestas periódicas a los turistas sobre temas de “Guiado y conducción de grupos ruta Maras – Moray”.	83
CONCLUSIONES.....		85
RECOMENDACIONES		87
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		89



ANEXOS.....	93
A. MATRIZ DE CONSISTENCIA	94
B. MATRIZ DE INSTRUMENTOS	95
C. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	97
D. PROCEDIMIENTO DE LA BAREMACIÓN.....	100
E. RESULTADOS DE LOS ÍTEMS DEL CUESTIONARIO PARA LA VARIABLE CONDUCCIÓN DE GRUPOS	101



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cuadro de operacionalización de variables	38
Tabla 2 Distribución de los ítems del cuestionario	44
Tabla 3 Descripción de la Baremación y escala de interpretación	45
Tabla 4 Estadísticas de fiabilidad	46
Tabla 5 Guiar y conducir	47
Tabla 6 Brindar información sobre los puntos de interés	50
Tabla 7 Acompañamiento en almuerzos y/o cenas	52
Tabla 8 Asistir al turista	54
Tabla 9 Orientar y asesorar al turista	57
Tabla 10 Conducción de grupos	59
Tabla 11 Fiabilidad	60
Tabla 12 Capacidad de respuesta	63
Tabla 13 Seguridad	65
Tabla 14 Empatía	67
Tabla 15 Tangibilidad	69
Tabla 16 Satisfacción turística	71
Tabla 17 Fiabilidad y conducción de grupos	73
Tabla 18 Capacidad de respuesta y conducción de grupos	73
Tabla 19 Seguridad y conducción de grupos	74
Tabla 20 Empatía y conducción de grupos	75
Tabla 21 Tangibilidad y conducción de grupos	76
Tabla 22 Conducción de grupos y satisfacción turística	76



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Guiar y conducir.....	47
Figura 2: Brindar información sobre los puntos de interés.....	50
Figura 3: Acompañamiento en almuerzos y/o cenas	52
Figura 4: Asistir al turista	54
Figura 5: Orientar y asesorar al turista.....	57
Figura 6: Conducción de grupos	59
Figura 7: Fiabilidad.....	60
Figura 8: Capacidad de respuesta	63
Figura 9: Seguridad.....	65
Figura 10: Empatía.....	67
Figura 11: Tangibilidad.....	69
Figura 12: Satisfacción turística.....	71



RESUMEN

Esta investigación se centró en la conducción de grupos en bicicletas las cuales dan un recorrido en la ruta Maras y Moray, dicho sector es muy turístico, pero pocas agencias se preocupan por la satisfacción de turista, es por ello que se identificaron los principales aspectos que ayudan a fortalecer la satisfacción del turista. El objetivo es describir de qué manera se relaciona la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray se relaciona con la satisfacción del turista Cusco 2020. La metodología utilizada es de tipo correlacional, tiene un enfoque cuantitativo, el tamaño de la muestra es de tipo no probabilístico por lo que la población muestral estuvo conformada por 80 turistas de distintas nacionalidades, los cuales hicieron el servicio de Maras y Moray. Cuyos resultados hallados, sobre la pregunta sobre la variable conducción de grupos respondida por los turistas, indica que el 67.5% de los turistas indican que la conducción de grupos es regular, la pregunta sobre la variable satisfacción turística respondida por los turistas, indica que el 81.3% de los turistas indican que están poco satisfechos, el 13.8% de los turistas indican que es están satisfechos, y por último el 5.0% de los turistas indican que están insatisfechos. Se llegó a concluir que se rechaza la hipótesis general nula (H_0), debido a que el valor de $p=0.001 < 0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.070, es decir la conducción de grupos se relaciona significativamente en la satisfacción turística en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020, se puede considerar que esta asociación es estadísticamente significativa con un nivel de confianza del 95%.

Palabras claves: Conducción, Bicicleta, Maras, Moray, Satisfacción, Turista



ABSTRACT

This research focused on driving groups on bicycles that take a tour on the Maras and Moray route, this sector is very touristic, but few agencies are concerned with tourist satisfaction, which is why the main aspects that They help to strengthen tourist satisfaction. The objective is to describe how the driving of groups by bicycle on the Maras - Moray route is related to the satisfaction of the tourist Cusco 2020. The methodology used is correlational, it has a quantitative approach, the sample size is of a non-probabilistic type, so the sample population was made up of 80 tourists of different nationalities, who made the service of Maras and Moray. Whose results found, on the question about the variable group driving answered by tourists, indicates that 67.5% of tourists indicate that group driving is regular, the question on the variable tourist satisfaction answered by tourists, indicates that the 81.3% of tourists indicate that they are dissatisfied, 13.8% of tourists indicate that they are satisfied, and lastly 5.0% of tourists indicate that they are dissatisfied. It was concluded that the null general hypothesis (H_0) is rejected, because the value of $p = 0.001 < 0.05$, in the Chi-square test, where the degree of relationship using the Spearman correlation is 0.070, that is, the Group driving is significantly related to bicycle tourist satisfaction on the Maras - Moray route, Cusco 2020, this association can be considered to be statistically significant with a confidence level of 95%.

Keywords: Driving, Bicycle, Maras, Moray, Satisfaction, Tourist



CAPITULO I: INTRODUCCION

1.1 Planteamiento del Problema

La Secretaria de Turismo de México define a la conducción de grupo como “aquellas personas que proporcionan al turista nacional o extranjero, orientación e información profesional sobre el patrimonio turístico, cultural y de atractivos relacionados con el turismo, así como servicios de asistencia; el cual puede prestar sus servicios bajo la modalidad de guía general o guía especializado en un tema o localidad específica de carácter cultural.” (Martinez, 2012)

Según (PortalTurismo, 2019), indica que para mejorar la satisfacción del turista se consideró necesario “formar, capacitar, actualizar y afianzar competitivamente al capital humano en el turismo, destrabar las inversiones públicas y privadas en infraestructura turística, asegurar la demanda proveniente de países importantes del mundo por su capacidad de gasto diario, optimizar el interés de las aerolíneas en hacer vuelos directos al país, y fomentar una alta cultura cívica, del cuidado de nuestro medio ambiente, de conservación de nuestro patrimonio histórico-cultural, y de trato al turista para aspirar a captar a más de 5 millones de turistas durante el 2020, y fomentar el turismo interno pues nadie ama lo que no conoce”, acotó.

En la ciudad del Cusco el 2018, un turista que había visitado Cusco volvía con un 78% de satisfacción a su hogar de origen. Un porcentaje de complacencia importante. Pero este año la satisfacción bajó. Un visitante alcanza un 74% de agrado durante su estadía en la capital del Tahuantinsuyo. Hubo una reducción de 4%. Mientras que la insatisfacción pasó de 22% a 26% en ese mismo periodo. Aunque parezca una caída poco significativa, para un sector altamente sensible como el turismo es alarmante. El director de Comercio Exterior y Turismo, Rosendo Baca, mostró preocupación por la reducción en 4% en la de



satisfacción del turista. “Eso es grave para una actividad tan sensible como el turismo. Nos preocupa que eso pase, porque provocará una reducción del flujo turístico. Cada turista insatisfecho lo hace saber en su país”, precisó. (La República, 2019)

La ruta a estudiar está comprendida por una ruta que comprende entre el ramal de Cruz Pata hacia los sitios turísticos como son Moray y Maras, una vez bajando del transporte se empieza a ordenar todos los equipos para los clientes esto comprende la bicicleta, casco, guantes, rodilleras, los cuales se les entregara a los clientes acorde a su respectiva talla siendo talla “XL”, “L”, “M”, “S”, Y “XS”. Una vez entregado todo correspondiente para su uso pasamos al briefing o detalles de toda la ruta. Luego de todos los detalles y preguntas por responder se empieza el tour de bicicleta empezando desde el ramal de Cruz Pata bajando por la carretera afirmada hacia la laguna de Huaypo la cual comprende un terreno semiplano en los cuales transcurre unos 20 minutos aproximadamente, parando a los bordes de la laguna para que los clientes puedan disfrutar del paisaje, después se continua la actividad para pasar el pueblo de Patabamba donde se descansa y aprovecha para hidratarse, después de unos minutos de relajarse se continua por la carretera afirmada pasando por las faldas del cerro Ayhuairo de la estampida Maras, para así bordear e ir con dirección a la carretera de va para el centro arqueológico de Moray la cual se cruza y se continua para el caserío Rosalinas pasando así este y llegar al centro arqueológico de Moray el cual es considerado por algunos especialistas como el primer laboratorio agrícola en el que se realizaba prácticas de adecuación climática de las distintas especies andinas, actualmente se tiene veinte sectores que se suponen que fueron para el uso de cultivos en el tiempo incaico, donde con los tickets de ingreso correspondiente se entra a explicar la gran Azaña Inca. Después del recorrido continuamos la actividad de bicicleta para el pueblo de Maras conocido como el pueblo de las portadas desarrollando la actividad por carretera afirmada y caminos de herradura el cual toma 40 minutos



aproximadamente y donde se para para ir a los baños e comer algún snack, luego de esto para pasar al downhill o descenso hasta llegar a las minas de sal conocidas como Salineras de Maras, este lugar turístico está compuesto por más de 3 000 pozas de sal que cuenta con propietarios de los lugares cercanos; que se encargan del mantenimiento de cada una de las pozas de sal. Los propietarios también hacen uso de la Sal para poder comercializarlo en diferentes lugares del Cusco, el Perú e incluso para la exportación.

En las salineras es donde se termina la actividad de conducción en bicicleta toda la actividad de bicicleta se realiza por un promedio de 3 horas aproximadamente y estos lugares están conectados por una carretera afirmada y sendos caminos que cumplen con las características para la práctica del turismo de aventura en la modalidad de bicicletas..

La problemática actual identificada en la ruta Maras – Moray, es la insatisfacción percibida por parte de los turistas que realizan actividades de ciclismo en esta ruta, esta problemática se ve relacionado directamente con la conducción de grupos por parte de los guías, se percibe por parte de los turistas que el guía no tiene una adecuada metodología para guiar y conducir grupos de turistas, de igual manera no tiene la empatía para poder brindar información sobre los puntos de interés en algunas zonas de esta ruta, se nota también que no se tiene la debida preparación para poder asistir a un turista en casos de percances que puedan suceder como accidentes, fallas de las bicicletas, entre otros, y por último se tiene que los turistas al ser muy curiosos consultan distintas observaciones y los guías no le dan la debida orientación ni mucho menos una asesoría sobre su consulta, todo esto debido primeramente a la informalidad de la actividad turística en esta modalidad de turismo de aventura, puesto que no existe un control adecuado de los guías que laboran en esta ruta por parte de los entes deontológicos como el COLITUR, asociaciones de guías y por sobre todo la DIRCETUR quien reglamenta la labor turística en nuestra región, por otro lado las agencias de viajes que operan esta modalidad de turismo, por el simple hecho



de minimizar costos contratan esta clase de guías, y es por estos detalles que los turistas no se sienten totalmente satisfechos con su experiencia al recorrer esta ruta turística Maras – Moray.

Las consecuencias de seguir con esta problemática será la falta de interés por parte de los turistas, quienes ya no querrán realizar esta actividad ciclística en esta ruta turística Maras – Moray, por otro lado la economía del lugar se verá afectada puesto que de una u otra manera los turistas adquieren algunos productos del pueblo y paradores turísticos en el área esto debido a la insatisfacción que se genera por la inadecuada conducción de grupos por parte de los guías, otro consecuencia será que se perderá la esencia de poder realizar esta ruta de otra manera, ya que mediante la actividad ciclística se tiene una mayor visión de la armonía del paisaje y se aprende un poco más de estos atractivos turísticos.

Para solucionar dicha problemática se debe de realizar una capacitación con mayor enfoque en guiar y conducir grupos, para que el guía pueda tener las herramientas necesarias para desarrollar de manera óptima la conducción de grupos, así mismo se debe realizar charlas por parte de las agencias y sectores públicos sobre la asistencia a los turistas por parte de los guías, para poder sopesar de algunas situaciones que podrían ocurrir en esta ruta turística, de esta manera se tendrá una mayor confianza con el turista y sobretodo se generara la satisfacción turística que se desea en esta importante ruta turística comprendida entre Maras – Moray a través de la actividad ciclística.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿Cómo la conducción de grupos en bicicleta se relaciona con la satisfacción del turista en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020?



1.2.2 Problemas Específico

- ¿Cómo la fiabilidad se relaciona con la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020?
- ¿Cómo la capacidad de respuesta se relaciona con la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020?
- ¿Cómo la seguridad se relaciona con la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020?
- ¿Cómo la empatía se relaciona con la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020?
- ¿Cómo la tangibilidad se relaciona con la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020?

1.3 Justificación

1.3.1 Relevancia Social

El presente estudio es relevante, ya que la población de la localidad de Maras – Moray contarán con mayores visitas turísticas debido a la existencia de un grupo especializado en conducción de grupos de los guías de bicicleta al desarrollar esta actividad la satisfacción del turista será mayor ya que este está dispuesto a realizar nuevas actividades recreativas en la zona.

1.3.2 Implicancias Prácticas

El estudio está orientado a la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras - Moray y a la satisfacción del turista, tuvo una implicancia práctica ya que permitirá a las agencias ampliar sus paquetes turísticos y permitirá que la municipalidad de la zona mejore sus accesos viales a estos atractivos turísticos.



1.3.3 Valor Teórico

La presente investigación se realizó con una extensa revisión teórica y literaria de autores expertos en los temas a abordar como son las variables de conducción de grupos y satisfacción del turista, todo ello con el fin de obtener mayores conocimientos y desarrollar ampliamente la investigación.

1.3.4 Utilidad Metodológica

El presente estudio tiene utilidad metodológica ya que se desarrolló una investigación de tipo descriptivo – correlativo entre las variables de conducción de grupos y la satisfacción del turista, con un enfoque cuantitativo - no experimental - transversal, todo ello se desarrollará con el uso de técnicas e instrumentos como son la observación y las encuestas lo cual permitirá obtener datos del ámbito de estudio.

1.3.5 Viabilidad o factibilidad

Realizar el presente estudio es factible ya que los pobladores de la localidad de Maras y Moray están interesados en que se realice estudios en la zona para elevar los índices de turismo y así mejorar su calidad de vida, también el tesista cuenta con recursos económicos, con un amplio conocimiento y con diferentes capacidades que permiten el desarrollo de esta investigación.

1.4 Objetivos de la Investigación

1.4.1 Objetivos Generales

Determinar cómo se relaciona la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray se relaciona con la satisfacción del turista Cusco 2020.



1.4.2 Objetivos Específicos

- Determinar cómo la fiabilidad se relaciona con la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.
- Analizar cómo la capacidad de respuesta se relaciona con la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.
- Describir cómo la seguridad se relaciona con la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.
- Determinar cómo la empatía se relaciona con la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.
- Analizar cómo la tangibilidad se relaciona con la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.

1.5 Delimitaciones del Estudio

a) Delimitación Espacial

La presente investigación se realizó en la ruta turística Maras – Moray, la cual está ubicada en los distritos de Maras y Moray, de la provincia de Urubamba del departamento del Cusco.



Figura 1 Mapa Maras – Moray

Fuente: Adventure Awaits Us



b) Delimitación Temporal

La presente investigación se desarrolló en el periodo del año 2020, en la cual se contaron con la participación de los turistas y agencias de viajes que realicen actividades en la ruta turística Maras – Moray.



CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes del Estudio

Antecedentes Internacionales 01

Título: Guía de estudio: Conducción de Grupos en la Naturaleza

Autora: Margarita Hernández Valverde

Universidad: Universidad Estatal a Distancia

Lugar y Año: Costa Rica - 2010

Conclusiones:

- La interpretación ambiental consiste en un enfoque de comunicación que busca explicar o mostrar el significado de algún lugar, un recurso natural u objeto patrimonial. Las técnicas interpretativas poseen una enorme utilidad para la transmisión de conocimientos especializados a distintos tipos de audiencias, desde niños hasta personas de la tercera edad; estudiantes universitarios hasta personas sin estudios formales, para todos estos grupos hay una manera de interpretar los recursos naturales de cualquier lugar. Para la interpretación se requiere el dominio de diferentes técnicas, pero sobre todo se requiere un enorme deseo de transmitir a las personas el valor de los lugares de manera que esta información que se brinda sea efectiva y fácil de comprender.
- Para lograr ser excelentes conductores en áreas naturales es esencial que los conocimientos que se adquirirán a lo largo de este curso se practiquen en todas las oportunidades posibles, pues solamente la práctica hace que lo que se estará estudiando sea aprovechado al máximo.

Opinión personal

Esta investigación será de gran aporte para la investigación, debido a que se tendrá un panorama más amplio sobre las principales tareas que tiene el encargado de realizar una



conducción de grupos en la naturaleza, de esta manera se podrá realizar una comparación con las habilidades que tienen los guías en nuestra investigación.

Antecedentes Internacionales 02

Título: Valoración de la satisfacción, el desempeño y la imagen del destino por los guías de turismo

Autora: Clara Esperanza Osorio Dussán

Universidad: Universidad Las Palmas de Gran Canaria

Lugar y Año: España - 2017

Conclusiones:

- La guianza turística es una actividad que presenta una gran expectativa como fuente de trabajo y desarrollo profesional para muchas personas ubicadas en la cadena de valor del sistema turístico, en la cual el guía y su actividad es, por otra parte, poco reconocida y apoyada, a pesar del importante eslabón que éste significa. El guía de turismo constituye una de las tarjetas de presentación, y un instrumento de comunicación y generación de experiencias, más importantes con las que cuentan los destinos turísticos. Por ello, el estudio de las condiciones en las que se desenvuelve su trabajo de guianza resulta fundamental para mejorar la comunicación del destino a los visitantes, y proporcionarles así altos índices de satisfacción con la visita al destino.
- Esta investigación ha tratado de descubrir las condiciones sobre las cuales el guía de turismo desarrolla la actividad, considerando las relaciones intrínsecas y extrínsecas al realizar la guianza, así como su relación con el destino turístico en el que realiza la actividad. En esta investigación se abordan aspectos no tratados en investigaciones anteriores sobre la actividad de los guías de turismo, destacando la valoración del desempeño y la calidad de la interpretación del patrimonio natural y cultural, la



consideración del papel de las emociones y de la esperanza en el trabajo en la satisfacción y el desempeño de la actividad, así como la influencia de la imagen destino percibido por el guía sobre la satisfacción y el desempeño del guía.

