



Universidad
Inca Garcilaso de la Vega

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS
ECONOMICAS**

Potencialidades turísticas y su incidencia en la satisfacción del visitante de la
provincia de Pisco, Ica, 2022

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración

AUTOR

Seminario Lamas De Castillo, Tania Yaneli

ASESOR

Morales Godo, Ángel Francisco

Lima, febrero 2023

Potencialidades turísticas y su incidencia en la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica, 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to University of Southern Mississippi Trabajo del estudiante	3%
2	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	1%
5	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
6	mriuc.bc.uc.edu.ve Fuente de Internet	1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Apagado



DEDICATORIA

El presente proyecto está dedicado a Dios por brindarme la vida y mantenerme siempre con buena salud, para poder cumplir con todas mis metas y sueños trazados.

A mi familia, a mi esposo por su apoyo incondicional durante todo mi proceso académico,

A mis hijos por quienes son mi motor de vida día a día, quienes me impulsan a seguir creciendo como mamá, como persona y profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios, padre nuestro, por las bendiciones brindadas durante el transcurso de mi vida. Gracias a mi familia que siempre me está apoyando día a día, por la motivación que me dan y me impulsan a seguir creciendo, tanto en lo personal y profesional.

Al docente Morales Godo Ángel por haberme compartido sus conocimientos y experiencias para poder desarrollar de manera eficaz el presente trabajo, así como para fortalecer mis aptitudes y capacidades que serán aplicadas durante mi desenvolvimiento profesional.



RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo determinar si las potencialidades turísticas inciden positivamente sobre la satisfacción del visitante en la Provincia de Pisco, Ica 2022; para lo cual se desarrolla un análisis aplicado, con enfoque cuantitativo, con alcance descriptivo y diseño no experimental de corte transversal.

Se recopiló información mediante la técnica de encuesta, con el instrumento de investigación, el cuestionario, con una muestra de estudio conformada por 15 visitantes de la provincia de Pisco.

Como resultado de la investigación se determinó que las potencialidades turísticas inciden positivamente sobre la satisfacción de los visitantes de la provincia de Pisco en el 2022, en sus tres componentes, el patrimonio natural, el patrimonio cultural tangible y el patrimonio cultural intangible; siendo el más influyente el patrimonio natural. Asimismo, se identificó que las personas tuvieron altas expectativas antes de conocer la provincia de Pisco y, en una parte de los casos, su experiencia no superó las expectativas iniciales, y se determinó que existen puntos de mejora para la experiencia de los visitantes.

Palabras Clave: Potencial Turístico, Patrimonio Natural, Patrimonio Cultural, Satisfacción, Encuesta, Cuestionario.

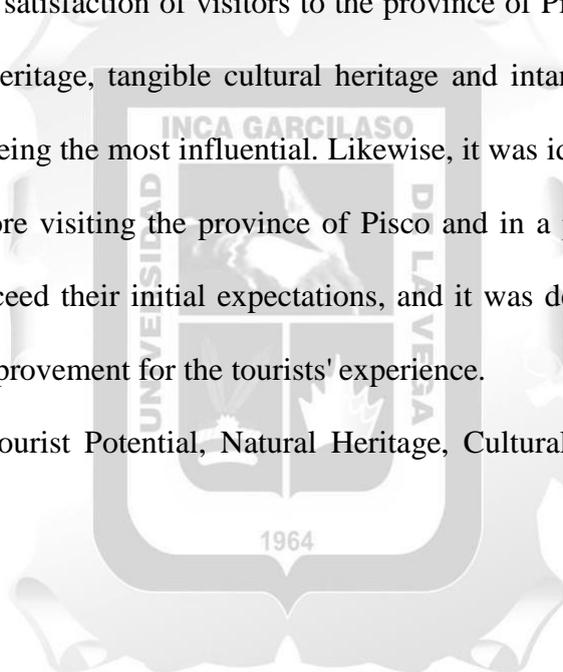
ABSTRACT

The objective of this study is to determine if tourism potentialities have a positive impact on visitor satisfaction in the province of Pisco, Ica 2022; for this purpose, an applied analysis is developed, with a quantitative approach, descriptive scope and non-experimental cross-sectional design.

Information was collected through the survey method, with its instrument, the questionnaire, to the study sample made up of 15 visitors from the province of Pisco.

As a result of the research, it was determined that tourism potentialities have a positive impact on the satisfaction of visitors to the province of Pisco in 2022, in its three components, natural heritage, tangible cultural heritage and intangible cultural heritage, with natural heritage being the most influential. Likewise, it was identified that people had high expectations before visiting the province of Pisco and in a part of the cases, their experience did not exceed their initial expectations, and it was determined that there are important points of improvement for the tourists' experience.

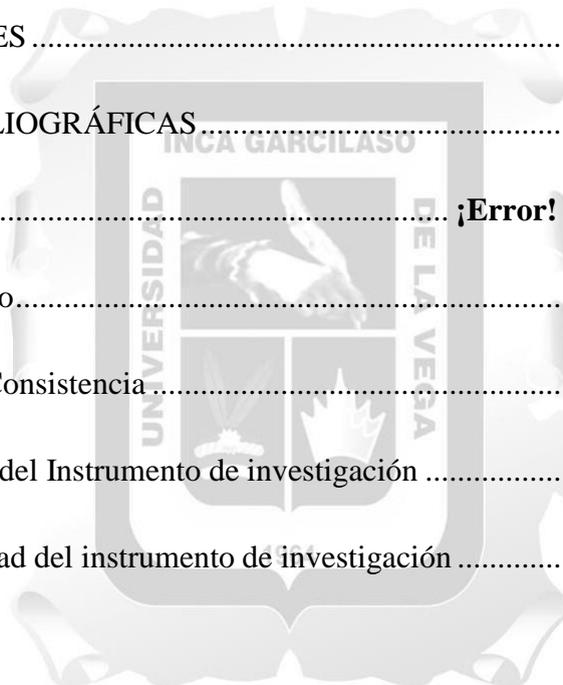
Key words: Tourist Potential, Natural Heritage, Cultural Heritage, Satisfaction, Survey, Questionnaire.



ÍNDICE GENERAL

<i>DEDICATORIA</i>	2
AGRADECIMIENTO.....	3
RESUMEN.....	4
ABSTRACT.....	5
ÍNDICE GENERAL.....	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	8
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	10
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
1.1. Marco histórico.....	13
1.2. Bases teóricas.....	15
1.3. Marco legal.....	28
1.4. Antecedentes del estudio.....	29
1.5. Marco conceptual.....	36
CAPÍTULO II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	39
2.1. Descripción de la realidad problemática.....	39
2.2. Formulación del problema general y específicos.....	40
2.3. Objetivo general y específicos.....	41
CAPÍTULO III. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	42
3.1. Justificación e importancia del estudio.....	42
3.2. Delimitación del estudio.....	44

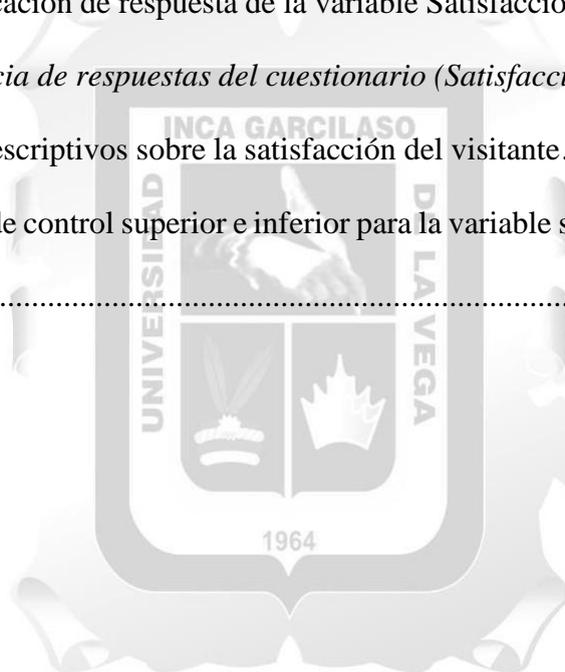
CAPÍTULO IV. FORMULACIÓN DEL DISEÑO	45
4.1. Formulación del diseño.....	45
4.2. Diseño esquemático	45
4.3. Descripción de los aspectos básicos del diseño	47
CAPÍTULO V. PRUEBA DE DISEÑO	49
5.1. Aplicación de la propuesta de solución.....	49
CONCLUSIONES	87
RECOMENDACIONES	88
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	89
ANEXOS.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 01: Cuestionario.....	97
Anexo 02: Matriz de Consistencia.....	98
Anexo 03: Validación del Instrumento de investigación	100
Anexo 04: Confiabilidad del instrumento de investigación	107



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 5.1.1 ¿Considera que las potencialidades turísticas influyen sobre la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022?.....	50
Tabla 5.1.2 ¿Considera que el patrimonio natural influye sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?	52
Tabla 5.1.3 ¿Considera que el acervo del patrimonio cultural tangible influye sobre la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022?	54
Tabla 5.1.4 ¿Considera que el patrimonio cultural intangible influye en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?.....	56
Tabla 5.1.5 ¿Considera que las costumbres de la población influyen sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?.....	58
Tabla 5.1.6 ¿Considera que la gastronomía local influye sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?	60
Tabla 5.1.7 ¿Considera que las leyendas y mitos locales influyen sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?.....	62
Tabla 5.1.8 ¿Considera que tuvo altas expectativas sobre la Provincia de Pisco antes de conocerla?.....	64
Tabla 5.1.9 ¿Considera que su experiencia en la Provincia de Pisco fue muy buena?	66
Tabla 5.1.10 ¿Considera que su experiencia en la Provincia de Pisco superó sus expectativas iniciales sobre ella?	68
Tabla 5.1.11 ¿Considera que estaría dispuesto a volver a visitar la Provincia de Pisco en un futuro cercano?.....	70
Tabla 5.1.12 ¿Considera que el dinero invertido en su visita a la Provincia de Pisco fue un buen gasto?.....	72
Tabla 5.1.13 ¿Recomendaría visitar la Provincia de Pisco a sus familiares y conocidos?	74
Tabla 5.1.14 ¿Considera que hay factores a mejorar en Pisco para que la experiencia de los	

Visitantes sea más satisfactoria?	76
Tabla 5.1.15 Cuantificación cada Respuesta del Cuestionario (Potencialidades turísticas)	78
Tabla 5.1.16 Frecuencia de las Respuestas del Cuestionario para potencialidades turísticas	79
Tabla 5.1.17 Datos Descriptivos sobre las potencialidades turísticas	79
Tabla 5.1.18 Límites de control superior e inferior para la variable Potencialidades Turísticas	81
Tabla 5.1.19 Cuantificación de respuesta de la variable Satisfacción del Visitante.....	82
Tabla 5.1.20 <i>Frecuencia de respuestas del cuestionario (Satisfacción del visitante)</i>	83
Tabla 5.1.21 Datos Descriptivos sobre la satisfacción del visitante.....	83
Tabla 5.1.22 Límites de control superior e inferior para la variable satisfacción del visitante	85



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 5.1.1 Las potencialidades turísticas influyen sobre la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022.....	50
Gráfico 5.1.2 El patrimonio natural influye sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022.....	52
Gráfico 5.1.3 El acervo del patrimonio cultural tangible influye sobre la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022	54
Gráfico 5.1.4 El patrimonio cultural intangible influye en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022	56
Gráfico 5.1.5 Las costumbres de la población influyen sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022.....	58
Gráfico 5.1.6 La gastronomía local influye sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022.....	60
Gráfico 5.1.7 Las leyendas y mitos locales influyen sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022	62
Gráfico 5.1.8 Tuvo altas expectativas sobre la Provincia de Pisco antes de conocerla.....	64
Gráfico 5.1.9 Su experiencia en la Provincia de Pisco fue muy buena	66
Gráfico 5.1.10 Su experiencia en la Provincia de Pisco superó sus expectativas iniciales sobre ella	68
Gráfico 5.1.11 Estaría dispuesto a volver a visitar la Provincia de Pisco en un futuro cercano	70
Gráfico 5.1.12 El dinero invertido en su visita a la Provincia de Pisco fue un buen gasto	72
Gráfico 5.1.13 Recomendaría visitar la Provincia de Pisco a sus familiares y conocidos .	74
Gráfico 5.1.14 Hay factores a mejorar en Pisco para que la experiencia de los Visitantes sea más satisfactoria	76



INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad muy importante en la Provincia de Pisco, por lo cual amerita su análisis y comprensión a profundidad, así como de los factores que impactan sobre él ha sido un tema de sumo interés, lo cual ha sido la principal motivación que ha llevado a seleccionar el tema de investigación.

Para su desarrollo se han tomado como objetivo general del estudio, determinar si las potencialidades turísticas inciden positivamente sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica, 2022. Siendo que, para responder a este objetivo general, se plantearon como objetivos específicos del estudio, a analizar la incidencia del patrimonio natural en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022; analizar la incidencia del acervo del patrimonio cultural tangible en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022; establecer la incidencia del patrimonio cultural intangible en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica, 2022.

El estudio se desarrolla a través de diversos capítulos, encontrándose en el primer capítulo el marco teórico de la investigación, el cual incluye su marco histórico, legal, bases teóricas, antecedentes y marco conceptual; el segundo capítulo corresponde al planteamiento del problema, donde se especifican también los objetivos del análisis; el tercer capítulo incluye la justificación y delimitación del estudio; el cuarto capítulo expresa la formulación del diseño, y en el quinto capítulo se muestra la prueba de diseño, con los resultados de investigación; posteriormente, se muestran las conclusiones y recomendaciones del estudio, las referencias bibliográficas tomadas en cuenta y los anexos.

El presente estudio de la incidencia de las potencialidades turísticas sobre satisfacción de los visitantes de la provincia de Pisco pretende dar bases científicas para nuevas propuestas, con el fin de contribuir al desarrollo de la actividad empresarial.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Marco histórico

El Congreso de la República (2001), señala que el nombre Pisco deriva del idioma quechua, Pisku, y tiene como significado a pájaro o pequeña ave, notándose registros de esta palabra en registros históricos brindados por religiosos y cronistas en los primeros años de la conquista, identificando también en el libro de Pedro Cieza de León, Crónica General del Perú, en 1550, donde señala que Pisco era la manera en que los indígenas se referían a los pájaros.

Balbuena (2004), señala que se ha podido determinar la presencia del pueblo Paracas en la provincia de Pisco, desde el descubrimiento de los restos de esta cultura por Julio C. Tello en 1925 ubicados en la bahía de Paracas, y ulteriores investigaciones que determinaron la presencia de esta cultura en los valles de Chincha, Ica, Nazca, Palpa y Pisco.

López y Aguilar (2012), indican que la cultura Paracas fue una sociedad prehispánica que se desarrolló entre los años 700 a.c. y 200 d.c., desarrollándose en el departamento de Ica, llegando hasta el valle de Cañete en el departamento de Lima por el norte y hasta el valle de Llauca en el departamento de Arequipa por el sur. Caracterizándose esta cultura por sus restos arqueológicos funerarios, sus finos y hermosos textiles y los restos de cráneos deformados, y con presencia de trepanaciones craneanas.

López y Aguilar (2014), señalan que la cultura Nazca fue una civilización preinca que se desarrolló entre los años 10 a.c. hasta los 700 d.c. y que llegó a abarcar hasta la Provincia de Chincha en el norte, y el valle de Acarí, en el departamento de Arequipa por el sur. A pesar de que sus aportes más reconocidos son las famosas Líneas de Nazca, presentaron también diversas manifestaciones culturales, tales como su cerámica polícroma y un importante desarrollo agrario, con el empleo de andenes, acueductos y restos arqueológicos de gran envergadura. En la Provincia de Pisco se pueden encontrar restos de esta civilización.

López y Aguilar (2014, a), señalan que entre los años 900 y 1450 se desarrolló la cultura Chincha entre los valles de Cañete, Chincha, Pisco, Ica y Nazca. Habiendo sido esta una cultura con un gran desarrollo comercial, que dejó restos arquitectónicos en sus templos, palacios y fortalezas; además de tener una cerámica con pronunciada influencia Wari, habiendo caído esta civilización ante el expansionismo inca del siglo XV.

Los restos arqueológicos de las civilizaciones prehispánicas que habitaron la zona de Pisco aumentan la riqueza cultural de la región y el potencial de atractivos turísticos que posee, dado el patrimonio cultural, natural e histórico de Pisco.

Según la página Perú.info (2022), con datos recopilados de Promperú, el nombre de Pisco fue dado por el Inca Pachacútec por los pájaros que habitaban la región, remontándose el nombre hasta 1450 aproximadamente, así mismo, el nombre Pisco se encontraba ya en el primer mapa de la costa de Sudamérica, realizado por Diego Méndez en 1574. Se destaca el cultivo de uvas con propósitos vinícolas en la zona, y en donde se origina la famosa bebida que comparte el nombre de esta provincia del Perú. Habiendo sido la actividad vinícola de elevada importancia en la región durante el inicio de la colonia española, así se registra en Historia del Nuevo Mundo, escrita por el sacerdote Bernabé Cobo, el cual escribió acerca de su tiempo de residencia en Pisco en 1625, donde señala la existencia de importantes sembradíos de esta zona, en los cuales refiere que los pobladores obtenían el máximo provecho posible derivado de la uva, los frutos, pasas, arrope, aguardiente, vinagre y vino.

Según Toro-Lira (2020), señala un escrito de Huamán Poma de Ayala, quien habló acerca de la fundación española de la villa de Piscuy, bajo el régimen del virrey Martín Enríquez de Almansa y Ulloa, 6to virrey de Perú, es decir que la fundación española se encontraría entre 1581 y 1583, mientras que otras fuentes señalan que la fundación española se dio por el virrey marqués de Mancera, Pedro Álvarez de Toledo y Leyva, quien la fundó con el nombre de “Villa de San Clemente de Mancera”. El autor señala también un texto de época por la cual se refería a Pisco como el mejor puerto del Perú con fines pesqueros,

yendo barcos desde Lima a esta zona a realizar pesca y conseguir pescado salado. Señalando en este escrito a Villacuri, Paracas y Cachicamayoc; siendo además un puerto por el cual se embarcaban los cargamentos de Azogue y con una ubicación cercana a la capital.

Hanke (1901), escribió que Pisco tuvo una alta población hasta el año 1685, año en el que sufrió un saqueo por parte de un pirata inglés, encontrándose bastante mal también hacia 1687. El autor describe el floreciente cultivo de vid y la industria vinícola y de aguardiente de Pisco.

Andina (2021), señala que José de San Martín, el libertador argentino llegó a Perú desembarcando en la bahía de Paracas, distrito de Pisco, instalando allí su residencia y el cuartel de la avanzada libertadora del Perú, y que el 21 de octubre de 1820 fueron creados los símbolos patrios en esta zona, siendo la bandera y el escudo del Perú. El artículo señala que la residencia de San Martín es un potencial atractivo turístico después de las labores de reconstrucción llevadas a cabo por el bicentenario del Perú.

