

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN-TARAPOTO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO



TESIS

**“CAUSAS QUE LIMITAN LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES DE LA
FESTIVIDAD VIRGEN DE LA NATIVIDAD EN EL DISTRITO DE
TABALOSOS, PROVINCIA DE LAMAS, REGIÓN SAN MARTÍN- 2014”**

AUTOR (ES):

- Meléndez Romero Yessenia Anais**
- Suelperes Saavedra Arantsy Amparito**

LAMAS – PERÚ
2016

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN-TARAPOTO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO



TESIS

**“CAUSAS QUE LIMITAN LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES DE LA
FESTIVIDAD VIRGEN DE LA NATIVIDAD EN EL DISTRITO DE
TABALOSOS, PROVINCIA DE LAMAS, REGIÓN SAN MARTÍN-2014”**

PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

Licenciado en Administración en Turismo

AUTOR (ES):

- **Meléndez Romero Yessenia Anais**
- **Suelperes Saavedra Arantsy Amparito**

ASESORA:

- **Lic. Adm.Tur. Erika Patricia Chang Alva.**

LAMAS – PERÚ
2016

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN-TARAPOTO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO



TESIS

“CAUSAS QUE LIMITAN LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES DE LA
FESTIVIDAD VIRGEN DE LA NATIVIDAD EN EL DISTRITO DE
TABALOSOS, PROVINCIA DE LAMAS, REGIÓN SAN MARTÍN- 2014”

Sustentado y aprobado el 10 de Junio del 2016

Miembros del Jurado

.....
Dr. Clifor Daniel Sosa de la Cruz
Presidente

.....
Lic. Adm. Tur. Katty Álamo Larrañaga
Secretaria

.....
CPCC. Julio César Gonzáles del Águila
Miembro

.....
Lic. Adm. Tur. Erika Patricia Chang Alva
Asesora

LAMAS – PERÚ
2016

DEDICATORIA

A mis padres, Vidal Meléndez y Guillermina Romero, compañeros fieles en esta etapa de mi vida, que con su apoyo incondicional hicieron posible y viable la elaboración de este proyecto de investigación.

Meléndez Romero Yessenia Anais

A mis queridos padres César Suelperes Ramírez y Pilar Saavedra Gonzales, por motivarme y brindarme su apoyo incondicional sin lo cual no hubiese logrado una de mis metas planteadas.

Suelperes Saavedra Arantsy Amparito

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la vida y protegerme en este largo proceso, así como también a la Lic. Adm. Tur Erika Patricia Chang Alva que a través de sus enseñanzas pudo encaminarnos en la ejecución del proyecto de investigación, finalmente a Arantsy Amparito Suelperes Saavedra compañera de trabajo, que unió esfuerzos para su realización.

Meléndez Romero Yessenia Anais

A Dios por la vida, a mis amigos por compartir gratos momentos juntos, así como también a los docentes por las enseñanzas y los consejos brindados, recalcando a la asesora de tesis la Lic. Adm. Tur. Erika Patricia Chang Alva, por su apoyo para el desarrollo de la presente investigación.

Suelperes Saavedra Arantsy Amparito

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

De conformidad con el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín y con el propósito de obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración en Turismo, mediante la investigación sometemos a vuestra consideración el presente informe final de tesis denominado: **“CAUSAS QUE LIMITAN LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES DE LA FESTIVIDAD VIRGEN DE NATIVIDAD EN EL DISTRITO DE TABALOSOS PROVINCIA DE LAMAS, REGIÓN SAN MARTÍN - 2014”**, en el presente informe se muestra los objetivos y lineamientos propuestos para el desarrollo, tomando como base los conocimientos adquiridos en la formación profesional y consultando fuentes bibliográficas.

Las autoras

ÍNDICE

I. PÁGINAS PRELIMINARES

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
PRESENTACIÓN.....	iii
ÍNDICE.....	iv
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii

II. CUERPO DEL INFORME

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN	7
1.1 Formulación del Problema	10
1.2 Justificación del Estudio	11
1.3 Objetivos de la Investigación.....	12
1.3.1 Objetivo General	12
1.3.2 Objetivos Específicos.....	12
1.4 Limitaciones de la Investigación.....	12
1.5 Hipótesis	12
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	13
2.1 Antecedentes del Estudio del Problema	13
2.2 Bases Teóricas	16
2.3 Definición de Términos Básicos.....	21
CAPITULO III. METODOLOGÍA.....	25
3.1 Tipo de investigación.	25
3.1.1 De acuerdo al objeto de estudio:.....	25
3.2 Nivel de investigación	25
3.3 Población muestra y unidad de análisis	25
3.4 Tipo de diseño de investigación	27
3.5 Métodos de investigación.....	27
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	27
3.7 Técnicas de procesamientos y análisis de datos	27
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	28

4.1. Resultados explicativos.....	28
4.2 Resultados descriptivos	55
4.3 Discusión de resultados	80
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	87
5.1.Conclusiones	87
5.2. Recomendaciones:	88
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	90
ANEXOS.....	91
ANEXO N° 01: Mapa de ubicación del distrito de Tabalosos en la provincia de Lamas	
ANEXO N° 02: Mapa geográfico del distrito de Tabalosos	
ANEXO N° 03: Cuestionario	
ANEXO N° 04: Guía de Preguntas	
ANEXO N° 05: Fotografía de la Parroquia Virgen de Natividad del distrito de Tabalosos.	
ANEXO N° 06: Fotografía del Trabajo de campo aplicación de encuesta	
ANEXO N° 07: Fotografía de la Virgen de Natividad	

RESUMEN

La presente investigación pretende determinar las causas que limitan la satisfacción de los visitantes de la Festividad Virgen de la Natividad en el distrito de Tabalosos.

Al asumir que la festividad recibe una afluencia considerable de visitantes es necesario que la organización de la festividad, cuente una serie de requisitos que permitan satisfacer las necesidades y exigencias de los visitantes, donde se vea involucrada la población, los prestadores de servicio turísticos y las autoridades municipales ya que con la unión de todo los actores se logrará realizar un trabajo que permita vivir una experiencia agradable a los visitantes.

Para el desarrollo de la tesis se tomó referencias y datos obtenidos en el trabajo de campo, estudios de investigación relacionados al tema, los cuales han sido plasmados en los antecedentes y las bases teóricas; a raíz de ello se determinó el problema de investigación ¿Cuáles son las causas que limitan la satisfacción de los visitantes de la Festividad Virgen de la Natividad del distrito de Tabalosos, provincia de Lamas, región San Martín – 2014?, así mismo el objetivo de la investigación es determinar las causas que afectan la satisfacción de los visitantes de manera general, y, en particular evaluar la calidad de servicio ofrecido por los restaurantes y alojamientos, conocer el nivel de cultura turística de la población, y determinar si la gestión turística local de las autoridades municipales contribuyen a la mejor organización de la festividad.

Siendo la hipótesis de investigación los bajos niveles de calidad de los servicios que brindan los restaurantes y alojamientos, la débil cultura turística de la población y la deficiente gestión turística local de las autoridades limitan la satisfacción de los visitantes de la Festividad Virgen de la Natividad.

El método de investigación es deductivo porque parte de un conocimiento general a uno más particular. Para la deducción de la muestra se utilizó la fórmula de población infinita ya que no existe un registro que establezca la cantidad de visitantes a la festividad.

Para complementar la investigación se aplicó una encuesta dirigido a los visitantes, cuyos resultados muestran que los establecimientos de restaurantes y alojamientos tienen deficiencia en cuanto a la calidad de servicios, los trabajadores carecen de

preparación al momento de la atención, muestran falta de higiene, así como también los precios pagados no compensa al servicio recibido. En cuanto a la cultura turística de la población los visitantes percibieron la poca empatía, así mismo la falta de amabilidad y cortesía al momento de solicitar información sobre la festividad o de cualquier otro tema de interés propio. Por otra parte los visitantes calificaron como deficiente la gestión turística local debido a inseguridad percibida, la falta de preocupación por el tema ambiental ya que notaron la inexistencia de depósitos de basura así como también la carencia de servicios higiénicos que permitan satisfacer las necesidades fisiológicas, motivo por el cual los visitantes expresaron su insatisfacción respecto a la organización de la festividad; para reforzar la investigación se aplicó una entrevista al alcalde distrital donde manifestó que actualmente no cuentan con planes ni proyectos que contribuyan a la organización de la festividad así mismo los recursos económicos destinados son limitados; del mismo modo manifestó que la municipalidad no cuenta con personal capacitados en el área de turismo.

Finalmente se muestra las respectivas conclusiones que validan la hipótesis de investigación planteada así como también las recomendaciones.

Palabras claves:

Satisfacción, Calidad de servicio, Cultura turística, Gestión turística local.

ABSTRACT

This research aims to determine the causes which limit the satisfaction of visitors to the Virgin Festival of Nativity Tabalosos district.

Assuming that the Festival receives a considerable influx of visitors it is necessary that the Organization of the Festival, has a series of requirements that meet the needs and demands of visitors, where it involved population, tourism service providers and authorities since with the union of all actors will be performing a work that allows a pleasant experience to visitors

The development of the thesis took references and data obtained in the field, research studies related to the subject, which have been embodied in the background and theoretical bases; as a result determined the research problem ¿what causes that limit the satisfaction of visitors of the Virgin Festival of Nativity of the District of Tabalosos, Lamas province, region San Martín - 2014?, also the investigation aims to determine the causes which affect the satisfaction of visitors in general, and in particular to assess the quality of service offered by restaurants and accommodation the level of tourism culture of the population, and determine if the local tourist management of the municipal authorities contribute to the better organization of the Festival

Research hypothesis being low levels of quality of the services provided by the restaurants and accommodations, the weak tourist culture of the population and the poor local tourism management authorities limited the satisfaction of visitors to the Virgin Festival of the Nativity.

The research method is deductive because part of a general knowledge one more particular. The infinite population formula was used for the deduction of the sample since there is a register stating the number of visitors to the Festival

To complement the research applied a survey aimed at visitors, whose results show that restaurants and lodging establishments have deficiency in terms of the quality of services, workers lack of preparation at the time of the warning, they show lack of hygiene, as well as also the prices paid does not compensate to the service received. Regarding the tourist culture of the population the visitors sensed little empathy, likewise the lack of kindness and courtesy to when requesting information on the Festival or any other topic of interest. On the other hand visitors rated as deficient

local tourism management because of perceived insecurity, lack of concern for environmental issues since they noticed the absence of garbage dumps as well as the lack of hygienic services enabling to satisfy the physiological needs, reason by which the visitors expressed their dissatisfaction with regard to the Organization of the Festival; to strengthen the research an interview was applied to the district mayor where stated that they currently do not have plans or projects that contribute to the Organization of the Festival the same intended economic resources are limited; Similarly, he said that the municipality does not have trained personnel in the area of tourism.

Finally it is shown the respective conclusions that validated the hypothesis of investigation posed as well as also recommendations.

Keyword:

Satisfaction, Quality of service, Tourist culture, Local tourism management.

INTRODUCCIÓN

El Perú cuenta con un excelente potencial para ofrecer un viaje interesante e inolvidable, debido a su historia, cultura, tradición y diversidad, así como sus importantes recursos naturales y arqueológicos. Estas condiciones nos brindan las posibilidades de fomentar un turismo sostenible.

En casi todos los países, incluyendo nuestro país el turismo representa una parte importante de su economía. Como actividad económica, está definido por su demanda y el consumo de los visitantes. Es decir, el turismo se refiere a los bienes y servicios producidos para atender a dicha demanda. Así mismo, incluye una amplia gama de actividades diferentes, por ejemplo, transporte hacia los destinos, alojamiento, abastecimiento, compras, servicios de agencias de viaje, operadores de turismo receptivo y emisor.

La presente investigación se divide en cinco capítulos, el primer capítulo denominado Introducción, hace mención la formulación del problema **¿Cuáles son las causas que limitan la satisfacción de los visitantes de la Festividad Virgen de la Natividad del Distrito de Tabalosos, Provincia de Lamas, Región San Martín- 2014?**; la justificación del estudio, muestra la necesidad que tiene el distrito en mejorar ciertos aspectos; como brindar servicios de calidad en alojamientos y restaurantes, la cultura turística de la población y el aporte de las autoridades durante la Festividad Virgen de la Natividad, el cual tiene gran afluencia de visitantes en esos días, al mismo tiempo se muestra las limitaciones presentadas durante el desarrollo de la investigación.

El segundo capítulo Marco Teórico, se muestran los antecedentes de investigación de diferentes autores relacionadas al estudio, que nos sirve como orientación y así mismo para las fuentes bibliográficas.

En el tercer capítulo se describe la Metodología, que será utilizada, en este caso es una investigación de tipo aplicada, porque parte de una teoría ya creada. El nivel de investigación es descriptiva porque se describirá la realidad problemática tal como se observa sin modificar la información obtenida, también está la población y el tamaño de muestra que nos servirá para saber la cantidad de personas que serán encuestadas, previo a esto se utilizó la fórmula de población infinita por no tener un número exacto de población que visita el distrito durante la festividad.

En el diseño de contrastación se describe las variables de estudio, finalizando con la descripción de las técnicas e instrumentos de recolección de información.