- Así pues, de las aportaciones académicas del trabajo destacan la indagación de los factores que inciden en la imagen del guía de turismo como agente transmisor de esta imagen a los turistas finales, la aplicación de una escala para medir el constructor de la esperanza en el trabajo o auto superación, así como el diseño y análisis de una escala para medir el constructor de la calidad de la interpretación del patrimonio natural y cultural, como elemento estructural de la calidad de la guianza turística diferencial y con objetivos.

Opinión personal

En esta investigación se podrá encontrar puntos claves para determinar cómo los guías de turismo realizan su labor, de esta manera se podrá obtener las principales herramientas que utilizan para poder tener una satisfacción positiva y de esta manera realizar una propuesta para los guías de nuestra investigación.

Antecedentes Internacionales 03

Título: El guía profesional de turismo como elemento clave de la calidad del servicio turístico de guianza

Autora: Srta. Aracelly Viviana Mayorga Vera

Universidad: Universidad Tecnológica Equinoccial

Grado: Título de Guía Profesional de Turismo

Lugar y Año: Quito – Ecuador - 2011

Conclusiones:

De la presente investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:



- El Guía Profesional de Turismo es un elemento clave del Servicio Turístico mediante la gestión eficaz de sus actividades en un marco de formación integral en donde se conjugan sus conocimientos, destrezas, habilidades y capacidad humana.
- Tomando en consideración la problemática de las actividades Turísticas en el Ecuador, donde, si bien es cierto se puede ver una manifestación de satisfacción, por parte de los Turistas (nacionales y extranjeros) con la labor del Guía Turístico, ésta aún no se ha definido como excelente, y se podría perfeccionar.
- Se observa también que un porcentaje comprendido entre el 30% y 40 %, de las personas que en la actualidad desarrollan las labores de Guías Turísticos no tienen la formación académica profesional o no han realizado cursos de actualización.

Opinión personal

En esta investigación podremos observar las principales claves de servicio de calidad que utiliza el guía de turismo, de esta manera se podrá determinar cuáles de estas estrategias serán las mejores para poder recomendar a los guías en nuestra investigación para generar mayor satisfacción en los turistas.

Antecedentes Nacionales 01

Título: Análisis de la satisfacción del turista y de los operadores locales de turismo de la provincia de Ica respecto al servicio ofrecido por los guías de turismo

Autora: Nilda Rosa Barrutia Montoya

Universidad: Universidad San Martín de Porras

Grado: Maestra en Marketing Turístico y Hotelero

Lugar y Año: Lima - 2017

Conclusiones:

- Respecto a los turistas usuarios del servicio: En base a los hallazgos encontrados en la investigación se ha logrado determinar que el nivel de satisfacción del turista de



la provincia de Ica respecto al servicio ofrecido por los Guías de turismo se encuentra en un nivel medio, el mismo que está fundamentado por la media aritmética de 88,15 puntos lográndose cumplir, por lo tanto, el objetivo planteado.

- Respecto a los operadores de turismo: Se ha logrado apreciar mediante los resultados obtenidos que el nivel de satisfacción de los operadores locales de turismo de la provincia de Ica respecto al servicio ofrecido por los Guías de turismo es alto, el cual es respaldado por la media aritmética de 105,71 puntos; lográndose cumplir, por lo tanto, el objetivo planteado.
- Diferencia entre ambas apreciaciones: Finalmente, con los resultados obtenidos de pudo comprobar que si existe diferencia significativa en el nivel de satisfacción de los turistas y operadores locales de turismo de la provincia de Ica respecto al servicio ofrecido por los guías de turismo, ya que el nivel de satisfacción de los operadores locales de turismo se encuentran con un mayor porcentaje ubicándose en la categoría alto en comparación a la satisfacción de los turistas quienes se ubicaron en la categoría medio, dicha diferencia es de 17,56 puntos de la media aritmética, cifra que nos permite dar como cumplido el objetivo que en el estudio había planteado.

Opinión personal

En este estudio se analizarán los resultados que se obtuvieron tanto en la satisfacción del turista como en el servicio brindado para que podamos rescatar los aspectos positivos y ponerlos en las recomendaciones a los guías de turismo, e identificar los aspectos negativos para poder mejorarlos en la práctica del guiado a los turistas.

Antecedentes Nacionales 02

Título: “Estudio de la satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de Barrio Florido y Alrededores, Periodo 2014”

Autores: Bach. Luisa Andrea Díaz Pérez & Bach. Giovana Lucero Lama Núñez



Universidad: Universidad Nacional de la Amazonía Peruana

Grado: Licenciada En Negocios Internacionales y Turismo

Lugar y Año: Iquitos - 2015

Conclusiones:

- El mayor número de turistas provienen del continente “Europeo”, tales como Alemania, España y Francia. Sin embargo, Estados Unidos también es uno de los países que concentran el mayor número de turistas que visitan estas zonas. Asimismo, se evidenció que existe poca afluencia de turistas provenientes de los países vecinos.
- Más del 60% de los turistas que visitan Barrio Florido y Alrededores son jóvenes con grado de instrucción universitario, que se encuentran entre los rangos de 21 a 30 años de edad. Asimismo, en cuanto al género, se ha evidenciado que tanto el género masculino como femenino visitaron la zona de estudio.
- Respecto al nivel de satisfacción acorde a las expectativas del turista del servicio brindado, el nivel de satisfacción con mayor cifra fue la alternativa “algo satisfechos” con una representación porcentual del 40% aproximadamente, lo que significa, que más del 40% de los turistas extranjeros se sintieron algo satisfechos con su visita a Barrio Florido y alrededores, lo que confirma que se colmó gran parte de sus expectativas.
- Acorde al nivel de satisfacción respecto a la calidad del servicio recibido se obtuvo como resultado que la alternativa con mayor cifra fue el nivel “muy satisfechos”, dicho resultado engloba el trato de los pobladores, atención brindada, seguridad, confiabilidad, cuidado y protección de los recursos naturales. Esto significa que los visitantes disfrutaron su estancia porque estas zonas se mostraron acogedoras y



tranquilas, con pobladores amables y sencillos que aprovechan los recursos naturales de manera sostenible.

- Respecto a los resultados de la Oferta Turística, el nivel de satisfacción fue “muy satisfecho” por parte de los turistas hacia los atractivos (flora y fauna), los recursos naturales y culturales. Sin embargo, existe una contraparte negativa en cuanto al nivel de satisfacción respecto a la infraestructura y los servicios turísticos cuyo nivel fue “neutro”, puesto que estas zonas no cuentan con servicios de alojamientos y restaurantes adecuados para los turistas, hecho que genera que los visitantes no puedan pernoctar en estas zonas, quedándose sólo una horas. Asimismo, el servicio de transporte cuenta con carencias en cuanto a seguridad. Por otro lado, los puertos de llegada a estas zonas no cuentan con las condiciones adecuadas para el desplazamiento de los turistas.

Opinión personal

El presente estudio se utilizará como apoyo para podernos poner en contexto ya que es muy parecido a la realidad que se estudiara, así mismo se resaltara los principales atributos de satisfacción de los turistas para poder replicar en nuestra investigación y sea de suma importancia para la satisfacción de los turistas.

Antecedentes Nacionales 03

Título: “Nivel de satisfacción del turista nacional que visita el distrito de Cajamarca -2017”

Autora: Pérez Pérez Julissa Yudith

Universidad: Universidad Nacional de Cajamarca

Lugar y Año: Cajamarca - 2017

Conclusiones:

- La atracción y el mantenimiento de un flujo específico de turistas hacia un destino depende fuertemente de la satisfacción que se les dé. Mantener visitantes totalmente



satisfechos puede dar como resultado una serie de beneficios en favor de la actividad turística y de la localidad, como, por ejemplo: incrementar la posibilidad de que las personas repitan su visita, que recomiende el destino a sus conocidos o que haga publicidad positiva del lugar

- El perfil del turista que visita Cajamarca, atañe a los siguientes datos, el 53.2% son varones y el 46.8% damas, de los cuales el 45% corresponden a personas que oscilan entre las edades de 18 a 25 años, el 35% a pobladores de 26 a 40 años, el 19% a quienes tienen entre 41 y 60 años de edad y por último el 1% a aquellos que indican tener más de 60 años, además a nivel nacional proceden de las provincias de Cajamarca, Lima, Piura, La Libertad, Lambayeque, Tumbes, Arequipa y otros, a nivel internacional provienen de; España, Chile, Argentina, Alemania, y EE.UU.
- Finalmente, el rol que cumplen las autoridades Cajamarquinas involucradas en el sector turismo (DIRCETUR, POLTUR, DIGESA, etc), en cuanto se refiere a la fiscalización de los servicios turísticos que oferta el sector privado, es regular, pues de acuerdo a la investigación realizada, son los mismos turistas quienes califican el servicio en estándar medio, por alguna dolencia que estos presentan, sobre todo en atención al cliente e higiene, sin embargo a pesar de que se cuenta con entidades competentes para regular estos aspectos no realizan una fiscalización constante y reiterativa para poder revertir esta situación, así mismo, tampoco hacen mucho para poder mejorar la presentación y los servicios que prestan los diferentes atractivos turísticos en Cajamarca y mucho menos se preocupan en diversificar la oferta turística existente, a pesar del valioso potencial turísticos con el que se cuenta, sobre todo en nuestras provincias.



Opinión personal

La presente investigación es de suma importancia ya que el ámbito de estudio es un distrito al igual que en nuestra investigación, en los cuales se detallarán los principales atractivos y la razón por las cuales los turistas la visitan, de esta manera podremos ver cuáles son las principales estrategias que utilizan para poder tener niveles de satisfacción alto y poder replicar en nuestra investigación.

Antecedentes Local 01

Título: Nivel de satisfacción del turista por servicios en la ruta Cusco-Puno de la empresa de transporte turístico Cusco coaching 2017

Autora: Br. Edward Guillermo Quispe Farfán

Universidad: Universidad Andina del Cusco

Grado: Licenciado en Turismo.

Lugar y Año: Cusco - 2017

Conclusiones:

- Primera.- se ha verificado mediante la estadística descriptiva que la empresa de transporte turístico Cusco Coaching tiene un nivel de satisfacción de turistas en promedio 74% muy buena y 24 % bueno en indicadores de comodidad, limpieza del bus y puntualidad.
- Segunda.- la empresa de transporte turístico Cusco Coaching tiene un nivel de satisfacción de turistas en cuanto a elementos tangibles en promedio 76% muy bueno y en promedio 20% bueno en indicadores, presentación personal, funcionamiento de micrófono en el bus, aire acondicionado del bus, calefacción, funcionamiento del transporte, dispensador de desinfectante de manos instalado en el bus, el box lunch que se les provee y la provisión de botella de agua.



- Tercera.- la empresa de transporte turísticos Cusco Coaching tiene un nivel de satisfacción de turistas en cuanto a elementos intangibles en promedio 87% muy buena, en promedio el 11% buena en indicadores de seguridad a bordo del transporte, atención personalizada y confianza en las habilidades del piloto.

Opinión personal

La investigación se centra en el nivel de satisfacción que tienen los usuarios de una empresa de transporte, este estudio es muy importante ya que nos muestra el análisis de la satisfacción desde otro punto de vista como es el transporte, de esta manera podremos comparar nuestros resultados y poder ver en que estamos en nivel bajo y de esta manera mejorar.

Antecedentes Local 02

Título: “Calidad del Servicio y Satisfacción del Turista en la excursión a la montaña Vininkunca 2017”

Autora: Bach. Juvenal Callo Delgado

Universidad: Universidad Andina del Cusco

Lugar y Año: Cusco - 2017

Conclusiones:

- Primero. Según los resultados obtenidos en la investigación se determinó que el nivel de la calidad del servicio es bueno en un 32 % (Gráfico n° 29) y la satisfacción del cliente en la excursión a la montaña Vininkunca es muy buena en un 38.24% (Gráfico n° 28). Estos resultados positivos se deben al buen trabajo que realiza el guía en brindar un servicio de calidad durante la excursión a pesar de las deficiencias que presentan el personal de las agencias de viaje que venden la excursión a la montaña Vininkunca en el servicio pool.



- Segundo. Se confirmó que el nivel de la calidad del servicio pool que brindan las agencias de viaje del Cusco en la excursión a la montaña Vininkunca en relación a los elementos tangibles es buena en un 48.53% (Gráfico n° 30) debido a la buena higiene del equipamiento que tiene las agencias de viajes tour operadora en la excursión a la montaña Vininkunca.
- Tercero. Se confirmó que el nivel de la calidad del servicio pool que brindan las agencias de viaje del Cusco en la excursión a la montaña Vininkunca en relación a la confiabilidad es mala en un 29.41% (Gráfico n° 31) debido a la mala información que brindan el personal de ventas de las agencias de viajes acerca de la excursión a la montaña Vininkunca
- Cuarto. Se confirmó que el nivel de la calidad del servicio pool que brindan las agencias de viaje del Cusco en la excursión a la montaña Vininkunca en relación a la capacidad de respuesta es buena en un 38.24% (Gráfico n° 32) debido al esfuerzo que realiza el guía en estar dispuesto en el momento oportuno para atender las necesidades del turista durante la excursión a la montaña Vininkunca.
- Quinto. Se confirmó que el nivel de la calidad del servicio pool que brindan las agencias de viaje del Cusco en la excursión a la montaña Vininkunca en relación a la seguridad es muy buena en un 50% (Gráfico n° 33) este resultado se debe a la tranquilidad y firmeza que demuestran el guía y el conductor al turista durante la excursión a la montaña Vininkunca.
- Sexto. También se confirmó que el nivel de la calidad del servicio pool que brindan las agencias de viaje del Cusco en la excursión a la montaña Vininkunca en relación a la empatía es buena en un 47.06% (Gráfico n° 34) este resultado se debe a que el turista recibe comprensión de sus necesidades de parte del guía y conductor.



Opinión personal

Esta investigación es muy importante ya nos mostrara resultados más cercanos a nuestra investigación, puesto que se está realizando en un lugar muy visitado del departamento del Cusco, y se analizara como es el comportamiento de los turistas y se establecerán pautas para mejorar la satisfacción del turista.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Conducción de grupos

Servicio

El servicio es un proceso, una sucesión de acciones, un desempeño, un esfuerzo. El servicio se vende o se renta o se intercambia por otro servicio o se regala. Es un desempeño y, como tal, es intangible aun cuando intervengan algunos elementos perceptibles por los sentidos: visibles, tangibles, audibles, olfateables y degustables.

El servicio lleva inherente la limitación del tiempo. Es efímero. Es algo que ocurre y el usuario experimenta durante un lapso que siempre termina consumiéndose, aunque tenga consecuencias perdurables. El servicio ideal es aquel que se produce en poco tiempo y con mínimas molestias para el usuario, y luego tiene efectos positivos durante muy largo tiempo. Implica diseño y desarrollo del proceso del servicio combinando trabajo, intelecto e instalaciones físicas y electrónicas. Los clientes derivan valor de los servicios sin obtener alguna propiedad.

El **servicio** es el conjunto de actividades identificables, trabajos y esfuerzos que realizan quienes los prestan, comprometiendo en ello equipos, organización y personal, con resultados intangibles que son el objeto de la transacción. Con dichos resultados el cliente satisface sus necesidades o deseos y el prestador del servicio obtiene el beneficio económico para su supervivencia rentable. (Saldaña & Cervantes, 2000)

Servicio turístico



De acuerdo con la (OMT, 2016) “la calidad total es la apuesta más segura para lograr la competitividad. Es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores. Su objetivo es claro: satisfacer a los clientes en todos los ámbitos, logrando de esta manera beneficios mutuos para visitantes, empresas y residentes. La calidad del turismo es una amalgama de servicios, instalaciones y organizaciones. Por tanto, puede hacerse desde una perspectiva individual (calidad del entorno, calidad de un hotel) o desde una perspectiva general, calidad del transporte, calidad del destino turístico.

Clasificación de servicios turísticos

Según la metodología propuesta por la Organización Mundial del Turismo para la Cuentas Satélite de Turismo, los servicios turísticos se pueden clasificar de la siguiente manera (Sancho, 2001):

- **Servicios específicos:** son aquellos relacionados directamente con el cliente turístico. A su vez se subdividen en servicios característicos y asociados. Los primeros son aquellos que en ausencia del fenómeno turístico desaparecerían por completo o su consumo se vería sensiblemente disminuido, como por ejemplo los hoteles, los restaurantes, servicios de ocio y recreación, las agencias de viajes, etc. Los segundos son consumidos en cantidades significativas por los visitantes, aunque en ausencia de los turistas seguirían siendo consumidos por los residentes, por ejemplo, el transporte interurbano, los taxis, los museos, los teatros, etc.
- **Servicios no específicos:** aquellos relacionados indirectamente con el usuario turístico, como por ejemplo los centros de salud, farmacias, supermercados, bancos, etc.



Conducción de grupos (guiado de grupos)

La conducción grupal es un conjunto de medios y procedimientos que, aplicados en una situación de grupo, sirven para lograr un doble objetivo: productividad y gratificación grupal. Dicho, en otros términos, el uso de técnicas grupales sirve para facilitar y estimular la acción del grupo en cuanto al conjunto de personas (lograr gratificación) y para que el grupo alcance los objetivos y las metas que se han propuesto de la manera más eficaz posible (lograr productividad grupal).