Posteriormente, el distrito de Pisco fue fundado oficialmente el 22 de junio de 1825, a través de un decreto realizado por Simón Bolívar, llegando a denominar posteriormente por ley a Pisco como Villa y Puerto de la Independencia.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Satisfacción del cliente

Kotler (2001), señala que la satisfacción del cliente es el grado en que se encuentra el ánimo de un individuo al contrastar la utilidad que percibe obtener de un bien o servicio con respecto a las expectativas que tenía sobre este.

Operacionalmente se tomó en el presente estudio a la satisfacción del cliente como el nivel de bienestar en el que se encuentra un individuo después de hacer uso de un bien o servicio, el cual compara con las expectativas que tenía del mismo de manera previa.

Thompson (2006), indicó que la importancia de conseguir la satisfacción al cliente se halla en tres principales consecuencias beneficiosas de este objetivo, los cuales son:

Fidelización del cliente, ya que conseguir la satisfacción de un cliente logrará que este tenga incentivos para repetir su actitud de compra en la misma empresa o marca con la cual presenta una buena experiencia y relación.

Difusión boca a boca, ya que los clientes satisfechos comunican a otros individuos información acerca de su experiencia y virtudes de un bien o servicio, brindado por una experiencia y marca y tenderán a guiar a otros hacia esta.

Mayor participación de mercado, debido a que los clientes satisfechos dejan de consumir los productos y servicios de la competencia y los sustituyen por los brindados por la marca o empresa propia, lo cual tiene un doble efecto positivo, ya que reduce las ventas de la competencia, a la vez que eleva las propias, mejorando el posicionamiento del mercado de la empresa con respecto a sus competidores.

Dutka (2001), indica que la satisfacción del cliente es un tema cuya importancia ha ido en aumento a través de los años debido a la competencia a nivel global, la cual posibilita a los consumidores a tener alcance de mayor cantidad de opciones de compra, haciendo que estos sean más exigentes y busquen las opciones que les brinden una mayor utilidad o características específicas, a un precio bajo y que cumplan o excedan las expectativas que tienen de estos. Se indica que la satisfacción del consumidor se encuentra incluida dentro de la gestión de la calidad total, desde la cual se toma el punto de vista del cliente para ajustar las características del producto según los gustos, preferencias y necesidades del comprador, de manera que es el cliente el verdadero director de la gestión de calidad de la empresa.

El autor señaló que la satisfacción del cliente hace énfasis en dos puntos, los cuales son:

- a. Identificar y entender los requerimientos y expectativas de los compradores.
- b. Identificar cómo las empresas en el mercado tienen éxito en el cumplimiento de

los requerimientos y expectativas de los compradores.

Por su parte Thompson (2006), señala como componentes de la satisfacción del consumidor a los siguientes puntos, los cuales serán las dimensiones de medición de esta variable.

- a. La utilidad percibida, es decir la satisfacción que los compradores sienten que obtienen al consumir un bien y servicio y al que acceden gracias a obtener estos de una empresa o marca. En este punto influye únicamente el punto de vista del consumidor, siendo un punto subjetivo, ya que depende de la percepción del consumidor y no de una realidad objetiva. Este punto puede estar influido por factores internos como el estado de ánimo del consumidor, o factores externos como opiniones de otras personas o prejuicios sociales acerca del producto.

Su indicador es el rendimiento percibido por los visitantes al conocer los atractivos turísticos de la provincia de Pisco, el cual se midió bajo una escala de Likert.

- b. Las expectativas, es decir lo que el consumidor espera de un bien o servicio determinado, siendo que puede derivar de lo que una compañía promete de sus productos o servicios, las experiencias de compra previas del cliente, las opiniones y consejos de amigos, familiares y conocidos, o las características prometidas por empresas competidoras acerca del producto o servicio en cuestión. Es necesario, indica Thompson, que las promesas de la empresa acerca del producto se gestionen bien, para generar unas expectativas adecuadas, ya que, ante expectativas muy bajas, no se conseguirá atraer suficientes consumidores, y expectativas muy altas provocarán que los consumidores se encuentren insatisfechos al comparar la utilidad real con la esperada. Es necesario, por ende, tratar de anclar las expectativas a tres principales factores:

lo que la empresa puede ofrecer, lo que la competencia promete y lo que el cliente prejuzga acerca del producto.

Su indicador es el nivel de expectativa de los visitantes antes de conocer los atractivos turísticos de la provincia de Cuzco, lo cual se midió bajo una escala de Likert.

- c. El nivel de satisfacción de los consumidores, determinado por el estado en que se halla el comprador después de hacer uso del bien o servicio, pudiendo encontrarse insatisfecho si la utilidad percibida es menor que sus expectativas, satisfecho si la utilidad percibida es igual a sus expectativas o complacido si la utilidad percibida es mayor que sus expectativas

Su indicador será el nivel de satisfacción efectiva de los visitantes al conocer los atractivos turísticos dadas las expectativas que tenía sobre ellos, se midió bajo una escala de Likert.

Otra teoría que habla acerca de la satisfacción del cliente es la Teoría de los dos factores, acerca del cual Carmona y Leal (1998), señala que Herzberg, su autor la creó de manera específica para explicar la satisfacción laboral, pero que se puede aplicar también al ámbito de la satisfacción de los consumidores.

En este sentido, la teoría de los dos factores niega que la satisfacción e insatisfacción sean los dos extremos de un mismo espectro continuo, sino que se toman como dos dimensiones diferentes, en el cual existen factores que aumentan o reducen la satisfacción de los consumidores, pero sin afectar insatisfacción, y factores que aumentan o reducen la insatisfacción, pero sin afectar el nivel de satisfacción.

Herzberg dio el ejemplo en la satisfacción laboral acerca de la limpieza, cuyos niveles deficientes generan insatisfacción en los colaboradores, sin embargo, tener una limpieza perfecta del ambiente no genera satisfacción adicional a los trabajadores, es decir

solo ha reducido la insatisfacción que este siente.

Por otro lado, la posibilidad de crecimiento laboral en el trabajo puede generar satisfacción sobre los trabajadores, sin embargo, su inexistencia no genera insatisfacción adicional sobre los trabajadores.

Desde esta óptica, una política aplicada por la empresa para mejorar la satisfacción de los consumidores, puede estar, de hecho, únicamente reduciendo la insatisfacción de los consumidores, pero sin alterar en nada los niveles de satisfacción que se presentan, motivo por el cual, es necesario identificar y diferenciar aquellos puntos que afectan la satisfacción y la insatisfacción de los consumidores, para trabajar y priorizar según sea necesario aumentar la satisfacción o reducir la insatisfacción de los mismos.

Así, en la práctica, podría haber empresas que brindan altos niveles de satisfacción a sus consumidores, por ejemplo, restaurantes que tienen una sazón exquisita; pero que, a la vez, podrían generar una elevada insatisfacción en sus consumidores, ya sea por la decoración que no les guste a los clientes, o una mala atención a sus pedidos. También se podría dar el caso contrario, es decir, empresas que brindan bajos niveles de satisfacción, y también bajos niveles de insatisfacción; siendo el peor escenario una empresa con alta insatisfacción y poca satisfacción; y un escenario ideal de alta satisfacción y baja insatisfacción.

En su estudio, Carmona y Leal (1998), señalaron que existían 5 factores relacionados a la satisfacción de los clientes, los cuales eran, respuesta a las necesidades y peticiones particulares del cliente; la disponibilidad, el trato al cliente, el nivel de precios y las acciones y omisiones benéficas o perjudiciales de manera patrimonial al cliente.

Así también, existen 5 factores relacionados a la insatisfacción, los cuales son la seguridad, la fiabilidad, la acogida, la integridad y la respuesta a los errores en la prestación de los servicios.

Mientras que Moliner (2001), afirma que las personas pueden ser estudiadas, desde

un punto de vista hedonista o utilitarista como un agente que busca la maximización de su utilidad dada la información disponible con la que cuenta. Así, se determina que un comprador busca emociones a través del consumo, por lo cual se requiere de brindarle un producto o servicio de alta calidad que cumpla con las necesidades, gustos y preferencias, teniéndose así una buena calidad de servicio al consumidor, siendo esta una variable fundamental y determinística sobre la satisfacción del cliente.

Y con respecto a este enfoque, Ruiz y Palaci (2022), hablan sobre el modelo de confirmación de expectativas, la cual señala que la satisfacción del comprador se origina en una desconfirmación positiva de expectativas, es decir, la realidad observada supera las expectativas previas del consumidor. Entonces se comprende la satisfacción del consumidor como un proceso. Sin embargo, al haberse desarrollado este análisis en la década de los 80, han surgido múltiples observaciones y casos donde este modelo puede no ser apto para explicar el verdadero funcionamiento de la satisfacción del consumidor, tales como la presencia de productos durables, cuyo empleo o satisfacción se da a lo largo de un periodo relativamente largo, lo cual puede afectar el rendimiento del producto en un momento determinado de este periodo, o la percepción de los consumidores; a su vez, se ha puesto en duda su empleabilidad para analizar la adquisición de servicios, ya que estos no se consumen de la misma manera que un bien físico, y por lo tanto su valoración no puede ser medida de la misma manera.

1.2.2. *Potencialidades Turísticas.*

Glăvan (2006), señala que el potencial turístico es la totalidad de las posibilidades disponibles en el entorno natural y social que pueden ser explotados por la actividad turística.

Por su lado, Mikery y Pérez (2014), señalan que el potencial turístico presenta dos enfoques marcados por los teóricos, los cuales son el enfoque material y el enfoque

inmaterial. En el primer enfoque los autores citan a Ielenicz y Comănescu (2006), los cuales identifican el potencial turístico como el acervo de recursos naturales y humanos que se pueden explotar con fines turísticos. Por otra parte, los autores citan a Muntele y Iațu (2006) en el enfoque inmaterial, por el cual el potencial turístico es el conjunto de las condiciones de naturaleza subjetiva u objetiva que permite el desarrollo turístico.

En este sentido, el potencial turístico se define operacionalmente como el acervo de patrimonio natural y cultural de un territorio que puede ser empleado con fines turísticos.

Según la definición de Potencial Turístico, se puede determinar que los componentes de este son:

1. Patrimonio Natural, el cual según la Unesco (2022), es un lugar específico, el cual presenta fenómenos naturales resaltantes, mostrar algún periodo histórico del desarrollo geológico del planeta, o identificarse en esta zona principios ecológicos y biológicos importantes, o presentar dentro de sí a ambientes naturales de gran relevancia.
2. Patrimonio Cultural, el cual es según la Unesco. a (2022), el legado cultural que en el presente recibe un pueblo de su pasado, y que será transmitido a las siguientes generaciones. Así, se puede identificar un patrimonio cultural tangible, compuesto por los restos materiales muebles e inmuebles derivados del pasado; y por otro lado el patrimonio cultural intangible, compuesto por las costumbres, tradiciones, creencias, y demás manifestaciones vivas de la cultura.

Patrimonio Natural del Distrito de Pisco

El distrito de Pisco presenta diversos fenómenos naturales de gran relevancia y con potencial turístico elevado, tales como:

Reserva Nacional de Paracas

El portal Gob.Pe (2019), señala que es una reserva creada para la conservación del

medio ambiente marítimo de la costa y la biodiversidad de este que se encuentre en peligro, además de garantizar un empleo de los recursos hidrobiológicos sostenible y responsable, a la vez que se preservan los restos históricos ubicados en la zona con potencial de explotación turística, promoviendo el bienestar de los ciudadanos. Esta reserva se extiende por 335,000 hectáreas entre las provincias de Pisco e Ica., con un 35% conformado por tierra firme y territorio insular, y un 65% por zonas marítimas.

A esta reserva se puede acceder fácilmente por la Panamericana sur, pudiendo realizarse campamento después de la coordinación respectiva con la jefatura del área, encontrándose cerca de la ciudad de Pisco y el Chaco.

En esta reserva se pueden visitar las islas ballestas, siendo también famosa “La Catedral”, una formación rocosa en la zona costera, cuya forma recordaba a la cúpula de una catedral, la cual, sin embargo, ya no es posible de ser observada desde el terremoto del 2007 ocurrido en la zona. A su vez, las playas de Paracas, presentan una belleza natural resaltante.

Esta reserva preserva una gran biodiversidad, la cual incluye 276 especies de aves, 36 especies de mamíferos, 10 especies de reptiles, 168 especies de peces y numerosos invertebrados que componen la base en la cadena alimenticia de este ecosistema.

La bahía Independencia cuenta con el mayor banco peruano de conchas de abanico, albergando también gran cantidad de caracoles marinos, pulpos, erizos y diversos moluscos. Las aves más importantes son el flamenco, el pingüino de Humboldt, el potoyunco, zarcillo, y el cóndor andino de manera eventual. Se observan lobos marinos, nutrias, ballenas jorobadas, bufeos y delfines oscuros.

Esta reserva no cuenta con mucha vegetación, siendo que esta se encuentra principalmente en lomas de la costa y en las alturas de las montañas, donde medran debido a la humedad del viento, y dando lugar de hábitat a insectos, reptiles, aves y mamíferos.

Islas Ballestas

El Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (s.f.) indica que estas islas se encuentran al frente de la Reserva Nacional de Paracas, en el departamento de Ica, y se encuentran compuestas por tres islas, las cuales son la Ballesta Norte, Ballesta Centro y Ballesta Sur, siendo este archipiélago un depósito natural de guano, y ocupar un espacio crucial en la concentración de los animales marinos.

Las islas Ballestas presentan increíbles monumentos esculpidos en piedra por el mar, alta diversidad de fauna, con tanto especies únicas de la región, como animales migratorios, siendo un lugar muy visitado en el país por observadores de aves de todo el planeta. Presentando también una geología especial, con una calidad de suelo y mar únicas, siendo punto de crianza para fauna marina y de reunión para animales migratorios.

Aves endémicas de la zona son el pingüino de Humboldt, el pelícano peruano o alcatraz, el guanay, el piquero peruano, Cormorán de patas rojas, Vuelvepiedras rojizo, chorlo de las rompientes, gaviota de franklin, gaviota gris, gaviota peruana, gaviota dominicana, churrete marisquero, entre muchas otras.

Laguna Moron

Bernaus (2020), señala que la Laguna Moron es un oasis oculto entre las altas dunas del desierto ubicado en el distrito de Pisco, a 20 km al este de la ciudad capital de provincia.

Esta presenta aguas de color verde azulado y se originan del afloramiento de aguas subterráneas en la zona, manteniéndose frías pese al calor abrasador del desierto.

Este oasis presenta 300 metros de largo y 150 metros de ancho, con una profundidad máxima de 8 metros en el medio. Es un lugar poco turístico y bastante desconocido, por lo cual se ha mantenido libre de la contaminación y actividad humana.

Humedales de Pisco

Echegaray y Reyes (2004), indican que los humedales de Pisco incluyen arroyos, lagos, lagunas, y zonas de agua marina en la región costera de Pisco, siendo que los

reservorios de agua dulce se originan por la filtración de agua del río Pisco, cuyas aguas se agrupan en las zonas bajas del distrito. Este ecosistema abriga a una gran variedad de plantas, peces, invertebrados y aves. Estos ecosistemas tienen una gran importancia al controlar las inundaciones en la zona, además de purificar el agua de la zona, combaten el calentamiento global al contener el dióxido de carbono ambiental, además de brindar alimento y refugio para una gran variedad de especies.

Ejemplo de estos, podemos encontrar a la garza blanca grande, la polla de agua y la garza huaco, la cigüeñuela, el yanavico, el playero manchado, la garza azul, entre otros.

Patrimonio Cultural del Distrito de Pisco

El distrito de Pisco presenta también un patrimonio cultural diverso e interesante que incluye:

a. Patrimonio Cultural Intangible

Incluye las tradiciones, costumbres, creencias y valores intangibles de Pisco, entre lo cual se puede destacar

Platos Típicos de Pisco

Tiradito de Pejerrey

Plato típico de Pisco, el cual se prepara con pejerrey, ají amarillo, limón cebolla, ají limo, culantro, aceite vegetal, maíz y sal y pimienta al gusto.

Alfajores de Huancano

Dulces típicos del distrito de Pisco, compuestos por tres galletas suaves, unidas por gruesas capas de manjar blanco y que se preparan artesanalmente.

Costumbres de Pisco

La Beatita de Humay

Ica, Perú (2022), informa acerca de Luisa de La Torre Rojas, una sencilla y devota mujer del poblado de Humay, en el distrito de Pisco, cuya abnegación y entrega por el

prójimo, así como una vida dedicada al servicio a los más necesitados, la educación de niños, curación de enfermos, y brindar alimento y cobijo a quien lo necesitase conllevó a la consideración de Luisa como mujer santa, la cual falleció el 21 de Noviembre de 1869 a la edad de 50 años y 5 meses, tomándose el 21 de noviembre como fecha de celebración, así como al 21 de Junio, fecha de su nacimiento, se realizan novenas de oración y misas y se realiza peregrinación al templo de San Pedro, donde yacen sus restos en los días centrales de su celebración.

El Señor de la agonía

El duende de Pisco (2011), señala que conforme a la historia que se cuenta entre la población, en 1835 llegó a las playas de Pisco un cajón cuyo origen no ha sido determinado, dentro del cual se halló la imagen de cristo, el cual fue llamado como El señor de la Agonía debido a la expresión de su rostro y que empezó a ser venerado por los pobladores locales, siendo que en 1916 se empezaron a celebrar cultos solemnes en su nombre. Luego, en 1939 se hizo la primera restauración de la imagen. En 1946, se le atribuyó el primer milagro a esta imagen, por el caso de un famoso comerciante del distrito, el cual confió en el Cristo de la agonía para la sanación de su hijo tras haber sido este desahuciado por los médicos. En 1939, Armando Penagos compuso “La marcha fúnebre”, canción que se convirtió en el himno a este cristo. Finalmente, en 1982, se declaró al Señor de la Agonía como Patrón de la provincia de Pisco y se le concedió la llave de la ciudad por parte del Concejo Provincial de Pisco. La segunda restauración de la imagen de dio en 1990. Se hace procesión a la imagen en Semana Santa y el último domingo de octubre.

Pisco cuenta también con leyendas que se cuentan entre sus pobladores, tales como La Leyenda de Caucato, en la que un hombre hace un pacto con el diablo, solicitando que se haga una acequia desde el río Pisco hasta la susodicha hacienda antes que el gallo cante, de esta manera el diablo, con ayuda de sus obreros infernales ocupan la madrugada en la construcción de la obra, y viendo el mayordomo la situación de su amo, decide ayudarlo,

haciendo un gallo de peleas del corral se vea en su espejo, el cual trata de luchar, pero frente a la férrea sujeción del mayordomo canta, terminando el plazo de cumplimiento de la obra antes de que esta estuviera completa y haciendo que el hacendado gane la apuesta; sin embargo, se cuenta que en el velorio del hombre, las velas se apagaron y su cuerpo fue robado por el diablo; como testigo de la historia queda aún en la hacienda de Caucato la acequia que la leyenda atribuye a fabricación demoniaca.