En el cuarto capítulo Resultados y Discusión se muestran la presentación de las tablas con los resultados obtenidos de cada uno, así como también la discusión obtenida a través de la encuesta realizada a los visitantes; así mismo se muestra el cuadro de entrevista realizado al alcalde distrital.

Finalmente en el quinto capítulo se presenta las Conclusiones y Recomendaciones de la investigación.

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Formulación del Problema

El turismo es una actividad dedicada a brindar servicios a personas que buscan vivir nuevas experiencias fuera de su lugar de residencia, el presente trabajo de investigación realizada en el distrito de Tabalosos durante la Festividad Virgen de la Natividad, tiene como objetivo conocer las causas que limitan la satisfacción de los visitantes que asisten a dicha celebración, debido a que genera gran flujo turístico, lo cual se convierte en una oportunidad de desarrollo económico y turístico para el distrito.

Siendo Tabalosos uno de los distritos en la que se celebra una de las festividades religiosas de realce en la región San Martín es importante que su organización mejore año tras año con la finalidad de lograr el crecimiento del flujo turístico, razón por la cual es necesario que se cumplan ciertos requisitos que conlleven a la satisfacción de las necesidades y exigencias de los visitantes donde se involucren los establecimientos de restaurantes y alojamiento a través de la calidad de sus servicios ofrecidos, brindando precios justos, trabajadores capacitados, ambientes debidamente aseados, etc.

Así mismo es necesario el involucramiento de la población, ya que son ellos quienes cumplen el papel de anfitriones, para lo cual es importante concientizarlos, a través de ello tengan conocimiento que la actividad turística es una oportunidad de desarrollo, aprendan a reconocer la importancia de la festividad, y que su participación es fundamental para lograr que los visitantes se sientan bien y vivan una experiencia inolvidable, lo cual se logrará a través de la cultura turística. Del mismo modo la gestión turística local de la municipalidad debe estar enfocada en la creación de planes, proyectos que permitan que la organización sea diferente a años anteriores, también es necesario la creación de convenios con empresas y/o organismos que quieran participar y contribuir con el desarrollo de la festividad.

Es importante considerar que las autoridades como ente rector del distrito deben articular a la población y las empresas que brindan servicios turísticos con el objetivo de realizar un trabajo conjunto a través de capacitaciones, talleres, reuniones con los representantes de las cabezonias, y considerar la inversión

como uno de los elementos primordiales que permitirá que la organización de la festividad mejore.

De acuerdo a lo expuesto, se hace mención a la siguiente interrogante:

¿Cuáles son las causas que limitan la satisfacción de los visitantes de la Festividad Virgen de la Natividad del distrito de Tabalosos, provincia de Lamas, región San Martín- 2014?

1.2 Justificación del Estudio

El crecimiento de la actividad turística ha incrementado las llegadas de los visitantes de todo el mundo para desarrollar diferentes modalidades de turismo, es por eso que desde tiempos remotos las personas se trasladaban por diferentes motivos. Hoy en día nuestro país muestra diversidad cultural, natural y acontecimientos turísticos programados que mueve gran flujo de visitantes, gracias a la geografía territorial que presenta. Dentro de estas modalidades de turismo encontramos al religioso, como ejemplo podemos resaltar la celebración de la Virgen de la Candelaria en Puno, actualmente considerada como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), esta festividad se celebra cada mes de febrero en la ciudad de Puno, y comprende actividades de carácter religioso, festivo y cultural, que dan cuenta de las tradiciones católicas y de los elementos simbólicos de la cosmovisión andina.

El departamento de San Martín no es ajeno a esto; es así que el estudio de investigación se realizó en el distrito de Tabalosos por ser uno de los lugares de la provincia de Lamas donde se celebra una de las festividades religiosas de realce regional, convocando anualmente un flujo turístico considerable, el estudio se centrará en la satisfacción de los visitantes, ya que es importante que ellos vivan una experiencia grata donde sus expectativas sean superadas, recibiendo servicios de calidad, cordialidad y amabilidad de la población y al mismo tiempo que la gestión turística local realice un plan para que la organización de la festividad mejore al pasar los años.

Se considera importante esta investigación porque pone en manifiesto el aprovechamiento de las festividades con sentido religioso para fines turísticos en la región, lo cual abrirá nuevos caminos para la oferta turística, del mismo modo

beneficiara a la localidad donde se realizó el estudio de investigación, generando desarrollo turístico, económico, mejora de la calidad de vida de los pobladores, creando nuevas oportunidades laborales y al mismo tiempo permitirá la conservación de la cultura y tradiciones asegurando que las futuras generaciones la sigan poniendo en manifiesto.

Así mismo, pondrá en manifiesto los conocimientos adquiridos durante la carrera y permitirá afianzar bases para otros estudios que surjan partiendo de la problemática aquí especificada, del mismo modo generará reflexión y discusión sobre el conocimiento existente del área investigación, dentro del ámbito de la actividad del turismo, y es metodológica ya que la presenta la aplicación de un nuevo método de investigación para generar conocimiento válido y confiable dentro del tema satisfacción de los visitantes en las festividades religiosas.

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

- Determinar las principales causas que limitan la satisfacción de los visitantes de la Festividad Virgen de la Natividad del distrito de Tabalosos.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Evaluar la calidad de servicio que brindan los restaurantes y alojamientos a los visitantes durante la Festividad Virgen de la Natividad en el distrito de Tabalosos.
- Conocer el nivel de cultura turística de los pobladores del distrito de Tabalosos.
- Determinar si la gestión turística local realizada por las autoridades distritales favorece al desarrollo de la Festividad Virgen de la Natividad en el distrito de Tabalosos.

1.4 Limitaciones de la Investigación.

- La recargada agenda del Alcalde distrital dificultó la coordinación para la realización de la encuesta programada.
- Inexistencia de un registro de visitantes de la Festividad Virgen de la Natividad.

- Inexperiencia de las tesoristas en desarrollar proyectos de investigación, ya que es la primera vez que lo desarrollan.
- Los pobladores del distrito no colaboraron con suficiente información para el desarrollo del proyecto de investigación, así mismo mostraron poca empatía.
- El distrito de Tabalosos, está ubicado en la provincia de Lamas, a una hora de la ciudad de Tarapoto, por lo que el traslado de los tesoristas generó un costo por el continuo desplazamiento.

1.5 Hipótesis

Los bajos niveles de calidad de los servicios que brindan los restaurantes y alojamientos, la débil cultura turística de la población y la deficiente gestión turística local de las autoridades limitan la satisfacción de los visitantes de la Festividad Virgen de la Natividad del distrito de Tabalosos, provincia de Lamas, región San Martín- 2014.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del Estudio del Problema

El turismo es una actividad en crecimiento cada vez con mayor incidencia en la economía internacional, nacional, regional y local por ser generadora de ingresos, empleos y desarrollo.

Esta actividad ha evolucionado a través de los años en un mejor contexto económico y social manteniendo un crecimiento constante y sostenido. Esta evolución hace que el turismo se convierta en una de las actividades más importantes del mundo, superando a industrias como la petrolera y la automovilística. La actividad turística, tal como se ha podido observar a lo largo de estos últimos años; ha generado un incremento de la demanda de ahí la necesidad de estar más preparados, así mismo las empresas turísticas tienen como objetivo principal de satisfacer las necesidades y expectativas de los visitantes, siendo “la satisfacción” el objeto de estudio del presente proyecto, para ello se citó algunos proyectos desarrollados relacionados al estudio.

Para, **Blanco (2009)**, en su tesis denominada “**Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museo taurino, y formulación de estrategias de servicio para la creación de valor**”, llega a la siguiente conclusión:

El servicio al cliente es muy importante en cualquier organización, un buen servicio lleva consigo grandes consecuencias para la organización en todo aspecto. Es necesario que se tenga claro que, un servicio bien encaminado puede ser una excelente estrategia de mercadeo para una organización, lográndose posicionar en las mentes de los consumidores, ya que atraer a un nuevo cliente es considerado seis veces más caro que mantener uno. Además el cliente siempre quiere más de lo que se le está ofreciendo, también se fija en los detalles que se pueden presentar. No solo se lograra satisfacer a los clientes, al mismo tiempo se dará a conocer, o podrá adquirir el liderazgo en relación con la competencia, sino que las partes que la componen y sus stakeholders se verán afectados directamente.

Asimismo **Gonzales (2013)**, en su tesis titulada **“La satisfacción de los visitantes como estrategia de mejora en los productos turísticos del Pueblo Mágico de Tepotzotlán”** presenta la siguiente conclusión:

Mantener a los visitantes totalmente satisfechos puede dar como resultado una serie de beneficios en favor de la actividad turística y de la localidad, como por ejemplo: incrementar la posibilidad de que las personas repitan su visita, que recomiende el destino a sus conocidos o que haga publicidad positiva del lugar. Además de la satisfacción, también se busca que los visitantes puedan incrementar su tiempo promedio de visita, para lo cual, es fundamental ofrecer otros productos turísticos que cautiven el interés de los visitantes, es importante resaltar que la actividad turística necesita un trabajo en equipo, donde todos los actores involucrados se comprometan con su desarrollo, ya que todos ellos cumplen un papel importante.

Gonzales (2014), en su tesis titulada. **“La calidad y la satisfacción del cliente en la hotelería low cost”**. Obtuvo la siguiente conclusión:

La satisfacción del cliente implica una estrategia de calidad para conseguirla y reporta un variado abanico de beneficios para las empresas, cuyo objeto de estudio es demostrar que la calidad es el componente principal para lograr la satisfacción de los clientes. Las percepciones que el cliente tiene sobre la calidad no requieren de experiencias previas con un establecimiento o con un proveedor de bienes y servicios, por el contrario la satisfacción sí que requiere de una experiencia para ser evaluada. Es por ello que la satisfacción está ligada a procesos cognitivos, afectivos y emocionales

Según **Emperatriz y Arcaya (2011)**, en su investigación. **“Grado de satisfacción de los servicios turísticos de la ciudad de Puno”**. Concluyeron en lo siguiente:

El nivel de satisfacción es la diferencia entre el valor percibido y las expectativas, asimismo se pueden considerar tres niveles de satisfacción: si la percepción se encuentra por debajo de las expectativas, el cliente estará insatisfecho; si la percepción y las expectativas se igualan el cliente considerará que la relación es justa; si la percepción es mayor que las expectativas que tenía el cliente este

estará satisfecho. Por tanto la satisfacción en los visitantes se da en las diferentes formas según cómo percibe el producto o el servicio.

Zegarra (2013), en su tesis, “Influencia de la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente del operador turístico Muchik Tours SAC en el distrito de Trujillo”. Expuso la siguiente conclusión:

Los clientes que hacen uso de la agencia Muchik Tours destacan que los rasgos con los cuales se sintieron más satisfechos fueron la cortesía, la seguridad y los elementos tangibles (instalaciones y personas). De esta manera cabe resaltar que la importancia de la satisfacción del visitante es conveniente porque probablemente volverá a usar un servicio o producto o dará buena opinión al respecto del lugar y de esta manera se generará más ingresos, es por ello no dejar las pequeñas cosas que pueden satisfacer al visitante empezando desde poseer una cultura, por el contrario si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho

Tafur y Espinola (2013), en su tesis “Nivel de satisfacción en los servicios del restaurante, bar, snack cabaña y cafetería del golf y country club de Trujillo”. Llegaron a la siguiente conclusión:

La obsesión por la satisfacción de los clientes puede convertirse en la única vía segura para garantizar la supervivencia de la compañía a medio y largo plazo. La preocupación por la satisfacción de los clientes no es solo un asunto de moda, constituye un elemento crucial de una gestión eficaz en mercados muy competitivos como los actuales que, además tiene una influencia directa sobre la cultura y los niveles de rentabilidad de la empresa. En la actualidad los clientes, consumidores, compradores y usuarios son más exigentes, menos tolerantes y altamente críticos si no se cumple con sus expectativas. Esas expectativas son formadas e influenciadas por experiencias de compra anteriores, recomendaciones de amigos, etc.

Malca (2012), en su tesis, “Análisis de conciencia turística en los agentes turísticos del centro monumental histórico de la ciudad de Chiclayo – 2012”. Manifestó la siguiente conclusión:

La Cultura Turística, es la que contribuirá a comportamientos y actitudes positivas de la población ante los visitantes, de tal modo influirá en la

satisfacción de los mismos, que muy bien podrían ser adoptados para inducir a los cambios en el comportamiento de la población, haciéndolas más comprensivas y solidarias, tanto a sus semejantes así como también frente a su naturaleza. Todos estos comportamientos reafirmarán nuestro modo de ser ante el mundo, ya que los comportamientos y actitudes serán la primera carta de presentación ante los turistas, por eso es necesario que enriquezcamos nuestra cultura conociéndola para poder responder las inquietudes de los turistas.

2.2 Bases Teóricas

El Turismo es una actividad cotidiana que fue evolucionando a través del tiempo, para ello la Organización Mundial del Turismo (OMT), la define como: El conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual, mayor a 24 horas e inferior a un año, con fines de ocio, negocio, estudio. **OMT (1998)**

El Turismo, no solo es aquella actividad generadora de divisas, sino también generadora de grandes oportunidades laborales. A través de este proceso de evolución que ha experimentado esta actividad, hoy en día los visitantes se han vuelto más exigentes al momento de recibir este servicio y lograr satisfacer sus expectativas durante la visita realizada.