Este proceso de interacción se da en los grupos humanos mediante la comunicación. Por lo tanto, para que puedan ocuparse las técnicas grupales es necesario contar, como mínimo, con una situación o realidad de grupo caracterizada por la existencia de un proceso de comunicación en el marco de un espacio y un tiempo determinados y con un objetivo definido, pues para que exista un grupo, no sólo basta la comunicación y la interacción en un contexto, es necesaria la presencia de un objetivo común que establezca en el grupo la direccionalidad de sus acciones. El término dinámica de grupos tiene diferentes alcances y significados, sin embargo, todos ellos poseen elementos comunes. De una manera simple y práctica, y como punto de referencia, la dinámica de grupos consiste en las interacciones y procesos que se generan en el interior del grupo como consecuencia de su existencia.

La dinámica de grupos se considera como una disciplina moderna dentro del campo de la psicología social que se ocupa del estudio de la conducta de los grupos como un todo, y de las variaciones de la conducta individual de sus miembros como tales; de las relaciones entre los grupos; de formular leyes o principios, y de derivar técnicas que aumenten la eficacia de los grupos. (Cirigliano & Villaverde, 1996)

Guía turístico

Según esta autora el guía turístico se concibe como:

Aquella persona, debidamente entrenada y calificada, cuya función básica es



recibir, despedir, guiar e informar a un viajero o a un grupo de viajeros, tanto nacionales como extranjeros, ya sea en un circuito por varias ciudades o simplemente durante la visita a una ciudad o región turística de un país dado; mostrándoles- en una forma amena y estimulante, en la lengua de los visitantes- el patrimonio cultural de dicho país o región, desde el punto de vista histórico, arquitectónico, artístico y folklórico, además de su patrimonio natural y ambiental, en relación con su geografía, flora, fauna, etc. (Pedroso, 2001)

El guía debe crear experiencias que comprometan a los clientes a enfrentarse a situaciones de forma creativa, demostrando modos alternativos de hacer las cosas, remitiéndolos a la percepción. (Huerta, 2006)

Funciones

De acuerdo a (Esparza, Guzmán, & Ruíz, 2007) las funciones fundamentales del guía son:

- Guiar y conducir la visita turística: Es la capacidad de liderazgo ejercida por el guía de turismo hacia el turista o turistas en forma cortés, responsable y prudente, para encaminarlo con seguridad y eficiencia por los atractivos turísticos, durante el desplazamiento hacia el destino y el guiado propiamente del atractivo.
- Brindar información sobre los puntos de interés en el recorrido y explicar el atractivo: El guía de turismo imparte al turista la información necesaria y requerida, tanto de los atractivos turísticos como de cualquier otra información de interés, teniendo en cuenta el tipo de turista, el interés del turista y la disponibilidad de tiempo.



- Acompañamiento en almuerzos y/o cenas: El guía se encarga de hacer las coordinaciones y asistencia de los turistas en los almuerzos y/o cenas que tengan incluido dentro del programa del tour.
- Asistir al turista: Es la función que se refiere al servicio de colaboración y ayuda oportuna, eficiente y suficiente que el guía de turismo presta al turista en diversas situaciones y eventualidades que se presenten durante su viaje, procurándole la mayor satisfacción y bienestar posibles y tomando las decisiones que le puedan afectar durante el recorrido, así como ocuparse de los primeros auxilios en caso de necesitarlos.
- Orientar y asesorar al turista: Se refiere a la función por medio de la cual el guía de turismo suministra al turista información o puntos de referencia generales sobre diversos aspectos relacionados con su viaje, de forma básica, precisa, breve y específica.

Prácticas del guía turístico

Según (CALTUR, 2007), es la capacidad de liderazgo ejercida por el Guía de Turismo hacia el turista o turistas en forma cortés, responsable y prudente, para encaminarlo con seguridad y eficiencia por los atractivos turísticos, durante el desplazamiento hacia el destino y el guiado propiamente del atractivo.

Las mejores prácticas recomendadas para el desarrollo de esta función son:

- Coordinar con la agencia el tipo de servicio a ofrecer y la duración del mismo, para diseñar y organizar la visita turística, elaborando la información necesaria, de acuerdo al requerimiento del programa turístico, variando el circuito sólo en casos de falta de seguridad o imposibilidad de acceso.
- Coordinar con la agencia el punto de encuentro con el turista, el número de turistas y el nombre del turista o grupo.



- Coordinar con la agencia la hora de inicio y término del tour.
- Tener el material necesario para el desarrollo del tour, tales como tickets y dinero para ingresos a los lugares de visita, relación de turistas, itinerario y/o programa completo de los turistas.
- Contar con información básica o detalles de los turistas que debe atender, para identificar características particulares (nacionalidad, edad, motivaciones, preferencias, limitaciones, etc.) y garantizar un servicio personalizado.
- Para los tours de interés especial, o que se requiera realizar un circuito predeterminado con tiempos límites y características especiales en los lugares de visitas, el Guía de Turismo debe cumplir los detalles del circuito que el operador de turismo entrega por escrito.
- Llegar con anticipación al lugar o punto de encuentro, con el fin de ubicar la movilidad, coordinar con el chofer la ruta principal a tomar, las paradas en ruta y el tipo de desplazamiento al momento de pasar por los puntos de interés en la ruta.
- Verificar la limpieza de la unidad de transporte turístico a utilizar, la operatividad del micrófono y del aire acondicionado, y que cuente con botiquín, extinguidor y balón de oxígeno (de ser el caso), de acuerdo a la regulación vigente.
- Determinar el inicio del desplazamiento, de acuerdo a lo establecido en el programa respectivo.
- Establecer los tiempos de tolerancia en la espera de los turistas para iniciar el desplazamiento y los criterios para decidir la salida, según las características del grupo y la disponibilidad del tiempo.



- Hacer las coordinaciones necesarias con los otros Guías, en el caso de circuitos en los que se requieran de dos o más Guías, para que el tour se opere lo más similar posible, acordando una misma ruta a seguir, tiempo de visita en cada lugar y los mismos puntos de interés que se deban resaltar.

Asistencia al turista por parte del Guía

Según (CALTUR, 2007), es la función que se refiere al servicio de colaboración y ayuda oportuna, eficiente y suficiente que el Guía de Turismo presta al turista en diversas situaciones y eventualidades que se presenten durante su viaje, procurándole la mayor satisfacción y bienestar posibles y tomando las decisiones que le puedan afectar durante el recorrido, así como ocuparse de los primeros auxilios en caso de necesitarlos.

Las mejores prácticas dentro de esta función son:

- Asistir al turista en la compra de objetos o souvenir de su interés en los mercados y tiendas.
- Auxiliarlo y asistirlo en los primeros auxilios y coordinar su ingreso a los centros hospitalarios.
- Apoyarlo en la traducción del idioma a la hora de comunicarse con otras personas.
- Auxiliar y asistir al turista en caso de robo o pérdida de documentos y acompañarlo a realizar la denuncia respectiva.
- Asistirlo a la hora de realizar el cambio de monedas y billetes.

Responsabilidad del Guía turístico

Según (CALTUR, 2007), un Guía de Turismo no sólo es competente al realizar eficientemente las responsabilidades descritas anteriormente, sino también cuando:



- Diseña y organiza la visita turística, para lo cual, previamente, realiza visitas de campo a los respectivos lugares, informándose de las características y condiciones que presenta el lugar (tipo de acceso, grado de dificultad, etc.) y poder establecer un recorrido y un tiempo de duración de la visita.
- Prepara la información que va a brindar y la actualiza periódicamente, para lo cual selecciona y organiza la información de diversas fuentes (libros, revistas, periódicos, noticieros de radio y TV, videos, Internet, folletos, etc.).
- Elabora guiones de información turística, verificando que tengan un texto ágil, preciso, claro y veraz; los organiza y adapta de forma tal que no sean repetitivos, de acuerdo a los distintos atractivos turísticos y al tipo de turista o grupo.
- Elabora un fichero o base de datos con información clasificada de los distintos atractivos turísticos, en el cual se detalle el tipo de atractivo, la ubicación geográfica, el costo de los ingresos, los horarios de visita, teléfonos, etc.).
- Se provee de material gráfico (mapas, fotos, láminas, etc.), para hacer más ilustrativo su guiado y propiciar la comprensión del mismo por parte de los turistas.

2.2.2 Satisfacción turística

Satisfacción

La satisfacción como la razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria. Nuestra sensación de estar satisfecho, la reducimos, por tanto, a lo que nos es grato, próspero o bien nos conduce a sentirnos complacidos o simplemente contentos. Sin embargo, esta concepción de satisfacción es muy limitada y carece del contexto teórico de las necesidades de información, ya que no se trata sólo de que el sujeto esté complacido o contento, sino



de que responda a necesidades de información que se formaron a través de todo un proceso.

Entonces, la satisfacción, enmarcada dentro de la teoría de las necesidades de información, es entendida como el restablecimiento del equilibrio del sujeto con su medio circundante, a partir de la desaparición de las carencias de conocimiento e información que tenía sobre un hecho, objeto o fenómeno y que fue lo que provocó una necesidad de información. (Calva, 2009)

Definición de satisfacción turística

La satisfacción del turista es uno de los principales tópicos en el campo de las investigaciones en turismo, dependiendo, en gran medida, de los atributos del propio destino como podrían ser las facilidades del mismo, el conocimiento y su novedad (Correia, Kozak, & Ferradeira, 2013). A su vez, la satisfacción está relacionada con las expectativas previas de los turistas respecto de su viaje. En este sentido, la satisfacción está determinada por la experiencia global que incluye aspectos relacionados con cuatro factores: ocio, cultura, educación e interacción social. Existe, además, una relación directa entre la satisfacción con el viaje y el deseo de volver al mismo, es decir, la lealtad al destino, entendiéndola como la intención de repetir el viaje y recomendar el mismo (Antón, Camarero, & Laguna-García, 2014)

El auto (Joppe, Martin, & Waalen, 2001) señalan que la búsqueda de una mayor calidad en el sector turístico requiere el desarrollo de formas más específicas para medir la calidad de los servicios, existiendo importantes diferencias en la ratio de satisfacción según el origen de los visitantes, aunque podrían añadirse otros atributos como la motivación de estos. Desde esta perspectiva, es fundamental determinar las diferentes motivaciones para visitar un lugar vinculado al patrimonio cultural inmaterial en el espacio.



Beneficios de satisfacción turística

Si bien existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes puntos que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente:

- **Primer Beneficio:** Según (Kotler, 2006), el cliente satisfecho por lo general vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.
- **Segundo Beneficio:** Para (Kotler, 2006) el cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.
- **Tercer Beneficio:** Según (Kotler, 2006) el cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.

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 Norma peruana que rigie el desarrollo turístico

DECRETO SUPREMO N° 005-2016-MINCETUR

REGLAMENTO DE SEGURIDAD PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO TURÍSTICO DE AVENTURA

Artículo 2.- Definiciones

Para efectos de la aplicación del presente Reglamento, se tendrá en consideración las siguientes definiciones:

- i. **Agencia de Viajes y Turismo:** Persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al ejercicio de actividades de organización, mediación, coordinación, promoción, asesoría y ventas de servicios turísticos, de acuerdo a su clasificación, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos.
- ii. **Certificado de Autorización:** Documento otorgado por el Órgano Competente, que autoriza a la Agencia de Viajes y Turismo a prestar el servicio de turismo de aventura en la o las modalidades y lugares expresamente establecidos.
- iii. **Certificado de Competencias Laborales:** Documento otorgado por la Entidad Autorizada del Sector competente, que acredita que la persona natural cuenta con las competencias necesarias para conducir y asistir al turista durante el desarrollo del servicio de turismo de aventura en la modalidad respectiva.
- iv. **Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados:** Directorio que comprende únicamente a aquellos prestadores de servicios que realizan actividades turísticas que son materia de calificación, clasificación, categorización, certificación o cualquier otro proceso de evaluación similar a cargo del Órgano Competente en materia turística. Corresponde al



Ministerio de Comercio Exterior y Turismo publicar en el Directorio Nacional a los Prestadores de Servicios Turísticos Calificados, en base a la información que para tal efecto deben proporcionar los Gobiernos Regionales.

- v. **Equipo de primeros auxilios:** Equipo que cuenta con recursos básicos para prestar un primer auxilio a los turistas que hacen uso del servicio de turismo de aventura. Su contenido mínimo será aprobado por el Viceministerio de Turismo.
- vi. **Inspector:** Servidor público del Órgano Competente que desarrolla las acciones de verificación y supervisión previstas en el presente Reglamento.
- vii. **Manual Interno de Operación:** Documento que describe la forma en que se prestará la o las modalidades de turismo de aventura, el personal especializado y equipamiento necesario para prestar el servicio, cumpliendo con las disposiciones establecidas en el presente Reglamento. El Manual Interno de Operación se presentará de acuerdo al formato aprobado por el Viceministerio de Turismo.
- viii. **Programa de Manejo de Riesgos y Atención de Emergencias:** Documento que identifica las situaciones y riesgos de cada modalidad de turismo de aventura, las acciones que se seguirán para controlar y reducir la posibilidad de daño a los turistas, así como las acciones para la atención de emergencias, el cual deberá ser elaborado y presentado por la Agencia de Viajes y Turismo que pretenda prestar el servicio de Turismo de Aventura al Órgano Competente.

El Programa de Manejo de Riesgos y Atención de Emergencias se presentará de acuerdo al formato aprobado por el Viceministerio de Turismo.

- ix. **Programa de Mantenimiento de Equipos:** Documento que lista los equipos a ser utilizados para el desarrollo de cada modalidad de turismo de aventura, instrucciones de uso, periodicidad y frecuencia de su mantenimiento, el cual



deberá ser elaborado y presentado por la Agencia de Viajes y Turismo que pretenda prestar el servicio de Turismo de Aventura al Órgano Competente.

- b. El Programa de Mantenimiento de Equipos se presentará de acuerdo al formato aprobado por el Viceministerio de Turismo.
 - i. **Registro de Incidentes y/o Accidentes:** Registro elaborado por la Agencia de Viajes y Turismo que pretenda prestar el servicio de turismo de aventura, en el que da cuenta de los incidentes y/o accidentes ocurridos durante la prestación del servicio. Es de libre acceso al turista y se presentará de acuerdo al formato aprobado por el Viceministerio de Turismo.
 - ii. **Turismo de aventura:** Actividad realizada por los turistas para explorar nuevas experiencias en espacios naturales o escenarios al aire libre, que implica un cierto grado de riesgo, así como de destreza y esfuerzo físico.

CAPITULO III

DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO AUTORIZADAS PARA PRESTAR EL SERVICIO DE TURISMO DE AVENTURA

Artículo 6.-Requisito para prestar el servicio

El servicio de turismo de aventura es prestado únicamente por Agencias de Viajes y Turismo, las que deberán contar con el Certificado de Autorización otorgado por el Órgano Competente, así como cumplir con las disposiciones establecidas en el presente Reglamento y en el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo vigente.

Artículo 7.- Requisitos para obtener el Certificado de Autorización

7.1 Para obtener el Certificado de Autorización, el titular de la Agencia de Viajes y Turismo, deberá presentar ante el Órgano Competente una solicitud adjuntando:



- i. Constancia de presentación de Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos, de acuerdo a lo dispuesto en el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo vigente;
- ii. Relación de la o las modalidades de turismo de aventura que pretende prestar; así como los lugares donde se desarrollarán;
- iii. Relación de equipos para cada modalidad de turismo de aventura que pretende ofrecer, cumpliendo con lo establecido en el artículo 22 del presente Reglamento. Cada equipo deberá contar con un código de identificación asignado por la Agencia de Viajes y Turismo;
- iv. Relación del contenido del equipo de primeros auxilios, de acuerdo a las especificaciones aprobadas por el Viceministerio de Turismo.

7.2 Cuando la Agencia de Viajes y Turismo pretenda prestar el servicio con equipos alquilados, sea en forma parcial o total, deberá acompañar a su solicitud de autorización, una Declaración Jurada dejando constancia que dichos equipos cumplirán con los requisitos establecidos en artículo 22 del presente Reglamento. El Formato de la Declaración Jurada será diseñado y aprobado por el Viceministerio de Turismo.

Artículo 10.- Obligaciones

La Agencia de Viajes y Turismo que presta el servicio de turismo de aventura está obligada a:

- I. Prestar el servicio cumpliendo los requisitos, procedimientos, condiciones mínimas y disposiciones para la seguridad personal de los turistas, que se derivan del presente Reglamento y del Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo vigente;
- II. Prestar el servicio de turismo de aventura en los lugares autorizados por el Órgano Competente;



- III. Prestar el servicio de turismo de aventura en las modalidades aprobadas por el MINCETUR, dentro del área autorizada por el Órgano Competente;
- IV. Contratar para la prestación del servicio, personal especializado que cumpla con lo establecido en el artículo 21 del presente Reglamento;
- V. Brindar información al turista sobre las condiciones y los equipos mínimos que se requieren para la práctica de la modalidad de turismo de aventura;
- VI. Prestar el servicio utilizando los equipos idóneos para la modalidad de turismo de aventura que desarrollan, los cuales deberán cumplir con lo establecido en el artículo 22 del presente Reglamento;

Artículo 11.- De la información proporcionada al turista

11.1 La Agencia de Viajes y Turismo que presta el servicio de turismo de aventura deberá especificar en todo documento, contrato, folleto y/o proforma, información sobre los lugares y modalidades del turismo de aventura en las que prestará el servicio; el equipamiento a utilizar, así como las medidas de prevención y seguridad que proporcionará al turista.

11.2 La Agencia de Viajes y Turismo que presta el servicio de turismo de aventura entregará al turista un texto impreso que contenga el contenido del artículo 10 del presente Reglamento.

Artículo 15.- Mantenimiento y actualización de documentos para la prestación del servicio

15.1 La Agencia de Viajes y Turismo autorizada para prestar el servicio de turismo de aventura deberá mantener actualizados el Manual Interno de Operación, Programa de Manejo de Riesgos y Atención de Emergencias, Programa de Mantenimiento de Equipos, y el Registro de Incidentes y/o Accidentes.