La leyenda de la Laguna Morón, la que cuenta la historia de un bandolero que robaba a los ricos para dárselo los pobres, al estilo de Robin Hood, el cual empleaba la laguna Morón para ocultarse de quienes lo perseguían, y que tras su muerte, se cuenta que su fantasma sigue rondando por la zona, ya que habría ocultado sus tesoros en esas tierras, pero que aún la población tiene miedo de excavar para encontrarlos por temor a las represalias del espíritu.

La leyenda de Sara Hellen, una mujer que se cuenta fue acusada en Inglaterra por ser bruja y haberse convertido en esposa de Drácula en un viaje suyo a Transilvania, se le condenó a muerte en la horca y se prohibió que pudiera ser enterrada en su país natal, por lo cual, su esposo decidió llevarla a la tierra de Pisco y enterrarla ahí. La leyenda afirma que la mujer antes de morir maldijo a los hombres y mujeres del lugar, de volver a la vida tras 80 años para llevar a cabo su venganza. La tumba fue punto de reunión para curiosos y periodistas al cumplirse los 80 años previstos, pero nada sucedió, con el tiempo se ha cambiado la percepción de la población, la cual incluso ha llegado a atribuirle ser una mujer santa y haber obrado milagros.

b. Patrimonio Cultural Tangible

En el distrito de Pisco existen también restos históricos y arqueológicos muebles e inmuebles, tales como:

El candelabro de Paracas

PeruTravel (2022), define que este es un geoglifo de 2500 años de antigüedad ubicado en la costa norte de la provincia de Pisco, en el distrito de Paracas, y que puede ser observada en los viajes realizados a Islas Ballestas. Es un resto arqueológico de la cultura Nazca, que mide 170 metros de largo y se encuentra excavada a 1.20 metros de profundidad. El motivo de su creación es aún desconocido y sigue intrigando a los científicos y atrayendo turistas a esta región.

Tambo Colorado

Tavera (2022), identifica que Tambo Colorado, conocido también como Pucallacta, es un antiguo asentamiento de la época incaica ubicado en la provincia de Pisco, encontrándose cercana a Humay, y siendo una ciudadela construida en barro, lo cual muestra la adaptación de la construcción incaica a los nuevos contextos donde se daban. Se encuentra dividido en tres zonas separadas por el camino inca que conecta la costa con la sierra. Se determinó que este recinto era de alta importancia en el Tahuantinsuyo debido a presentar entrada trapezoidal, la cual se halla también en otros edificios cruciales como Qoricancha o Machu Picchu.

La Casa de San Martín

Andina (2021), señala que esta casona se encuentra a 25 metros de la Plaza de Armas de Pisco y ocupa un área de 906 metros, siendo que hospedó al libertador del sur durante su campaña de liberación del Perú, mientras levantó su cuartel en esta ciudad de Ica. Esta casa fue vendida por su dueño como Club Social en 1945, bajo la premisa de mantener su forma original, por su valor histórico.

Durante el terremoto de Pisco, este recinto quedó bastante dañado, reduciendo las visitas a esta casona el 28 de Julio y 8 de Setiembre, siendo esta la fecha de la independencia declarada por Don José De San Martín y su desembarco en el Perú. Se ha solicitado, sin embargo, su reparación por motivo del bicentenario de la independencia del Perú.

1.3. Marco legal

Con respecto al marco legal relevante para el desarrollo de la presente investigación se destaca la legislación que regula el turismo peruano y la declaración de la Reserva Nacional de Paracas.

Ley 29408, ley general del turismo

El Congreso de la República (2009), aprobó la Ley general del turismo, la cual declaró al turismo como una actividad de interés general y la determina como una política estatal de prioridad que permite el desarrollo del Perú. Esta ley tiene como objetivo la promoción, incentivo y regulación de la actividad turística a nivel local, regional y nacional.

Esta ley identifica como entidad rectora del turismo al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, siendo el encargado de la aprobación y actualización del plan estratégico nacional de turismo, para la coordinación y orientación de los gobiernos regionales y locales en este sector.

Reglamento de la Ley general de turismo

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010), aprobó mediante el Decreto Supremo N° 003-2010- MINCETUR, el Reglamento de la Ley General de Turismo. El cual dispone la creación del Comité Consultivo de Turismo (CCT), los procedimientos relacionados al Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR), el sistema de Información Turística, la Cuenta Satélite de Turismo, el inventario de recursos turísticos, los lineamientos para la promoción de inversión en turismo, los requisitos y procedimientos para declarar zonas de desarrollo turístico prioritario, entre otros.

Decreto Supremo 1281-75-AG

El Ministerio de Agricultura y Pesquería (1975), aprobó este decreto supremo, el cual se declara la Reserva Nacional de Paracas, siendo esta de una superficie 335,000 hectáreas de superficie ubicada en el departamento de Ica, entre las provincias de Pisco e Ica. Siendo esta Reserva Nacional creada para preservar los recursos hidrobiológicos, y la

diversidad de peces y criaturas marinas, así como los restos arqueológicos ubicados en esta zona, pertenecientes a la cultura Paracas, para la promoción del turismo.

Ley N° 31103

El Congreso de la República (2021), aprobó la ley 31103, la cual señala al turismo como una actividad de interés nacional, en la búsqueda de la reactivación, preservación y desarrollo de este rubro y el establecimiento de medidas para su desarrollo sostenible en el contexto de la contingencia sanitaria del Covid-19.

En dicha ley se establece la creación de la Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo por parte del gobierno nacional, los gobiernos subnacionales, la sociedad civil y el sector privado: además de promover proyectos turísticos y priorizar la inversión en este sector estratégico; se dispuso además la colocación del sello Safetravels; la participación del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en ferias internacionales dedicadas a esta actividad; además del aplazamiento y fraccionamiento del pago de las obligaciones tributarias de las personas naturales y jurídicas dedicadas a esta actividad.

Decreto Supremo N° 066-2021-EF

La Presidencia de la República (2021), decretó por este que se realizaría el aplazamiento y fraccionamiento de las obligaciones tributarias del sector turismo, siendo este publicado y promovido por la página de SUNAT, definiendo cuotas mensuales de pago según una metodología aprobada en el reglamento y que promueva la actividad en el territorio nacional.

1.4. Antecedentes del estudio

Antecedentes Internacionales

A nivel de México, Ulloa et al. (2020), en su artículo titulado “Gestión de Calidad bajo ISO 9001:2015 para aumentar la satisfacción del Cliente en C.E.L Conache S.A.C, 2020”, presenta el problema general de ¿Cómo se puede implementar una Gestión de Calidad bajo como ISO 9001:2015 para aumentar la satisfacción del Cliente en C?E.L

Conache S.A.C, 2020? Y el objetivo general Plantear una política de Gestión de Calidad bajo ISO 9001:2015 para aumentar la satisfacción del Cliente en C.E.L Conache S.A.C, 2020.

Se concluyó la carencia de sistemas de gestión de calidad, bajos niveles de satisfacción del cliente, con un puntaje promedio del 29%, proponiéndose como alternativa de solución la aplicación del sistema de gestión fundamentado por la Norma ISO 9001:2015, logrando un significativo aumento en la satisfacción de los clientes, hasta un nivel de 81%. Se desarrolló una investigación de tipo aplicado y diseño experimental, aplicando como instrumento de recolección de información a la encuesta, y su instrumento, el cuestionario, teniendo una muestra de análisis conformada por 25 trabajadores de la empresa y 123 compañías que funcionaban como compradores de esta prestadora. Se determinó por tanto que una mejora de la calidad del servicio aumenta de manera significativa la satisfacción de los consumidores turísticos del estudio. Teniendo como principal recomendación la aplicación de esta ISO para mejorar la satisfacción del cliente con la empresa.

A nivel de Colombia, Guardiola (2019), en su artículo “Potencial turístico de Santa Marta (Colombia): Una revisión de su desarrollo, crecimiento y barreras”, presenta el problema general de ¿Cuál es el potencial turístico de Santa Marta Colombia? Y un objetivo general de Determinar el Potencial turístico de Santa Marta (Colombia), con una revisión de su desarrollo, crecimiento y barreras.

Como conclusión de la investigación se obtuvo que existe un importante nicho turístico en Colombia para los que gustan de la actividad de avistamiento aves debido a la gran biodiversidad existente. A su vez, es necesario para fomentar el turismo colombiano conseguir la pacificación del país, ya que esto mejoraría los flujos de visitantes que acuden a Colombia. Así mismo, aplicar políticas que prioricen el fomento de la actividad turística es imprescindible, sobre todo ante una realidad turística ampliamente informal que ha obstaculizado la creación de productos turísticos especializados y el contacto inmediato con

los visitantes, siendo una debilidad para este rubro. Es necesario crear y cimentar sistemas informáticos multicanales que permitan una convergencia plurisectorial interinstitucional con los niveles de gobierno nacional y subnacional, además de mejorar la comunicación y el marketing de los atractivos turísticos, desarrollando ofertas especializadas para los sectores de turistas objetivo. Se destaca también el amplio margen de acción que se puede realizar para el turismo ecológico, naturalista y de observación de aves, donde el país puede ofrecer una gran cantidad de relieves y biodiversidad, pudiendo aprender de otros países vecinos que promueven sus propios atractivos. La principal recomendación del estudio es conseguir la pacificación de la zona y emplear la ventaja absoluta de biodiversidad de aves como una herramienta para fomentar el turismo de la zona.

A nivel de Argentina, Toselli (2019), en la investigación “Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local, Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina”, presentó el problema general de ¿Cuál es el potencial Turístico de las aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina? Y como objetivo general Evaluar el potencial turístico-cultural de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina.

Las conclusiones del estudio determinaron que existen importantes atractivos turísticos en la zona, tanto entre los explotados como los que no lo han sido, destacando la presencia de un patrimonio cultural tangible e intangible, pudiendo observarse por un lado bienes muebles e inmuebles históricos producto de inmigrantes, tales como casas, iglesias, monumentos, y artefactos domésticos y productivos; así como costumbres, relatos, leyendas, mitos, historias reales de los inmigrantes, creencias religiosas, vestimenta, música, gastronomía, entre otros que generan una amplia base para el desarrollo del potencial turístico de esta zona argentina. Como principal recomendación, el estudio plantea mejorar los medios de acceso a esta zona, formular productos nuevos, mejorar la integración de la zona con las localidades aledañas y revalorizar el patrimonio cultural de estas aldeas.

A nivel de Cuba, Perez et al. (2018), en el estudio “La satisfacción de clientes en el sector turístico: metodología seis sigma”, presentan como problema general ¿Cómo mejorar la satisfacción de clientes en el sector turístico con la metodología seis sigma? Y el objetivo general de Aplicar la metodología Seis Sigma para la mejora de la satisfacción de clientes en el sector turístico.

La aplicación del seis sigma se refiere a que se mejore la calidad de los productos hasta conseguir un producto satisfactorio en seis veces la desviación estándar, es decir minimizar los errores y conseguir así la máxima satisfacción del turista, siendo el recinto sobre el cual se desarrolla el análisis un hotel internacional. Se aplicó una investigación mixta, analizando tanto datos cuantitativos como cualitativos para el cálculo de la situación actual del servicio prestado. Se identificaron como las fallas más importantes a déficits en el nivel de limpieza del hotel, debido a los insumos de limpieza y el insuficiente mantenimiento preventivo y correctivo que se ha realizado al establecimiento; por otro lado, las deficiencias en seguridad detectadas se encuentran relacionadas con la carencia de suficiente personal de seguridad en la zona de playa. El análisis concluye que es pertinente analizar la calidad del servicio que se presta a través de la metodología seis sigmas, y que las mejoras sobre la calidad del servicio influyen de manera directa y decisiva sobre la satisfacción de los consumidores, siendo esta una variable muy importante y guía de la gestión por resultados en el rubro del turismo. Como principal recomendación se tuvo que, pese a que la metodología seis sigmas se emplea con mayor frecuencia para las manufacturas, se debe aplicar al sector turismo para mejorar la satisfacción del cliente.

Antecedentes Nacionales

Gonzales y Flores (2020), en su tesis “La satisfacción del cliente y su relación con la fidelización del cliente en los clientes de la Agencia de Viajes y Turismo Quiquiriqui Tours, Provincia de San Martín – 2019” para optar por el grado académico de Bachiller en ciencias administrativas, presentan como problema general ¿qué consideraciones deberían

tomas las agencias de turismo para seguir e incluso aumentar la satisfacción de sus turistas y así incentivarlos a volver? Y como objetivo general Determinar la satisfacción del cliente y su relación con la fidelización del cliente en los clientes de la Agencia de Viajes y Turismo Quiquiriqui Tours, en la Provincia de San Martín 2019.

Se tomó como indicadores de la satisfacción a las expectativas de los compradores, el rendimiento percibido y el grado de satisfacción real obtenido; mientras que para medir la fidelización se tomaron a la lealtad como conducta, lealtad actitudinal y lealtad cognitiva. Concluyéndose que la satisfacción laboral presenta una influencia alta, positiva y significativa con la fidelización de los consumidores, teniendo un Rho de Spearman de 0,782, y un p value de 0,000; concluyendo el estudio que aumentos en la satisfacción de los consumidores harán que se incremente la fidelización de los mismos con la empresa. Como principal recomendación se obtuvo que es necesario el compromiso con brindar solución a los múltiples y pequeños obstáculos identificados en la experiencia de los consumidores y que han mermado su nivel de satisfacción.

Luna (2019), en su tesis “Satisfacción del turista y su relación con las buenas prácticas en turismo en clientes de IKARO EIRL, Tarapoto, 2018” para optar por el grado académico de maestra en administración de negocios, plantea como problema general ¿Existe relación entre la satisfacción del turista y las buenas prácticas en turismo en clientes de la empresa IKARO EIRL, distrito de Tarapoto, 2018? y presentó como objetivo general Establecer la relación entre la satisfacción del turista y las buenas prácticas en turismo que practica la empresa.

Se concluyó que el 7% de los entrevistados declaró tener un nivel de satisfacción bajo, el 60% identificó un nivel de satisfacción medio, y un 33% un nivel alto; a su vez se identificó que el 10% de los entrevistados declaró que existía un nivel bajo de buenas prácticas turísticas, 63% señaló un nivel medio y 27% un nivel alto. Se identificó la existencia de una correlación positiva y significativa entre la satisfacción de los turistas y

las buenas prácticas turísticas en la compañía estudiada. La significancia fue estudiada a través de una prueba Chi cuadrado, donde se determinó un X^2 calculado de 12.63, frente a un x^2 tabulado de 9.49, por lo cual se rechaza la hipótesis nula de la investigación y mostrando la existencia de una relación estadísticamente significativa entre las variables analizadas en esta empresa turística. Se tuvo como recomendación principal llevar a cabo la evaluación permanente, articulada e integral de la satisfacción de los clientes y cómo la empresa se relaciona con ellos, para generar información útil para los procesos de toma de decisiones.

Rivadeneira (2019), en su tesis “La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en una agencia de viajes y asesoría en turismo tradicional en la ciudad de Lima-Perú, año 2019” para optar por el grado de maestro en administración de empresas, plantea como problema general ¿Cuál es la incidencia de la calidad del servicio sobre la satisfacción del cliente en una agencia de viajes y asesoría en turismo tradicional en la ciudad de Lima-Perú, año 2019? Y el objetivo principal de Determinar la incidencia de la calidad del servicio sobre la satisfacción del cliente en una agencia de viajes y asesoría en turismo tradicional en la ciudad de Lima-Perú, año 2019.

El estudio concluyó la existencia de una correlación baja, directa y significativa entre expectativas de la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor, además de una correlación directa, significativa y a nivel medio entre percepción de calidad de servicio y satisfacción del consumidor, siendo que la satisfacción del consumidor es explicada en un 64.8% por la percepción de la calidad del servicio, es decir que ante mejoras en la calidad de servicio que se brinda, se puede mejorar el grado de satisfacción final en los clientes de esta agencia de viajes y asesoría en turismo tradicional en la ciudad de Lima-Perú. Como principal recomendación se tuvo que se deben identificar los factores que afectan la calidad de servicio que se brinda, para poder dar solución inmediata a los errores identificados y así tener impactos significativos sobre la satisfacción del consumidor.

Rodríguez y Vásquez (2019), en su estudio “Potencialidades del Distrito de Huaranchal para el desarrollo de un turismo de naturaleza – Otuzco en el año 2018” para optar por el título profesional de licenciadas en Administración en Turismo y Hotelería, presenta como problema general ¿Cuáles son las potencialidades del distrito de Huaranchal para el desarrollo de un turismo de naturaleza- Otuzco en el año 2018? Y como objetivo general Determinar potencialidades del Distrito de Huaranchal para el desarrollo de un turismo de naturaleza – Otuzco en el año 2018.

La investigación determinó que esta localidad tiene un importante potencial turístico para atraer a visitantes por su riqueza de patrimonio natural, tal como la catarata de Pakcha, la catarata tres pasiones, el cerro y mirador Chillín y los baños termales de Huaranchal, presentando infraestructura que permita brindar servicios básicos a turistas en atractivos turísticos ya operativos y en otros que aún no se han explotado. Se identificó un estado deficiente de preservación de los recursos turísticos, ya que, de los 4 lugares estudiados por su potencial turístico, 3 se encuentran abandonados e inoperativos, no habiéndose brindado a estos el mantenimiento necesario, encontrándose en ellos residuos sólidos y excrementos de la fauna local, además de no contar con señalización turística. Además, se determinó como nicho poblacional objetivo principalmente a personas de Trujillo, siendo estos el 61% de los turistas proyectados, y de Lima, siendo estos el 17% de estos; así como que los turistas se encontrarían en los grupos etarios entre 18 y 60 años, teniendo como principal motivación de su visita el deseo de visitar lugares que les son desconocidos y de mantenerse contactados con la naturaleza. Como principal recomendación se tuvo que el alcalde pueda plantear medidas de impulso a la actividad turística para provechar los recursos identificados, y crear consciencia en la comunidad acerca de su valor y la necesidad de participen en el desarrollo de la actividad como motor de la economía local.

Prieto (2018), en su tesis “Potencialidades Turísticas para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Distrito de Moche, año 2018” para optar por el título profesional

de licenciada en Administración en Turismo y Hotelería, tiene como problema principal ¿Cuáles son las Potencialidades Turísticas para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Distrito de Moche, año 2018? Y como objetivo general Determinar las Potencialidades Turísticas para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Distrito de Moche, año 2018.

Se pudo determinar que entre el potencial turístico más destacado está el patrimonio cultural intangible de la zona, donde se observa una población con disposición a compartir sus costumbres, creencias, experiencias, además de existir un rico patrimonio natural y cultural tangible, así como infraestructura necesaria para brindar servicios básicos y complementarios a los visitantes con una calidad deseable, y una buena planta turística. La principal recomendación del estudio fue capacitar a la población para que pueda interactuar con los turistas de manera satisfactoria y compartir sus costumbres y creencias eficientemente.