Para **Calva (2009, p. 2)**: La satisfacción es la acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria. La sensación de estar satisfecho, la reducimos, por tanto, a lo que nos es grato, próspero o bien nos conduce a sentirnos complacidos o simplemente contentos. Sin embargo, esta concepción de satisfacción es muy limitada y carece del contexto teórico de las necesidades, ya que no se trata sólo de que el sujeto esté complacido o contento, sino de que responda a necesidades.

Por tanto es necesario satisfacer y responder a las expectativas de los visitantes, los cuales están a la búsqueda de nuevos productos y destinos turísticos. Como bien expresa **Devesa, Laguna, y Palacios (2009, p. 170)**: La satisfacción del cliente es considerado como un objetivo estratégico prioritario ya que permite medir el éxito del producto o servicio existiendo un acuerdo generalizado sobre su importancia, tanto a nivel general como en el caso concreto del turismo, aunque no exista un consenso sobre su definición, su dimensionalidad o sobre la

forma de hacerlo operativo. Además la satisfacción del visitante es importante por diversos motivos, destacando especialmente el hecho de que es uno de los antecedentes más importantes del comportamiento futuro o lealtad del visitante.

Denove y Power (2006, p. 02): El nexo entre la satisfacción del cliente y los beneficios de las empresas se manifiesta, para la mayoría de ellas, en los siguientes indicadores:

La fidelidad: La probabilidad de que unos consumidores complacidos repitan una compra es mucho mayor si un grado alto y reiterado de satisfacción ha conseguido crear en ellos un sentimiento de fidelidad. Esta se ve condicionada por factores como el número de competidores, la frecuencia de compra, la disponibilidad de información sobre las alternativas, el coste de las adquisiciones y la utilización de programas que fomenten la fidelidad del cliente.

Recomendación verbal: La fuerza de una recomendación verbal es mayor que la de toda la publicidad de una empresa en su conjunto.

Precios extra: El cliente está dispuesto a pagar un precio extra si el producto destaca por su esmerada calidad y un servicio de atención excelente.

Mayor nivel de ventas: Las empresas con un alto nivel de satisfacción consiguen que la preferencia de sus clientes se extienda desde una a varias marcas propias más y, en consecuencia, aumentan así sus ventas.

Debemos considerar la calidad de servicio como uno de los factores importantes para la satisfacción de los consumidores, para **Vicente y Peiro (2014, p. 23)**. La calidad de servicio y la satisfacción de los consumidores y usuarios tienen en común el hecho de que se considera central el punto de vista de los clientes finales al valorar los productos y servicios que las organizaciones son capaces de proporcionar. Desde esta perspectiva, el rendimiento de las organizaciones es valorado en último término por las personas que adquieren o utilizan los bienes de consumo y servicios.

En tanto **Ramírez (2002, p. 23)**: El servicio debe responder a un concepto integral de ciertos valores como satisfacción, habilidad, dirección, prestación de servicios, comodidad, estructura, organización, higiene, precio, etc.; enmarcados bajo el único rubro que responde a las exigencias actuales del turista y de la modernización. Por lo tanto el servicio, debe estar complementado de la calidad,

el concepto de “calidad” como herramienta de manejo de empresas tiende a mejorar el servicio que las organizaciones le proporcionan al usuario. El concepto de “calidad total” en las empresas responde a la satisfacción plena de los usuarios en terminos de atención, calidad del servicio, bienestar, seguridad, y, por otra parte, responde así mismo al mejoramiento de la imagen de la empresa y a su afianzamiento, en un mercado cada vez mas competitivo.

Del mismo modo se debe reconocer la importancia de la participación de los pobladores en la actividad turística, ya que tienen un papel muy importante, porque son las actitudes de los mismos quienes van a cimentar una imagen en las personas que nos visitan. Por este motivo, es necesario cambiar de actitudes o comportamientos negativos frente a los visitantes, a los mismos pobladores y hacia nuestro entorno natural para crear una buena imagen de nuestro pueblo, dicho sea de paso se contribuirá a la calidad de los servicios turísticos que engloba, la puntualidad, la responsabilidad, la amabilidad, el respeto hacia el visitante, el cobro de precios justos, el mantener nuestra ciudad limpia y ordenada, conservar los recursos naturales, el conocimiento de los recursos que poseemos para brindar una información veraz y oportuna.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) define Cultura Turística como: Mecanismo para el desarrollo del país, que consiste en recibir al turista con amabilidad y cordialidad, así como también valorar, querer y proteger nuestro patrimonio cultural, natural e histórico. Cuyo beneficio es crear puestos de trabajo, incrementar el desarrollo económico y social de una determinada localidad, generar mayores inversiones y fortalecer nuestra identidad; así mismo tiene como objetivo fortalecer la identidad local, regional y nacional de las poblaciones receptoras, generar conciencia sobre la complejidad y la transversalidad de la actividad turística, comprometer a los prestadores de servicios turísticos generando actitudes acorde a las necesidades del visitante y generar una cultura de planificación conjunta entre los gestores locales y nacionales para lograr el desarrollo de la cultura turística. **MINCETUR (2015)**

Así mismo la educación tiene un papel importante para el logro de la Cultura Turística, como manifiesta **González (2012, p 82)**: Asumir la formación de la cultura turística como una actividad educativa implica en primer lugar una base

orientadora de la acción, que para el sujeto (poblador- receptor) adquiera un significado y un sentido personal en forma consciente, de manera tal que pueda asumir compromiso con el turismo en su espacio de actuación. Supone que se produzca una transformación de las actuaciones negativas en actuaciones positivas que posibiliten una convivencia armónica entre el turismo y las comunidades implicadas, como por ejemplo el contribuir con el cuidado patrimonial, contribuir con la limpieza de la localidad, etc. Por ello es necesario proyectar los procesos educativos mediante los cuales se pueda cubrir la formación general de anfitriones y visitantes. El conocimiento y la actitud de las comunidades anfitrionas es de gran importancia para la gestión de los destinos turísticos, factor que puede aportar ventajas competitivas para el posicionamiento estratégico, y la satisfacción de visitantes y anfitriones.

En tanto para **González (2004, p. 159)**: El habitante de la comunidad receptora es quien acoge al sector turismo, en muchos casos es quien le da vida con un carácter y personalidad específica. De esa comunidad surgen los empleados que ocupan los cargos y puestos abiertos por la actividad a través de las empresas y son quienes a la larga reciben de buen grado o rechazan a los externos, a los turistas. Los puntos de destino turístico a su vez reciben el impacto de la visita de turistas, ya sea a través de los ingresos económicos, por el cambio en la estructura de la producción, por la inversión de los empresarios del turismo, o por las influencias de comportamientos, costumbres, vicios y enfermedades desconocidas sin el turismo.

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU), lanzó el programa denominado "CUIDA AL TURISTA" cuyo objetivo fue que los prestadores de servicios y la población en general tomen conciencia de la importancia y el beneficio que resulta de la buena atención a un turista, pues al quedar éste satisfecho, no solo contemplará regresar al destino, sino también lo recomendará a otros. **PROMPERU (2007)**.

Debemos mentalizarnos que el turismo no crece de la noche a la mañana, crece cuando hay una decisión de gestión política acertada, cuando hay un eficiente marco legal, cuando la empresa privada asuma el rol que le corresponde y todos trabajan para mejorar el turismo en una determinada localidad, para que esto,

sea aprovechado como un recurso para el desarrollo económico, social, cultural y ambiental que toda comunidad requiere hoy en día .

Razón por la cual es importante que las municipalidades elaboren un plan estratégico que contribuya al desarrollo del turismo, para, **Acerenza (2013, p. 52)**: El plan estratégico de desarrollo del turismo, es una herramienta de gestión en cuyo proceso de elaboración, implementación y evaluación, se tienen que cumplir ciertos requisitos si se quiere tener un resultado exitoso en su ejecución, y el mismo pueda efectivamente contribuir a una adecuada conducción del sector. De lo contrario se corre el riesgo de que el turismo marche a la deriva y sin rumbo fijo.

Es por ello que a continuación detallaremos algunos de los requisitos que creemos deben cumplirse en el referido proceso, a los efectos de disminuir las posibilidades de cometer errores u omisiones que pudieran afectar los propósitos que dan origen al referido plan. Enseguida entonces, los requisitos a los cuales hacemos mención:

1. Formular un plan estratégico de desarrollo de largo plazo minucioso y flexible, con etapas intermedias sucesivas con objetivos claros y precisos, que permitan un constante proceso de revisión y adaptación a los cambios imprevistos que pudieran afectar su normal evolución hacia los objetivos generales planteados.

El plan estratégico expone los lineamientos a los que se ajustará el desarrollo del sector, especificando las directrices generales a encarar en cinco campos básicos de actuación, a saber: la organización institucional (incluidos en este campo los aspectos normativos y regulatorios); el fomento y desarrollo (ordenamiento del territorio, planes de desarrollo, e incentivos a las inversiones); el marketing y la promoción turística (incluido el aseguramiento de la calidad y la competitividad); la formación y capacitación de los recursos humanos; y el campo financiero.

2. Implementar el plan estratégico mediante planes nacionales de turismo de ejecución anual, en otras palabras, de planes operativos que tengan objetivos claros, los cuales por tratarse de objetivos de gestión deben ser mensurables, cuenten con estrategias definidas para su consecución, descripción de las

acciones a llevar a cabo, tiempo para la obtención de resultados, y asignación de responsabilidades por su ejecución.

Los planes nacionales de turismo constituyen la concreción del plan estratégico en programas de acción, por lo que los mismos no sólo deben estar bien concebidos, sino también bien gestionados en su ejecución, puesto que una mala implementación de los mismos puede afectar seriamente al plan estratégico, y no alcanzar éste los objetivos propuestos.

3. Establecer un control de gestión operacional del turismo que permita medir y evaluar los resultados obtenidos con las acciones llevadas a cabo, en relación a los que se deberían obtener de acuerdo a los objetivos previstos en el plan nacional de turismo, así como monitorear el avance hacia el logro de los objetivos de largo plazo planteados en el plan estratégico.

Para poder medir, y por tanto, evaluar la eficacia en la conducción del turismo, se tienen que fijar previamente los indicadores de gestión o parámetros de comportamiento aceptados para el logro de dichos objetivos.

En tanto **Sosa (1995)**: Las municipalidades son las responsables de realizar proyectos de inversión turística, así como de asignar recursos para la generación de bienes o servicios con beneficios futuros.

Así mismo la municipalidad como ente rector, debe velar por el cuidado del medio ambiente de su localidad, por la seguridad de los visitantes lo cual permitirá satisfacer a sus expectativas. Para **(Blancas y Buitrago (2005. p, 41))**: Los factores del medio ambiente urbano, constituyen una serie de servicios ofrecidos al turista ante la generación por parte de éste de un consumo de recursos y una generación de residuos y contaminación en un volumen importante, ante la inexistencia de botaderos de residuos que contribuyan con el cuidado del medio ambiente.

Las festividades religiosas hoy en día generan grandes flujos turísticos para **Martínez (2013, p. 02)**: En efecto, cada vez son más las personas que por promesas personales o agradecimientos forman parte de las procesiones religiosas en todo el mundo. Las programaciones con sentido religioso representa uno de los principales flujos de turistas a nivel mundial.

Como ya se mencionó la Festividad Virgen de la Natividad es una de las progradaciones religiosas de gran realce en la región cuya historia sobre su origen relata que; un montaraz encontró la hermosa imagen de Nuestra Señora de la Natividad y se la llevó en compañía de unos familiares, luego la colocaron en una chocita. Allí la velaron hasta el amanecer, pero rendidos por el cansancio, cayeron en un profundo sueño. Cuando despertaron vieron con sorpresa que la Virgen había desaparecido y, creyendo que alguien la había escondido, la buscaron casa por casa; luego de ardua labor la hallaron en el bosque, en el mismo lugar de la primera vez, En esta nueva oportunidad decidieron conducirla a una capilla provisional; pero, mientras dormían, volvió a desaparecer hasta que una de esas noches, el hombre que hacía de Jefe del pueblo, soñó que la Virgen le hablaba indicándole que deseaba que le construyeran una iglesia, en el mismo lugar donde la hallaron y todos sus devotos debían trasladarse para vivir cerca de su templo, el mismo que fue construido con rapidez, en el mismo sitio donde hoy se encuentra el santuario y antiguamente fue un pedregal.

El Templo de Tabalosos está considerado como un santuario, porque ha sido edificado en el mismo lugar donde se apareció Nuestra Señora de la Natividad y donde reiteradamente retornaba, porque los que la encontraron se la llevaban, con insistencia, pero ella desaparecía misteriosamente. Poco a poco convencidos del deseo de la Virgen se fueron trasladando y construyendo sus viviendas cerca de ella. Más adelante, paulatinamente su devoción se difundió por los pueblos del Virreynato del Perú, interesándose el Marqués de Tabalosos, Don Juan Antonio Alvarado, quien fue su fiel y comprometido devoto e hizo gestiones para impulsar su culto.