15.2. El titular de la Agencia de Viajes y Turismo autorizada para prestar el



servicio de turismo de aventura deberá mostrar al Inspector del Órgano Competente los documentos mencionados en los incisos g), h), i) y j) del numeral 2.1 del artículo 2 del presente Reglamento durante las visitas de supervisión. Asimismo, facilitará al Órgano Competente las copias de estos documentos o parte de los mismos cuando sean requeridos por éste.

15.3. Los cambios en los documentos referidos en los incisos g), h), i) y j) del numeral 2.1 del artículo 2 del presente Reglamento, deberán ser comunicados al Órgano Competente. El plazo para informar dichas modificaciones no será mayor a quince (15) días calendario, contados a partir de la fecha de su ocurrencia.

Artículo 16.- Suspensión de actividades

16.1 En el caso de suspensión del servicio de turismo de aventura, la Agencia de Viajes y Turismo deberá comunicar de este hecho al Órgano Competente, en un plazo no mayor a quince (15) días calendario contados a partir de la fecha de la ocurrencia de la referida suspensión.

16.2 La suspensión del servicio de turismo de aventura por parte de la Agencia de Viajes y Turismo, implicará, a su vez, la suspensión de todos los derechos conexos correspondientes a su autorización.

16.3. En el caso del cese de suspensión de actividades, el Titular de la Agencia de Viajes y Turismo deberá comunicar de este hecho al Órgano Competente, en un plazo no mayor a quince (15) días calendario contados a partir de la fecha de ocurrencia del referido cese.

2.3 Hipótesis

2.3.1 Hipótesis General

La conducción de grupos en bicicleta se relaciona directamente en la satisfacción del turista en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.



2.3.2 Hipótesis Específicos

- La fiabilidad se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.
- La capacidad de respuesta se relaciona directamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.
- La seguridad se relaciona positivamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.
- La empatía se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.
- La tangibilidad se relaciona directamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.

2.4 Variables

Variable Independiente

- Conducción de grupos

Variable Dependiente

- Satisfacción turística



2.4.1 Operacionalización de Variables

Tabla 1

Cuadro de operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
Conducción de grupos: La conducción grupal es un conjunto de medios y procedimientos que, aplicados en una situación de grupo, sirven para lograr un doble objetivo: productividad y gratificación grupal. Dicho, en otros términos, el uso de técnicas grupales sirve para facilitar y estimular la acción del grupo en cuanto al conjunto de personas (lograr gratificación) y para que el grupo alcance los objetivos y las metas que se han propuesto de la manera más eficaz posible (lograr productividad grupal). (Cirigliano & Villaverde, 1996)	Guiar y conducir: Aquella persona, debidamente entrenada y calificada, cuya función básica es recibir, despedir, guiar e informar a un viajero o a un grupo de viajeros, tanto nacionales como extranjeros, ya sea en un circuito por varias ciudades o simplemente durante la visita a una ciudad o región turística de un país dado; mostrándoles- en una forma amena y estimulante, en la lengua de los visitantes- el patrimonio cultural de dicho país o región, desde el punto de vista histórico, arquitectónico, artístico y folklórico, además de su patrimonio natural y ambiental, en relación con su geografía, flora, fauna, etc. (Pedroso, 2001)	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Responsabilidad • Seguridad
	Brindar información sobre los puntos de interés: El guía de turismo imparte al turista la información necesaria y requerida, tanto de los atractivos turísticos como de cualquier otra información de interés, teniendo en cuenta el tipo de turista, el interés del turista y la disponibilidad de tiempo. (Pedroso, 2001)	<ul style="list-style-type: none"> • Interés en el recorrido • Generar Interés
	Acompañamiento en almuerzos y/o cenas: El guía se encarga de hacer las coordinaciones y asistencia de los turistas en los almuerzos y/o cenas que tengan incluido dentro del programa del tour. (Pedroso, 2001)	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar almuerzos y/o cenas • Asistencia en almuerzos y/o cenas
	Asistir al turista: Es la función que se refiere al servicio de colaboración y ayuda oportuna, eficiente y suficiente que el guía de turismo presta al turista en diversas situaciones y eventualidades que se presenten durante su viaje, procurándole la mayor satisfacción y bienestar posibles y tomando las decisiones que le puedan afectar durante el recorrido, así como ocuparse de los primeros auxilios en caso de necesitarlos. (Pedroso, 2001)	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuda oportuna • Eficiencia en el guiado • Asistencia de primeros auxilios
	Orientar y asesorar al turista: Se refiere a la función por medio de la cual el guía de turismo suministra al turista información o puntos de referencia generales sobre diversos aspectos relacionados con su viaje, de forma básica, precisa, breve y específica. (Pedroso, 2001)	<ul style="list-style-type: none"> • Suministrar información • Información precisa
Satisfacción turística: La satisfacción del turista es uno de los principales tópicos en el campo de las investigaciones en turismo, dependiendo, en gran medida, de los atributos del propio destino como podrían ser las facilidades del mismo, el conocimiento y su novedad (Correia, Kozak, & Ferradeira, 2013).	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)	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio confiable • Puntualidad • Profesionalismo
	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)	<ul style="list-style-type: none"> • Respuesta precisa • Atención inmediata
	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)	<ul style="list-style-type: none"> • Confianza • Integridad
	Dimensión de empatía: Es la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes atención	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidades personales



	personalizada incluyendo la cortesía, respeto, consideraciones con los tiempos, necesidades personales y requerimientos específicos del cliente además creando vínculos de amistad. (Drucker, 1990)	<ul style="list-style-type: none">• Requerimientos de los turistas
	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)	<ul style="list-style-type: none">• Equipamiento• Herramientas



2.5 Definición de términos

Liderazgo: El líder es el constructor de la cultura organizacional, entendida como el conjunto de valores, tradiciones, creencias, hábitos, normas, actitudes y conductas que le dan sentido a una organización para lograr sus objetivos económicos y sociales. De este modo, entendemos que el/la líder será el principal interesado en que la organización cumpla sus objetivos. (Siliceo, Casares, & Gonzalez, 1999)

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

Seguridad: Se define a la seguridad como la ausencia de peligro, daño o riesgo. También es la sensación de confianza que se tiene en algo o alguien: "es bueno tener seguridad en sí mismo; juega con seguridad; tener un perro guardián en casa me da seguridad", Por este motivo es tan importante dar al servicio una de sus dimensiones clave. (Bagatella, 2013).

Generar intereses: Capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve (Caltur, 2017).

Coordinar: la coordinación es el proceso que integrar las actividades/funciones de departamentos independientes con el fin de lograr las metas organizacionales con eficacia. (Valda, 2014)

Asistencia: La asistencia es la asistencia proporcionada por especialistas locales o internacionales. Puede tomar la forma de compartir información y conocimientos, instrucción, formación de habilidades, la transmisión de conocimientos prácticos y servicios de consultoría y también puede implicar la transferencia de datos técnicos. (UNESCO, 2017)



Ayuda oportuna: Es aquella ayuda que prestan y proporcionan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes para comunicarse directamente con ellos. En caso que estos necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores, los clientes de una empresa deberán comunicarse con este servicio. (Ucha , 2009).

Eficiencia: La eficiencia busca utilizar los medios, métodos y procedimientos más adecuados y debidamente empleados y organizados para asegurar un óptimo empleo de los recursos disponibles. (Roura, 2011)

Asistencia 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 trasladado a un hospital tratando de mejorar o mantener las condiciones en las que se encuentra.

Servicio confiable: Aptitud de un elemento para realizar una función requerida, en condiciones dadas, durante un intervalo de tiempo dado (Ruiz, 2012)

Puntualidad: La puntualidad aporta al mundo múltiples beneficios tales como orden, sincronía, cumplimiento de plazos, **reduce la incertidumbre**, apuntala la confianza, asegura la fluidez sobre todo y reduce la pérdida de tiempo. (Silva, 2019)

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)

Respuesta precisa: Disposición y atención mostrada por los colaboradores y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza. (Schmalbalch, 2010)



CAPITULO III: METODO

3.1 Diseño metodológico

Tipo de investigación

El presente estudio es de tipo descriptivo – correlacional ya que se realizó la descripción de las variables asimismo se va a evidenciar el grado de relación de la variable independiente “conducción de grupos” entre la variable dependiente “satisfacción del turista” mediante la aplicación de técnicas estadísticas como la prueba de hipótesis.

Enfoque de la investigación

La presente investigación es de enfoque cuantitativo debido a que se utilizaron técnicas e instrumentos estadísticos que permitirán la recolección de datos mediante números

Diseño de investigación

La presente investigación se realizó en el contexto natural de la localidad de Maras – Moray, por ello se considera como diseño no experimental porque no se manipularán ninguna de las variables que intervienen en el estudio.

3.2 Unidad de estudio

Población

El presente estudio se realizó en la ciudad de Cusco, en el circuito de Maras y Moray. Por ello la población del estudio está constituida por 80 turistas de distintas nacionalidades, los cuales hicieron el servicio de Maras y Moray.

Muestra

La población muestral estuvo conformada por la totalidad de la población que es de 80 turistas de distintas nacionalidades, los cuales hicieron el servicio de Maras y Moray, que por la situación actual debido a la pandemia del covid-19 no se pudo hacer las encuestas personalmente como usual se suele hacer en las investigaciones, en este caso se



vio la manera de contactarlos de diversas formas, ya sea vía web, teléfono, Facebook, grupos de deportes, grupos de viajeros y correo electrónico.

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

- **Encuesta:** Se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. (López & Fachelli, 2015)

Instrumentos

- Cuestionario: Estará compuesto por preguntas cerradas bajo la escala de Likert para tener respuestas con mayor confiabilidad



CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

4.1.1 Presentación del instrumento

Para determinar de qué manera se relaciona la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray con la satisfacción del turista Cusco 2020, se aplicó un cuestionario 80 turistas, en el que se considera 23 ítems distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 2

Distribución de los ítems del cuestionario

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems
Conducción de grupos	Guiar y conducir	Liderazgo	1
		Responsabilidad	2
		Seguridad	3
	Brindar información sobre los puntos de interés	Intereses en el recorrido	4
		Generar intereses	5
	Acompañamiento en almuerzos y/o cenas	Coordinar almuerzos y/o cenas	6
		Asistencia en almuerzos y/o cenas	7
	Asistir al turista	Ayuda oportuna	8
		Eficiencia en el guiado	9
		Asistencia de primeros auxilios	10
	Orientar y asesorar al turista	Suministrar información	11
		Información precisa	12
Satisfacción Turística	Fiabilidad	Servicio confiable	13
		Puntualidad	14
		Profesionalismo	15
	Capacidad de respuesta	Respuesta precisa	16
		Atención inmediata	17
	Seguridad	Confianza	18
		Integridad	19
	Empatía	Necesidades personales	20
		Requerimientos de los turistas	21
Tangibilidad	Equipamiento	22	
	Herramientas	23	

Fuente: Elaboración propia



Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de interpretación:

Tabla 3

Descripción de la Baremación y escala de interpretación

Conducción de grupos			Satisfacción turística		
Medida	Promedio	Interpretación	Medida	Promedio	Interpretación
Totalmente en desacuerdo	1.00 – 2.33	Mala	Totalmente en desacuerdo	1.00 – 2.33	Insatisfecho
Desacuerdo			Desacuerdo		
Ni de acuerdo ni desacuerdo	2.34 – 3.67	Regular	Ni de acuerdo ni desacuerdo	2.34 – 3.67	Poco satisfecho
De acuerdo	3.68 – 5.00	Buena	De acuerdo	3.68 – 5.00	Satisfecho
Totalmente de acuerdo			Totalmente de acuerdo		

Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Fiabilidad del instrumento

Para evaluar la fiabilidad interna del cuestionario que mide de qué manera se relaciona la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray con la satisfacción del turista Cusco 2020, se aplicó la técnica estadística Índice de Consistencia Interna alpha 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
Conducción de grupos	0.910	12
Satisfacción turística	0.844	11

Fuente: Elaboración propia

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.910 para los ítems considerados en la variable conducción de grupos y 0.844 para los ítems de la variable satisfacción turísticas, por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.

4.2 Conducción de grupos

4.2.1 Resultados de las dimensiones de la variable conducción de grupos

Para describir la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray Cusco 2020. Se consideró las dimensiones de: guiar y conducir, brindar información sobre los puntos de interés, acompañamiento en almuerzos y/o cenas, asistir al turista, orientar y asesorar al turista. Los resultados se presentan a continuación:



A) Guiar y conducir

Tabla 5

Guiar y conducir

	Indicador						Dimensión	
	Liderazgo		Responsabilidad		Seguridad		Guiar y conducir	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Malo	19	23.8%	17	21.3%	27	33.8%	10	12.5%
Regular	35	43.8%	43	53.8%	29	36.3%	61	76.3%
Bueno	26	32.5%	20	25.0%	24	30.0%	9	11.3%
Total	80	100%	80	100%	80	100%	80	100%

Fuente: Elaboración propia

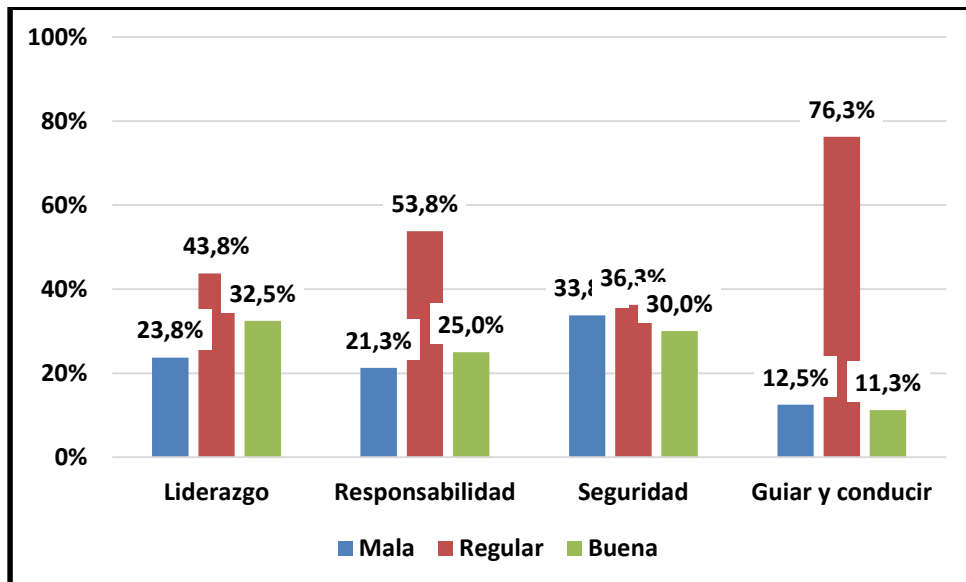


Figura 2: Guiar y conducir

Interpretación y análisis:

En la tabla 5 y la figura 1 a la pregunta sobre la dimensión guiar y conducir, respondida por los turistas, indica que el 76.3% de los turistas indican que guiar y conducir por parte de los guías es regular, el 12.5% de los turistas indican que guiar y conducir por parte de los guías es mala, y por último el 11.3% de los turistas indican que guiar y conducir por parte de los guías es buena.



Este resultado se debe a que los turistas consideran que el guiar y conducir es un aspecto importante y es por ello que califican como regular ya que el guía es la imagen de una buena experiencia al realizar estas expediciones.

Sobre la pregunta de la dimensión guiar y conducir, respondida por los turistas, el resultado del indicador liderazgo, indica que el 43.8% de los turistas indican que el liderazgo del guía es regular, el 32.5% de los turistas indican que el liderazgo del guía es buena, y por último el 23.8% de los turistas indican el liderazgo del guía es malo.

Este resultado se debe a que los turistas perciben un elevado liderazgo por parte del guía, ya que informa adecuadamente durante todo el trayecto de la ruta, así mismo indican que encabeza el grupo y esto genera confianza y seguridad a los turistas.

Sobre la pregunta de la dimensión guiar y conducir, respondida por los turistas, el resultado del indicador responsabilidad, indica que el 53.8% de los turistas indican que la responsabilidad del guía es regular, el 25.0% de los turistas indican que la responsabilidad del guía es buena, y por último el 21.3% de los turistas indican que la responsabilidad del guía es malo.

Los turistas perciben muchas responsabilidades por parte del guía al momento de darles indicaciones de los cuidados que deben tener en esta ruta, así como también se muestra interés por parte del guía para minimizar el riesgo de que pueda suceder.

Sobre la pregunta de la dimensión guiar y conducir, respondida por los turistas, el resultado del indicador seguridad, indica que el 36.3% de los turistas indican que la seguridad del guía es regular, el 30.0% de los turistas indican que la



seguridad del guía es buena, y por último el 33.8% de los turistas indican que la seguridad del guía es malo.

Sobre la seguridad el turista indica que el guía es consciente de los posibles peligros y riesgos que podrían tener en esta ruta, es por ello que les explica sobre los cuidados que deben tener y brinda de soporte mediante herramientas para mejorar esta situación.