1.5. Marco conceptual

Biodiversidad: Variabilidad de seres vivos de todos los orígenes, incluyendo tanto a los que provienen de medio ambiente terrestre o marítimo, así como dentro de los nichos ecológicos que ocupan, incluyendo la variedad existente dentro de las especies, entre especies o biomas, abarcando a los organismos de los 5 reinos de la naturaleza reconocidos, tales como el monera, protista, fungi, planta y animal, a niveles microscópicos y macroscópicos.

Desierto: Son ecosistemas con escasa humedad, donde existe una temperatura elevada y bajas precipitaciones, además de suelos áridos, comúnmente compuesto por arena. En estos ecosistemas existe muy poca flora y fauna, y la que se halla en ellas presenta adaptaciones a las características extremas de este bioma.

La autora señala la existencia de tres tipos de desiertos, siendo estos la estepa o regiones semiáridas, en las cuales hay precipitaciones de entre 250 a 500 mm por año, se

ubican en las zonas limitantes del ecosistema de desierto; regiones áridas, que presentan entre 25 a 250 mm de precipitaciones por año; y las regiones hiperáridas, con precipitaciones menores a 25 mm por año, pudiendo existir años sin la aparición de lluvias, y con una elevada fluctuación térmica.

Humedal: Son regiones intermedias entre los biomas terrestres y acuáticos y que se ubican por lo general a baja profundidad, mostrándose por lo común en planicies inundadas cercanas a cuerpos de agua, o alimentados por agua subterránea; siendo una superficie terrestre que se halla inundada de manera temporal o permanente.

Los seres vivos que habitan estos ecosistemas dependen mucho del agua, necesitando de suelos que puedan encontrarse saturados por agua que eviten su desecación en algún momento, brindando las condiciones necesarias donde se desarrollen las criaturas vivas especializadas en este bioma.

Ica: Es un departamento del Perú cuya localización se halla en la costa central sur del territorio peruano, teniendo un área de 21 328 kilómetros cuadrados, conformando el 1,7% del territorio peruano, incluyendo 22 kilómetros cuadrados de área de sus islas; este departamento se delimita por el norte con Lima, por el sur con Arequipa, en el este limita con Huancavelica y Ayacucho, y por el oeste con el océano Pacífico. El territorio de Ica de halla cubierto en una alta proporción por desiertos, tales como las pampas de Lancha y Villacuri, teniendo también parte de su territorio que se adentra en el mar, conformando la península de Paracas, y el complejo de Marcona por el sur, teniendo este último yacimiento ricos en hierro, siendo las más extensas reservas de este mineral en todo el país.

Isla: Son extensiones de tierra que se encuentran rodeadas por agua en todas las direcciones.

Las islas pueden encontrarse tanto en entornos acuáticos de agua dulce, como ríos, lagunas u otros cuerpos de agua dulce, así como en ambientes de agua salada como el mar.

Patrimonio: Acervo de bienes materiales o inmateriales que se hayan en posesión

de una persona natural o jurídica, y que pueden ser valorizados económicamente.

Reserva Nacional: Zonas geográficas que se destinan a conservar la riqueza y variedad biológica, así como garantizar el empleo sostenible de los recursos naturales biológicos ubicados en estas zonas. Una Reservas Nacional cuenta con la protección del estado peruano, el cual vigila que se aprovechen los recursos aquí presentes de manera tradicional y sostenible por parte de la población de la zona. El portal afirma que el Perú al momento de la presente investigación cuenta con 17 Reservas Nacionales repartidas en el territorio peruano.

Turismo: Actividad que conlleva realizar viajes por placer.

Se puede realizar turismo en relación a diversas actividades de interés personal, tales como turismo cultural, motivado por conocer nuevas costumbres, tradiciones o el patrimonio cultural tangible de otros lugares; también ecoturismo, el cual se dirige a explorar la naturaleza, ver relieves naturales, paisajes y ecosistemas nuevos, así como la flora y fauna endémica de las zonas visitadas; turismo por visualización de aves, dedicado a aquellos amantes del avistamiento de pájaros, estos se dan de manera preferente a aquellas regiones donde existe una gran cantidad y variedad de aves; turismo playero, que involucra actividades de sol y playa; entre otros tipos y categorías.

CAPÍTULO II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Descripción de la realidad problemática

La pandemia del Covid-19 trajo consigo grandes efectos sobre la actividad turística a nivel mundial, según las Naciones Unidas (2021), la contingencia sanitaria produciría la pérdida de 4 billones de dólares estadounidenses a nivel mundial entre 2020 y 2021, debido a la caída de la actividad turística y otras actividades afines a este rubro, habiendo perdido ya el sector solo en 2020 unos 2,4 billones de dólares a nivel global.

Las medidas adoptadas por los gobiernos del mundo para la contención de la enfermedad, tales como cierre de fronteras, distanciamiento social obligatorio, horarios de no libre transitabilidad, entre otros han afectado de manera importante esta actividad; y tras el relajamiento de las medidas, llegó la difícil tarea de la reactivación económica, la cual incluye la necesidad de que el turismo empiece nuevamente sus actividades cotidianas. Así, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2022), aprobó el Plan de emergencia del sector turismo, de manera que se logre la reactivación de la actividad y se fomente el crecimiento de la economía nacional, esto ante una débil reactivación en este sector, pese a la priorización que se le ha dado desde el año 2021.

La debilidad aún presente en el sector turismo tiene múltiples causas, teniendo las situaciones heterogéneas de la pandemia Covid-19 en el mundo, teniendo países que aún son ampliamente afectados por esta enfermedad aún en 2022, tal como se observa en el artículo de Expansión (2022), quien en diciembre del 2022 muestra un repunte en los casos de Covid-19 en China, lo cual según la investigación podría poner en peligro la producción de dispositivos móviles en el país asiático.

Por otro lado, la guerra entre Rusia y Ucrania que ha causado un aumento en el costo de las materias primas y ha llevado a Europa a un estado crítico, Feás y Steinberg (2022), señalan que Europa enfrenta altas tasas de inflación, aumento de las tasas de interés. Probabilidades crecientes de una próxima recesión y las presiones causadas por el corte en

el suministro de gas por parte de Rusia, así como un aumento generalizado del nacionalismo.

Esta situación ha conllevado a un desaceleramiento importante de la actividad económica, a la vez que altas de inflación, afectando los ingresos disponibles de una importante parte de la población en todo el mundo, reduciendo su capacidad adquisitiva y la disposición de los mismos a llevar a cabo actividades turísticas, frente a problemas más urgentes.

Según El Comercio (2019), los atractivos turísticos más visitados de Perú son, en primer lugar, Machu Picchu con 888 mil viajeros entre enero y julio del 2019; en segundo lugar, la Reserva Nacional de Paracas, con 310, 204 visitantes en el mismo periodo; en tercer lugar, el parque nacional del Huascarán con 224, 347 turistas; en cuarto lugar, el valle del Colca con 138 mil visitantes; y en quinto puesto el museo de sitio de Pucllana, con 96 mil turistas.

Como se observa, la Reserva Nacional de Paracas ocupa un lugar predominante en el flujo turístico nacional, siendo que el reducido flujo actual debe ser satisfecho por las empresas dedicadas a este rubro, por lo cual deben esforzarse en ser lo más competitivas que se pueda para poder capturar tanto de este flujo como puedan, siendo necesario maximizar la satisfacción que brindan, lo cual se puede afirmar también a nivel de zonas geográficas, incluyendo la provincia de Pisco, necesitando maximizar la utilidad que brindan a sus visitantes para poder conseguir mejorar sus posibilidades de atraer turistas, para lo cual deben aprovechar todas sus potencialidades turísticas, algunas de las cuales no han sido adecuadamente explotadas, así como determinar su influencia real sobre la satisfacción de los visitantes.

2.2. Formulación del problema general y específicos

Problema General

¿Cuál es la incidencia de las potencialidades turísticas en la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022?

Problemas Específicos

¿Cuál es la incidencia del patrimonio natural en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?

¿Cuál es la incidencia del acervo del patrimonio cultural tangible en satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022?

¿Cuál es la incidencia del patrimonio cultural intangible en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?

2.3. Objetivo general y específicos

Objetivo General

Determinar si las potencialidades turísticas inciden positivamente en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022.

Objetivos Específicos

Analizar la incidencia del patrimonio natural en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022.

Analizar la incidencia del acervo del patrimonio cultural tangible en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022.

Establecer la incidencia del patrimonio cultural intangible en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022.

CAPÍTULO III. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Justificación e importancia del estudio

3.1.1. Justificación del estudio

A nivel práctico, la presente investigación se justifica en la necesidad de las empresas turísticas de la Provincia de Pisco de identificar cómo mejorar la experiencia y satisfacción de los visitantes que reciben, ya que esto permitirá atraer a una mayor cantidad de turistas y acaparar un mayor número de estos, logrando mejoras significativas sobre los índices de ganancias y brindando sostenibilidad a estas compañías en el largo plazo. Así mismo, conocer bien el acervo de patrimonio natural y cultural (tangible e intangible), permite poder brindar una experiencia más rica e interesante a los turistas, logrando que estos puedan sentir fascinación e identificación por la Provincia de Pisco y los atractivos que ofrece, admirar la biodiversidad que la habita y admirar, e incluso identificarse con su cultura, de manera que forme un vínculo emocional profundo y se asegure su retorno en el futuro.

A nivel teórico, el presente estudio se justifica en la carencia de estudios previos acerca de la influencia del potencial turístico sobre la satisfacción de los visitantes en la zona de Pisco, a pesar de ser uno de los destinos turísticos más visitados debido a la Reserva de Paracas, siendo indispensable comprender si es que el potencial turístico, más allá de esta Reserva Nacional tiene un efecto significativo sobre la satisfacción final del turista, para poder comprender a nivel científico esta relación, con pruebas estadísticas que amparen los resultados, más allá de un simple análisis intuitivo. Se pretende profundizar en las teorías sobre satisfacción del consumidor, dirigido al rubro turístico, con un enfoque novedoso que incluye a las potencialidades turísticas como factor determinante.

A nivel metodológico, se justifica la realización del presente trabajo de investigación con enfoque cuantitativo, ya que se emplean datos numéricos ordinales y estadísticos para la medición de las variables de estudio, así también, responde a una investigación no

experimental, de corte transversal, ya que no se pueden modificar arbitrariamente las potencialidades turísticas de la provincia de Pisco, y su análisis se hace en un punto específico del tiempo, necesitando ajustarse a la metodología, y siendo necesaria la aplicación de encuestas como métodos de recolección de datos, ya que se pretende conseguir información estandarizada según la escala de Likert.

Además, el instrumento de recolección de datos empleado en el estudio es el cuestionario, cuyo empleo se justifica en la necesidad de recopilar información estandarizada y ordenada bajo una escala predeterminada según el análisis, ya que este instrumento brinda datos precisos de la realidad que se analiza, alineados a preguntas exactas y respuestas adecuadamente delimitadas.

La investigación se justifica también por la difusión del patrimonio natural y cultural (tangible e intangible) de la provincia de Pisco, ofreciendo una guía sobre esto a futuras investigaciones que pretendan estudiar temas relacionados, y brindar una visión más amplia de la Provincia de Pisco a quienes se encuentren interesados en ella, pues sus atractivos son muchos y muy diversos, trascendiendo la Reserva Nacional de Paracas, que es para muchos el único foco de atención que se le brinda a esta zona de la costa central-sur del Perú.

3.1.2. Importancia del estudio

La importancia aplicada del estudio se refleja en que el turismo es una actividad productiva con gran potencial de desarrollo y bajo impacto ambiental directo, siendo además una gran fuente de recursos y empleos, lo cual es de gran interés para la población de la zona de Pisco, es por ello que determinar si las potencialidades turísticas de la provincia de Pisco afectan esta actividad es de suma importancia para crear medidas y acuerdos dentro de la población para su fomento, al contar con una ventaja absoluta en sus potencialidades.

La importancia social de la presente investigación se halla en la necesidad de promover la actividad económica en la Provincia de Paracas, lo cual conlleva una mejora

en los niveles de ingresos de la población local, generando más y mejores empleos para los habitantes de la zona, y mejorando así la distribución de la riqueza entre cada integrante de la sociedad, reduciendo la incidencia de pobreza y pobreza extrema en la región y mejorando significativamente la calidad de vida de estos ciudadanos. Es por esto, que realizar estudios que incrementen la comprensión de las empresas sobre sus clientes, los determinantes de su satisfacción y potenciales para el incremento de este, presentan un elevado impacto social.

3.2. Delimitación del estudio

La presente investigación se encuentra delimitada perfectamente en tiempo, espacio, obedeciendo a parámetros exactos entre los cuales se realiza.

En primer lugar, la delimitación espacial determina que la investigación y su recopilación de datos se realizan dentro de la Provincia de Pisco, limitándose únicamente a los visitantes que llegan a esta zona por las distintas razones que tengan, ya sea turismo ecológico, turismo playero, turismo cultural, histórico, entre otros.

En segundo lugar, la delimitación temporal, por la cual se determina que la investigación se realiza enteramente en el año 2023, siendo este el periodo en el que se aplican los cuestionarios como instrumentos de recopilación de datos, obteniendo datos de los visitantes que recibe la Provincia de Pisco en 2023, no buscando obtener información de años diferentes a este, sino que se consiguieron datos de un punto específico del tiempo, con un análisis de corte transversal.

Finalmente, la investigación se encuentra enfocada hacia los turistas nacionales e internacionales que recibe el distrito de Pisco, que pertenecen a grupos etarios de edad mayor a 18 años, de ambos sexos y cualquier ocupación, nivel de ingresos, color de piel, orientación sexual, ideología política u otros aspectos personales, no teniendo distinción alguna entre los participantes del estudio más allá de la edad mínima para participar de la misma, respetando la dignidad como personas de cada participante y manteniendo en reserva sus respuesta con fines exclusivamente de empleo para la presente investigación.

CAPÍTULO IV. FORMULACIÓN DEL DISEÑO

4.1. Formulación del diseño

La aplicación del cuestionario sobre las potencialidades turísticas evidencia la mejora en la satisfacción de los visitantes en la provincia de Pisco, Ica, 2022.

4.2. Diseño esquemático

El objetivo del cuestionario acerca de la influencia de las potencialidades turísticas sobre la satisfacción de los visitantes de la provincia de Pisco es obtener información objetiva y precisa sobre la correlación real existente entre las variables de estudio, buscando la confirmación o descarte de las hipótesis que se derivan del objetivo general y los objetivos específicos del presente estudio.

El cuestionario diseñado para la presente investigación ha sido diseñado de tal manera que pueda captar datos estadísticos detallados y adecuadamente delimitados, el cual pueda ser aplicado a los visitantes de la provincia de Pisco, obteniendo la información directamente de una fuente primaria, logrando la máxima veracidad y objetividad posible, aplicando el instrumento de manera física y presencial a los participantes.

Ámbito en el que se aplica el instrumento

El cuestionario diseñado se aplica en la provincia de Pisco.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) (2018), informa que el Distrito de Pisco, se encuentra ubicado en el departamento de Ica, en la costa central peruana, cuenta con 8 distritos, y según el último censo realizado, contaba en el año 2017 con 150,744 habitantes, representando un 17,7% de la población del departamento, frente a una población de 125,879 habitantes en 2007, la cual también representó el 17.7% de los habitantes del departamento; presentando una tasa de crecimiento poblacional del 1.8%.

Según estos datos, se puede proyectar la población de esta provincia en 164,961 habitantes en 2022 y 167,962 pobladores en 2023.

La población de la provincia de Pisco según el censo, demostró que esta se localiza

principalmente en zonas urbanas, siendo el 92.016% de la población del distrito, frente a un 7.984% de población rural en Pisco. Observándose crecimiento poblacional en la provincia en zonas urbanas, pero decrecimiento en las zonas rurales.

Se observa también que, de la población mayor a 15 años, la Provincia de Pisco presenta un 47% de población con educación secundaria y 34.8% con educación superior.

La provincia de Pisco ocupa una extensión de 3,978 kilómetros cuadrados, representando el 18.65% de la superficie del departamento.

La estructura poblacional de esta provincia se compone en su mayoría por población que se auto percibe como mestiza, representando el 69.12%, mientras que el 13.08% de sus habitantes se perciben como de origen quechua y un 7.06% se reconoce como blanco y 6.49% como afrodescendiente, siendo la provincia con mayor proporción de población blanca y afrodescendiente del departamento.

Por otro lado, el Banco Central de Reserva (BCRP) (2021), señala ciertas características climáticas, productivas y económicas de esta provincia.

El departamento de Ica presenta una temperatura promedio de 27° C durante el verano y 18° C en invierno, mientras que las temperaturas máximas del año es 30° C, y la mínima es de 8° C. El departamento se ve cruzado por potentes vientos, conocidos como Paracas, siendo el principal río de esta provincia, el río Pisco.

La actividad pesquera cobra gran importancia en la provincia, especialmente en los distritos de San Andrés, El Chaco y Laguna Grande, existiendo para su procesamiento, plantas procesadoras de productos congelados y en conserva en la misma provincia.

La provincia de Pisco cuenta con un aeropuerto internacional, el cual se encuentra administrativo por la compañía Aeropuertos del Perú, bajo una concesión por 25 años acordada en 2008, y que percibe vuelos a nivel nacional e internacional.

Con respecto a transporte, la provincia también cuenta con el puerto General San Martín, el cual se encuentra en concesión desde el 2014 a la compañía Terminal Portuario

Paracas S.A. durante 30 años.

4.3. Descripción de los aspectos básicos del diseño

4.3.1. Aspectos Metodológicos

El presente trabajo de investigación es de tipo aplicado, puesto que según Hernández et al. (2014), esta pretende analizar un problema específico observado en la realidad y brindando una respuesta a esta pregunta.

La presente investigación responde a un enfoque cuantitativo, ya que según Hernández et al. (2014), estos estudios analizan datos numéricos y estadísticos, los cuales son susceptibles a ser medidos y ordenados para su análisis, así como responder a una estructura de investigación predeterminada y precisa.

El alcance de la investigación es descriptivo, ya que según Hernández et al. (2014), los estudios descriptivos pretenden caracterizar la situación actual o evolución histórica de las variables de estudio, exponiendo la realidad de las mismas.

A su vez, el estudio presenta un diseño no experimental, el cual según Hernández et al. (2014), no realiza manipulación alguna de las variables de análisis, tomándolas en su estado y contexto natural, además presenta un diseño de corte transversal, el cual se caracteriza porque los datos son recogidos en un único momento del tiempo y no en diversos periodos.

4.3.2. Población de estudio

Se establece como población objetivo a todos los visitantes que recibe la provincia de Pisco en el 2022.

Según datos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur, 2023), en el año 2022, los principales destinos turísticos de la provincia de Pisco fueron La Reserva Nacional de Paracas, la cual en 2022 recibió a 404,738 visitantes, seguido de las Islas Ballestas, las cuales recibieron a 325,849, mientras que los demás destinos turísticos de Pisco tuvieron una recepción de turistas muy baja.