Tabalosos, el pueblo que acogió a la imagen, aparecida en el barrio de Chacchaypampa, celebra con toda magnificencia la fiesta del 8 de setiembre, en homenaje a su patrona, contando con todo el pueblo y un sin número de peregrinos que acuden de diversos lugares de la Amazonía, del Perú y aún del extranjero.

Desde entonces los Cabezones que reciben el voto o promesa, son depositarios de una tradición y su compromiso, frente a María y Jesús, su hijo, debe cumplirse al año de recibir el voto, repitiendo la novena, la misa, la procesión y demás actos de homenaje. Todos los devotos esperan que los cabezones

entrantes obren de buena fe y difundan entre sus familiares y amigos esta devoción, teniendo presente que poseemos un imagen peregrina, que visita los hogares, según manifiestan sus fieles les realizó milagros relacionados a la salud, estudios, familia, negocios entre otras necesidades realizadas con fé.

2.3 Definición de Términos Básicos

Actividad turística: Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven a la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios. Torrejon, (2012)

Alojamiento: Se entiende por alojamiento a las empresas que presten servicios de hospedaje al público mediante precio, de forma profesional, bien sea de modo permanente o temporal, con o sin prestación de servicios complementarios. SECTUR, Glosario de Términos Turísticos, (2008)

Calidad: La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto. Méndez, (2013)

Calidad de servicio: Consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades. Abadi, (2004)

Cultura: Todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad. Tylor, (1897)

Cultura turística: Participación y compromiso de la población en general y de los actores involucrados en la actividad turística en la generación de condiciones que permitan el desarrollo del turismo, fomentando su conocimiento, fortalecimiento y desarrollo sostenible. MINCETUR, (2013)

Festividad religiosa: Fiestas o celebraciones que suelen atraer a muchos turistas, en las que la población autóctona es espectadora y protagonista al mismo tiempo, y donde puede ocurrir que mientras unos están experimentando una vivencia religiosa profunda otros son meros espectadores de la misma, y donde incluso se produce el cambio de los roles entre unos y otros a las pocas horas. Gonzales, (2006)

Flujo turístico: Conjunto de personas que se desplazan de un lugar a otro con fines turísticos, formando un canal continuo con características especiales que permiten la realización de actividades recreacionales. MINCETUR, (2013)

Gestión: Conjunto de procesos sistemáticos (identificación y captación del capital intelectual; tratamiento, desarrollo y compartimiento del conocimiento; y su utilización) orientados al desarrollo organizacional y/o personal y, consecuentemente, a la generación de una ventaja competitiva para la organización y/o el individuo. Rodriguez, (2006)

Patrimonio cultural: Elementos y manifestaciones tangibles e intangibles que las sociedades producen, siendo estas resultados de un proceso histórico donde la reproducción de ideas y material se constituyen en factores que identifican y diferencian a un país , comunidad o región. Fernandez, (2004)

Patrimonio cultural inmaterial: Es el conjunto de creaciones basadas en la tradición de una comunidad cultural expresada por un grupo o por individuos y que reconocidamente responden a las expectativas de una comunidad en la medida en que reflejan su identidad cultural y social. UNESCO, (2003)

Restaurantes: Establecimiento público donde, a cambio de un precio, se sirven comidas y bebidas para ser consumidas en el mismo local. Enciclopedia del Turismo, (2007)

Satisfacción: Respuesta emocional causada por un proceso evaluativo-cognitivo donde las percepciones sobre un objeto, acción o condición, se compara con necesidades y deseos del individuo. Westbrook, (2004)

Servicio: Son actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una empresa. Stanton, (2006)

Turismo: El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros. MINCETUR, (2004)

Turismo religioso: Tipo de turismo en el que los participantes están motivados, en parte o exclusivamente, por motivos religiosos. Rinschede, (2013)

Turismo sostenible: Aquel que satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege e incrementa las oportunidades para el futuro. Este es concebido de tal manera que conduzca al manejo de todos los recursos de forma tal que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas, manteniendo a la vez la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que soportan la vida. OMT, (1995)

Turista: (Visitantes que pernoctan). Es un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado. MINCETUR, (2013)

Visitante: Persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. OMT, (2008)

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación.

3.1.1 De acuerdo al objeto de estudio:

Es una investigación **aplicada**, porque se partirá de una teoría ya creada y en base a la cual se desarrollará el presente trabajo de investigación.

3.2 Nivel de investigación

- **Descriptiva**

Se describirá la realidad problemática como se observa, sin modificar la información obtenida.

3.3 Población muestra y unidad de análisis

POBLACIÓN

Para el objeto de estudio se ha tomado como población a los visitantes que llegan al distrito para participar en la Festividad Virgen de la Natividad.

MUESTRA

Al no contar con registros de la cantidad de personas que visitan el distrito de Tabalosos durante la Festividad Virgen de la Natividad y para determinar la muestra de la misma se utilizó la fórmula de la población infinita, donde se obtuvo un resultado de 384 encuestados, trabajando con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 96%.

$$n = \frac{z^2 p \cdot q}{E^2}$$

n = Tamaño de la muestra (población infinita)

Z = Nivel de confianza = 1.96

p = Probabilidad = 0.5

q = (1-p)

E = Nivel o margen de error admitido (0,05)

Aplicación de la fórmula con los datos adjuntos

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416.0,25}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

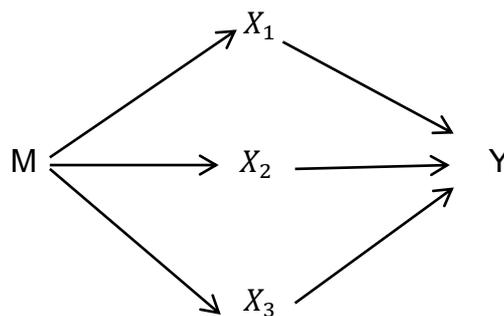
$$n = 384.16 = 384$$

Total de encuestados a realizar es 384 visitantes.

UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis del presente trabajo de investigación son los visitantes que se dirigen al distrito de Tabalosos durante la Festividad Virgen de la Natividad

DISEÑO DE CONTRASTACIÓN



M= Causas que limitan la satisfacción de los visitantes de la Festividad Virgen de la Natividad del distrito de Tabalosos

X_1 = Calidad de servicio que brindan los establecimientos de alojamiento y restaurante

X_2 = Nivel de cultura turística de los pobladores

X_3 = Gestión turística local

Y= Afectan negativamente la satisfacción de los visitantes durante su visita en la Festividad Virgen de la Natividad.

3.4 Tipo de diseño de investigación.

El diseño de presente trabajo es de tipo **no experimental**, porque se realiza la investigación sin manipular deliberadamente las variables, es decir se observa los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

3.5 Métodos de investigación

Deductivo:

Esta forma de razonamiento permitirá el pase del conocimiento de casos generales a un conocimiento más particular que refleja lo que hay en común en los fenómenos individuales.

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	APLICACIÓN
Encuestas	Cuestionario	Visitantes de la festividad Virgen de Natividad
Guía de preguntas	Entrevista	Alcalde distrital
Observación	Fichas y libretas de campo	Pasiva según sea el caso
Revisión bibliográfica	Fichas bibliográficas, textuales y de resumen.	Fuentes textuales de información

3.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Las técnicas de procesamiento y análisis de datos que se aplicaron para desarrollar el presente trabajo de investigación fueron:

- Microsoff Excel
- Microsoff Word
- Tabulación.

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados descriptivos

El presente informe de tesis busca identificar las causas que limitan la satisfacción de los visitantes de la festividad Virgen de Natividad en el distrito de Tabalosos, para ello se planteó la siguiente hipótesis de investigación: “Los bajos niveles de calidad de los servicios que brindan los restaurantes y alojamientos, la débil cultura turística de la población y la deficiente gestión de las autoridades para desarrollar la actividad turística”; para validar lo planteado se realizó la aplicación de encuestas a los visitantes, resultados descriptivos que se muestran a continuación.

Tabla N° 1: Visitantes según género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	185	48
Femenino	199	52
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 01; lo destacable es que la mayor parte de los encuestados (48%) son de género **Masculino** y el (52%) son de género **Femenino**.

Tabla N° 2: Edad promedio de los visitantes

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18- 25 años	76	20
26- 35 años	92	24
36- 55 años	86	22
56 a más años	130	34
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 02; lo destacable es que la mayor parte de los encuestados (34%) tienen entre **56 a más años**, seguido del (24%) de **24 a 35 años**, el (22%) tienen entre **26 y 35 años**, y el (20%) tienen de **18 a 25 años** resultado que ayuda a obtener la edad promedio de los visitantes de la festividad.

Tabla N° 3: Procedencia de los visitantes

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Tarapoto	99	26
Lamas	87	23
Moyobamba/Rioja	76	20
Lima	57	14
Otros	65	17
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 03; la mayor parte de los encuestados (26%) proceden de **Tarapoto**, seguido del (23%) procedente de **Lamas**, el (20%) proceden de **Moyobamba y Rioja**, mientras que el (17%) proceden de **diferentes lugares** y solo el (17%) proceden de **Lima**, resultado que corrobora los lugares de procedencia de los visitantes de la festividad.

Tabla N° 4: Uso de servicio de restaurant

Uso de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Si	256	67
No	128	33
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 04, lo destacable es que la mayoría de los encuestados (67%) **Si** hace uso de los establecimientos de restaurante y solo el (33%) **No** lo hace, resultado que contribuirá a la validación de la hipótesis planteada.

Tabla N° 4.1: Motivos por las que no hicieron uso del servicio de restaurante para alimentarse

Motivos	Frecuencia	Porcentaje
Come en un familiar	66	51
Lleva comida	20	16
Otros	42	33
Total	128	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 4.1; la mayoría de los encuestados (51%) que no hicieron uso de los establecimientos de restaurante para alimentarse **Come en un familiar**, seguido del (40%) que tienen **Diferentes motivos** para no hacerlo, y el 16% manifestó **Llevar su alimento**, resultado que ayuda conocer las razones por las cuales los visitantes no hacen uso de un establecimiento de restaurante para alimentarse.

Tabla N° 5: Satisfacción respecto al servicio recibido en el restaurante

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	46	18
Satisfecho	50	20
Algo satisfecho	71	27
Insatisfecho	89	35
Total	256	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 05, lo destacable es que la mayoría de los encuestados (35%) se manifestaron **Insatisfechos**, seguido del (27%) **algo satisfechos**, el (20%) dijo estar **Satisfecho** y solo el (18%) refirió estar **Completamente satisfecho** respecto a la atención recibida en el restaurante.

Tabla N° 6: Satisfacción respecto a la atención prestado por el personal

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	39	15
Satisfecho	46	18
Algo satisfecho	78	31
Insatisfecho	93	36
Total	256	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 06; la mayoría de los encuestados (36%) refirieron estar **Insatisfechos**, seguido del (31%) **Algo satisfechos**, el (18%) dijo estar **Satisfecho**, solo el (15%) manifestó estar **Completamente satisfecho** respecto a la atención brindada por el personal a cargo.

Tabla N° 7: Satisfacción respecto al tiempo de espera de los pedidos alimenticios

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	30	12
Satisfecho	60	23
Algo satisfecho	78	31
Insatisfecho	88	34
Total	256	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 07, el resultado destacable es que la mayor parte de los encuestados (34%) refirió sentirse **Insatisfecho**, seguido del (31%) **Algo satisfecho**, el (23%) dijo estar satisfecho y solo el (12%) se sintió **Completamente satisfecho**, respecto al tiempo de espera al realizar sus pedidos alimenticios.

Tabla N° 8: Satisfacción respecto a la higiene del restaurante

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	13	5
Satisfecho	58	23
Algo satisfecho	88	34
Insatisfecho	97	38
Total	256	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 08, lo destacable es que la mayor parte de los encuestados (38%) manifestó estar **Insatisfecho**, seguido del (34%) **Algo satisfecho**, el (23%) refirió estar **Satisfecho** mientras que el (5%) dijo sentirse **Completamente satisfecho** respecto a la higiene percibida en el restaurante.

Tabla N° 9: Satisfacción respecto al precio de los platos ofrecidos

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	15	6
Satisfecho	60	23
Algo satisfecho	86	34
Insatisfecho	95	37
Total	256	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 09; la mayoría de los encuestados (37%) dijo sentirse **Insatisfecho**, el (34%) **Algo satisfecho**, el (23%) manifestó haberse sentido **Satisfecho**, solo el (6%) refirió sentirse **Completamente satisfecho** respecto al precio de los de los platos ofrecidos.

Tabla N° 10: Uso de servicio de alojamiento

Uso de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Si	155	40
No	229	60
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 10, la mayoría de los encuestados (60%) refirió **No** hacer uso de los establecimientos de alojamiento, y el (40%) manifestó **Si** hacer uso de él.

Tabla N° 10.1: Motivos por las que no hicieron uso del servicio de alojamiento

Motivos	Frecuencia	Porcentaje
Se queda con un familiar	56	24
Regresa a su casa	119	52
Otros	54	24
Total	229	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 10,1; lo destacable es que la mayor parte de los encuestados (52%) refirió **Regresar a su casa**, el (24%) manifestó **Quedarse en la casa de un familiar**, y otro (24%) dijo tener **Diferentes motivos** por la cuales no hacen uso de los establecimientos de alojamiento.