B) Brindar información sobre los puntos de interés

Tabla 6

Brindar información sobre los puntos de interés

	Indicador				Dimensión	
	Intereses en el recorrido		Generar intereses		Brindar información sobre los puntos de interés	
	f	%	f	%	f	%
Malo	14	17.5%	19	23.8%	14	17.5%
Regular	50	62.5%	41	51.3%	50	62.5%
Bueno	16	20.0%	20	25.0%	16	20.0%
Total	80	100%	80	100%	80	100%

Fuente: Elaboración propia

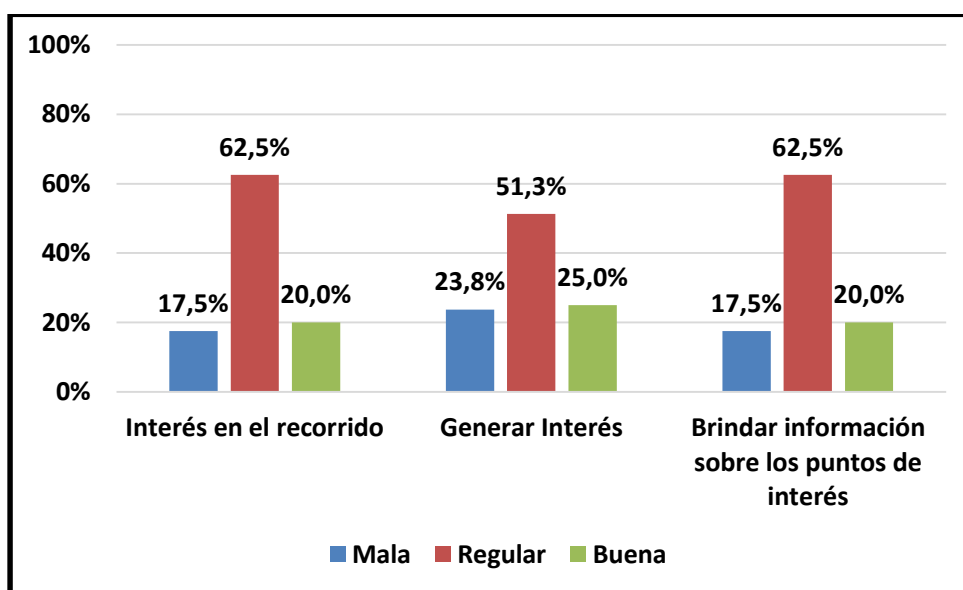


Figura 3: Brindar información sobre los puntos de interés

Interpretación y análisis:

En la tabla 6 y la figura 2 a la pregunta sobre la dimensión brindar información sobre los puntos de interés, respondida por los turistas, indica que el 62.5% de los turistas indican que brindar información sobre los puntos de interés por parte de los guías es regular, el 20.0% de los turistas indican que brindar información sobre los puntos de interés por parte de los guías es buena, y por último el 17.5% de los turistas indican que brindar información sobre los puntos de interés por parte de los guías es mala.



Sobre la pregunta de la dimensión brindar información sobre los puntos de interés, respondida por los turistas, el resultado del indicador interés en el recorrido, indica que el 62.5% de los turistas indican que el interés en el recorrido es regular, el 20.0% de los turistas indican que el interés en el recorrido es buena, y por último el 17.5% de los turistas indican que el interés en el recorrido es malo.

Los turistas indican que el guía está muy bien capacitado debido a la información que se le brinda así también indican que el guía realiza el recorrido de manera amena al informar datos pertinentes en todo el trayecto de la ruta.

Sobre la pregunta de la dimensión brindar información sobre los puntos de interés, respondida por los turistas, el resultado del indicador generar interés, indica que el 51.3% de los turistas indican que el generar interés por parte del guía es regular, el 25.0% de los turistas indican que el generar interés por parte del guía es buena, y por último el 23.8% de los turistas indican que el generar interés por parte del guía es mala.

Los turistas consideran que la información que brinda el guía ayuda a mejorar el ánimo de los turistas puesto que al tener información resaltante genera curiosidad y esto eleva la atención de los turistas.



C) Acompañamiento en almuerzos y/o cenas

Tabla 7

Acompañamiento en almuerzos y/o cenas

	Indicador				Dimensión	
	Coordinar almuerzos y/o cenas		Asistencia en almuerzos y/o cenas		Acompañamiento en almuerzos y/o cenas	
	f	%	f	%	f	%
Malo	20	25.0%	16	20.0%	16	20.0%
Regular	39	48.8%	40	50.0%	43	53.8%
Bueno	21	26.3%	24	30.0%	21	26.3%
Total	80	100%	80	100%	80	100%

Fuente: Elaboración propia

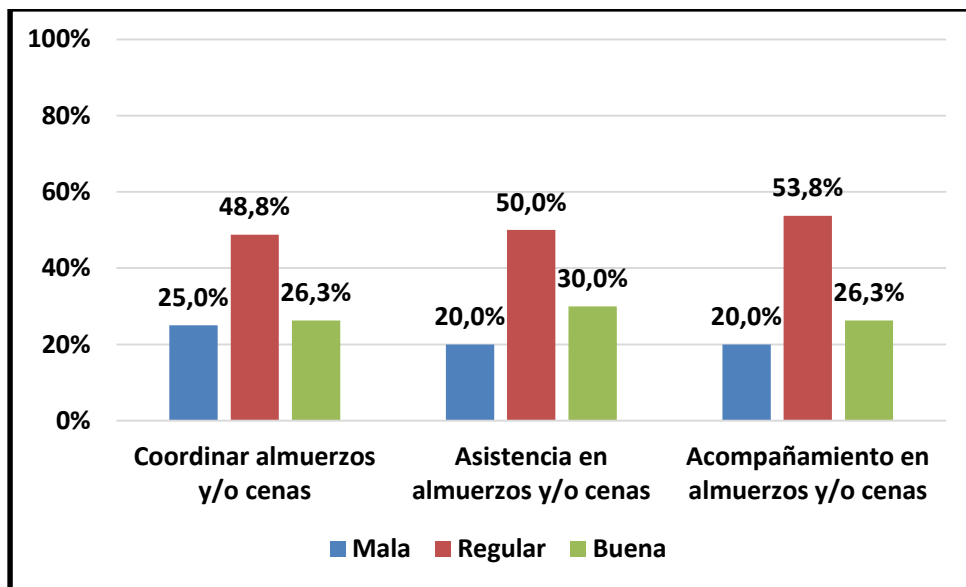


Figura 4: Acompañamiento en almuerzos y/o cenas

Interpretación y análisis:

En la tabla 7 y la figura 3 a la pregunta sobre la dimensión acompañamiento en almuerzos y/o cenas, respondida por los turistas, indica que el 53.8% de los turistas indican que el acompañamiento en almuerzos y/o cenas de los guías es regular, el 26.3% de los turistas indican que el acompañamiento en almuerzos y/o cenas de los guías es buena, y por último el 20.0% de los turistas indican que el acompañamiento en almuerzos y/o cenas de los guías es mala.

Sobre la pregunta de la dimensión acompañamiento en almuerzos y/o cenas, respondida por los turistas, el resultado del indicador de coordinar almuerzos



y/o cenas, indica que el 48.8% de los turistas indican que el coordinar almuerzos y/o cenas por parte del guía es regular, el 26.3% de los turistas indican que el coordinar almuerzos y/o cenas por parte del guía es buena, y por último el 26.3% de los turistas indican que el coordinar almuerzos y/o cenas por parte del guía es mala.

Los turistas están satisfechos con el guiado por el aspecto de que el guía coordina de manera eficiente los horarios de almuerzos y/o cenas, este motivo ayuda a que la visita sea más agradable.

Sobre la pregunta de la dimensión acompañamiento en almuerzos y/o cenas, respondida por los turistas, el resultado del indicador de asistencia en almuerzos y/o cenas, indica que el 50.0% de los turistas indican que la asistencia en almuerzos y/o cenas por parte del guía es regular, el 30.0% de los turistas indican que la asistencia en coordinar almuerzos y/o cenas por parte del guía es buena, y por último el 20.0% de los turistas indican que la asistencia en coordinar almuerzos y/o cenas por parte del guía es mala.

Sobre el tema de asistencia en almuerzos y/o cenas, los turistas expresan su felicidad por que en todo momento el guía ayuda y da alcance sobre las prestaciones que tienen al momento de ingerir sus alimentos, esto ayuda a que el turista se sienta feliz con el trato que el guía tiene al momento de ingerir sus alimentos.



D) Asistir al turista

Tabla 8

Asistir al turista

	Indicador						Dimensión	
	Ayuda oportuna		Eficiencia en el guiado		Asistencia de primeros auxilios		Asistir al turista	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Malo	17	21.3%	26	32.5%	22	27.5%	22	27.5%
Regular	37	46.3%	43	53.8%	33	41.3%	47	58.8%
Bueno	26	32.5%	11	13.8%	25	31.3%	11	13.8%
Total	80	100%	80	100%	80	100%	80	100%

Fuente: Elaboración propia

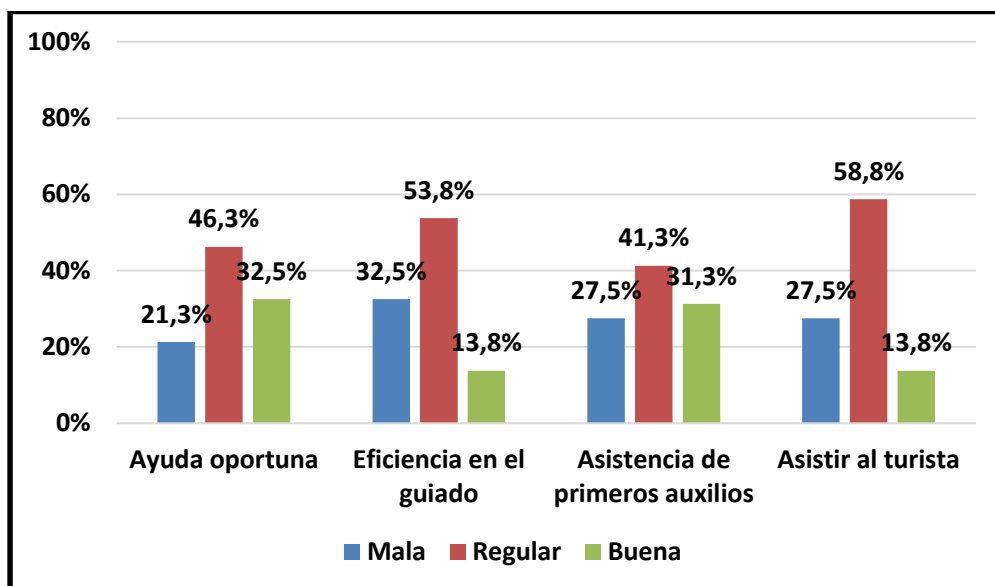


Figura 5: Asistir al turista

Interpretación y análisis:

En la tabla 8 y la figura 4 a la pregunta sobre la dimensión asistencia al turista, respondida por los turistas, indica que el 58.8% de los turistas indican que la asistencia al turista es regular, el 27.5% de los turistas indican que la asistencia al turista es mala, y por último el 13.8% de los turistas indican que la asistencia al turista es buena.



Sobre la pregunta de la dimensión asistencia al turista, respondida por los turistas, el resultado del indicador ayuda oportuna, indica que el 46.3% de los turistas indican que la ayuda oportuna al turista es regular, el 32.5% de los turistas indican que la ayuda oportuna al turista es buena, y por último el 21.3% de los turistas indican que la ayuda oportuna al turista es mala.

Los turistas indican que el guía está al tanto de lo que se suscita en todo el trayecto, así mismo ante cualquier duda o consulta tienen una respuesta oportuna y esto ayuda a generar mayor confianza en el guiado.

Sobre la pregunta de la dimensión asistencia al turista, respondida por los turistas, el resultado del indicador eficiencia en el guiado, indica que el 53.8% de los turistas indican que la eficiencia en el guiado es regular, el 32.5% de los turistas indican que la eficiencia en el guiado es mala, y por último el 13.8% de los turistas indican que la eficiencia en el guiado es buena.

Los turistas son conscientes de lo eficiente que es el guía en todo el trayecto ya que genera amistad y confianza para poder realizar cualquier pregunta así mismo en todo el trayecto el guía está presto para cualquier duda o consulta que tengan los turistas

Sobre la pregunta de la dimensión asistencia al turista, respondida por los turistas, el resultado del indicador asistencia de primeros auxilios, indica que el 41.3% de los turistas indican que la asistencia de primeros auxilios es regular, el 31.3% de los turistas indican que la asistencia de primeros auxilios es buena, y por último el 27.5% de los turistas indican que la asistencia de primeros auxilios es mala.



Sobre este tema los turistas se sienten satisfechos debido a que el guía tiene conocimientos sobre los primeros auxilios, así mismo tiene un botiquín en el cual se muestra que este personal está preparado ante cualquier circunstancia.



E) Orientar y asesorar al turista

Tabla 9

Orientar y asesorar al turista

	Indicador				Dimensión	
	Suministrar información		Información precisa		Orientar y asesorar al turista	
	f	%	f	%	f	%
Malo	17	21.3%	4	5.0%	2	2.5%
Regular	30	37.5%	63	78.8%	77	96.3%
Bueno	33	41.3%	13	16.3%	1	1.3%
Total	80	100%	80	100%	80	100%

Fuente: Elaboración propia

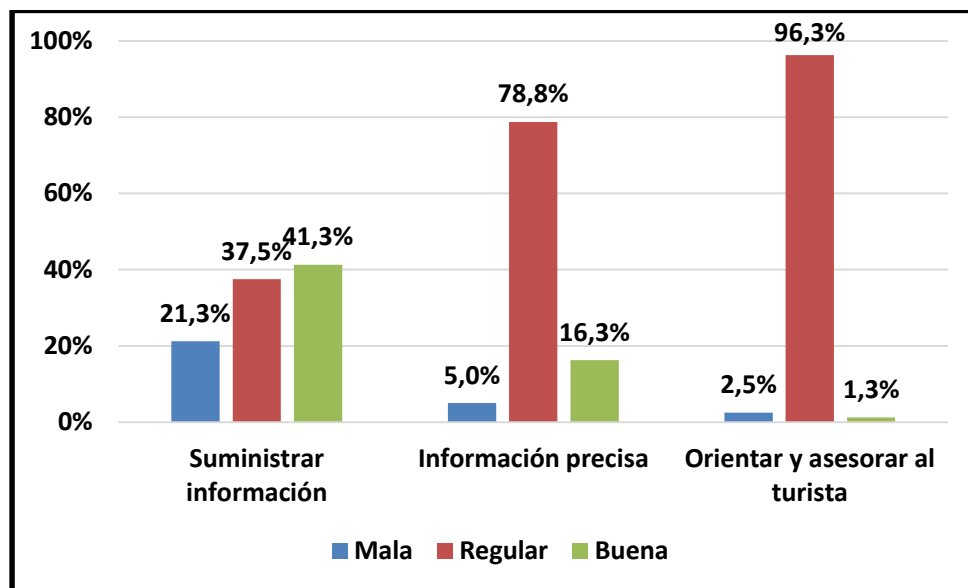


Figura 6: Orientar y asesorar al turista

Interpretación y análisis:

En la tabla 9 y la figura 5 a la pregunta sobre la dimensión orientación y asesoría al turista, respondida por los turistas, indica que el 96.3% de los turistas indican que la orientación y asesoría al turista es regular, el 2.5% de los turistas indican que la orientación y asesoría al turista es mala, y por último el 1.3% de los turistas indican que la orientación y asesoría al turista es buena.

Sobre la pregunta de la dimensión orientación y asesoría al turista, respondida por los turistas, el resultado del indicador suministra información, indica que el 41.3% de los turistas indican que la manera de suministrar información es buena,



el 37.5% de los turistas indican que la manera de suministrar información es regular, y por último el 21.3% de los turistas indican que la manera de suministrar información es mala.

El turista es consciente de la preparación que tiene el guía ya que muestra conocimiento sobre la información que brinda a los turistas, así mismo el guía ayuda a que el turista capte de mejor manera la información brindada.

Sobre la pregunta de la dimensión orientación y asesoría al turista, respondida por los turistas, el resultado del indicador información precisa, indica que el 78.8% de los turistas indican que la información precisa que da el guía es regular, el 16.3% de los turistas indican que información precisa que da el guía es buena, y por último el 5.0% de los turistas indican que la información precisa que da el guía es mala.

Los turistas indican que el guía brinda información clara y precisa que ayuda a retener mejor la información puesto que utiliza términos prácticos que ayudan a memorizar y generar interés de realizar una búsqueda.



4.2.1 Resultados de la variable conducción de grupos

Tabla 10

Conducción de grupos

	f	%
Malo	16	20.0%
Regular	54	67.5%
Bueno	10	12.5%
Total	80	100%

Fuente: Elaboración propia

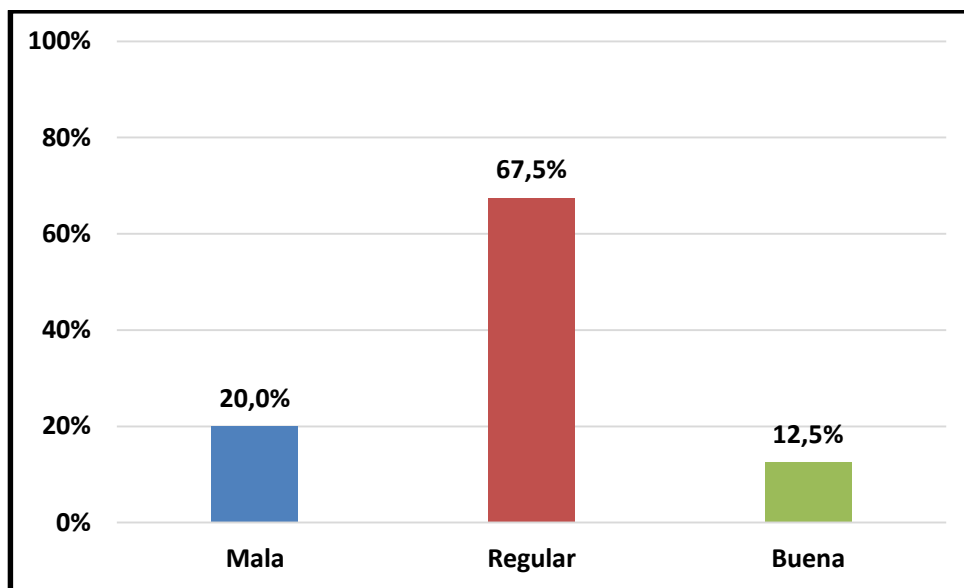


Figura 7: Conducción de grupos

Interpretación y análisis:

En la tabla 10 y la figura 6 a la pregunta sobre la variable conducción de grupos respondida por los turistas, indica que el 67.5% de los turistas indican que la conducción de grupos es regular, el 20.0% de los turistas indican que la conducción de grupos es mala, y por último el 12.5% de los turistas indican que la conducción de grupos es buena.