Población de estudio = 404,738 visitantes

4.3.3. Muestra del estudio

Según Ander-Egg (1999), la muestra puede ser definida por conveniencia del investigador, siendo que para la presente investigación se plantea un muestreo no probabilístico por conveniencia, del cual se deriva una muestra de 15 visitantes de la provincia de Pisco



CAPÍTULO V. PRUEBA DE DISEÑO

5.1. Aplicación de la propuesta de solución

Resultados Estadísticos del Estudio

En el desarrollo del instrumento aplicado, se empleó la siguiente escala de medición y valoraciones para las respuestas de cada ítem.

Valoraciones:

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



Variable 1: Potencialidades Turísticas

Tabla 5.1.1

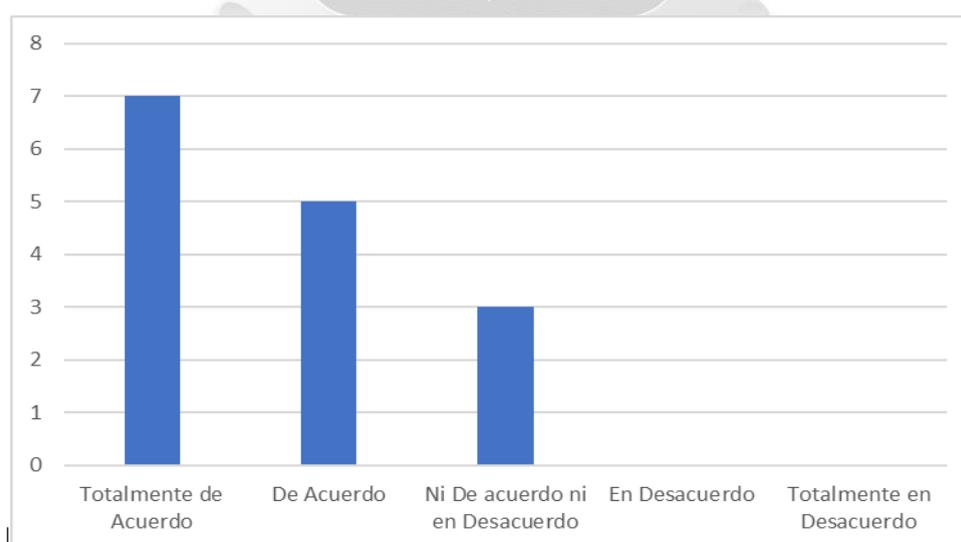
¿Considera que las potencialidades turísticas influyen sobre la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Totalmente de Acuerdo	7	46.67%	46.67%
De Acuerdo	5	33.33%	80.00%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	3	20.00%	100.00%
En Desacuerdo	0	0.00%	
Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	
Total	15	100.00%	

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 5.1.1

Las potencialidades turísticas influyen sobre la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022



Nota: Elaboración propia.

Se observa que el 46.67% de los encuestados está totalmente de acuerdo con que las potencialidades turísticas evidencian la mejora de la satisfacción de los visitantes en la provincia de Pisco en el 2022, mientras que el 33.33 % está de acuerdo, y el 20 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.



Tabla 5.1.2

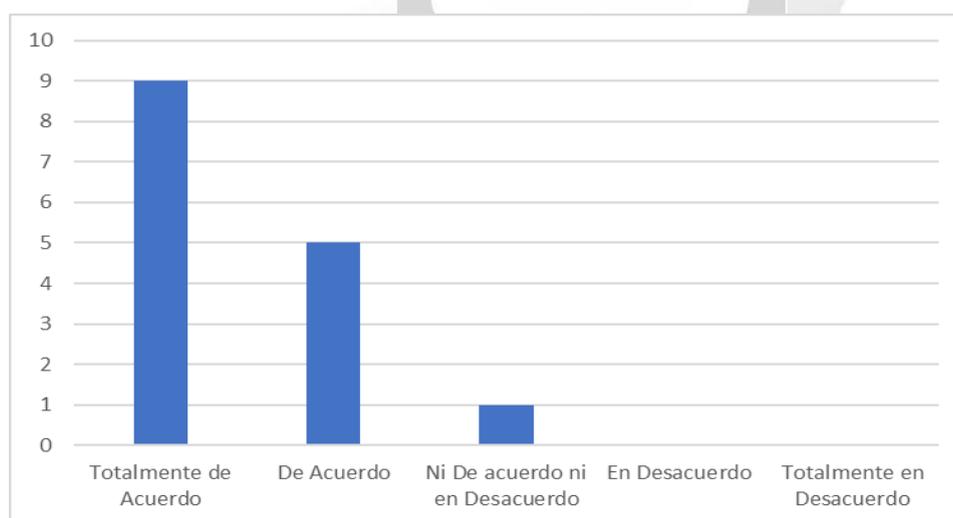
¿Considera que el patrimonio natural influye sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Totalmente de Acuerdo	9	60.00%	60.00%
De Acuerdo	5	33.33%	93.33%
Ni de Acuerdo ni en	1		
Desacuerdo		6.67%	100.00%
En Desacuerdo	0	0.00%	
Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	
Total	15	100.00%	

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 5.1.2

El patrimonio natural influye sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022



Nota: Elaboración Propia

Se observa que el 60% de los encuestados está totalmente de acuerdo con que el patrimonio natural evidencia la mejora de la satisfacción de los visitantes en la provincia de Pisco en el 2022, mientras que el 33.33 % está de acuerdo, y el 6.67 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.



Tabla 5.1.3

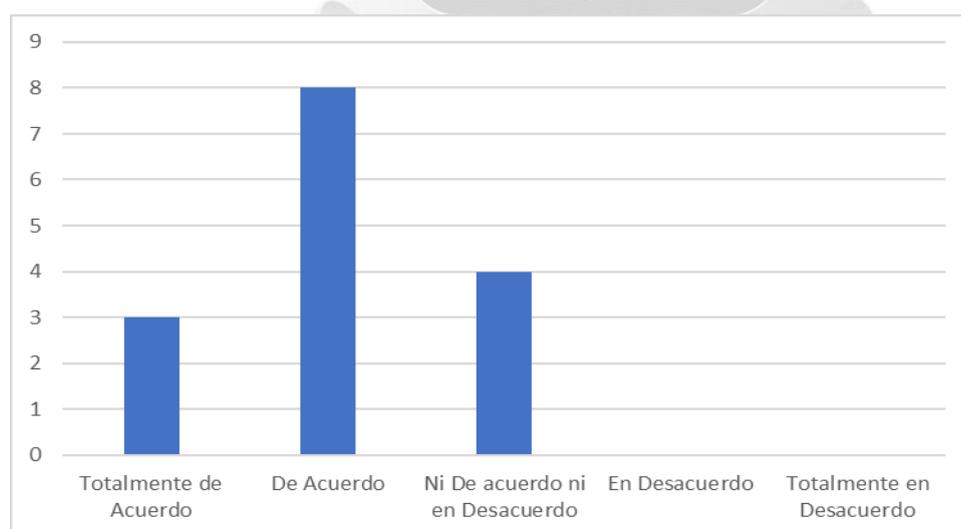
¿Considera que el acervo del patrimonio cultural tangible influye sobre la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			Acumulado
Totalmente de Acuerdo	3	20.00%	20.00%
De Acuerdo	8	53.33%	73.33%
Ni de Acuerdo ni en	4		
Desacuerdo		26.67%	100.00%
En Desacuerdo	0	0.00%	
Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	
Total	15	100.00%	

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 5.1.3

El acervo del patrimonio cultural tangible influye sobre la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022



Nota: Elaboración Propia

Se observa que el 53.33% de los encuestados está de acuerdo con que el acervo del patrimonio cultural tangible evidencia la mejora de la satisfacción de los visitantes en la provincia de Pisco en el 2022, mientras que el 20 % está totalmente de acuerdo, y el 26.67 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.



Tabla 5.1.4

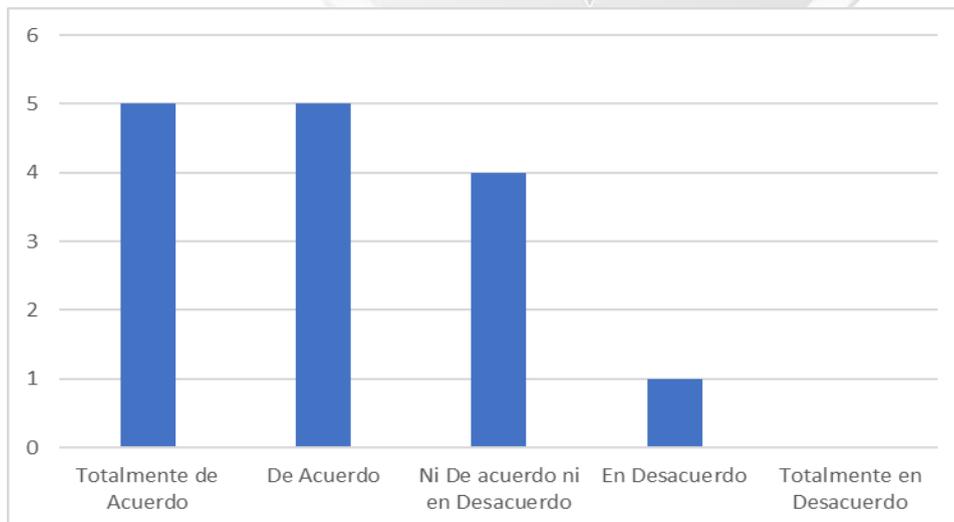
¿Considera que el patrimonio cultural intangible influye en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			Acumulado
Totalmente de Acuerdo	5	33.33%	33.33%
De Acuerdo	5	33.33%	66.67%
Ni de Acuerdo ni en	4		
Desacuerdo		26.67%	93.33%
En Desacuerdo	1	6.67%	100.00%
Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	
Total	15	100.00%	

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 5.1.4

El patrimonio cultural intangible influye en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022



Nota: Elaboración Propia

Se observa un empate entre los encuestados que señalaron que se encontraron totalmente de acuerdo, con un 33.33% y de acuerdo, con un 33.33% también, con que el patrimonio cultural intangible evidencia la mejora de la satisfacción de los visitantes de la provincia de Pisco en el 2021, mientras que el 26.67 % no está de acuerdo ni en desacuerdo con ello, y el 6.67 % se encuentra en desacuerdo.



Tabla 5.1.5

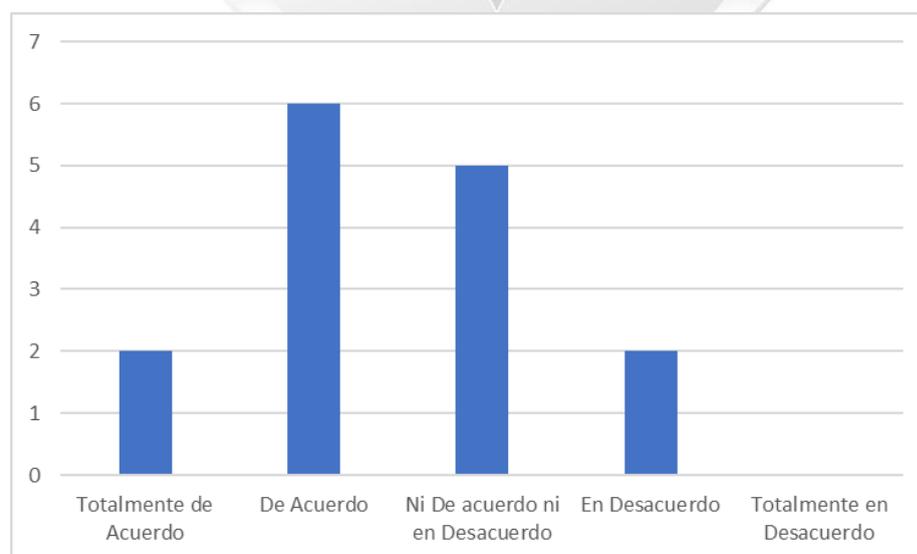
¿Considera que las costumbres de la población influyen sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	
		Porcentaje	Acumulado
Totalmente de Acuerdo	2	13.33%	13.33%
De Acuerdo	6	40.00%	53.33%
Ni de Acuerdo ni en	5		
Desacuerdo		33.33%	86.67%
En Desacuerdo	2	13.33%	100.00%
Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	
Total	15	100.00%	

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 5.1.5

Las costumbres de la población influyen sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022



Nota: Elaboración Propia

Se observa que el 40% de los encuestados está de acuerdo con que las costumbres de la población evidencian la mejora de la satisfacción de los visitantes en la provincia de Pisco en el 2022, mientras que el 33.33 % no está de acuerdo ni en desacuerdo, y el 26.67 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, con un empate de 13.33% de aquellos que afirmaron estar totalmente de acuerdo y en desacuerdo.



Tabla 5.1.6

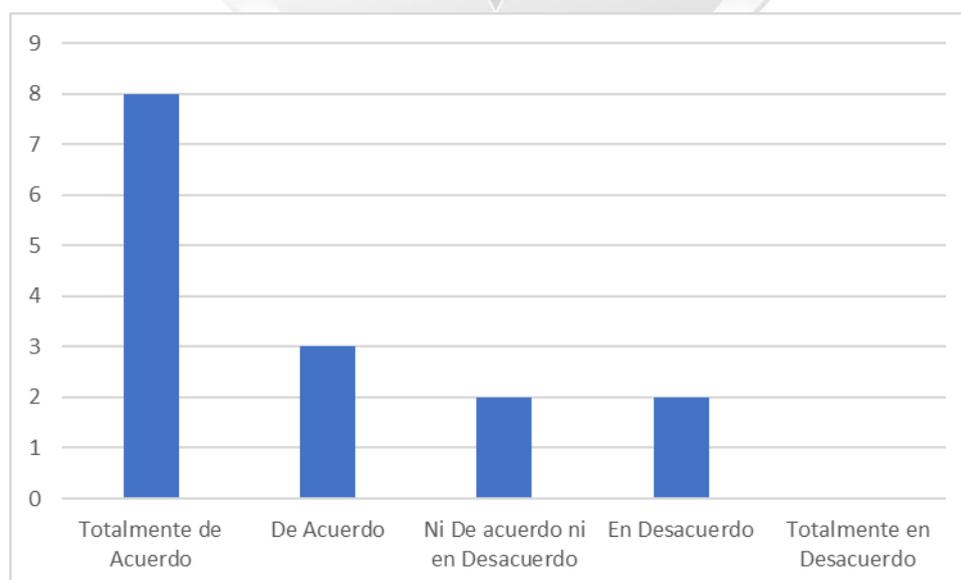
¿Considera que la gastronomía local influye sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			Acumulado
Totalmente de Acuerdo	8	53.33%	53.33%
De Acuerdo	3	20.00%	73.33%
Ni de Acuerdo ni en	2		
Desacuerdo	2	13.33%	86.67%
En Desacuerdo	2	13.33%	100.00%
Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	
Total	15	100.00%	

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 5.1.6

La gastronomía local influye sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022



Nota: Elaboración Propia

Se observa que el 53.33% de los encuestados está totalmente de acuerdo con que la gastronomía local evidencia la mejora de la satisfacción de los visitantes en la provincia de Pisco en el 2022, mientras que el 20% está de acuerdo, con un empate de 13.33% de aquellos que afirmaron no estar de acuerdo ni en desacuerdo y los que afirmaron estar de acuerdo.



Tabla 5.1.7

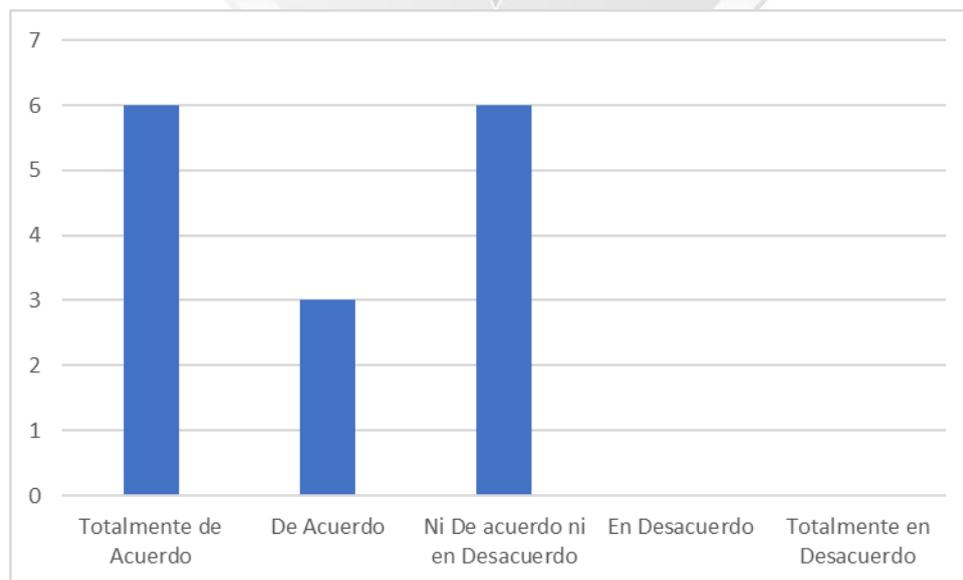
¿Considera que las leyendas y mitos locales influyen sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Totalmente de Acuerdo	6	40.00%	40.00%
De Acuerdo	3	20.00%	60.00%
Ni de Acuerdo ni en	6		
Desacuerdo		40.00%	100.00%
En Desacuerdo	0	0.00%	
Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	
Total	15	100.00%	

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 5.1.7

Las leyendas y mitos locales influyen sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022



Nota: Elaboración Propia

Se observa un empate del 40% de los encuestados que afirmaron estar totalmente de acuerdo y los que no estaban ni de acuerdo ni en desacuerdo con que las leyendas y mitos locales evidencian la mejora de la satisfacción de los visitantes en la provincia de Pisco en el 2022, mientras que el 20% estuvo de acuerdo.