Tabla N° 11: Satisfacción respecto a la atención recibida en el alojamiento

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	22	14
Satisfecho	33	21
Algo satisfecho	43	28
Insatisfecho	37	57
Total	155	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 11; la mayoría de los encuestados (57%) refirieron haberse sentido **Insatisfechos**, el (28%) **Algo satisfecho**, el (21%) se manifestó **Satisfecho** y solo el (14%) dijo sentirse **Completamente satisfecho** respecto a la atención recibida en el alojamiento.

Tabla N° 12: Satisfacción respecto al trato del personal del alojamiento

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	19	12
Satisfecho	28	18
Algo satisfecho	53	34
Insatisfecho	55	36
Total	155	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 12, la mayoría de los encuestados (36%) manifestó sentirse **Insatisfecho**, seguido del (34%) **Algo satisfecho**, el (18%) refirió estar **Satisfecho** y solo el (12%) dijo haberse sentido **Completamente satisfecho** respecto al trato recibido a cargo del personal del alojamiento.

Tabla N° 13: Satisfacción respecto a la higiene del alojamiento

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	22	14
Satisfecho	34	22
Algo satisfecho	43	28
Insatisfecho	56	36
Total	155	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 13, lo destacable es que la mayor parte de los encuestados (36%) refieren estar **Insatisfechos**, seguido del (28%) **Algo satisfecho**, el (22%) manifestó estar **Satisfecho** y solo el (14%) dijo sentirse **Completamente satisfecho** respecto a la higiene percibida en el alojamiento.

Tabla N° 14: Satisfacción respecto a la tarifa de las habitaciones del alojamiento

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	34	22
Satisfecho	46	30
Algo satisfecho	67	43
Insatisfecho	8	5
Total	155	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 14, la mayoría de los encuestados (43%) refieren estar **Algo satisfecho**, seguido del (30%) **Satisfecho**, el (22%) dijo estar **completamente satisfecho**, y el (8%) manifestó estar **Insatisfecho** respecto a las tarifas ofrecidas por el alojamiento.

Tabla N° 15: Satisfacción respecto a la amabilidad de los pobladores

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	66	17
Satisfecho	97	25
Algo satisfecho	106	28
Insatisfecho	115	30
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 15, lo destacable es que la mayor parte de los encuestados (30%) refieren estar **Insatisfechos**, seguido del (28%) **Algo satisfechos**, el (25%) manifestó estar **Satisfecho** y solo el (17%) dijo sentirse **Completamente satisfecho** respecto a la amabilidad percibida de los pobladores del distrito.

Tabla N° 16: Satisfacción respecto a información brindada por los pobladores acerca de la festividad

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	66	17
Satisfecho	97	25
Algo satisfecho	106	28
Insatisfecho	115	30
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 16, la mayoría de los encuestados (30%) refieren estar **Insatisfechos**, seguido del (28%) **Algo satisfecho**, el (25%) manifestó estar **Satisfecho** y solo el (17%) dijo estar **Completamente satisfecho** respecto a la información brindada por los pobladores acerca de la festividad.

Tabla N° 17: Contribución de la población con la limpieza de distrito

Contribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	126	33
No	258	67
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 17, lo destacable es que la mayoría de los encuestados (67%) refirió que los pobladores del distrito de **No** contribuyen con la limpieza del entorno, y solo el (33%) dijo que la población **Si** contribuye con la limpieza.

Tabla N° 18: Percibe usted la participación de la población Tabalosina en la festividad Virgen de la Natividad

Contribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	115	30
No	269	70
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 18, lo destacable es que la mayoría de los encuestados (70%) refirió que los pobladores del distrito de **No** participan en la celebración de la festividad, y solo el (30%) dijo que la población **Si** participa.

Tabla N° 19: Satisfacción respecto a la seguridad y protección hacia los visitantes

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	43	11
Satisfecho	69	18
Algo satisfecho	133	35
Insatisfecho	139	36
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 19, la mayoría de los encuestados (36%) manifiestan estar **Insatisfechos**, seguido del (35%) **Algo satisfecho**, el (18%) refirió estar **Satisfecho** y solo el (11%) dijo sentirse **Completamente satisfecho** respecto a la seguridad y protección durante su estadía en el distrito.

Tabla N° 20: Existencia de depósitos de basura en el distrito

Existencia	Frecuencia	Porcentaje
Si se observó	103	27
Había, pero no lo suficiente	143	37
No observo ninguno	79	21
No sabe, no opina	59	15
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 20, lo destacable es que la mayoría de los encuestados (37%) **Observo depósitos de basura pero, no lo suficiente**, seguido del (27%) que **Si observo**, el (21%) dijo que **No observo ninguno** y solo el (15%) prefirió **No opinar** sobre lo cuestionado.

Tabla N° 21: Existencia de servicios higiénicos en el distrito

Existencia	Frecuencia	Porcentaje
		23
Si se observó	89	
Había, pero no lo suficiente	133	35
No observo ninguno	93	24
No sabe, no opina	69	18
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014..

Como se observa en la Tabla N° 21, la mayoría de los encuestados (35%) **Observo servicios higiénicos pero, no lo suficiente**, seguido del (24%) que **No observo**, el (23%) dijo que **Si observo** y solo el (18%) prefirió **No opinar** sobre lo cuestionado.

Tabla N° 22: Satisfacción respecto a la organización de la festividad

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	43	11
Satisfecho	69	18
Algo satisfecho	133	35
Insatisfecho	139	36
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 22, lo destacable es que la mayoría de los encuestados (36%) dijo estar **Insatisfecho**, seguido del (35%) **Algo satisfecho**, el (18%) refirió estar **Satisfecho** y solo el (11%) manifestó sentirse **Completamente satisfecho** respecto a la organización de la festividad.

Tabla N° 23: Satisfacción respecto a la promoción de la festividad

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	163	43
Satisfecho	107	28
Algo satisfecho	97	21
Insatisfecho	17	4
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 23; la mayoría de los encuestados (43%) refirió estar **Completamente Satisfecho**, seguido del (28%) **satisfecho**, el (21%) dijo estar **Algo satisfecho** y solo el (4%) manifestó sentirse **Insatisfecho** respecto a la promoción de la festividad.

Tabla N° 24: Satisfacción respecto a las expectativas de los visitantes

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	73	19
Satisfecho	64	17
Algo satisfecho	101	26
Insatisfecho	146	38
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Como se observa en la Tabla N° 24, lo destacable es que la mayoría de los encuestados (38%) refirió estar **Insatisfecho**, seguido del (26%) **Algo satisfecho**, el (19%) manifestó estar **Completamente satisfecho** y solo el (17%) señaló sentirse **Satisfecho** respecto a las expectativas de los visitantes sobre la festividad.

Cuadro de Entrevista

Alcalde:

Nª	Preguntas	Jorge Luis Vásquez Velásquez
P.01	¿Qué es turismo para Ud.?	Es una actividad que se realiza fuera de nuestro hogar, para visitar centros de diversión o algo cultural, durante un corto tiempo.
P.02	¿La municipalidad distrital cuenta con un plan de desarrollo turístico?	No. Solo cuenta con un plan de desarrollo concertado
P.03	¿Qué proyectos turísticos existen? ¿Cuál se viene ejecutando?	No existe
P.04	¿Dentro de estos proyectos existe alguno que aporte al desarrollo de la festividad virgen de natividad?	Tampoco hay
P.05	¿Cuenta con convenios turísticos para el desarrollo de la festividad virgen de natividad?	Si contamos con convenios con la DIRCETUR.
P.06	¿Visualiza a la festividad Virgen de natividad como una oportunidad de desarrollo económico, social y cultural del Distrito?	Claro que sí, de esta manera la población genera otro tipo de ingreso y el intercambio cultural entre la población que los visita
P.07	¿Cuál es el motivo por el cual el área de turismo de la municipalidad no cuenta con un registro de visitantes de la festividad virgen de natividad?	Porque no existe un área exclusiva de turismo, el encargado es otra persona que solo se dedica cuando empieza la fiesta patronal.
P.08	¿Estaría Ud. De acuerdo con el desarrollo turístico en la festividad virgen de natividad en Tabalosos?	Sí, pero para eso se necesita un profesional neto del área de turismo y que exista planificación y coordinación con los pequeños empresarios, autoridades
P.09	¿Aportaría Ud. En la mejora para el desarrollo de la festividad virgen de natividad?	Si apoyamos a las cabezonías durante la festividad, económicamente y con la publicidad.
P.10	¿ Cree Ud. Que agregando más innovación tca. Al desarrollo de la festividad virgen de natividad generaría más influencia de turistas en el Distrito?	Tal vez si no afecta culturalmente a la población, porque la festividad siempre se hace tradicionalmente como lo realizaban nuestros antepasados

P.11	¿Ud. Cree conveniente establecer alianzas con los establecimientos de restaurantes y alojamientos para garantizar servicios de calidad a los visitantes?	Por supuesto sería lo primordial así se brindaría mejor atención a los visitantes y de esta manera se quedarían más tiempo en nuestro distrito aportando a la economía de la población.
P.12	¿Cuántas reuniones sostuvo con los empresarios turísticos locales?	Dos a tres reuniones antes de la fiesta pero son pocos los q asisten.
P.13	¿La municipalidad distrital realiza capacitaciones a los empresarios con visión a la prestación de servicios de calidad?	No por falta de coordinación.
P.14	¿Cómo evalúa Ud. La atención que brinda los restaurantes y alojamientos durante la festividad virgen de natividad?	No existe un método de medición, solo los visitantes hace mención que algunos lugares si los atienden bien.
P.15	¿Considera Ud. La importancia de la calidad de servicios para lograr la satisfacción en los visitantes?	Sí, porque de esa manera nos visitarían más personas y comentarían a otros sobre la festividad de la virgen de natividad.
P.16	¿Considera Ud. La importancia del aporte de la municipalidad Distrital para el desarrollo de la actividad?	La municipalidad debe estar presente en todas las actividades del distrito y estar en coordinación para que todo salga bien.
P.17	¿Percibe Ud. La participación masiva de la población durante la festividad de la virgen de natividad?	Si existe participación de la población más que todo los que son devotos de la virgen, que asisten a todas las actividades planteadas en la programación
P.18	¿De qué manera la población aporta en el desarrollo de la festividad?	Con la participación en las cabezonías Y acompañando a la virgen durante la festividad.
P.19	¿De qué manera la municipalidad promueve el involucramiento de la población para el desarrollo de la festividad?	Con las diferentes actividades que se realizan en esa semana, formando grupos de apoyo para mantener el orden durante la procesión.
P.20	¿Considera Ud. La importancia de la cultura turística para la mejora de la festividad?	Es importante mostrar nuestra cultura, para ser reconocidos dentro de las fiestas religiosas y el distrito resalte y tenga más visitantes.

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014

4.2. Resultados explicativos

Los siguientes resultados que se muestran a continuación, contribuirán a la validación de la hipótesis y objetivos de investigación planteada, obtenido de la encuesta realizada a los visitantes de la Festividad Virgen de la Natividad en el distrito de Tabalosos.

Tabla N° 1: Visitantes según género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	185	48
Femenino	199	52
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 01, los resultados indican el género predominante que asiste a la festividad, siendo el sexo femenino quienes conforman la mayor afluencia de visitantes con un (52%) mientras que el sexo masculino representa el (48%) de los visitantes.

Tabla N° 2: Edad promedio de los visitantes

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18- 25 años	76	20
26- 35 años	92	24
36- 55 años	86	22
56 a más años	130	34
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 02, los resultados muestran la edad promedio de los visitantes de la festividad, siendo grupo de 18 a 25 años quienes menos asisten a la festividad lo que representa el (20%), el grupo que más asiste están entre los 56 a mas años, representado por un (34%).

Tabla N° 3: Procedencia de los visitantes

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Tarapoto	99	26
Lamas	87	23
Moyobamba/Rioja	76	20
Lima	57	14
Otros	65	17
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 03, a través de los resultados se puede constatar que los visitantes procedentes de Lima representado por el (14%) son quienes menos visitan la festividad, mientras que los visitantes procedentes de Tarapoto representada por el (26%) son quienes mas acuden a esta festividad.

Tabla N° 4: Uso de servicio de restaurante

Uso de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Si	256	67
No	128	33
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 04, los resultados que se muestran indican la aceptabilidad de los visitantes al hacer uso de los establecimientos de restaurante para alimentarse lo cual servirá para la calificación de la calidad de servicio que se brinda en estos establecimientos.

A si mismo se aprecia que los visitantes que hacen uso de los establecimientos de restaurante representan el (67%) y el (33%) no lo hace, esto indica que estos establecimientos tienen una buena afluencia de clientes durante la festividad, lo que validará la hipótesis de investigación planteada.

Tabla N° 4.1: Motivos por las que no hicieron uso del servicio de restaurante

Motivos	Frecuencia	Porcentaje
Come en un familiar	66	51
Lleva comida	20	16
Otros	42	33
Total	128	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 4.1, los resultados que se muestran indican las razones que tuvieron los visitantes para no hacer uso del servicios de los establecimientos de restaurante.