Esta respuesta se debe a que la conducción de grupos es influenciado por el guiado y conducción de grupo, así mismo se tiene un nivel bajo sobre la orientación y asesoría al turismo los cuales determinar las satisfacción del turista.



4.3 Satisfacción turística

4.3.1 Resultados de las dimensiones de la variable satisfacción turística

Para describir la satisfacción turística en la ruta Maras – Moray Cusco 2020.

Se consideró las dimensiones de: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, tangibilidad. Los resultados se presentan a continuación:

A) Fiabilidad

Tabla 11

Fiabilidad

	Indicador						Dimensión	
	Servicio confiable		Puntualidad		Profesionalismo		Fiabilidad	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Insatisfecho	5	6.3%	3	3.8%	12	15.0%	3	3.8%
Poco satisfecho	51	63.8%	68	85.0%	55	68.8%	73	91.3%
Satisfecho	24	30.0%	9	11.3%	13	16.3%	4	5.0%
Total	80	100%	80	100%	80	100%	80	100%

Fuente: Elaboración propia

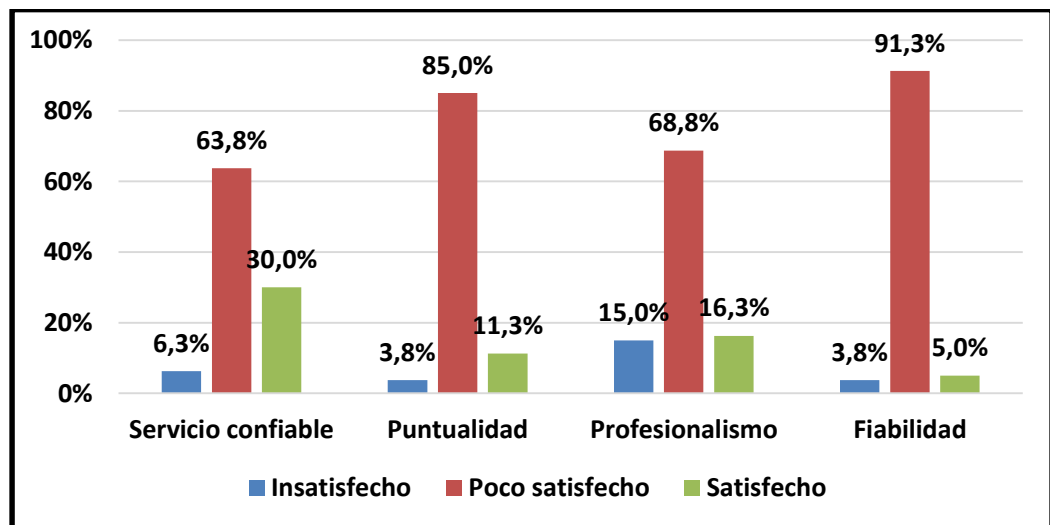


Figura 8: Fiabilidad

Interpretación y análisis:

En la tabla 11 y la figura 7 a la pregunta sobre la dimensión fiabilidad respondida por los turistas, indica que el 91.3% de los turistas indican que están poco satisfechos con la fiabilidad, el 5.0% de los turistas indican que es están



satisfechos con la fiabilidad, y por último el 3.8% indica que están insatisfechos con la fiabilidad.

Sobre la pregunta de la dimensión fiabilidad respondida por los turistas, el resultado del indicador servicio confiable, indica que el 63.8% de los turistas indican que están poco satisfechos con el servicio confiable, el 30.0% de los turistas indican que están satisfechos con el servicio confiable, y por último el 6.3% de los turistas indican que están insatisfechos con el servicio confiable.

Los turistas indican que están poco satisfechos con el servicio confiable, debido a que observaron detalles como la seguridad y la empatía este detalle hizo que sintieran desconfianza en el servicio de guiado.

Sobre la pregunta de la dimensión fiabilidad respondida por los turistas, el resultado del indicador puntualidad de los turistas, indica que el 85.0% de los turistas indican que están poco satisfechos con la puntualidad, el 11.3% de los turistas indican que están satisfechos con la puntualidad, y por último el 3.8% de los turistas indican que están insatisfechos con la puntualidad.

Los turistas indican que el servicio que optaron no fue el que esperaron debido a que se retrasaron en algunas actividades y a otras no se llegó a tiempo esto hizo una descoordinación y genero desorden en los tiempos de guiado.

Sobre la pregunta de la dimensión fiabilidad respondida por los turistas, el resultado del indicador profesionalismo de los turistas, indica que el 68.8% de los turistas indican que están poco satisfechos con el profesionalismo, el 16.3% de los turistas indican que están satisfechos con el profesionalismo, y por último el 15.0% de los turistas indican que están insatisfechos con el profesionalismo.



Este resultado se debe a que los turistas indican que en las actividades que se realizaron en todo el trayecto del tours los guías en algunas actividades eran poco profesionales y esto influyo directamente en la satisfacción del turista.



B) Capacidad de respuesta

Tabla 12

Capacidad de respuesta

	Indicador				Dimensión	
	Respuesta precisa		Atención inmediata		Capacidad de respuesta	
	f	%	f	%	f	%
Insatisfecho	14	17.5%	4	5.0%	4	5.0%
Poco satisfecho	49	61.3%	53	66.3%	63	78.8%
Satisfecho	17	21.3%	23	28.8%	13	16.3%
Total	80	100%	80	100%	80	100%

Fuente: Elaboración propia

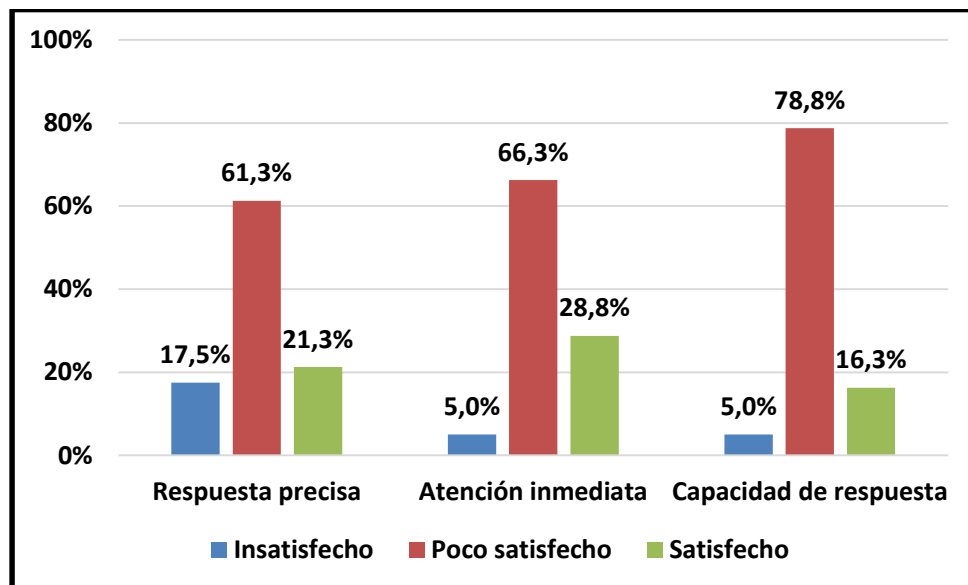


Figura 9: Capacidad de respuesta

Interpretación y análisis:

En la tabla 12 y la figura 8 a la pregunta sobre la dimensión capacidad de respuesta respondida por los turistas, indica que el 78.8% de los turistas indican que están poco satisfechos con la capacidad de respuesta, el 16.3% de los turistas indican que es están satisfechos con la capacidad de respuesta, y por último el 5.0% indica que están insatisfechos con la capacidad de respuesta.

Sobre la pregunta de la dimensión capacidad de respuesta respondida por los turistas, el resultado del indicador respuesta precisa, indica que el 61.3% de los



turistas indican que están poco satisfechos con la respuesta precisa, el 21.3% de los turistas indican que están satisfechos con la respuesta precisa, y por último el 17.5% de los turistas indican que están insatisfechos con la respuesta precisa. Este resultado se debe puesto que los turistas indicaron que de todas las preguntas que se realizó a los guías solo el 50% fueron respondidas de manera precisa y les sirvió a los turistas, el resto de respuestas fueron erróneas.

Sobre la pregunta de la dimensión capacidad de respuesta respondida por los turistas, el resultado del indicador atención inmediata de los turistas, indica que el 66.3% de los turistas indican que están poco satisfechos con la atención inmediata, el 28.8% de los turistas indican que están satisfechos con la atención inmediata, y por último el 5.0% de los turistas indican que están insatisfechos con la atención inmediata.

Esta respuesta se debe a que los turistas percibieron que los guías no prestan una atención inmediata debido a que tienen mucha prisa al realizar el guiado, y esto determina enormemente la satisfacción del turista.



C) Seguridad

Tabla 13

Seguridad

	Indicador				Dimensión	
	Confianza		Integridad		Seguridad	
	f	%	f	%	f	%
Insatisfecho	14	17.5%	10	12.5%	10	12.5%
Poco satisfecho	41	51.3%	48	60.0%	52	65.0%
Satisfecho	25	31.3%	22	27.5%	18	22.5%
Total	80	100%	80	100%	80	100%

Fuente: Elaboración propia

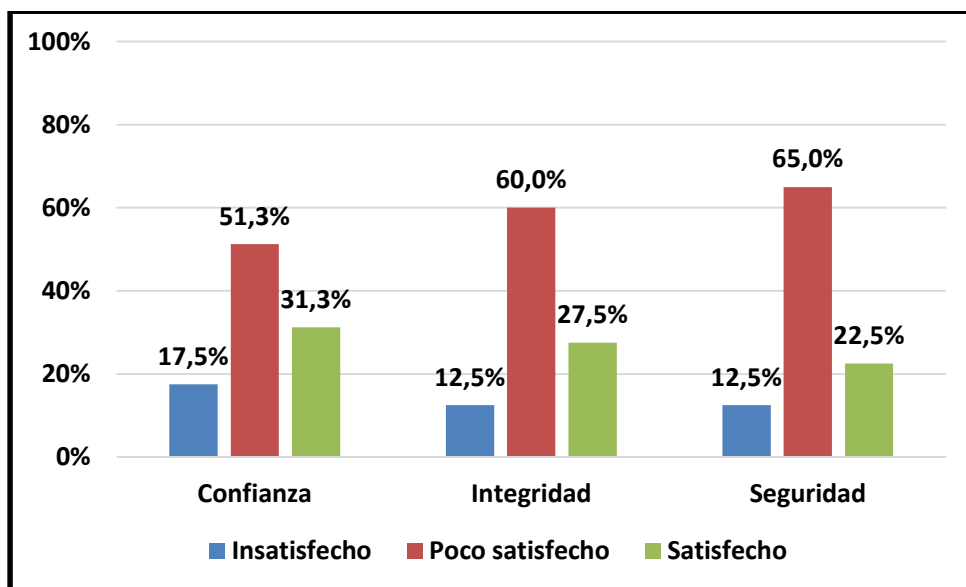


Figura 10: Seguridad

Interpretación y análisis:

En la tabla 13 y la figura 9 a la pregunta sobre la dimensión seguridad respondida por los turistas, indica que el 65.0% de los turistas indican que están poco satisfechos con la seguridad, el 22.5% de los turistas indican que es están satisfechos con la seguridad, y por último el 12.5% indica que están insatisfechos con la seguridad.

Sobre la pregunta de la dimensión seguridad respondida por los turistas, el resultado del indicador confianza, indica que el 51.3% de los turistas indican que están poco satisfechos con la confianza, el 31.3% de los turistas indican que



están satisfechos con la confianza, y por último el 17.5% de los turistas indican que están insatisfechos con la confianza.

Esta respuesta se debe a que guías no generan confianza en su totalidad ya que no son muy conversadores con los turistas esto no ayuda a generar confianza y que los turistas expresen los puntos negativos de su guiado.

Sobre la pregunta de la dimensión seguridad respondida por los turistas, el resultado del indicador integridad de los turistas, indica que el 60.0% de los turistas indican que están poco satisfechos con la integridad, el 27.5% de los turistas indican que están satisfechos con la integridad, y por último el 12.5% de los turistas indican que están insatisfechos con la integridad.

Sobre esta respuesta se tiene que el turista observa que los valores y principios de los guías son regulares debido a que observaron que la mayoría de guías no son personas muy integran en su servicio brindado.



D) Empatía

Tabla 14

Empatía

	Indicador				Dimensión	
	Necesidades personales		Requerimientos de los turistas		Empatía	
	f	%	f	%	f	%
Insatisfecho	13	16.3%	9	11.3%	9	11.3%
Poco satisfecho	45	56.3%	59	73.8%	59	73.8%
Satisfecho	22	27.5%	12	15.0%	12	15.0%
Total	80	100%	80	100%	80	100%

Fuente: Elaboración propia

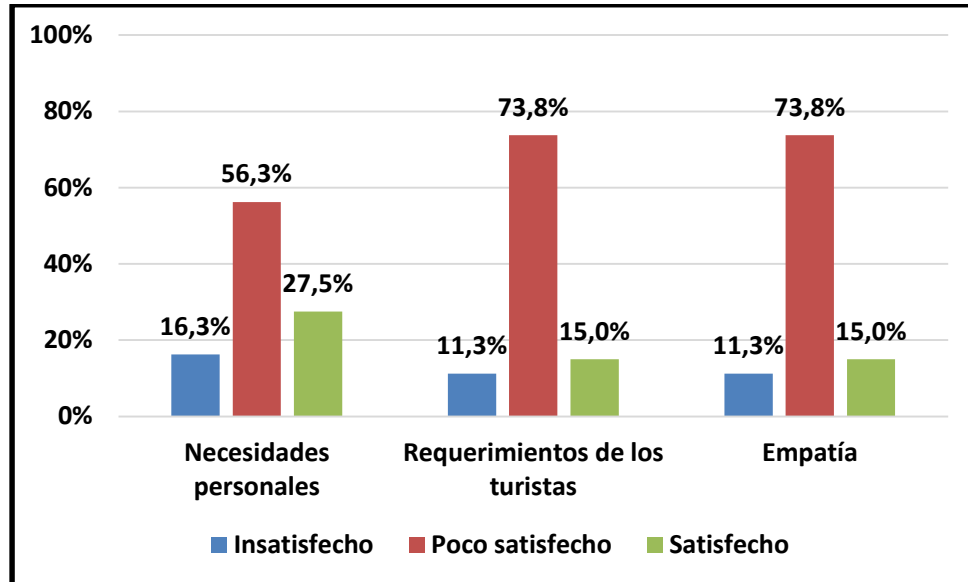


Figura 11: Empatía

Interpretación y análisis:

En la tabla 14 y la figura 10 a la pregunta sobre la dimensión empatía respondida por los turistas, indica que el 73.8% de los turistas indican que están poco satisfechos, el 15.0% de los turistas indican que están satisfechos con la empatía, y por último el 0.0% indica que están insatisfechos con la empatía.

Sobre la pregunta de la dimensión empatía respondida por los turistas, el resultado del indicador necesidades personales, indica que el 56.3% de los turistas indican que están poco satisfechos, el 27.5% de los turistas indican que



están satisfechos con la atención a las necesidades personales, y por último el 16.3% de los turistas indican que están insatisfechos con la atención a las necesidades personales.

Los turistas observan que en ocasiones el guía no hizo caso a alguna necesidad personal de los turistas, así como también no realiza una adecuada retroalimentación de la información que brinda en un primer momento.

Sobre la pregunta de la dimensión empatía respondida por los turistas, el resultado del indicador requerimientos de los turistas, indica que el 73.8% de los turistas indican que están poco satisfechos, el 15.0% de los turistas indican que están satisfechos con la atención a los requerimientos, y por último el 11.3% de los turistas indican que están insatisfechos con la atención a los requerimientos.

Los turistas indican que están sumamente preocupados porque el guía en muchos casos no atendió a los requerimientos que los turistas indicaron en un primer momento esto causó molestia y generó un momento tenso entre los turistas.



E) Tangibilidad

Tabla 15

Tangibilidad

	Indicador				Dimensión	
	Equipamiento		Herramientas		Tangibilidad	
	f	%	f	%	f	%
Insatisfecho	6	7.5%	9	11.3%	3	3.8%
Poco satisfecho	40	50.0%	56	70.0%	72	90.0%
Satisfecho	34	42.5%	15	18.8%	5	6.3%
Total	80	100%	80	100%	80	100%

Fuente: Elaboración propia

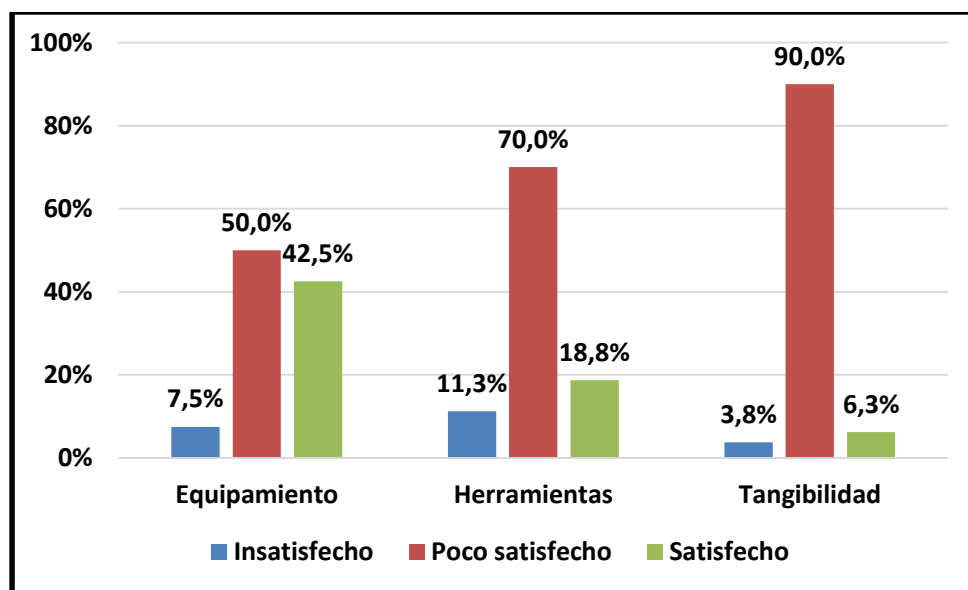


Figura 12: Tangibilidad

Interpretación y análisis:

En la tabla 15 y la figura 11 a la pregunta sobre la dimensión tangibilidad respondida por los turistas, indica que el 90.0% de los turistas indican que están poco satisfechos, el 6.3% de los turistas indican que es están satisfechos con la tangibilidad, y por último el 3.8% indica que están insatisfechos con la tangibilidad.