Variable 2: Satisfacción del visitante

Tabla 5.1.8

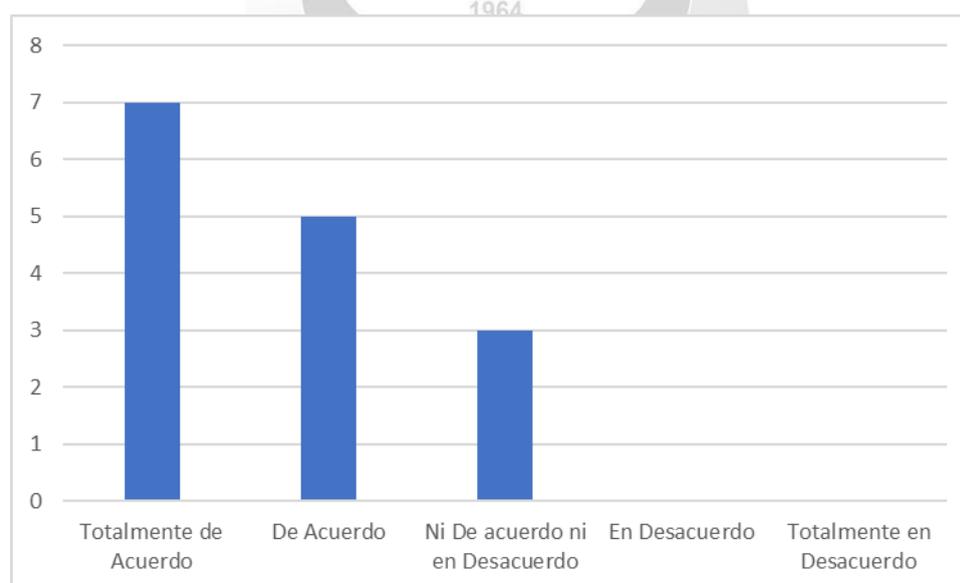
¿Considera que tuvo altas expectativas sobre la Provincia de Pisco antes de conocerla?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			Acumulado
Totalmente de Acuerdo	7	46.67%	46.67%
De Acuerdo	5	33.33%	80.00%
Ni de Acuerdo ni en	3		
Desacuerdo		20.00%	100.00%
En Desacuerdo	0	0.00%	
Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	
Total	15	100.00%	

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 5.1.8

Tuvo altas expectativas sobre la Provincia de Pisco antes de conocerla



Nota: Elaboración Propia

Se observa que el 46.67% de los encuestados afirmaron estar totalmente de acuerdo con que tuvieron altas expectativas sobre la provincia de Pisco antes de su visita, mientras que el 33.33% afirmó estar de acuerdo y un 20% no se encontró de acuerdo ni en desacuerdo.



Tabla 5.1.9

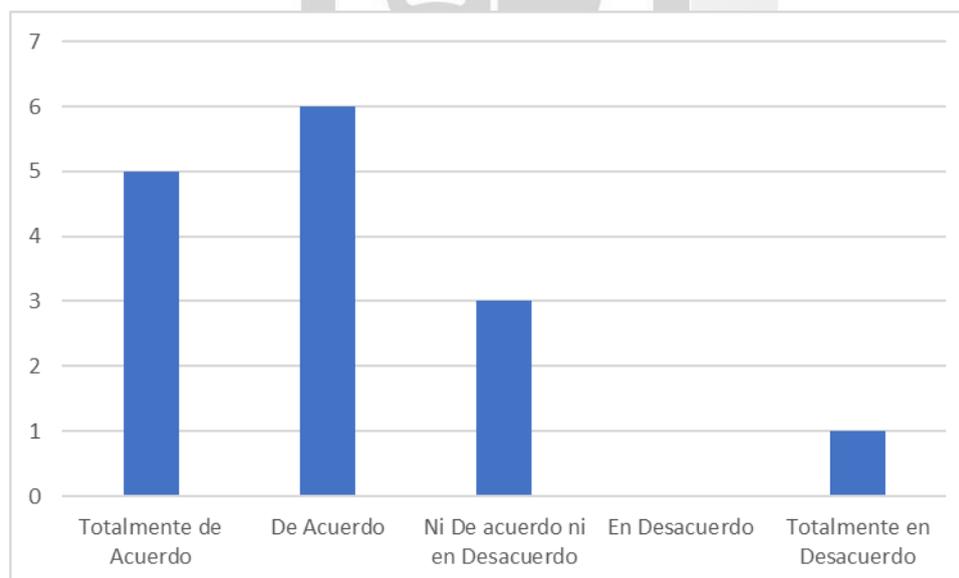
¿Considera que su experiencia en la Provincia de Pisco fue muy buena?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Totalmente de Acuerdo	5	33.33%	33.33%
De Acuerdo	6	40.00%	73.33%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	3	20.00%	93.33%
En Desacuerdo	0	0.00%	93.33%
Totalmente en Desacuerdo	1	6.67%	100.00%
Total	15	100.00%	

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 5.1.9

Su experiencia en la Provincia de Pisco fue muy buena



Nota: Elaboración Propia

Se observa que el 40% de los encuestados afirmaron estar de acuerdo con que tuvieron una buena experiencia en la provincia de Pisco, mientras que el 33.33% afirmó estar totalmente de acuerdo y un 20% no se encontró de acuerdo ni en desacuerdo, y un 6.67% indicó estar totalmente en desacuerdo.



Tabla 5.1.10

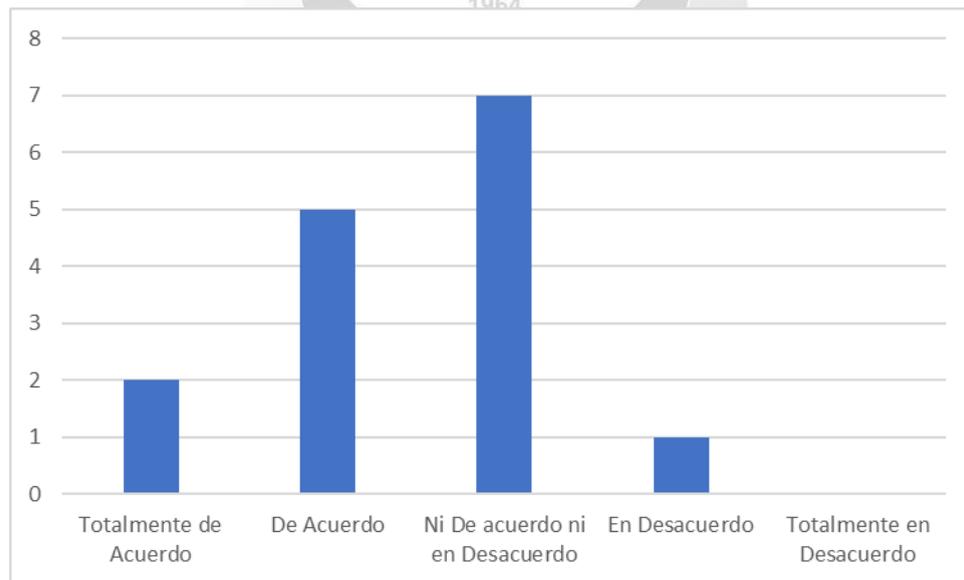
¿Considera que su experiencia en la Provincia de Pisco superó sus expectativas iniciales sobre ella?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			Acumulado
Totalmente de Acuerdo	2	13.33%	13.33%
De Acuerdo	5	33.33%	46.67%
Ni de Acuerdo ni en	7		
Desacuerdo		46.67%	93.33%
En Desacuerdo	1	6.67%	100.00%
Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	
Total	15	100.00%	

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 5.1.10

Su experiencia en la Provincia de Pisco superó sus expectativas iniciales sobre ella



Nota: Elaboración Propia

Se observa que el 46.67% de los encuestados afirmaron no estar de acuerdo ni en desacuerdo sobre que su experiencia superó sus expectativas en la provincia de Pisco, mientras que el 33.33% afirmó estar de acuerdo y un 13.33% se encontró totalmente de acuerdo, y un 6.67% indicó estar en desacuerdo.



Tabla 5.1.11

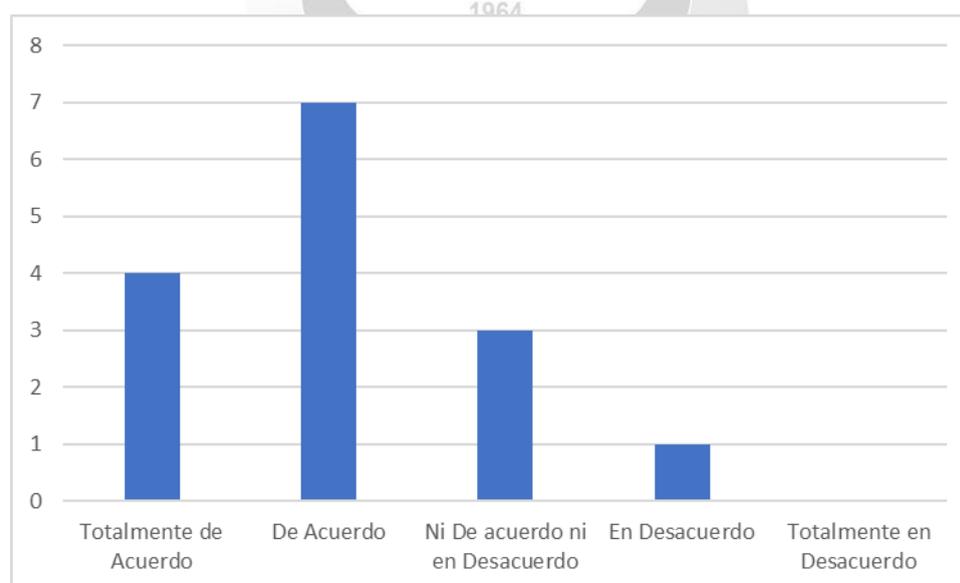
¿Considera que estaría dispuesto a volver a visitar la Provincia de Pisco en un futuro cercano?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	
		Porcentaje	Acumulado
Totalmente de Acuerdo	4	26.67%	26.67%
De Acuerdo	7	46.67%	73.33%
Ni de Acuerdo ni en	3		
Desacuerdo		20.00%	93.33%
En Desacuerdo	1	6.67%	100.00%
Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	
Total	15	100.00%	

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 5.1.11

Estaría dispuesto a volver a visitar la Provincia de Pisco en un futuro cercano



Nota: Elaboración Propia

Se observa que el 46.67% de los encuestados afirmaron estar totalmente de acuerdo sobre que estarían dispuestos a regresar a la provincia de Pisco, mientras que el 26.67% afirmó estar totalmente de acuerdo y un 20% no se encontró de acuerdo ni en desacuerdo, y un 6.67% indicó estar en desacuerdo.



Tabla 5.1.12

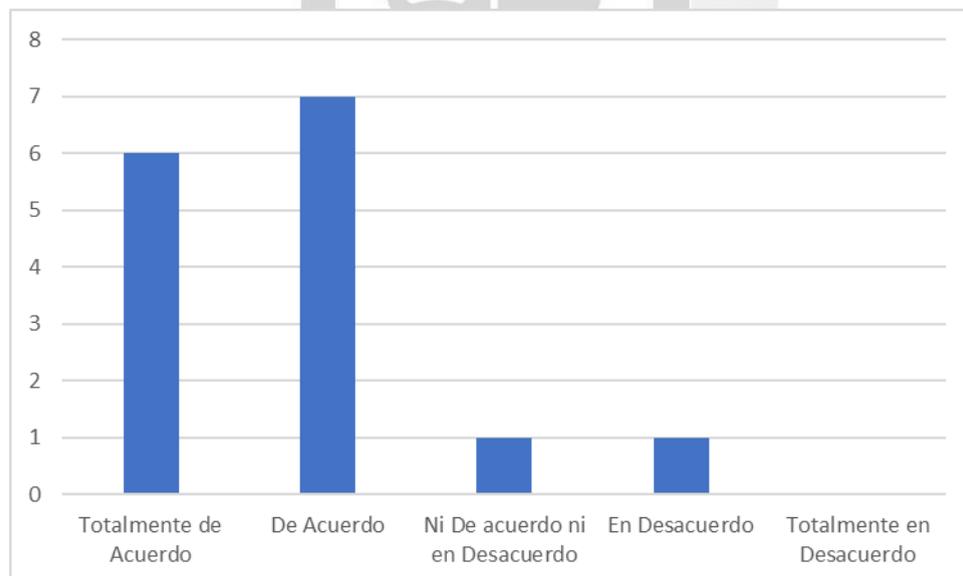
¿Considera que el dinero invertido en su visita a la Provincia de Pisco fue un buen gasto?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Totalmente de Acuerdo	6	40.00%	40.00%
De Acuerdo	7	46.67%	86.67%
Ni de Acuerdo ni en	1		
Desacuerdo		6.67%	93.33%
En Desacuerdo	1	6.67%	100.00%
Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	
Total	15	100.00%	

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 5.1.12

El dinero invertido en su visita a la Provincia de Pisco fue un buen gasto



Nota: Elaboración Propia

Se observa que el 46.67% de los encuestados afirmaron estar de acuerdo sobre que consideran que el dinero gastado en la visita a la provincia de Pisco fue una buena inversión, mientras que el 40% afirmó estar totalmente de acuerdo y un empate del 6.67% entre aquellos que indicaron no encontrarse de acuerdo ni en desacuerdo y los que señalaron estar en desacuerdo.



Tabla 5.1.13

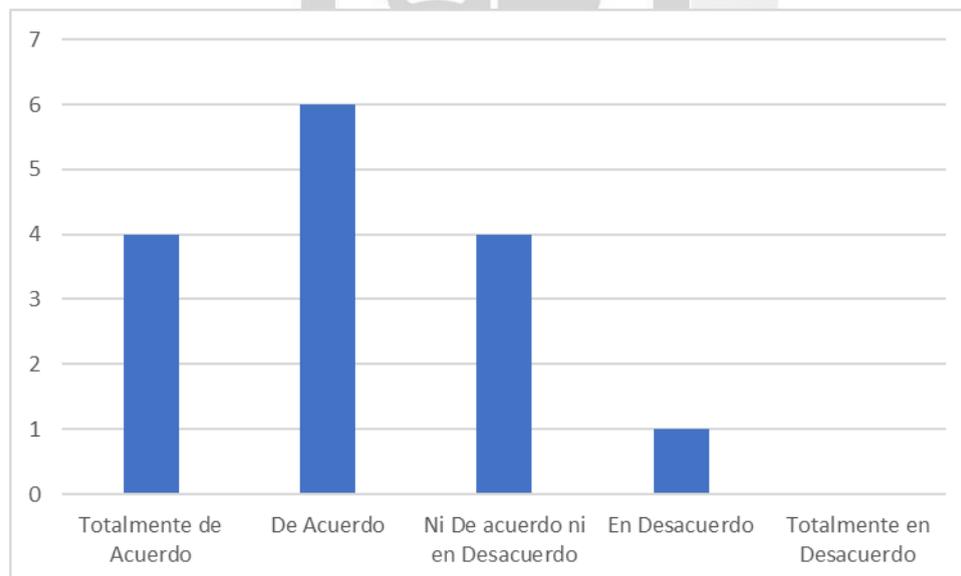
¿Recomendaría visitar la Provincia de Pisco a sus familiares y conocidos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Totalmente de Acuerdo	4	26.67%	26.67%
De Acuerdo	6	40.00%	66.67%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	4	26.67%	93.33%
En Desacuerdo	1	6.67%	100.00%
Totalmente en Desacuerdo	0	0.00%	
Total	15	100.00%	

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 5.1.13

Recomendaría visitar la Provincia de Pisco a sus familiares y conocidos



Nota: Elaboración Propia

Se observa que el 40% de los encuestados afirmaron estar de acuerdo sobre que recomendarían a sus familiares y conocidos que visitaran la provincia de Pisco, mientras que se observa un empate del 26.67% afirmó estar totalmente de acuerdo y los que indicaron no encontrarse de acuerdo ni en desacuerdo, además de un 6.67% que señalaron estar en desacuerdo.



Tabla 5.1.14

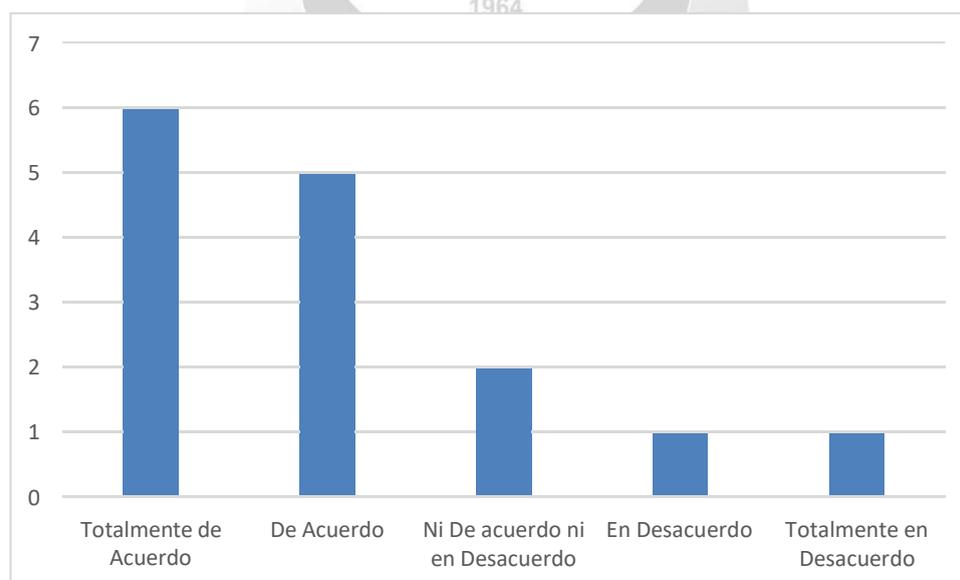
¿Considera que hay factores a mejorar en Pisco para que la experiencia de los Visitantes sea más satisfactoria?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Totalmente de Acuerdo	6	40.00%	40.00%
De Acuerdo	5	33.33%	73.33%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	2	13.33%	86.67%
En Desacuerdo	1	6.67%	93.33%
Totalmente en Desacuerdo	1	6.67%	100.00%
Total	15	100.00%	

Nota: Elaboración propia.

Gráfico 5.1.14

Hay factores a mejorar en Pisco para que la experiencia de los Visitantes sea más satisfactoria



Nota: Elaboración Propia

Se observa que el 40% de los encuestados afirmaron estar totalmente de acuerdo sobre que existen factores de mejora en la provincia de Pisco para mejorar la experiencia de los visitantes, mientras que se observa que un 33.33% afirmó estar de acuerdo, y un 13.33% que indicaron no encontrarse de acuerdo ni en desacuerdo, teniendo finalmente un empate del 6.67% entre los que señalaron encontrarse en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.



Datos acerca de las potencialidades turísticas

Tabla 5.1.15

Cuantificación cada Respuesta del Cuestionario (Potencialidades turísticas)

N	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
1	1	1	2	3	3	2	2
2	2	2	2	3	4	2	3
3	1	1	2	2	2	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1
5	1	2	2	2	2	1	1
6	3	3	2	2	3	4	3
7	2	1	1	1	3	1	1
8	2	1	1	4	3	1	1
9	3	2	3	3	2	1	3
10	1	1	2	2	3	4	2
11	2	1	3	1	2	1	3
12	3	2	3	2	1	3	1
13	2	1	3	1	4	1	3
14	1	1	2	3	2	2	2
15	1	2	2	1	2	3	3
Total	26	22	31	31	37	28	30

Nota: Elaboración propia.

De la tabla se observan los siete ítems pertenecientes a la variable Potencialidades Turísticas y las respectivas respuestas de cada persona encuestadas participantes de la investigación, resaltando al ítem 5 con un total de puntaje de 37, es decir, marcaron las categorías con un puntaje mayor.