También se aprecia que la principal razón por la que no lo hacen es que ingieren sus alimentos en la casa de un familiar lo cual suma (51%) y el (16%) adujo que lleva sus alimentos, lo que aporta al cumplimiento del objetivo de investigación planteada respecto a la calidad de servicio.

Tabla N° 5: Satisfacción respecto a la servicio recibida en el restaurante

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	46	18
Satisfecho	50	20
Algo satisfecho	71	27
Insatisfecho	89	35
Total	256	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 05, los resultados que se muestran indican el insipiente trabajo que se viene realizando en los establecimientos de restaurante para brindar servicio de calidad.

Se aprecia también que los resultados favorables a la calidad de atención en el restaurante suman (18%), mientras que los resultados desfavorables suman (35%), esto valida lo planteado en la hipótesis de investigación.

Tabla N° 6: Satisfacción respecto a la atención recibida por el personal

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	39	15
Satisfecho	46	18
Algo satisfecho	78	31
Insatisfecho	93	36
Total	256	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 06, los resultados indican el nivel de preparación del personal a cargo de la atención de los establecimientos de restaurantes.

De este modo se puede apreciar que los resultados favorables a la prestación del servicio suman (15%), mientras que los resultados desfavorables suman (36%), lo que confirma lo planteado en la hipótesis de investigación.

Tabla N° 7: Satisfacción respecto al tiempo de espera de los pedidos alimenticios

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	30	12
Satisfecho	60	23
Algo satisfecho	78	31
Insatisfecho	88	34
Total	256	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 07, los resultados muestran el trabajo que realizan los restaurantes para satisfacer a los clientes en cuanto al tiempo de espera de sus pedidos, es importante que las personas encargadas de brindar este servicio organicen un plan para poder brindar servicios de calidad.

Se aprecia también que los resultados favorables en cuanto al tiempo de espera suman (12%), mientras que los resultados desfavorables suman (34%) lo que contribuye con el cumplimiento del objetivo respecto a la calidad de servicios planteado en la investigación.

Tabla N° 8: Satisfacción respecto a la higiene del restaurante

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	13	5
Satisfecho	58	23
Algo satisfecho	88	34
Insatisfecho	97	38
Total	256	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 08, los resultados indican la percepción que tuvieron los visitantes en los establecimientos de restaurante respecto a la higiene, siendo esto un factor importante en la calidad de servicios, para ello es necesario conocer y establecer pautas que contribuyan a tener limpio el establecimiento.

Según lo obtenido los resultados favorables suman (5%), mientras que el desfavorable suman (38%), lo que corrobora con la hipótesis planteada respecto a la calidad de servicio.

Tabla N° 9: Satisfacción respecto al precio de los platos

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	15	6
Satisfecho	60	23
Algo satisfecho	86	34
Insatisfecho	95	37
Total	256	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 09, los resultados indican la situación de la calidad de servicio de los establecimientos de restaurante, a través del precio establecido para los platos, lo cual será determinado por los visitantes que hicieron uso de este servicio.

Así mismo se observa que los resultados favorables suman (6%), mientras que los resultados desfavorables suman (37%), lo cual contribuye al cumplimiento de objetivo planteado respecto a la calidad de servicio que brindan estos establecimientos.

Tabla N° 10: Uso de servicio de alojamiento

Uso de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Si	155	40
No	229	60
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 10, los resultados que se muestran indican la aceptabilidad de los visitantes al hacer uso de los establecimientos de alojamiento para alojarse durante su estadía, lo cual servirá para la calificación de la calidad de servicio que se brinda en estos establecimientos. A si mismo se aprecia que los visitantes que hacen uso de los establecimientos de alojamiento suman (40%) y el (60%) no lo hace, indicador que contribuirá con validación de la hipótesis planteada en el estudio de investigación.

Tabla N° 10.1: Motivos por las que no hicieron uso del servicio de alojamiento

Motivos	Frecuencia	Porcentaje
Se queda con un familiar	56	24
Regresa a su casa	119	52
Otros	54	24
Total	229	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 10.1, los resultados que se muestran indican las razones que tuvieron los visitantes para no hacer uso de los servicios de los establecimientos de alojamiento.

Donde se aprecia que la razón principal por la cual no hacen uso de los establecimientos de alojamiento es que regresan a su domicilio lo que suma (52%), esto se debe a la cercanía y al fácil acceso para llegar al distrito.

Tabla N° 11: Satisfacción respecto al servicio recibido en el alojamiento

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	22	14
Satisfecho	33	21
Algo satisfecho	43	28
Insatisfecho	37	57
Total	155	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 11, los resultados indican la aceptabilidad de la calidad de atención percibido por los visitantes en los establecimientos de alojamiento, situación que indica el nivel de preparación que tienen los prestadores de este servicio.

Así mismo se aprecia que los resultados favorables suman (14%), mientras que los resultados desfavorables suman (57%), lo que corrobora con la hipótesis de investigación planteada respecto a la calidad de servicio.

Tabla N° 12: Satisfacción respecto al trato del personal del alojamiento

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	19	12
Satisfecho	28	18
Algo satisfecho	53	34
Insatisfecho	55	36
Total	155	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 12, los resultados indican la situación de empatía de los trabajadores hacia los visitantes, y en que medida el trato recibido lograron satisfacer las expectativas esperadas ante este servicio.

Así mismo los resultados favorables suman (12%), mientras que los desfavorables suman (36%), esto corrobora con la hipótesis de investigación planteada respecto a la calidad de servicio.

Tabla N° 13: Satisfacción respecto a la higiene del alojamiento

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	22	14
Satisfecho	34	22
Algo satisfecho	43	28
Insatisfecho	56	36
Total	155	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 13, los resultados indican el trabajo realizado por los trabajadores del alojamiento en cuanto a la higiene del establecimiento y en que medida los visitantes que hicieron uso de este servicio se sintieron satisfechos.

También muestra que los resultados favorables suman (14%), mientras que los desfavorables suman (36%), esto corrobora con la hipótesis de investigación planteada respecto a la calidad de servicio.

Tabla N° 14: Satisfacción respecto a la tarifa de las habitaciones del alojamiento

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	34	22
Satisfecho	46	30
Algo satisfecho	67	43
Insatisfecho	8	5
Total	155	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 14, los resultados indican la aceptabilidad de los visitantes que hicieron uso de este servicio respecto a las tarifas ofrecidas por establecimientos de alojamiento, así mismo se muestra si lo pagado justifica el servicio recibido.

Se aprecia también que los resultados favorables suman (22%), mientras que los desfavorables suman (5%), esto corrobora con la hipótesis de investigación planteada respecto a la calidad de servicio.

Tabla N° 15: Satisfacción respecto a la amabilidad de los pobladores

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	66	17
Satisfecho	97	25
Algo satisfecho	106	28
Insatisfecho	115	30
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 15, indican el grado de cordialidad de los pobladores hacia los visitantes, así mismo se muestra si los visitantes lograron satisfacer sus expectativas respecto al acogimiento de la población.

Se aprecia también que los resultados favorables suman (17%), mientras que los desfavorables suman (30%), resultado que aporta al cumplimiento del objetivo de investigación relacionado a la cultura turística.

Tabla N° 16: Satisfacción respecto a la información brindada por los pobladores acerca de la festividad

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	66	17
Satisfecho	97	25
Algo satisfecho	106	28
Insatisfecho	115	30
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 16, los resultados muestran en que medida los pobladores se sienten identificados con la festividad brindando así cualquier información que los visitantes necesiten o deseen saber respecto a la festividad, organización y temas de otro interés.

Se aprecia también que los resultados favorables suman (17%), mientras que los desfavorables suman (30%), lo que corrobora con la hipótesis de investigación planteada respecto a la cultura turística.

Tabla N° 17: Contribución de la población con la limpieza de distrito

Contribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	126	33
No	258	67
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 17, los resultados indican la situación del nivel de cultura turística de la población, a través de la contribución de la limpieza del distrito, ya que es necesario la participación de ellos en este aspecto y demostrar a los visitantes buenas prácticas ambientales.

Así mismo se aprecia que los resultados favorables suman (33%), mientras que los resultados desfavorables suman (67%), esto corrobora a la hipótesis de investigación planteada respecto a la cultura turística.

Tabla N° 18: Percibe usted la participación de la población Tabalosina en la festividad Virgen de la Natividad

Contribución	Frecuencia	Porcentaje
Si	115	30
No	269	70
Total	384	100

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 18, los resultados indican la participación de la población en la festividad.

Así mismo se aprecia que los resultados favorables suman (30%), mientras que los resultados desfavorables suman (70%), esto corrobora a la hipótesis de investigación planteada respecto a la cultura turística.

Tabla N° 19: Satisfacción respecto a la seguridad y protección hacia los visitantes

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	43	11
Satisfecho	69	18
Algo satisfecho	133	35
Insatisfecho	139	36
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 19, los resultados indican la situación de seguridad y protección hacia visitantes durante la festividad, indicador que mostrara el trabajo realizado por las autoridades y organizadores competentes para lograr la satisfacción de los asistentes.

Del mismo modo como se puede observar, los resultados favorables suman (11%), mientras que los desfavorables suman (36%), lo que corrobora con la hipótesis de investigación planteada respecto al trabajo y gestión de las autoridades para organizar el desarrollo de la festividad.

Tabla N° 20: Existencia de depósitos de basura en el distrito

Existencia	Frecuencia	Porcentaje
Si se observó	59	15
Había, pero no lo suficiente	79	21
No observo ninguno	143	37
No sabe, no opina	103	27
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 20, los resultados indican la situación ambiental del distrito y en que medida fue considerado este importante factor para lograr espacios y áreas limpias que permitan la satisfacción de los visitantes.

Así mismo se aprecia que los resultados favorables suman (15%), mientras que los desfavorables suman (37%), lo cual valida la hipótesis de investigación planteada respecto al trabajo y gestión que realizan las autoridades para la organización de la festividad.

Tabla N° 21: Existencia de servicios higiénicos en el distrito

Existencia	Frecuencia	Porcentaje
Si se observó	69	18
Había, pero no lo suficiente	93	24
No observo ninguno	133	35
No sabe, no opina	89	23
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 21, los resultados muestran el trabajo realizado por las autoridades y organizadores de la festividad para brindar espacios para la ubicación de servicios higiénicos públicos, donde los visitantes tenga accesibilidad para realizar sus necesidades fisiológicas, así lograr la comodidad durante su estadía, ya que durante estas festividades es importante la incorporación de urinarios públicos.

Se aprecia también que los resultados favorables suman (18%), mientras que los desfavorables suman (35%), resultado que corrobora con la hipótesis de investigación planteada respecto al trabajo y gestión realizado por las autoridades distritales.

Tabla N° 22: Satisfacción respecto a la organización de la festividad

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	43	11
Satisfecho	69	18
Algo satisfecho	133	35
Insatisfecho	139	36
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 22, los resultados indican en que medida logro satisfacer a los visitantes el trabajo realizado en cuanto a la organización de la festividad.

Así mismo se aprecia que los resultados favorables suman (11%), mientras que los desfavorables suman (36%), lo cual contribuye al cumplimiento del objetivo de

investigación respecto a la gestión de las autoridades para la organización de la festividad.

Tabla N° 23: Satisfacción respecto a la promoción de la festividad

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	163	43
Satisfecho	107	28
Algo satisfecho	97	21
Insatisfecho	17	4
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 23, los resultados indican el trabajo realizado por las autoridades competentes para la promoción de la festividad, y en qué medida logro influenciar e informar a los visitantes sobre dicha celebración. Se aprecia también que los resultados favorables suman (43%), mientras que los desfavorables suman (4%), lo que demuestra que la promoción de la festividad fue un trabajo realizado de manera adecuada, por lo tanto no es un factor para validar la hipótesis de investigación planteada.

Tabla N° 24: Satisfacción respecto a las expectativas de los visitantes

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Completamente satisfecho	73	19
Satisfecho	64	17
Algo satisfecho	101	26
Insatisfecho	146	38
Total	384	100

Fuente: Elaboración propia, Setiembre - 2014.

Conforme a la información presentada en la Tabla N° 24, los resultados indican en qué medida los visitantes lograron satisfacer sus expectativas durante la festividad, siendo esto un indicador para evaluar el trabajo que realizaron los involucrados en el desarrollo de la festividad para lograr la aceptabilidad de los visitantes.

Se aprecia también que los resultados favorables suman (19%), mientras que los desfavorables suman (38%), lo que corrobora con la hipótesis de investigación planteada respecto a la cooperación y gestión de las autoridades.

Sistematización de entrevista

Autoridad Local

Indicador	Medición	Especificaciones
Plan de desarrollo	0	Solo el plan concertado
N° de proyectos	0	
N° de convenios	01	DIRCETUR
Opinión sobre la oportunidad de desarrollo del distrito	Buena	
N° reuniones de turismo con empresarios locales	03	Falta de coordinación
Percepción sobre alianzas con los pequeños empresarios turísticos.	Necesario	Para brindar un mejor servicio de calidad

Fuente: Elaboración propia, Setiembre 2014

4.3 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La actividad turística en la región San Martín, hoy en día ha alcanzado un desarrollo considerable ya que posee gran riqueza natural y cultural entre ellas cascadas, orquídeas y mariposas. También se caracteriza por tener un paisaje florido y una atmósfera tropical.