Sobre la pregunta de la dimensión tangibilidad respondida por los turistas, el resultado del indicador equipamiento, indica que el 50.0% de los turistas indican que están poco satisfechos, el 42.5% de los turistas indican que están satisfechos



con el equipamiento, y por último el 7.5% de los turistas indican que están insatisfechos con el equipamiento.

Sobre este tema se tiene que los turistas indican que el equipamiento que tienen no brindan una adecuada seguridad, así mismo se sienten poco satisfechos debido a la desconfianza que generan los equipos de seguridad puesto que observan un deterioro.

Sobre la pregunta de la dimensión empatía respondida por los turistas, el resultado del indicador herramientas de los turistas, indica que el 70.0% de los turistas indican que están poco satisfechos, el 18.8% de los turistas indican que están satisfechos con las herramientas, y por último el 11.3% de los turistas indican que están insatisfechos con las herramientas.

Los turistas manifiestan estar poco satisfechos con las herramientas que se les brindan debido a que observan que están deteriorados y que no se les dio un mantenimiento preventivo esto genera la inconformidad de los turistas.



4.3.2 Resultados de la variable satisfacción turística

Tabla 16

Satisfacción turística

	f	%
Insatisfecho	4	5.0%
Poco satisfecho	65	81.3%
Satisfecho	11	13.8%
Total	80	100%

Fuente: Elaboración propia

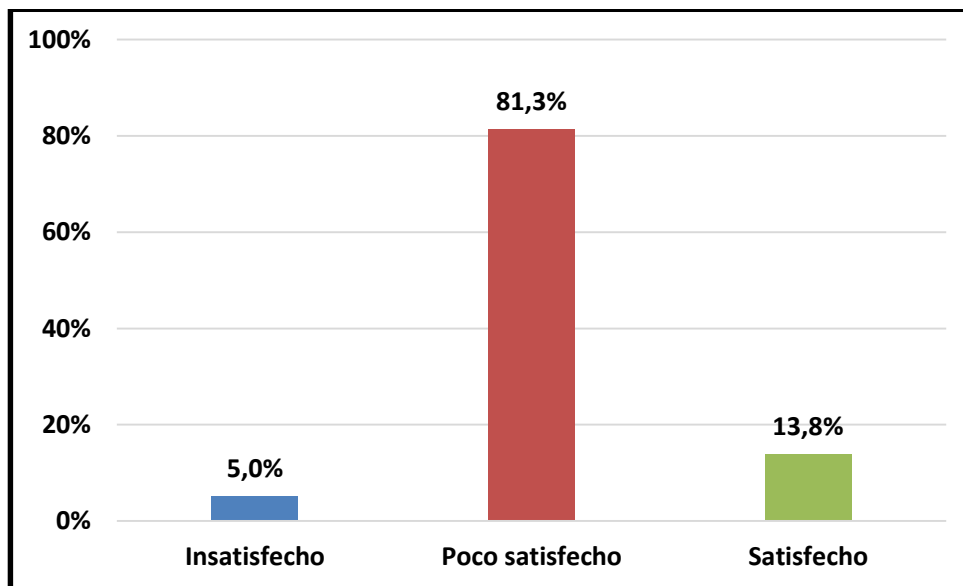


Figura 13: Satisfacción turística

Interpretación y análisis:

En la tabla 16 y la figura 12 a la pregunta sobre la variable satisfacción turística respondida por los turistas, indica que el 81.3% de los turistas indican que están poco satisfechos, el 13.8% de los turistas indican que es están satisfechos, y por último el 5.0% de los turistas indican que están insatisfechos.

Sobre este tema los turistas indican que están poco satisfechos debido a que en el transcurso del guiado se tuvo aspectos como el equipamiento y las herramientas que generaron molestias, dichos aspectos se deben mejorar para garantizar el servicio que se le brinda.



4.4 Pruebas de hipótesis

Para determinar de qué manera se relaciona la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray con la satisfacción del turista Cusco 2020, se utilizó la prueba estadística Chi cuadrado. Para la toma de decisiones se considera:

- Si el valor obtenido en la prueba estadística Chi cuadrado (valor P) > 0.05 se acepta la hipótesis nula.
- Si el valor obtenido en la prueba estadística Chi cuadrado (valor P) < 0.05 se rechaza la hipótesis nula.

Asimismo, para determinar grado de relación entre de las dimensiones de la variable satisfacción turística con la variable conducción de grupos, se utilizó coeficiente de correlación de Spearman el cual tiene una variación de -1 a 1 .

4.4.1 Resultados para la relación entre las dimensiones de la variable satisfacción turística y la variable conducción de grupos

A) **Fiabilidad y conducción de grupos**

Hipótesis nula: La fiabilidad no se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.

Hipótesis alterna: La fiabilidad se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.



Tabla 17

Fiabilidad y conducción de grupos

Fiabilidad	Conducción de grupos						Total	
	Malo		Regular		Bueno			
	f	%	f	%	f	%	f	%
Insatisfecho	3	3.8%	0	0.0%	0	0.0%	3	3.8%
Poco satisfecho	10	12.5%	53	66.3%	10	12.5%	73	91.3%
Satisfecho	3	3.8%	1	1.3%	0	0.0%	4	5.0%
Total	16	20.0%	54	67.5%	10	12.5%	80	100.0%
Prueba Chi cuadrado = 21.435							$p = 0.000$	
Correlación de Spearman							$r = 0.004$	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

Como $p = 0.000 < 0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, se puede afirmar que la fiabilidad se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.004.

B) Capacidad de respuesta y conducción de grupos

Hipótesis nula: La capacidad de respuesta no se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.

Hipótesis alterna: La capacidad de respuesta se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.

Tabla 18 *Capacidad de respuesta y conducción de grupos*

Capacidad de respuesta	Conducción de grupos						Total	
	Malo		Regular		Bueno			
	f	%	f	%	f	%	f	%
Insatisfecho	4	5.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	5.0%
Poco satisfecho	9	11.3%	44	55.0%	10	12.5%	63	78.8%
Satisfecho	3	3.8%	10	12.5%	0	0.0%	13	16.3%
Total	16	20.0%	54	67.5%	10	12.5%	80	100.0%
Prueba Chi cuadrado = 19.511							$p = 0.001$	
Correlación de Spearman							$r = 0.071$	

Fuente: Elaboración propia



Interpretación y análisis:

Como $p = 0.001 < 0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, se puede afirmar que la capacidad de respuesta se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.071.

C) Seguridad y conducción de grupos

Hipótesis nula: Seguridad no se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.

Hipótesis alterna: Seguridad se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.

Tabla 19

Seguridad y conducción de grupos

Seguridad	Conducción de grupos						Total	
	Malo		Regular		Bueno		f	%
	f	%	f	%	f	%		
Insatisfecho	10	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	10	12.5%
Poco satisfecho	3	3.8%	39	48.8%	10	12.5%	52	65.0%
Satisfecho	3	3.8%	15	18.8%	0	0.0%	18	22.5%
Total	16	20.0%	54	67.5%	10	12.5%	80	100.0%
Prueba Chi cuadrado = 50.602							$p = 0.000$	
Correlación de Spearman							$r = 0.274$	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

Como $p = 0.000 < 0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, se puede afirmar que la seguridad se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.274.



D) Empatía y conducción de grupos

Hipótesis nula: La empatía no se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.

Hipótesis alterna: La empatía se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.

Tabla 20
Empatía y conducción de grupos

Empatía	Conducción de grupos						Total	
	Malo		Regular		Bueno		f	%
	f	%	f	%	f	%		
Insatisfecho	9	11.3%	0	0.0%	0	0.0%	9	11.3%
Poco satisfecho	4	5.0%	47	58.8%	8	10.0%	59	73.8%
Satisfecho	3	3.8%	7	8.8%	2	2.5%	12	15.0%
Total	16	20.0%	54	67.5%	10	12.5%	80	100.0%
Prueba Chi cuadrado = 42.968							$p = 0.000$	
Correlación de Spearman							$r = 0.354$	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

Como $p = 0.000 < 0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, se puede afirmar que la empatía se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.354.

E) Tangibilidad y conducción de grupos

Hipótesis nula: La tangibilidad no se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.

Hipótesis alterna: La tangibilidad se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.



Tabla 21

Tangibilidad y conducción de grupos

Tangibilidad	Conducción de grupos						Total	
	Malo		Regular		Bueno		f	%
	f	%	f	%	f	%		
Insatisfecho	3	3.8%	0	0.0%	0	0.0%	3	3.8%
Poco satisfecho	13	16.3%	49	61.3%	10	12.5%	72	90.0%
Satisfecho	0	0.0%	5	6.3%	0	0.0%	5	6.3%
Total	16	20.0%	54	67.5%	10	12.5%	80	100.0%
Prueba Chi cuadrado = 14.658							$p = 0.005$	
Correlación de Spearman							$r = 0.228$	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

Como $p = 0.005 < 0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, se puede afirmar que la tangibilidad se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.228.

4.4.2 Resultados para la relación entre la variable conducción de grupos y la variable satisfacción turística

Hipótesis nula: La conducción de grupos no se relaciona significativamente en la satisfacción turística en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.

Hipótesis alterna: La conducción de grupos se relaciona significativamente en la satisfacción turística en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020.

Tabla 22

Conducción de grupos y satisfacción turística

Satisfacción turística	Conducción de grupos						Total	
	Malo		Regular		Bueno		f	%
	f	%	f	%	f	%		
Insatisfecho	4	5.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	5.0%
Poco satisfecho	9	11.3%	46	57.5%	10	12.5%	65	81.3%
Satisfecho	3	3.8%	8	10.0%	0	0.0%	11	13.8%
Total	16	20.0%	54	67.5%	10	12.5%	80	100.0%
Prueba Chi cuadrado = 19.477							$p = 0.001$	
Correlación de Spearman							$r = 0.070$	



Interpretación y análisis:

Como $p = 0.001 < 0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, se puede afirmar que la conducción de grupos se relaciona con la satisfacción turística, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.070.



CAPÍTULO V DISCUSIÓN Y PROPUESTA

5.1 Discusión

5.1.1. Descripción de los hallazgos más relevantes

Los hallazgos más relevantes de esta investigación sobre la conducción de grupos y la satisfacción turística son los siguientes:

- Sobre el resultado de correlación como resultado $p = 0.001 < 0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, se puede afirmar que la conducción de grupos se relaciona con la satisfacción turística, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.070.
- La variable satisfacción turística respondida por los turistas, indica que el 81.3% de los turistas indican que están poco satisfechos, el 13.8% de los turistas indican que es están satisfechos, y por último el 5.0% de los turistas indican que están insatisfechos, la dimensión fiabilidad respondida por los turistas, indica que el 91.3% de los turistas indican que están poco satisfechos con la fiabilidad, la dimensión capacidad de respuesta respondida por los turistas, indica que el 78.8% de los turistas indican que están poco satisfechos con la capacidad de respuesta, la dimensión seguridad respondida por los turistas, indica que el 65.0% de los turistas indican que están poco satisfechos con la seguridad, la dimensión empatía respondida por los turistas, indica que el 73.8% de los turistas indican que están poco satisfechos, la dimensión tangibilidad respondida por los turistas, indica que el 90.0% de los turistas indican que están poco satisfechos



- La variable conducción de grupos respondida por los turistas, indica que el 67.5% de los turistas indican que la conducción de grupos es regular, el 20.0% de los turistas indican que la conducción de grupos es mala, y por último el 12.5% de los turistas indican que la conducción de grupos es buena, sobre la dimensión guiar y conducir, respondida por los turistas, indica que el 76.3% de los turistas indican que guiar y conducir por parte de los guías es regular, la dimensión brindar información sobre los puntos de interés, respondida por los turistas, indica que el 62.5% de los turistas indican que brindar información sobre los puntos de interés por parte de los guías es regular, la dimensión acompañamiento en almuerzos y/o cenas, respondida por los turistas, indica que el 53.8% de los turistas indican que el acompañamiento en almuerzos y/o cenas de los guías es regular, la dimensión asistencia al turista, respondida por los turistas, indica que el 58.8% de los turistas indican que la asistencia al turista es regular, la dimensión orientación y asesoría al turista, respondida por los turistas, indica que el 96.3% de los turistas indican que la orientación y asesoría al turista es regular

5.1.2. Limitaciones del estudio

La limitación de esta investigación, se ve más relacionada al estado de emergencia que vive el Perú, puesto que no fue muy práctico la recolección de datos, ya que se tuvo que realizar de manera virtual y no se tuvo el contacto con los encuestados para poder tener mayores datos sobre la satisfacción que tienen los turistas al venir a esta ruta.



5.1.3. Comparación crítica con la literatura existente

En los antecedentes del presente trabajo se puede evidenciar el estudio de Nilda Rosa Barrutia titulado “Análisis de la satisfacción del turista y de los operadores locales de turismo de la provincia de Ica respecto al servicio ofrecido por los guías de turismo” se llegó a la conclusión: Se determinó que el nivel de fiabilidad del turista de la provincia de Ica respecto al servicio ofrecido por los Guías de turismo se encuentra en un nivel medio. Sin embargo, pudimos constatar que algunos de estos servicios no son los óptimos. En comparación con nuestro estudio “Conducción De Grupos En Bicicleta En La Ruta Maras – Moray Y La Satisfacción Del Turista Cusco 2020” se evidencia que el 81.3% de los turistas indican que están poco fiables 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 Luisa Andrea Díaz titulado “Estudio de la satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de Barrio Florido y Alrededores, Periodo 2014” se llegó a la conclusión: Se determinó que el nivel de tangibilidad con mayor cifra fue la alternativa “algo satisfechos” con una representación porcentual del 40% aproximadamente. Sin embargo, pudimos constatar que algunos de estos servicios no son los óptimos. En comparación con nuestro estudio “Conducción De Grupos En Bicicleta En La Ruta Maras – Moray Y La Satisfacción Del Turista Cusco 2020” se evidencia que el 70% de los turistas indican que están poco capaces 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 Luisa Andrea Díaz titulado “Estudio de la satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de Barrio Florido y Alrededores, Periodo 2014” se llegó a la conclusión: Se determinó que a la calidad del servicio recibido se obtuvo como resultado que la alternativa con mayor cifra fue el nivel “muy satisfechos”. En comparación con nuestro estudio “Conducción De Grupos En Bicicleta En La Ruta Maras – Moray Y La Satisfacción Del Turista Cusco 2020” se evidencia que el 70% de los turistas indican que están poco tangibles 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 infraestructura presenta que cada empresa que proporciona a sus clientes.

5.1.4. Implicancias del estudio

En este estudio de investigación se tuvo respuestas muy sinceras sobre la satisfacción que tienen los turistas en el servicio que se les da en la ruta Maras – Moray, así mismo esta investigación servirá a las agencias de viajes para tomarlos como referencia y verificando si las dimensiones se cumplen de manera favorable o desfavorables.

5.2 Propuestas de la investigación

5.2.1. Nombre de la Propuesta: Capacitaciones sobre el Guiado y conducción de grupos en la ruta Maras – Moray

5.2.1.1 Lugar.

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

5.2.1.2 Objetivos:

- Realizar guías capacitados en asistencia a los turistas.
- Mejorar el servicio turístico en la ruta Maras – Moray.



- Tener turistas más satisfechos con los servicios brindados.

5.2.1.3 Justificación.

La justificación a que actualmente en la ruta Maras – Moray, se desarrolla la actividad turística de conducción de bicicletas, la cual es una alternativa de diversificar las ofertas turísticas en este sector, es por ello que mediante esta propuesta se desea mejorar los servicios mediante capacitaciones y charlas sobre el adecuado guiado y conducción de grupos, para mejorar el servicio.

5.2.1.4 Descripción de la propuesta

La propuesta se centra en charlas informativas a todos los guías para que puedan mejorar en temas esenciales y que persistentemente están muy criticados, como son:

- Situación actual del servicio turístico de conducción de grupo ruta Maras – Moray
- Como realizar una adecuada conducción de grupos
- Determinar los puntos claves para tener turistas más satisfechos
- Analizar el cumplimiento de la calidad en el servicio.

5.2.1.5 Metodología

Para realizar las charlas y capacitaciones se tendrán que pedir ayuda a personas con mayor experiencia en el tema de guiado y conducción de grupos, con la finalidad de compartir sus vivencias y como obtuvieron a lo largo de su trayectoria tener turistas más satisfechos con su labor.

5.2.1.6 Público Objetivo

Se realizará la charla de capacitación a más de 100 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 elegirá entre los dueños de agencias de turismo, interesados en mejorar sus servicios, principalmente el guiado y conducción de grupos.

5.2.1.8 Resultados esperados de la propuesta:

Con el desarrollo de la propuesta se espera:

- Al terminar esta charla se tendrá guías con mayor conocimiento sobre la importancia de su labor en el turismo local.
- Se tendrá guías con mayor confianza de su labor frente a los turistas
- Así mismo se tendrán los mecanismo para lograr que los turistas terminen el recorrido o guiado, muy satisfechos.

5.2.2. Nombre de la Propuesta: Encuestas periódicas a los turistas sobre temas de “Guiado y conducción de grupos ruta Maras – Moray”.