Tabla 5.1. 16*Frecuencia de las Respuestas del Cuestionario para potencialidades turísticas*

VI	Escala de valoración											
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
X1	7	46,7	5	33,3	3	20,0	0	0,0	0	0,0	15	100
X2	9	60,0	5	33,3	1	6,7	0	0,0	0	0,0	15	100
X3	3	20,0	8	53,3	4	26,7	0	0,0	0	0,0	15	100
X4	5	33,3	5	33,3	4	26,7	1	6,7	0	0,0	15	100
X5	2	13,3	6	40,0	5	33,3	2	13,3	0	0,0	15	100
X6	8	53,3	3	20,0	2	13,3	2	13,3	0	0,0	15	100
X7	6	40,0	3	20,0	6	40,0	0	0,0	0	0,0	15	100

*Nota: Elaboración propia.***Tabla 5.1. 17***Datos Descriptivos sobre las potencialidades turísticas*

Preguntas	Media	Desv. Est.
1. ¿Considera que las potencialidades turísticas influyen sobre la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022?	1,73	0,80
2. ¿Considera que el patrimonio natural influye sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?	1,47	0,64
3. ¿Considera que el acervo del patrimonio cultural tangible influye sobre la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022?	2,07	0,70
4. ¿Considera que el patrimonio cultural intangible influye en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?	2,07	0,96
5. ¿Considera que las costumbres de la población influyen sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?	2,47	0,92
6. ¿Considera que la gastronomía local influye sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?	1,87	1,13
7. ¿Considera que las leyendas y mitos locales influyen sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?	2,00	0,93

Nota: Elaboración propia.

En la tabla se observan los promedios y desviaciones estándar de cada ítem, siendo el promedio más alto (suma de todas las respuestas de los encuestados dividido entre el número de encuestados) perteneciente al ítem 5, mientras que el promedio más bajo pertenece al ítem 2, además la desviación más alta se obtuvo en el ítem 6, mientras que la desviación estándar más baja fue del ítem 2.

Teorema del límite central (Primer ítem)

$$UCL = \bar{X} + Z * \sigma_x / \sqrt{N}$$

Donde: \bar{X} , es el promedio del ítem X

Z, es número de desviaciones estándar normales, siendo 3 para el 99.7% de nivel confianza.

σ , es la desviación estándar poblacional siendo igual a la desviación estándar de la distribución muestral dividida por la raíz cuadrada del tamaño de la muestra.

$$UCL = 1.73 + 3 * 0.80 / \sqrt{15}$$

$$UCL = 2.34$$

$$LCL = 1.73 - 3 * 0.80 / \sqrt{15}$$

$$LCL = 1.11$$

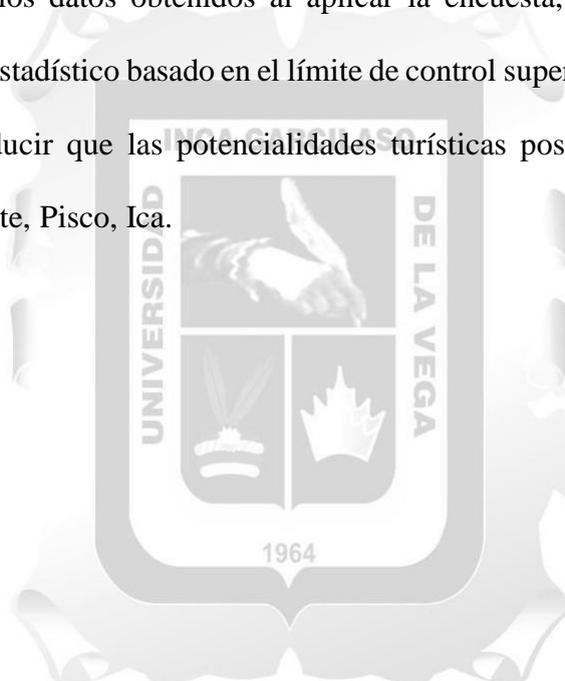
De la tabla se observa que, para los ítems concernientes a la variable Potencialidades Turísticas, el límite superior varía desde 1.96 hasta 3.18 y el límite inferior oscila entre 0,99 hasta 1.75. Por otro lado, se puede inferir que las potencialidades turísticas incidirán en la mejora de la satisfacción de los visitantes de la provincia de Pisco. Las puntuaciones se ubicarán en un rango que va de 1.11 hasta 2.34, lo cual significa que existe una mínima dispersión teniendo la cuenta las puntuaciones de los encuestados. Esto implica que siendo similares las desviaciones estándar de las demás preguntas, queda demostrado que las puntuaciones tienen una mínima dispersión con relación a sus medias o promedios.

Tabla 5.1.18 Resumen De Limites De Control Superior (UCL) E Inferior (LCL) De La Variable Independiente (VI).

Potencialidades Turísticas	Media	UCL	LCL
X1	1,73	2,34	1,11
X2	1,47	1,96	0,97
X3	2,07	2,61	1,52
X4	2,07	2,81	1,32
X5	2,47	3,18	1,75
X6	1,87	2,74	0,99
X7	2,00	2,72	1,27

Nota: Elaboración propia.

De acuerdo a los datos obtenidos al aplicar la encuesta, y según los resultados obtenidos del análisis estadístico basado en el límite de control superior y el límite de control inferior, se puede deducir que las potencialidades turísticas posibilitan la mejora en la satisfacción del visitante, Pisco, Ica.



Datos acerca de la satisfacción del visitante

Tabla 5.1.19

Cuantificación de respuesta de la variable Satisfacción del Visitante

N	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
1	2	2	3	2	2	2	1
2	3	3	3	2	2	2	1
3	2	2	2	2	2	1	2
4	2	1	1	1	2	2	1
5	2	1	2	1	1	1	2
6	3	3	4	4	4	4	5
7	1	2	3	2	2	2	1
8	1	5	3	2	2	2	1
9	1	3	2	2	1	3	1
10	1	1	3	2	1	3	2
11	1	2	3	1	3	1	4
12	2	2	3	1	1	2	3
13	1	1	2	3	2	1	3
14	3	1	2	3	1	3	2
15	1	2	1	3	1	3	2
Total	26	31	37	31	27	32	31

De la tabla se observan los siete ítems pertenecientes a la variable Satisfacción del Visitante y las respectivas respuestas de cada persona encuestadas participantes de la investigación, resaltando al ítem 3 con un total de puntaje de 37, es decir, marcaron las categorías con un puntaje mayor.

Tabla 5.1.20*Frecuencia de respuestas del cuestionario (Satisfacción del visitante)*

VD	Escala de valoración											
	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Y1	7	46,7	5	33,3	3	20,0	0	0,0	0	0,0	15	100
Y2	5	33,3	6	40,0	3	20,0	0	0,0	1	6,7	15	100
Y3	2	13,3	5	33,3	7	46,7	1	6,7	0	0,0	15	100
Y4	4	26,7	7	46,7	3	20,0	1	6,7	0	0,0	15	100
Y5	6	40,0	7	46,7	1	6,7	1	6,7	0	0,0	15	100
Y6	4	26,7	6	40,0	4	26,7	1	6,7	0	0,0	15	100
Y7	6	40,0	5	33,3	2	13,3	1	6,7	1	6,7	15	100

Tabla 5.1.21*Datos Descriptivos sobre la satisfacción del visitante*

Preguntas	Media	Desv. Est.
1. ¿Considera que tuvo altas expectativas sobre la provincia de Pisco antes de conocerla?	1,73	0,80
2. ¿Considera que su experiencia en la provincia de Pisco fue muy buena?	2,07	1,10
3. ¿Considera que su experiencia en la provincia de Pisco superó sus expectativas iniciales sobre ella?	2,47	0,83
4. ¿Considera que estaría dispuesto a volver a visitar la provincia de Pisco en un futuro cercano?	2,07	0,88
5. ¿Considera que el dinero invertido en su visita a la provincia de Pisco fue un buen gasto?	1,80	0,86
6. ¿Recomendaría visitar la provincia de Pisco a sus familiares y conocidos?	2,13	0,92
7. ¿Considera que hay puntos a mejorar en Pisco para que la experiencia de los visitantes sea más satisfactoria?	2,07	1,22

Nota: Elaboración propia.

En la tabla se observan los promedios y desviaciones estándar de cada ítem, siendo el promedio más alto perteneciente al ítem 3, mientras que el promedio más bajo pertenece al ítem 1, además la desviación más alta se obtuvo en el ítem 7, mientras que la desviación estándar más baja fue del ítem 1.

Teorema del límite central (Primer ítem)

$$UCL = \bar{X}_+ Z * \sigma_x / \sqrt{N}$$

Donde: \bar{X}_+ es el promedio del ítem X

Z, es número de desviaciones estándar normales, siendo 3 para el 99.7% de confianza.

σ , es la desviación estándar poblacional siendo igual a la desviación estándar de la distribución muestral dividida por la raíz cuadrada del tamaño de la muestra.

$$UCL = 1.73 + 3 * 0.80 / \sqrt{15}$$

$$UCL = 2.34$$

$$LCL = 1.73 - 3 * 0.80 / \sqrt{15}$$

$$LCL = 1.11$$

En la tabla se observó que, para los ítems concernientes a la variable Satisfacción del Visitante, el límite superior varía desde 2.34 hasta 3,11 y el límite inferior oscila entre 1.11 hasta 1.82. Por otro lado, se puede inferir que la satisfacción del visitante mejorará en la medida que se incrementen las potencialidades turísticas en la provincia de Pisco. Por lo tanto, las puntuaciones se ubicarán en un rango que va de 1.11 hasta 2.34, lo cual significa que existe una mínima dispersión teniendo la cuenta las puntuaciones de los encuestados. Esto implica que siendo similares las desviaciones estándar de las demás preguntas, queda demostrado que las puntuaciones tienen una mínima dispersión con relación a sus medias o promedios.

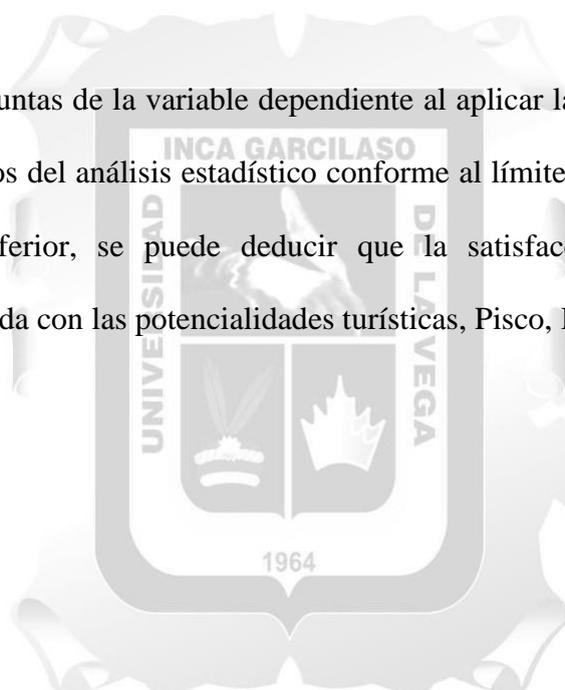
Tabla 5.1.22

Límites de control superior e inferior para la variable satisfacción del visitante

Satisfacción del Visitante	Media	UCL	LCL
Y1	1,73	2,34	1,11
Y2	2,07	2,92	1,21
Y3	2,47	3,11	1,82
Y4	2,07	2,75	1,38
Y5	1,80	2,47	1,13
Y6	2,13	2,84	1,41
Y7	2,07	3,01	1,12

Nota: Elaboración propia

Según las preguntas de la variable dependiente al aplicar la encuesta, y con base a los resultados obtenidos del análisis estadístico conforme al límite de control superior y el límite del control inferior, se puede deducir que la satisfacción del visitante está directamente relacionada con las potencialidades turísticas, Pisco, Ica.



Resumen de Resultados

Se determina que existe una alta incidencia de las potencialidades turísticas sobre la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, determinándose también que existen márgenes de mejora para la experiencia de los turistas, siendo el factor más influyente el patrimonio natural de esta localidad, y el menos influyente las creencias de la población local. A su vez, se verifica que muy pocas personas tuvieron experiencias que superaron de manera significativa su experiencia previa, razón por la cual es muy necesario realizar lineamientos y políticas de mejora por parte de las empresas turísticas para conseguir mayores estándares de calidad de la experiencia de los visitantes nacionales y extranjeros.

A su vez, solamente 4 personas se mostraron totalmente de acuerdo con regresar en un futuro cercano a esta localidad, es decir, que una gran proporción de personas no muestran esta convicción, denotándose una vaga generación de gustos por esta provincia a los visitantes, siendo también 4 los que están totalmente de acuerdo con recomendar este destino turístico con tal convicción, es decir, que no se logra conseguir una emoción tan intensa como para convencer con gran fuerza a las personas de recomendar a otros experimentar lo mismo.

CONCLUSIONES

1.- Se determinó que las potencialidades turísticas inciden positivamente en la satisfacción del visitante, Provincia de Pisco, Ica. Esto Implica que las potencialidades turísticas se relacionan con las dimensiones de los objetivos específicos, las cuales son, el patrimonio natural, el patrimonio cultural tangible y el patrimonio cultural intangible. Por ello, las dimensiones mencionadas influyen en la variable dependiente, a través de los objetivos específicos antes planteados, con el fin de generar inolvidables recuerdos en los visitantes.

2.- Se concluyó que el patrimonio natural incide positivamente en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022. Esto evidencia que la mayoría de los encuestados están de acuerdo en que el patrimonio natural como factor relevante tiende a mejorar la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, 2022.

3.- Se determinó que el acervo del patrimonio cultural tangible incide positivamente en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022. Esto evidencia que la mayoría de los encuestados están de acuerdo en que el acervo de patrimonio cultural tangible como factor relevante tiende a mejorar la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, 2022.

4.- Se logró concluir, a su vez, que el patrimonio cultural intangible incide positivamente sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022. Esto evidencia que la mayoría de los encuestados están de acuerdo en que el patrimonio cultural intangible como factor relevante tiende a mejorar la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, 2022.

RECOMENDACIONES

1.- Se recomienda crear una campaña de marketing para la difusión de las potencialidades turísticas en medios de comunicación de difusión masiva y redes sociales tanto a nivel nacional como internacional, de manera que se puede llegar a un mayor número de personas en su público objetivo y conseguir así aumentar los flujos turísticos que recibe la provincia de Pisco, así como generar conciencia social entre la población acerca de los recursos turísticos con los que cuenta y su importancia, generando mayor identificación de la población con el territorio que ocupan y la necesidad de mejorar la actividad económica.

2.- Se recomienda realizar políticas de protección, preservación, descontaminación del patrimonio natural de la provincia de Pisco, ya que es una ventaja absoluta de la localidad, teniendo una geografía única y privilegiada, siendo las Islas Ballestas un punto importante en los flujos migratorios de aves y mamíferos marinos, desiertos y oasis de gran belleza natural, que puede atraer a muchos más turistas de los que acuden a esta región, debido a que aún muchos de estos no son conocidos fuera de la Reserva Natural de Paracas.

3.- Se recomienda brindar mantenimiento al acervo del patrimonio cultural tangible de la provincia de Pisco, y aumentar su reconocimiento mediante publicidad, integrarlo a los planes turísticos de las compañías de turismo locales, repasando el papel de Pisco en la historia peruana, durante la época prehispánica, la colonia y la independencia del Perú.

4.- Se recomienda revalorizar el patrimonio cultural intangible de la provincia de Pisco, sus usos y costumbres tradicionales, sus platos típicos, sus creencias y otras expresiones culturales, haciendo que la población local se sienta identificada, y pueda compartir estas expresiones de la cultura local con los visitantes para mejorar la experiencia, creando lazos emocionales inclusivos con la comunidad, de manera que se asegure el retorno a Pisco, y con ello de los ingresos derivados de su actividad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ander-Egg. (1999). Técnicas de Investigación Social. Buenos Aires: Lumen.

Andina. (2021). Pisco: inician reconstrucción de la casa donde vivió el libertador José de San Martín. Obtenido de Andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-pisco-inician-reconstruccion-de-casa-donde-vivio-libertador-jose-san-martin-846373.aspx#:~:text=San%20Mart%C3%ADn%20leg%C3%B3%20a%20la,Independencia%20del%20Per%C3%BA%20en%20Lima>.

Andina. (2021). Pisco: inician reconstrucción de la casa donde vivió el libertador José de San Martín. Obtenido de Andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-pisco-inician-reconstruccion-de-casa-donde-vivio-libertador-jose-san-martin-846373.aspx>

Balbuena, L. (2004). EVIDENCIAS PARACAS EN LOS VALLES DE PISCO Y MALA.

Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiY1--qseX7AhVpVTABHa07B84QFnoECBEQAQ&url=https%3A%2F%2Frevistas.pucp.edu.pe%2Findex.php%2Fboletinarqueologia%2Farticle%2Fdownload%2F14440%2F15054%2F0&usg=AOvVaw3ibD> de [Revistas](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiY1--qseX7AhVpVTABHa07B84QFnoECBEQAQ&url=https%3A%2F%2Frevistas.pucp.edu.pe%2Findex.php%2Fboletinarqueologia%2Farticle%2Fdownload%2F14440%2F15054%2F0&usg=AOvVaw3ibD) PUCP:

Banco Central de Reserva del Perú. (2021). CARACTERIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE ICA. Obtenido de Banco Central de Reserva del Perú: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Huancayo/ica-caracterizacion.pdf>

Bernaus, L. (2020). Laguna de Morón, el otro oasis (totalmente desconocido) de Perú.

Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20200411/48390762513/laguna-moron-oasis-totalmente-desconocido-peru.html> de [La Vanguardia](https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20200411/48390762513/laguna-moron-oasis-totalmente-desconocido-peru.html):

Carmona, A., & Leal, A. (1998). LA TEORÍA DE LOS DOS FACTORES EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. Investigaciones Europeas de Dirección y

Economía de la Empresa, 53-80.

Congreso de la República. (2001). El Pisco: Un producto Peruano. Obtenido de Congreso.gob:

<https://www2.congreso.gob.pe/sicr/tradocestproc/clproley2001.nsf/pley/849C99C18007E3DC05256D2700839B2A?opendocument#:~:text=Pisco%20es%20una%20palabra%20proveniente,es%20nombre%20de%20los%20p%C3%A1jaros%E2%80%9D>.

Congreso de la República. (2009). Ley No. 29408. Obtenido de Mincetur: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/marco_general/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf

Congreso de la República. (2021). Ley N° 31103. Obtenido de El Peruano: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-de-que-declara-de-interes-nacional-la-reactivacion-del-s-ley-n-31103-1916551-1/>

Dutka, A. (2001). Manual de AMA para la satisfacción del cliente. Ediciones Granica SA.

Echegaray, M., & Reyes, J. (2004). Guía de los humedales de Pisco-Playa. Acorema.