El distrito de Tabalosos, es uno de los lugares en donde se celebra la Festividad religiosa Virgen de la Natividad, el presente trabajo de investigación se desarrolló en marco a esta celebración con el objetivo de determinar las **causas que limitan la satisfacción de los visitantes**; para ello es necesario tener en cuenta que la satisfacción del consumidor se puede definir como un juicio, bien de naturaleza cognitiva o bien de carácter afectivo o emocional, que deriva de la experiencia del individuo con el producto o servicio, durante el trabajo de investigación los visitantes hicieron referencia que la calidad de los servicios en los establecimientos de (Restaurante y Alojamiento) es deficiente, ya que la falta de higiene, calidad de atención de los empleados fueron las principales causas de esta apreciación, lo que genera malestar e incomodidad en los mismos.

Durante el estudio realizado los visitantes manifestaron que los pobladores son poco empáticos, además que al momento de solicitar información o pedir ayuda para esclarecer alguna duda, no cuentan con la información suficiente, y que son los mismos pobladores quienes no contribuyen con el cuidado del medio ambiente, lo cual demuestra la falta de Cultura Turística, y la deficiente información sobre la importancia del desarrollo turístico en su distrito.

Así mismo las municipalidades (Gobiernos locales y regionales) influyen mucho en cuanto a la satisfacción de los visitantes; como ente rector gestiona, invierte, planifica, aporta al desarrollo turístico, razón por la cual se debe convertir a nuestros municipios tradicionales en municipios turísticos, que son mucho más, que una simple organización administrativa. En la actualidad la municipalidad distrital de Tabalosos no cuenta con un registro de la cantidad de visitantes que recibe durante esta festividad, lo cual le serviría para realizar un análisis de los ingresos económicos que deja la festividad e ir mejorando año tras año, así mismo en la entrevista realizado al alcalde Jorge Luis Vásquez Velásquez manifestó, que su gestión en curso viene trabajando en le elaboración del registro de visitantes de la festividad, también hizo referencia que el plan de gobierno está orientado a

desarrollar proyectos ajenos al turismo. En cuanto a la celebración de la festividad, el alcalde acoto que realizó un trabajo conjunto con los cabezones y la iglesia a fin de llevar a cabo una buena organización, además asumió una de las cabezonias, a fin de involucrarse con dicha celebración y continuar con las tradiciones y lograr la satisfacción de los visitantes y que año tras año aumente la afluencia de visitantes y por ende lograr el desarrollo turístico en el distrito, para lograr esto es importante que la población desarrolle cultura turística, lo cual permitirá mantener estas tradiciones vivas, la obtención del mayor beneficio para las comunidades receptoras.

Variable Independiente X1: Calidad de atención que brindan los restaurantes y alojamientos.

Hoy en día las necesidades de los visitantes son cada vez más exigentes, requieren de servicios de calidad que vayan acorde con las exigencias, razón por la cual las empresas que brindan servicios de turismo se ven en la obligación de estar en un proceso de mejora y crecimiento para cumplir con los estándares de calidad que requieren sus servicios para lograr la satisfacción de los visitantes, a través del trabajo de investigación se obtuvo que:

Los visitantes de la Festividad Virgen de la Natividad en su mayoría hacen uso de los establecimientos de restaurantes los cuales manifiestan la carente atención recibida, así mismo manifestaron su insatisfacción respecto al tiempo de espera de los alimentos, del mismo modo refutaron la higiene percibida en los establecimientos, incluso declararon que el precio pagado no compensa al servicio recibido. Según **Blanco (2009. p, 61)**: Un servicio bien encaminado puede ser una excelente estrategia de mercadeo para una organización, lográndose posicionar en las mentes de los consumidores, ya que atraer a un nuevo cliente es considerado seis veces más caro que mantener uno. El servicio debe abarcar a todo el personal que tenga relación directa con el cliente en forma rutinaria.

Lo descrito antes por el autor es una realidad que todos los prestadores de servicios deben tener en cuenta, ya que contar con estrategias logra brindar servicios de calidad y la satisfacción de los clientes.

Por otra parte, los que hicieron uso de los establecimientos de alojamiento, afirmaron que quedaron insatisfechos con la atención recibida, debido al trato que recibieron dentro del establecimiento, así mismo muestran insatisfacción con el

personal que labora en él, ya que muestran falta de preparación. Para **Gonzales (2013. p, 148)**: Mantener a los visitantes totalmente satisfechos puede dar como resultado una serie de beneficios en favor de la actividad turística y de la localidad, como por ejemplo: incrementar la posibilidad de que las personas repitan su visita, que recomiende el destino a sus conocidos o que haga publicidad positiva del lugar.

Según los resultados obtenidos es importante tener en cuenta lo que menciona el autor, es decir que los prestadores de servicios de restaurante y alojamiento deben priorizar la calidad de sus servicios y así lograr la satisfacción de los clientes para que se lleven una buena experiencia y sean portadores de buenos mensajes para otras personas que aún no visitan la festividad.

En cuanto a la higiene percibida en el interior y exterior del establecimiento de alojamiento los visitantes también muestran insatisfacción. En cuanto a la tarifa de las habitaciones los encuestados manifestaron que son mínimos lo cual se refleja en el servicio recibido.

Es notorio que estos establecimientos carecen de una buena calidad de servicios que permitan satisfacer las necesidades y expectativas de los visitantes, lo cual se pone en manifiesto a través de la encuesta realizada, donde la mayoría expresa su insatisfacción. En tanto, **Gonzales (2014. p, 22)**: Es importante considerar que la satisfacción de los visitantes juega un papel importante en el desarrollo de la actividad turística donde la calidad de los servicios brindados es un factor primordial que día a día se debe de mejorar

Finalmente a partir de los resultados obtenidos y teniendo en cuenta lo descrito por el autor es necesario que los prestadores de servicio de restaurante y alojamiento del distrito tengan en cuenta la importancia de la calidad de servicios y en qué medida esto logra satisfacer a los clientes y dejar de ver a la festividad como un negocio el cual solo les permite lucrarse año tras año.

Variable Independiente X2: Nivel de cultura turística de los pobladores

Es importante reconocer el papel que juegan los pobladores dentro de la actividad turística, ya que ellos cumplen el rol de anfitriones, por tal motivo se debe concientizar a la población y generar Cultura Turística el cual se vea reflejado a través de la cordialidad, amabilidad, facilitación de información entre otras actitudes positivas que contribuyan a la satisfacción de las exigencias que demandan los

visitantes; al realizar la encuesta de investigación se obtuvo los siguientes resultados:

Los visitantes percibieron que la población no posee amabilidad ni cordialidad al momento de interactuar con ellos, además manifestaron la poca predisposición de los pobladores al momento de brindar información o cualquier otra solicitud de ayuda que permita esclarecer alguna duda. Contrastando con **Zegarra (2013. p, 94)**: La cortesía, la seguridad y los elementos tangibles (instalaciones y personas) son algunos rasgos que influye en la satisfacción de los turistas.

Es importante que la población del distrito de Tabalosos se integre a la festividad a través de buenas actitudes que permitan hacer sentir a los visitantes la acogida esperada, y así vivir una experiencia agradable.

Del mismo modo los encuestados observaron que los pobladores no contribuyen con la limpieza del distrito, debido a que en muchas oportunidades son ellos quienes terminan botando cualquier desperdicio en las calles. Para **Sánchez (2008. p, 48)** Un poblador consiente de su educación ambiental, preocupado por los problemas relacionados con ese ambiente, y que tenga conocimiento, actitudes, motivaciones, compromiso y habilidad para trabajar individual y colectivamente en busca de soluciones para resolver los problemas actuales y prevenir los futuros, acciones que dejara una buena impresión para los visitantes de la localidad, es decir la cultura turística, como proceso educativo, forma parte de la cultura íntegra de las comunidades anfitrionas dada la inserción del turismo como actividad preponderante, por lo que resulta un aspecto de la cotidianidad, algo que les pertenece y a lo cual pertenecen.

Teniendo en cuenta lo mencionado por el autor, la población Tabalosina carece educación ambiental, ya que son ellos quienes causan la contaminación ambiental de la localidad, lo que genera una mala impresión e insatisfacción en los visitantes.

Según **Seminario (2007)**: Debemos ver a los turistas como a nuestros invitados, tratarlos con amabilidad, ofrecerles servicios de calidad, buena atención y buenos precios, ya que su visita contribuye a la generación de puestos de trabajo. Cabe resaltar que la satisfacción del visitante, está ligada a la Cultura Turística de las localidades, siendo el principal elemento la amabilidad con que se los trate.

Siendo Tabalosos una localidad con potencial turístico la participación de la población es más que importante ya que los beneficia, creando oportunidades de trabajo, crecimiento económico, además debemos mentalizarnos que si los visitantes y/o turistas viven una experiencia satisfactoria empezaran a transmitir buenos mensajes que permitirá el crecimiento turístico en la localidad.

Variable Independiente X3: Gestión turística local

La actividad turística es una actividad que genera desarrollo para las localidades, razón por la cual es importante que las autoridades municipales implementen a su de gobierno planes de desarrollo turístico de esta forma contribuir a la Festividad Virgen de la Natividad. Para reforzar los resultados obtenidos a través de las encuestas se realizó una guía de preguntas al alcalde distrital (Ver ANEXO N° 4), donde reconoce la importancia de la actividad turística y los beneficios que este trae consigo, así mismo manifestó que la municipalidad actualmente no cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico, solo cuenta con un Plan de Desarrollo Concertado, además se encontró que no cuentan con Proyectos Turísticos para realizar durante su gestión.

Hoy en día la Municipalidad Distrital tiene convenio con la DIRCETUR –SM considerada una buena alianza para mejorar la actividad turística en el distrito ya que se trabajó el inventario turístico. Así mismo las autoridades municipales deben reconocer la importancia de los convenios con los organismos privados para el desarrollo turístico así como de la festividad. Para **Borthiry (2002)**: El sector público debe brindar un espacio de acción al sector privado en los proyectos de turismo y de esta manera trabajar conjuntamente hacia el desarrollo local.

En la cuanto a la festividad Virgen de Natividad el alcalde manifestó no tener proyectos o planes que contribuyan a la mejora de la organización, no cuentan con un registro de visitantes que anualmente asisten, del mismo modo manifestó no realizar talleres de capacitación con los empresarios y/o actores turísticos a fin de mejorar la organización y el servicio brindado durante los días festivos.

Según **Granados (2000)**: Las áreas de acción que las municipalidades deben tener en cuenta para el desarrollo de la actividad turística deberían ser: Fomento de inversiones, promoción, capacitación, planificación e investigación, administración de servicios, recreación. Una localidad con potencial turístico es necesario que cuente

con un área turística donde se desarrollen las necesidades que esta actividad requiere.

Así mismo **Mara (2006. p, 04)**: La estrecha relación entre competitividad y sostenibilidad en turismo condiciona y fija la forma de planificación y gestión de los destinos actualmente y también lo hará en el futuro. Toda localidad debe de tener planificado la gestión de la actividad turística lo cual contribuirá al desarrollo del mismo.

De la encuesta realizada a los visitantes se obtuvo lo siguiente. Los visitantes manifestaron que se sienten inseguros durante su visita a la festividad ya que no percibieron personas encargadas de la seguridad (serenazgo, policías, o representante de la rondas campesinas,) que estén a la expectativa de cualquier acontecimiento negativo que pueda suceder. Así mismo identificaron un mínimo de depósitos de basuras los cuales estaban situados en zonas de poca afluencia de visitantes, razón por la cual son notorios los desperdicios dejados en las calles, generando mal aspecto al distrito. Además los encuestados mostraron su incomodidad al manifestar que le fue tedioso encontrar un lugar donde puedan realizar sus necesidades fisiológicas, lo que generó malestar entre los asistentes.

De este modo la organización de la festividad no se diferenció de los años anteriores, por lo cual los visitantes que acuden anualmente a esta festividad lo calificaron como insatisfactorio, ya que año tras año esta celebración festiva no muestra ninguna mejora, debido a la carencia de los factores antes mencionados, más aun habiendo realizado una buena promoción de la festividad, siendo esto lo manifestados por los encuestados.

Asimismo, **Oyarzún y Szmulewicz (1934. p, 10)**: Gestión municipal, regional y en general de las administraciones públicas suelen ser determinantes en la calidad de un destino. Es necesario establecer sistemas más dinámicos capaces de autofinanciarse y de llevar a cabo medidas comercializadoras más dinámicas y efectivas.