5.2.2.1 Lugar.

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

5.2.2.2 Objetivos:

- Elaborar un cuestionario con ítems aprobados para contar el grado de satisfacción del turista en el servicio de guiado y conducción de grupos por parte de los guías.
- Medir el grado de satisfacción del turista en el servicio de guiado y conducción de grupos por parte de los guías.

5.2.2.3 Justificación.

La justificación de la propuesta se debe a que los turistas al estar con mayor contacto con el guía en la conducción del trayecto podrán observar y resaltar los errores y fallas



que tuvieron de esta manera poder mejorar en el tiempo, para ofrecer cada vez mejores servicios

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 Maras - Moray, ya que de esta manera se podrá recoger datos de la fuente principal, así mismo los datos se analizarán y compararán para tener resultados más exactos y precisos.

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 ayudará 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 Maras - Moray.

5.2.2.7 Lugar y hora

Estas averiguaciones serán aplicadas a los turistas al finalizar la visita de la ruta Maras - Moray, 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 datos verídicos de los turistas.
- Mejorar las faltas 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 Maras - Moray.



CONCLUSIONES

PRIMERA: Según los datos obtenidos en la presente investigación se llegó a concluir que se rechaza la hipótesis general nula (H_0), debido a que el valor de $p=0.001<0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.070, es decir la **conducción de grupos** se relaciona significativamente en la **satisfacción turística** en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020, se puede considerar que esta asociación es estadísticamente significativa con un nivel de confianza del 95%.

SEGUNDA: Según los datos obtenidos en la presente investigación se llegó a concluir que se rechaza la hipótesis específica nula (H_0), debido a que el valor de $p=0.000<0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.004, es decir la **fiabilidad** se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020, se puede considerar que esta asociación es estadísticamente significativa con un nivel de confianza del 95%.

TERCERA: Según los datos obtenidos en la presente investigación se llegó a concluir que se rechaza la hipótesis específica nula (H_0), debido a que el valor de $p=0.001<0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.071, es decir la **capacidad de respuesta** se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020, se puede considerar que esta asociación es estadísticamente significativa con un nivel de confianza del 95%.

CUARTA: Según los datos obtenidos en la presente investigación se llegó a concluir que se rechaza la hipótesis específica nula (H_0), debido a que el valor de $p=0.000<0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.274, es decir la **seguridad** se relaciona significativamente en la conducción de grupos en



bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020, se puede considerar que esta asociación es estadísticamente significativa con un nivel de confianza del 95%.

QUINTA: Según los datos obtenidos en la presente investigación se llegó a concluir que se rechaza la hipótesis general nula (H_0), debido a que el valor de $p=0.000<0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.354, es decir la **empatía** se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020, se puede considerar que esta asociación es estadísticamente significativa con un nivel de confianza del 95%.

SEXTA: Según los datos obtenidos en la presente investigación se llegó a concluir que se rechaza la hipótesis específica nula (H_0), debido a que el valor de $p=0.005<0.05$, en la prueba Chi – cuadrado, donde el grado de relación mediante la correlación de Spearman es 0.228, es decir la **tangibilidad** se relaciona significativamente en la conducción de grupos en bicicleta en la ruta Maras – Moray, Cusco 2020, se puede considerar que esta asociación es estadísticamente significativa con un nivel de confianza del 95%.



RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a las agencias que realizan actividades turísticas en la ruta Maras – Moray, realizar convenios con entidades públicas (DIRCETUR, Municipalidades), con la finalidad de poder realizar charlas y capacitaciones sobre el adecuado manejo de la conducción de grupos, así mismo se tendrá que realizar evaluaciones a los turistas que optan por este servicio, de esta manera los turistas indicaran cuales son los aspectos negativos y positivos de su experiencia turísticas.
2. Se recomienda a las agencias que realizan actividades turísticas en la ruta Maras – Moray, tener personal calificado para poder dar la fiabilidad adecuada a los turistas, así mismo que los turistas sientan que en esta ruta se tendrá un servicio confiable, que se tendrá puntualidad al iniciar la ruta y que se demuestre profesionalismo en todo el recorrido, de esta manera se podrá tener turistas más satisfechos.
3. Se recomienda a las agencias que realizan actividades turísticas en la ruta Maras – Moray, dar capacitaciones a su personal, en el tema de capacidad de respuesta, puesto que algunos turistas en el corrido realizan preguntas las cuales deben ser contestadas de manera inmediata y con la respuesta precisa, para tener turistas más informador y con menores dudas.
4. Se recomienda a las agencias que realizan actividades turísticas en la ruta Maras – Moray, informar a los guías de turismo, sobre temas de seguridad, con la finalidad de poder dar la confianza a los turistas en esta ruta, así mismo mostrara que este servicio cuidara la integridad del cliente a lo largo del recorrido.
5. Se recomienda a las agencias que realizan actividades turísticas en la ruta Maras – Moray, proponer capacitaciones sobre la empatía que deben tener los guías de turismo que brinden este servicio, ya que los turistas aprecian que los guías estén atentos a las necesidades



personales que tienen, así mismo al cumplir con los requerimientos que los turistas, se tendrá garantizada la satisfacción de cada turista que requiera de este servicio.

6. Se recomienda a las agencias que realizan actividades turísticas en la ruta Maras – Moray, evaluar y realizar mantenimientos preventivos de los equipos que se tiene para realizar esta ruta, por otro lado se deben modernizar las herramientas que se tienen, ya que algunas agencias de turismo no prestan la debida garantía en las herramientas que brindan a los turistas.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antón, C., Camarero, C., & Laguna-García, M. (2014). Towards a new approach of destination royalty drivers: satisfaction, visit intensity and tourist motivation. *Current Issues in Tourism*, 1-23.
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. (2004). *Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa*. España: AECA.
- Bagatella, J. C. (2013). *El concepto de seguridad en el nuevo paradigma de la normatividad mexicana*. Mexico: Tecnológico de Monterrey.
- CALTUR. (2007). *Manual de Buenas Prácticas Guías de Turismo y Operación Turísticas*. Lima: MinCetur.
- Cultur. (2017).
- Calva, J. J. (2009). *Satisfacción de usuarios: la investigación sobre las necesidades de información*. México: UNAM.
- Cirigliano, G., & Villaverde, A. (15 de Abril de 1996). *AliatUniversidades*. Obtenido de http://online.aliat.edu.mx/adistancia/dinamica/U6/S6_02.html
- Correia, A., Kozak, M., & Ferradeira, J. (2013). From tourist motivations to tourist satisfaction. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 411-424.
- 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-)
- Esparza, L., Guzmán, T., & Ruíz, C. (2007). *Manual de Buenas Prácticas. Guías de Turismo y Operación Turística*. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.



- Garibay, C. (2006). *Manual de Primeros Auxilios*. Salamanca: Comité logístico de Dirección Nacional de Protección Civil y Administración de desastres.
- 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)
- Huerta, H. (2006). *Programa Nacional de Formador de Formadores de Guías*. Cuba: FORMATUR.
- Joppe, M., Martin, D., & Waalen, J. (2001). Toronto's Image As a Destination: A Comparative Importance-Satisfaction Analysis by Origin of Visitor. *Journal of Travel Research*, 252-260.
- Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- La República. (2 de Diciembre de 2019). *Aumenta el descontento del turista que visita Cusco*. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/1153008-aumenta-el-descontento-del-turista-que-visita-cusco/>
- López, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. En P. López Roldán, & S. Fachelli, *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona.
- Martinez, T. (2012). *Manual de Guías de Turismo*. México: Trillas.
- OMT. (2016). *Organización Mundial de Turismo: Calidad turística*. OMT.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A., & Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Díaz de Santos.
- Pedroso, I. (2001). *El Guía de turismo: Principal Agente de Información en un Destino Turístico*. Camagüey: Centro de Documentación e Información del Turismo.



PortalTurismo. (12 de Diciembre de 2019). *APAVIT expresa satisfacción por logros durante el 2019*. Obtenido de <https://portaldeturismo.pe/noticia/apavit-expresa-satisfaccion-por-logros-durante-el-2019/>

Roura, W. (05 de Setiembre de 2011). *Auditool*. Obtenido de <https://www.auditool.org/blog/control-interno/824-eficacia-y-eficiencia>

Ruiz, A. (2012). Concepto de fiabilidad (RELIABILITY) . *Comite de Confiabilidad*, 1-3.

Saldaña, J., & Cervantes, J. (Octubre de 2000). Mercadotecnia de servicios. *Revista Contaduría y Administración*, 199.

Sancho, A. (2001). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Schmalbalch, J. V. (2010). *La gestión de la calidad en los servicios ISO 9001:2008*. España.

Siliceo, A., Casares, D., & Gonzalez, J. (1999). *Liderazgo Valores y Cultura Organizacional*. México: Mc Graw Hill.

Silva, E. (20 de Junio de 2019). *El Financiero*. Obtenido de <https://www.elfinanciero.com.mx/monterrey/la-puntualidad>

Ucha , F. (15 de Noviembre de 2009). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/atencion-al-cliente.php>

UNESCO. (11 de Enero de 2017). *¿Qué es asistencia técnica?* Obtenido de <https://es.unesco.org/creativity/node/1035>

Valda, J. (4 de Setiembre de 2014). *Grandes Pymes*. Obtenido de <https://www.grandespymes.com.ar/2012/11/06/tecnicas-de-organizacion-y-coordinacion-en-la-empresa/>



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



ANEXOS



B. Matriz de Instrumentos

Dimensión	Indicadores	Peso	N° De Ítems	Ítems	Escala de calificación
Guiar y conducir	Liderazgo Responsabilidad Seguridad	13%	3	1 ¿El guía de turistas mostró liderazgo al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?	
				2 ¿El guía de turistas mostró responsabilidad al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?	
				3 ¿El guía de turistas muestra seguridad al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?	
Brindar información sobre los puntos de interés	Interés en el recorrido Generar Interés	9%	2	4 ¿El guía de turistas mostró interés al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?	Totalmente de acuerdo
				5 ¿El guía de turistas genera interés y expectativa al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?	
Acompañamiento en almuerzos y/o cenas	Coordinar almuerzos y/o cenas Asistencia en almuerzos y/o cenas	9%	2	6 ¿El guía de turistas coordinó y acompaña en los almuerzos y/o cenas durante la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?	De acuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo
				7 ¿El guía de turistas brinda asistencia en los almuerzos y/o cenas, al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?	
Asistir al turista	Ayuda oportuna Eficiencia en el guiado Asistencia de primeros auxilios	13%	3	8 ¿El guía de turistas brindó ayuda oportuna al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?	desacuerdo En desacuerdo
				9 ¿El guía de turistas mostró eficiencia al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?	
				10 ¿El guía de turistas asistió en primeros auxilios al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?	
Orientar y asesorar al turista	Suministrar información Información precisa	13%	2	11 ¿El guía de turistas suministró buena información al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?	Totalmente en desacuerdo
				12 ¿El guía de turistas brindó información precisa al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?	
Dimensión fiabilidad.	Servicio confiable Puntualidad Profesionalismo	13%	3	13 ¿El guía de turistas mostró un servicio confianza al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?	
				14 ¿El guía de turistas mostró puntualidad al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?	
				15 ¿El guía de turistas mostró profesionalismo al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?	



Dimensión capacidad de respuesta	Respuesta precisa Atención inmediata	9%	2	16	¿El guía de turistas brindó respuesta precisa al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?
				17	¿El guía de turistas brindo atención inmediata al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?
Dimensión de seguridad	Confianza Integridad	9%	2	18	¿El guía de turista inspiró confianza en su trabajo al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?
				19	¿El guía de turistas demostró integridad al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?
Dimensión de empatía	Necesidades personales Requerimientos de los turistas	9%	2	20	¿El guía de turistas mostró atención a las necesidades personales de los turistas al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?
				21	¿El guía de turistas mostró atención a los requerimientos personales de los turistas al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?
Dimensión de tangibilidad	Equipamiento Herramientas	9%	2	22	¿El guía de turistas contó con el equipamiento correcto al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?
				23	¿El guía de turistas contó con las herramientas necesarias al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?
TOTAL		100%	23		



C. Instrumento de recolección de datos

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

Encuesta a los turistas

**CONDUCCION DE GRUPOS EN BICICLETA EN LA RUTA MARAS – MORAY Y LAS SATISFACCION DEL
TURISTA CUSCO 2020**

Estimado(a), el presente cuestionario es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información, acerca de la **conducción de grupos** y la **satisfacción del turista**, rogamos la máxima sinceridad en sus respuestas.

INDICACIONES:

Al responder cada uno de los ítems marcará con una “X” solo una de las alternativas propuestas. No existe respuesta correcta o incorrecta. Tómese su tiempo.

1	2	3	4	5
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo



N°	ITEMS	1	2	3	4	5
	Variable: Conducción de Grupos					
	Guiar y conducir					
1	¿El guía de turistas mostró liderazgo al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
2	¿El guía de turistas mostró responsabilidad al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
3	¿El guía de turistas muestra seguridad al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
	Brindar información sobre los puntos de interés					
4	¿El guía de turistas mostró interés al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
5	¿El guía de turistas genera interés y expectativa al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
	Acompañamiento en almuerzos y/o cenas					
6	¿El guía de turistas coordinó y acompaña en los almuerzos y/o cenas durante la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
7	¿El guía de turistas brinda asistencia en los almuerzos y/o cenas, al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
	Asistir al turista					
8	¿El guía de turistas brindó ayuda oportuna al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
9	¿El guía de turistas mostró eficiencia al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
10	¿El guía de turistas asistió en primeros auxilios al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
	Orientar y asesorar al turista					
11	¿El guía de turistas suministró buena información al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
12	¿El guía de turistas brindó información precisa al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
	Variable: Satisfacción turística					
	Fiabilidad					
13	¿El guía de turistas mostró un servicio confianza al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					



14	¿El guía de turistas mostró puntualidad al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
15	¿El guía de turistas mostró profesionalismo al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
Capacidad de respuesta						
16	¿El guía de turistas brindó respuesta precisa al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
17	¿El guía de turistas brindó atención inmediata al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
Seguridad						
18	¿El guía de turista inspiró confianza en su trabajo al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
19	¿El guía de turistas demostró integridad al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
Empatía						
20	¿El guía de turistas mostró atención a las necesidades personales de los turistas al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
21	¿El guía de turistas mostró atención a los requerimientos personales de los turistas al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
Tangibilidad						
22	¿El guía de turistas contó con el equipamiento correcto al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					
23	¿El guía de turistas contó con las herramientas necesarias al momento de realizar la conducción de grupos en la ruta Maras – Moray, Cusco?					

¡Gracias por su colaboración!



D. Procedimiento de la Baremación

La presente investigación utilizo la escala de medida para medir cada uno de los ítems:

Escala de medida	Valor
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

- Promedio máximo de los ítems del instrumento: $\bar{X}_{max} = 5$
- Promedio mínimo de los ítems instrumento: $\bar{X}_{min} = 1$
- Rango: $R = \bar{X}_{max} - \bar{X}_{min} = 4$
- Amplitud: $A = \frac{Rango}{Numero\ de\ escalas\ de\ interpretación} = \frac{4}{3} = 1.33$

Construcción de la Baremación:

Conducción de grupos			Satisfacción turística		
Medida	Promedio	Interpretación	Medida	Promedio	Interpretación
Totalmente en desacuerdo	1.00 – 2.33	Mala	Totalmente en desacuerdo	1.00 – 2.33	Insatisfecho
Desacuerdo			Desacuerdo		
Ni de acuerdo ni desacuerdo	2.34 – 3.67	Regular	Ni de acuerdo ni desacuerdo	2.34 – 3.67	Poco satisfecho
De acuerdo	3.68 – 5.00	Buena	De acuerdo	3.68 – 5.00	Satisfecho
Totalmente de acuerdo			Totalmente de acuerdo		



E. Resultados de los ítems del cuestionario para la variable conducción de grupos

Ítems	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
P1	5	6.3%	14	17.5%	35	43.8%	17	21.3%	9	11.3%
P2	7	8.8%	10	12.5%	43	53.8%	10	12.5%	10	12.5%
P3	13	16.3%	14	17.5%	29	36.3%	22	27.5%	2	2.5%
P4	5	6.3%	9	11.3%	50	62.5%	10	12.5%	6	7.5%
P5	6	7.5%	13	16.3%	41	51.3%	15	18.8%	5	6.3%
P6	9	11.3%	11	13.8%	39	48.8%	14	17.5%	7	8.8%
P7	6	7.5%	10	12.5%	40	50.0%	20	25.0%	4	5.0%
P8	7	8.8%	10	12.5%	37	46.3%	17	21.3%	9	11.3%
P9	9	11.3%	17	21.3%	43	53.8%	9	11.3%	2	2.5%
P10	7	8.8%	15	18.8%	33	41.3%	15	18.8%	10	12.5%
P11	2	2.5%	15	18.8%	30	37.5%	30	37.5%	3	3.8%
P12	0	0.0%	4	5.0%	63	78.8%	10	12.5%	3	3.8%

Resultados de los ítems del cuestionario para la variable satisfacción turística

Ítems	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
P13	0	0.0%	5	6.3%	51	63.8%	19	23.8%	5	6.3%
P14	0	0.0%	3	3.8%	68	85.0%	6	7.5%	3	3.8%
P15	3	3.8%	9	11.3%	55	68.8%	10	12.5%	3	3.8%
P16	6	7.5%	8	10.0%	49	61.3%	10	12.5%	7	8.8%
P17	1	1.3%	3	3.8%	53	66.3%	13	16.3%	10	12.5%
P18	5	6.3%	9	11.3%	41	51.3%	21	26.3%	4	5.0%
P19	3	3.8%	7	8.8%	48	60.0%	18	22.5%	4	5.0%
P20	6	7.5%	7	8.8%	45	56.3%	12	15.0%	10	12.5%
P21	0	0.0%	9	11.3%	59	73.8%	10	12.5%	2	2.5%
P22	1	1.3%	5	6.3%	40	50.0%	28	35.0%	6	7.5%
P23	3	3.8%	6	7.5%	56	70.0%	10	12.5%	5	6.3%