El Comercio. (2019). Los 10 atractivos turísticos más visitados del Perú en lo que va del año | FOTOS. Obtenido de El Comercio: <https://elcomercio.pe/vamos/peru/machupicchu-10-destinos-turisticos-visitados-peru-primeros-siete-meses-ano-fotos-noticia-nndc-677519-noticia/>

El Duende de Pisco. (2011). HISTORIA DEL SEÑOR DE LA AGONÍA. Obtenido de El Duende de Pisco: <https://richardfrancoelduende.blogspot.com/2011/06/historia-del-senor-de-la-agonia.html>

Expansión. (2022). El avance del Covid en China pone en jaque la producción de los iPhone y la facturación de Apple. Obtenido de Expansión: <https://www.expansion.com/economia/financial->

times/2022/12/26/63a89588e5fdeaa72e8b45f5.html

Feás, E., & Steinberg, F. (2022). Un frío invierno para la Unión Europea. Obtenido de Real Instituto Elcano: <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/un-frio-invierno-para-la-union-europea/>

Glăvan, V. (2006). Potențialul turistic și valorificarea sa. Editura Fundației" România de Măine.

Gob.pe. (2019). Reserva Nacional de Paracas. Obtenido de Gob.pe: <https://www.gob.pe/institucion/sernanp/informes-publicaciones/1718991-reserva-nacional-de-paracas>

Gob.pe. (2022). Reservas Nacionales. Obtenido de Gob.pe: <https://www.gob.pe/institucion/sernanp/colecciones/2525-reservas-nacionales>

González, V. L., & Flores, M. F. (2020). La satisfacción del cliente y su relación con la fidelización del cliente en los clientes de la Agencia de Viajes y Turismo Quiquiriqui Tours, Provincia de San Martín – 2019. Obtenido de Repositorio UPEU: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3824/Viancy_Trabajo_Bachillerato_2020.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Guardiola, A. d. (2019). Potencial turístico de Santa Marta (Colombia): Una revisión de su desarrollo, crecimiento y barreras. Espacios, volumen 40 número 6, 22.

Hanke, T. (1901). Descripción del Perú. NoBooks.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. México D.F. : Mc Graw Hill Education.

IcaPeru. (2022). La Beatita de Humay. Obtenido de IcaPeru: <https://www.icaperu.net/la-beatita-de-humay.html>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). Ica, Resultados Definitivos. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística e Informática:

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1545/11TOMO_01.pdf

Kotler, P. (2001). *Análisis, Planeación, Implementación y Control*, 8va edición. Pearson Educación.

López, C., & Aguilar, J. (2012). *Cultura Paracas*. Obtenido de Historia del Perú: <https://historiaperuana.pe/periodo-autoctono/cultura-paracas>

López, C., & Aguilar, J. (2014). *Cultura Nazca*. Obtenido de Historia del Perú: <https://historiaperuana.pe/periodo-autoctono/cultura-nazca>

López, C., & Aguilar, J. (2014, a). *Cultura Chincha*. Obtenido de Historia del Perú: <https://historiaperuana.pe/periodo-autoctono/cultura-chincha>

Luna, A. (2019). *Satisfacción del turista y su relación con las buenas prácticas en turismo en clientes de IKARO EIRL, Tarapoto, 2018*. Obtenido de Repositorio UCV: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29612/Luna_RA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Mikery, M. J., & Pérez, A. (2014). *Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural*. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*.

Ministerio de Agricultura y Pesquería. (1975). *DECRETO SUPREMO N° 1281-75-AG*. Obtenido de Legislacionanp: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://legislacionanp.org.pe/wp-content/uploads/1975/09/Decreto-Supremo-No-1281-75-AG.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2010). *REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE TURISMO*. Obtenido de MiNCETUR: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/marco_general/reglamento_ley_general_de_turismo.pdf

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2022). Mincetur publica Plan de Emergencia del Sector Turismo para impulsar su reactivación y crecimiento económico. Obtenido de Gob.pe: <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/604381-mincetur-publica-plan-de-emergencia-del-sector-turismo-para-impulsar-su-reactivacion-y-crecimiento-economico>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2023). Llegada de visitantes a sitios turísticos, museos y áreas naturales protegidas por el Estado. Obtenido de Datos Turismo: <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content2.html#>
- Moliner, C. (2001). Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 233-235.
- Naciones Unidas. (2021). El impacto del COVID-19 en el turismo costará cuatro billones de dólares a la economía mundial. Obtenido de Naciones Unidas: <https://news.un.org/es/story/2021/06/1493872>
- Núñez, I., Gonzáles, E., & Barahona, A. (2003). LA BIODIVERSIDAD: HISTORIA Y CONTEXTO DE UN CONCEPTO. *Interciencia* v.28 n.7.
- Palella, S., & Martins, F. (2006). *Metodología de la investigación*. Caracas, Venezuela: Fondo Editorial UPEL.
- Pérez, R., García, G., Sánchez, A., & Campdesuñer, I. E. (2018). La satisfacción de clientes en el sector turístico: metodología seis sigma. *Ciencias Holguín*, vol. 24, núm. 1.
- Perú.info. (2022). Fascinante y cautivadora; así es la historia del pisco. Obtenido de Perú: <https://peru.info/es-pe/gastronomia/noticias/2/12/fascinante-y-cautivadora--asi-es-la-historia-del-pisco-peruano#:~:text=Es%20importante%20recalcar%20que%20%20E2%80%9Cpisco,mencionados%20y%20exportados%20por%20Pisco.>
- Peru.Travel. (2022). Candelabro de Paracas, misterioso geoglifo al sur de Lima. Obtenido de Peru.Travel: <https://www.peru.travel/es/masperu/candelabro-de-paracas->

misterioso-geoglifo-al-sur-de-lima

Presidencia de La República. (2021). DECRETO SUPREMO N° 066-2021-EF. Obtenido de El peruano: [https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-el-reglamento-del-regimen-de-aplazamiento-yo-fracc-decreto-supremo-n-066-2021-ef-1944010-](https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-el-reglamento-del-regimen-de-aplazamiento-yo-fracc-decreto-supremo-n-066-2021-ef-1944010-5/#:~:text=A%20la%20Ley%20N%C2%B0,medidas%20para%20su%20desarrollo%20sostenible%E2%80%9D.&text=A1%20inter%C3%A9s)

[5/#:~:text=A%20la%20Ley%20N%C2%B0,medidas%20para%20su%20desarrollo%20sostenible%E2%80%9D.&text=A1%20inter%C3%A9s](https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-el-reglamento-del-regimen-de-aplazamiento-yo-fracc-decreto-supremo-n-066-2021-ef-1944010-5/#:~:text=A%20la%20Ley%20N%C2%B0,medidas%20para%20su%20desarrollo%20sostenible%E2%80%9D.&text=A1%20inter%C3%A9s)

Prieto, L. A. (2018). Potencialidades Turísticas para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Distrito de Moche, año 2018 . Obtenido de Repositorio UCV: [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26725/Prieto_RL-SD.pdf?sequence=6&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26725/Prieto_RL-SD.pdf?sequence=6&isAllowed=y)

Rivadeneira, A. G. (2019). LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN UNA AGENCIA DE VIAJES Y ASESORÍA EN TURISMO TRADICIONAL EN LA CIUDAD DE LIMA-PERÚ, AÑO 2019. Obtenido de Repositorio UPN: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23914/Rivadeneira%20Cuya%20Parcial%20PDF.pdf?sequence=7&isAllowed=y>

Rodríguez, C. L., & Vásquez, T. E. (2019). Potencialidades del Distrito de Huaranchal para el desarrollo de un turismo de naturaleza – Otuzco en el año 2018. Obtenido de Repositorio UCV: [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43626/Rodr%C3%adguez_CCL-V%C3%a1squez_OTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43626/Rodr%C3%adguez_CCL-V%C3%a1squez_OTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ruiz, M., & Palaci, F. (2022). VARIABLES COGNITIVAS Y PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR, El modelo de la confirmación de expectativas en la actualidad .

Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado. (s.f.). Islas Ballestas, Guía de Fauna.

Tavera, L. (2022). Tambo Colorado. Obtenido de Arqueología Del Perú: <https://www.arqueologiadelperu.com.ar/tambocolorado.htm>

Thompson, I. (2005). La Satisfacción del Cliente. Rev Med, 31. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/44275060/Satisfaccion_del_Cliente-libre.pdf?1459466051=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_Satisfaccion_del_Cliente.pdf&Expires=1670857515&Signatur

Toro-Lira, G. (2020). La fundación española de Pisco de 1571 – Santiago de los Caballeros. Obtenido de Piscocunch: <https://piscopunch.com/2020/04/19/pisco1571/>

Toselli, C. (2019). Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/journal/881/88165873007/>

Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina. (2019). Pasos, vol 17 número 2, 343, 361.

Ulloa, S. G., Javez, S. S., Tello, E., & Cruz, L. E. (2020). Gestión de Calidad bajo ISO 9001:2015 para aumentar la satisfacción del Cliente en C.E.L Conache S.A.C,2020. Journal of business and entrepreneurial studies, vol. 4, núm. 3.

UNESCO. (2022). Patrimonio natural. Obtenido de UNESCO: <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-natural>

UNESCO. a. (2022). Patrimonio cultural. Obtenido de UNESCO: <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>



ANEXO 01

Cuestionario

Variable	Ítem	Valoración				
		1	2	3	4	5
Potencialidades Turísticas						
	¿Considera que las potencialidades turísticas influyen sobre la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022?					
	¿Considera que el patrimonio natural influye sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?					
	¿Considera que el acervo del patrimonio cultural tangible influye sobre la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022?					
	¿Considera que el patrimonio cultural intangible influye en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?					
	¿Considera que las costumbres de la población influyen sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?					
	¿Considera que la gastronomía local influye sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?					
	¿Considera que las leyendas y mitos locales influyen sobre la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?					
Satisfacción del visitante						
	¿Considera que tuvo altas expectativas sobre la provincia de Pisco antes de conocerla?					
	¿Considera que su experiencia en la provincia de Pisco fue muy buena?					
	¿Considera que su experiencia en la provincia de Pisco superó sus expectativas iniciales sobre ella?					
	¿Considera que estaría dispuesto a volver a visitar la provincia de Pisco en un futuro cercano?					
	¿Considera que el dinero invertido en su visita a la provincia de Pisco fue un buen gasto?					
	¿Recomendaría visitar la provincia de Pisco a sus familiares y conocidos?					
	¿Considera que hay factores a mejorar en Pisco para que la experiencia de los visitantes sea más satisfactoria?					

ANEXO 02

Matriz de Consistencia

Problemas	Objetivos	Variables	Diseño
<p>Problema General: ¿Cuál es la incidencia de las potencialidades turísticas en la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022?</p>	<p>Objetivo General: Determinar si las potencialidades turísticas inciden positivamente sobre la Provincia de Pisco sobre la satisfacción del visitante, Ica 2023.</p>	<p>Variable independiente: Potencialidades Turísticas</p>	<p>Formulación del Diseño: La aplicación del cuestionario sobre las potencialidades turísticas evidencia la mejora de la satisfacción de los visitantes en la provincia de Pisco, 2022.</p>
<p>Problema Específico 01: ¿Cuál es la incidencia del patrimonio natural en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?</p>	<p>Objetivo Específico 01: Analizar la incidencia del patrimonio natural en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2023.</p>	<p>Variable dependiente: Satisfacción del Visitante</p>	<p>Instrumento de Investigación: Cuestionario.</p> <p>Técnica de Investigación: Encuesta.</p>
<p>Problema Específico 02: ¿Cuál es la incidencia del acervo del patrimonio cultural tangible en la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022?</p>	<p>Objetivo Específico 02: Analizar la incidencia del acervo del patrimonio cultural tangible en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2023.</p>		
<p>Problema Específico 03: ¿Cuál es la incidencia del patrimonio cultural intangible en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2022?</p>	<p>Objetivo Específico 03: Establecer la incidencia del patrimonio cultural intangible en la satisfacción del visitante en la provincia de Pisco, Ica 2023.</p>		

Validación del Instrumento de investigación

CERTIFICADO DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres de Validador: GIOVANNA ROCIO PIZARRO OSORIO
- 1.2. Cargo e institución donde labora: Directora Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ica.
- 1.3. Especialidad del Evaluador: Licenciado en Turismo
- 1.4. Nombre del instrumento: Cuestionario
- 1.5. Título de la Investigación: Potenciales Turísticas y su Incidencia en la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022.
- 1.6. Autor del Instrumento: Tania Yaneli Seminario Lamas

II. ASPECTOS DE VALIDACION

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00 – 20 %	Regular 21 – 40%	Buena 41–60%	Muy Buena 61 –80%	Excelente 81 -100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				70	
2. Objetiva	Está expresado en conductas observables.				80	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					81
4. Organización	Existe una organización lógica.				70	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				75	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				80	
7. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos.				77	
8. Coherencia	Entre las dimensiones o subvariables.				75	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				70	

10.Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				70	
----------------	--	--	--	--	----	--



III. PROMEDIO DE VALORACION

74.80%

Lima, 27 de Enero 2023

NOMBRE Y APELLIDOS: GIOVANNA ROCIO PIZARRO

OSORIO

DNI: 41670820

.....

.....
Giovanna R. PIZARRO OSORIO



**CERTIFICADO DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE
INVESTIGACION**

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres de Validador: MARTIN JESUS LEVANO TASAYCO
- 1.2. Cargo e institución donde labora: Sub Gerente Municipal de la Huacachina, Ica.
- 1.3. Especialidad del Evaluador: Licenciado en Turismo
- 1.4. Nombre del instrumento: Cuestionario
- 1.5. Título de la Investigación: Potenciales Turísticas y su Incidencia en la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022.
- 1.6. Autor del Instrumento: Tania Yaneli Seminario Lamas

II. ASPECTOS DE VALIDACION

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00 – 20 %	Regular 21 – 40%	Buena 41–60%	Muy Buena 61–80%	Excelente 81 -100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				69	
2. Objetiva	Está expresado en conductas observables.				79	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				79	
4. Organización	Existe una organización lógica.				71	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				78	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				79	
7. Consistencia	Basados en aspectos teóricos científicos.				81	
8. Coherencia	Entre las dimensiones o subvariables.				77	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				72	
10. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				71	

PROMEDIO DE VALORACION

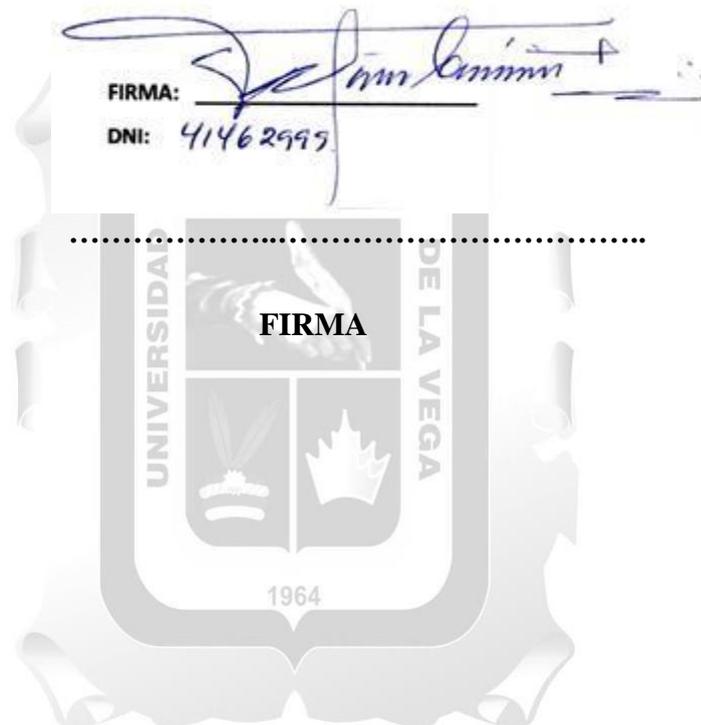
75.60%

Lima, 27 de Enero 2023

NOMBRE Y APELLIDOS: MARTIN JESUS LEVANO

TASAYCO

DNI: 41462999



CERTIFICADO DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres de Validador: DORA HUALLA AQUIJE
- 1.2. Cargo e institución donde labora: Administradora en un hotel en Paracas,Ica.
- 1.3. Especialidad del Evaluador: Licenciada en Administración
- 1.4. Nombre del instrumento: Cuestionario
- 1.5. Título de la Investigación: Potenciales Turísticas y su Incidencia en la satisfacción del visitante de la provincia de Pisco, Ica 2022.
- 1.6. Autor del Instrumento: Tania Yaneli Seminario Lamas

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00 – 20 %	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy Buena 61 – 80%	Excelente 81 -100%
1.Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					85
2.Objetiva	Está expresado en conductas observables.					92
3.Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					90
4.Organizacion	Existe una organización lógica.					88
5.Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					96
6.Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					99
7. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos.					98
8.Coherencia	Entre las dimensiones o subvariables.					96
9.Metodologia	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					92
10.Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					93

III. PROMEDIO DE VALORACION

92.90%

Lima, 27 de Enero 2023

NOMBRE Y APELLIDOS: DORA HUALLA AQUIJE

DNI: 70196213



FIRMA

ANEXO 04

Confiabilidad del instrumento de investigación

Para la determinación de la confiabilidad del instrumento aplicado, se aplicó un análisis por medio del indicador Alfa de Cronbach.

Según Palella y Martins (2006), determina rangos de confiabilidad como se muestra.

Tabla 1
Rangos de Confiabilidad del Instrumento

Rango	Confiabilidad
0.81 – 1.00	Muy alta
0.61 – 0.80	Alta
0.41 – 0.60	Media
0.21 – 0.40	Baja
0.00 – 0.20	Muy baja

Siendo que, en el presente estudio, se determina un indicador Alfa de Cronbach, conforme a la fórmula.

Tabla 2
Confiabilidad del Instrumento

Expertos	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4	Criterio 5	Criterio 6	Criterio 7	Criterio 8	Criterio 9	Criterio 10	Total
1	70	80	81	70	75	80	77	75	70	70	748
2	69	79	79	71	78	79	81	77	72	71	756
3	85	92	90	88	96	99	98	96	92	93	929
Total	209	238	240	210	231	239	235	227	214	214	2257
Promedio	74.66666667	79.33	80	70	77	79.67	78.33	75.67	71.33	71.33	752.33
Desv.Est	8.96	7.23	5.86	10.12	11.36	11.27	11.15	11.59	12.17	13.00	102.71
Varianza	80.33	52.33	34.33	102.33	129.00	127.00	124.33	134.33	148.00	169.00	1101.00

Suma de Varianza: 16.33

Varianza Total: 16.33

Alfa de Cronbach: 0.93

$$\Sigma S_i^2 = 1101.00$$

$$S_i^2 = S_i^2 (748, 756, 753) = 6972.66667$$

Reemplazando los resultados obtenidos en la fórmula del Coeficiente Alfa de Cronbach, tenemos lo siguiente:

$$\alpha = \left(\frac{10}{10-1} \right) \left(1 - \frac{1101.00}{6972.67} \right) = 0.93$$

Siendo el valor obtenido de 0.93, mayor que el valor medio del rango de confiabilidad, se concluye que es muy significativa (Garson, 2013)