Finalmente los resultados obtenidos reflejan deficiencia en la organización y en el trabajo que la municipalidad distrital viene realizando para desarrollar la festividad, lo que hace que los visitantes terminen por no satisfacer del todo sus expectativas, es responsabilidad de los representantes municipales, empezar a aprovechar este

potencial que el distrito tiene, y realizar un trabajo en equipo con la población y los empresarios de los establecimientos de restaurantes y alojamiento, para lograr mejorar la falencias que impiden la satisfacción de los visitantes.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- A lo largo de la presente investigación se logró determinar que las causas que limitan la satisfacción de los visitantes de la Festividad Virgen de la Natividad son; los bajos niveles de calidad de los servicios que brindan los restaurantes y alojamientos, la débil cultura turística de la población y la deficiente gestión turística local de las autoridades.
- Cabe considerar por otra parte que los bajos niveles de calidad en el servicio que brindan los restaurantes y alojamientos son el factor limitante para la insatisfacción de los visitantes de la Festividad Virgen de la Natividad.
- Según como se puede señalar la débil cultura turística, es causado por la falta de concientización en la población, y al desconocimiento de los beneficios que genera la actividad turística en su localidad.
- Por último es conveniente resaltar que la deficiente gestión turística local en relación a la Festividad Virgen de la Natividad se ve reflejado en el bajo presupuesto que posee, es por ello la inexistencia de planes, proyectos, convenios, etc., lo cual afecta significativamente a esta festividad y a la organización en general, no logrando la satisfacción de los visitantes.

5.2. Recomendaciones:

- De acuerdo con el estudio de investigación que se ha venido realizando se debe incentivar a los propietarios de los restaurantes y alojamientos del distrito de Tabalosos, que estén en constante capacitación para cubrir las exigencias y estándares de calidad al brindar un buen servicio.
- En la misma forma impulsar a la población Tabalosina a la participación durante la Festividad de la Virgen de Natividad y practicar la cultura turística, de esta manera lograr que los visitantes se sientan cómodos en esta festividad que atrae gran afluencia al distrito.
- De acuerdo a los requerimientos es necesario crear un área exclusiva de turismo y que se involucre con los temas turísticos, de esta forma mejorar la planificación de las actividades que desarrollen en su localidad, al mismo tiempo elaborando proyectos que beneficien tanto a la municipalidad como a la población, posteriormente a diversificar la oferta turística en la región San Martín.
- Como las cosas son cambiantes hasta en los trabajos de investigación, siempre se desea que haya una mejora continua del mismo. Por lo tanto se recomienda a los futuros investigadores tomar en cuenta este proyecto para el desarrollo de nuevos estudios que se relacionen con el tema investigado ya que la región San Martín cuenta con un gran potencial que necesita ser aprovechado para lograr el crecimiento de la actividad turística en las distintas localidades.

Referencias Bibliográficas

Libros

- Acerenza, D. M. (2013). *Gestión Pública de Turismo IV: Conducción del Turismo*. México: Trillas.
- Blancas , P. F., y Buitrago, E. E. (2005). *Estructura y política turística de Sevilla*. Sevilla y Anadalucía - España: Eumed.
- Blanco , P. J. (2009). *Medición de la Satisfacción del Cliente del Restaurante Museo Taurino, y Formulación de Estrategias de Servicio para la cración de valor (Tesis de Pregrado)*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogota.
- Borthiry, L. N. (2002). *Gestión Pública Municipal del Turismo*. México .
- Calva , G. J. (2009). *Satisfacción de Usuarios: la investigacion sobre las necesidades de información*. México: Primera edición.
- Denove, C., y Power, J. (2006). *Satisfaccion*. California, EE.UU: Portfolio.
- Devesa, F. M., Laguna, G. M., & Palacios, P. A. (2009). Motivación, satisfaccion y lealtad en el turismo: el caso de un destino interios. *Revista Electrónica de Motivación y Elección*, 170.
- Emperatriz, C. N., y Arcaya, C. L. (2011). *Grado de Satisfacción de los Servicios Turísticos en la ciudad de Puno (Tesis de Maestría)*. Universidad Nacional del Altiplano , Puno.
- González, D. A. (2004). El anfitrión como actor social en el turismo: Reflexiones desde el caso de Ixtapan de la Sal, México. *Ciencias Sociales*, 159.
- González, H. M. (2012). *Cultura Turistica de la Población Local Anfitriona del Turismo*. España: Académica Española.
- Gonzales, P. R. (2014). *La Calidad y la Satisfacción del cliente en la Hoteleria Low Cost (Tesis de Pregrado)*. Universidad de Valladolid, España.
- Gonzales, V. I. (2013). *La Satisfaccion de los Visitantes como estrategia de mejora en los Productos Turísticos del Pueblo Mágico Tepotzotlan (Tesis de Maestría)*. Instituto Politécnico Nacional , México.
- Malca, R. C. (2012). *Analisis de Conciencia Turística en los agentes turísticos del centro monumental historico de la ciudad de Chiclayo*. Pimentel .
- Mara, M. R. (2006). *Competitividad de Destinos Turísticos y Sostenibilidad Estrategica (Tesis Doctoral)*. Universitat de Barcelona, Barcelona.
- Martínez, C. R. (2013). *Santuario, Fiestas patronales, Peregrinaciones y Turismo Religioso*. Málaga - España: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.

Oyarzún , E., y Szmulewicz, P. (1934). Fortalecimiento de la Gestión en Destinos Turísticos. *Turismo y Sociedad*, 10.

Ramírez, C. C. (2002). *Calidad total en las empresas turísticas*. México: Trillas S.A.

Sanchez , C. W. (2008). Aspectos de Cultura Turística en Tulum Quintana Roo. *Divulgación* , 48.

Sosa, D. C. (1995). *Como elaborar un Proyecto de Inversión Turística*. Lima- Perú: San Marcos.

Tafur , M. R., y Espinola, E. L. (2013). *Nivel de satisfacción en los servicios del restaurante, bar, snack cabaña y cafetería del golf y country club de Trujillo (Tesis de Pregrado)*. Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo.

Vicente, M. J., y Peiro, S. J. (2014). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente*. España: Síntesis.

Zegarra , C. A. (2013). *Influencia de la Gestión de Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente del Operador Turístico Muchik Tours S.A.C. (Tesis de Pregrado)*. Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo.

Páginas Web

Abadi, M. (2004). *La Calidad de Servicio*. Recuperado el 16 de Junio de 2015, de www.google.com.pe

Enciclopedia del Turismo, H. y. (2007). *Catarina Enciclopedia*. Recuperado el 16 de Junio de 2015, de Definición de Restaurantes: catarina.udlap.mx

Fernandez. (2004). *Patrimonio y Cultura*. Recuperado el 3 de Junio de 2015, de Patrimonio: <http://catarina.udlap.mx/>

Gonzales, M. (2006). *RELITUR*. Recuperado el 15 de Junio de 2015, de Definición e Historia del Turismo Religioso: <http://www.relitour.com>

Granados, M. M. (3 de Junio de 2000). *Rol de los Municipios en el Desarrollo del Turismo*. Recuperado el 12 de Abril de 2016, de Planificación Turística: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v03_n6/rol.htm

Méndez, R. J. (13 de mayo de 2013). *Calidad: Conceptos y filosofía*. Recuperado el 17 de Junio de 2015, de La calidad: <http://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/>

MINCETUR. (2004). Recuperado el 16 de Junio de 2015, de <http://www.mincetur.gob.pe>

MINCETUR. (2013). Recuperado el 15 de Junio de 2015, de www.mincetur.gob.pe

- MINCETUR. (2004). *ENCICLOPEDIA* . Recuperado el 16 de Junio de 2015, de Guías amazónicas: <http://www.mincetur.gob.pe>
- MINCETUR. (2013). *Conceptos claves* . Recuperado el 15 de Junio de 2015, de MINCETUR : www.mincetur.gob.pe
- MINCETUR. (2015). *Cultura Turística*. Recuperado el 2 de Mayo de 2016, de Definición de Cultura Turística : <http://ww2.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/cultura-turistica/>
- OMT. (1995). *Turismo Sostenible*. Recuperado el 16 de Junio de 2015, de Conceptos Claves: <http://www.ucipfg.com>
- OMT. (2008). Recuperado el 15 de Junio de 2015, de Glosario Básico: <http://media.unwto.org>
- OMT. (1998). *Conceptos Fundamentales de Turismo*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2015, de Introduccion al Turismo: http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf
- OMT. (2008). Recuperado el 15 de Junio de 2015, de Glosario básico: <http://media.unwto.org>
- Rinschede. (2013). *Turismo Religioso como oportunidad para el desarrollo Rural Sustentable*. Recuperado el 16 de Junio de 2015, de Eumed.net enciclopedia virtual: <http://www.eumed.net>
- Rodriguez. (2006). *Gestion del conocimiento*. Recuperado el 5 de Junio de 2015, de Definiciones de Gestion de Conocimiento: www.econlink.com.ar
- SECTUR. (6 de junio de 2008). *Glosario de Términos Turísticos*. Recuperado el 20 de Mayo de 2015, de SECTUR: <http://www.datatur.sectur.gob>
- Seminario , M. (25 de Marzo de 2007). *PROMPERU*. Recuperado el 22 de Enero de 2016, de Cuida al Turista : <http://www.cuscoweb.com/noticias/detalles.php?d=6192>
- Stanton, E. (Agosto de 2006). *Promonegocios*. Recuperado el 16 de Junio de 2015, de Definicion de Servicios: www.promonegocios.net
- Tylor, E. B. (22 de Julio de 1897). *LA Cultura: Concepto y Estudio*. Recuperado el 15 de Mayo de 2015, de Concepto de cultura: <http://www.liceus.com>
- UNESCO. (17 de Octubre de 2003). *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural*. Recuperado el 3 de Junio de 2015, de UNESCO: <http://unesdoc.unesco.org>

Westbrock. (Junio de 2004). *EFDEPORTES*. Recuperado el 16 de Junio de 2015, de
Calidad y Satisfacción en los Servicios: <http://www.efdeportes.com>

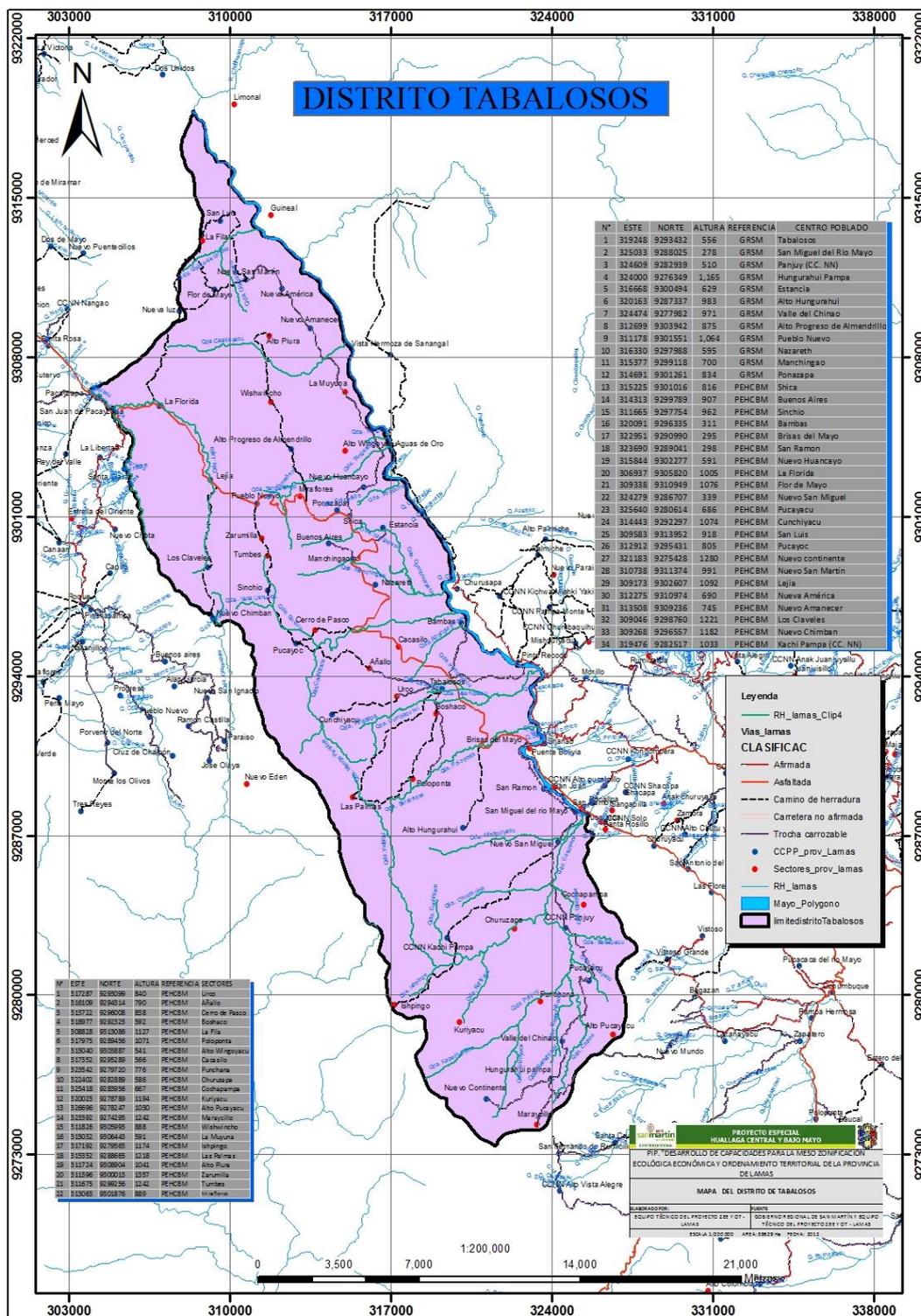
ANEXOS

ANEXO N° 01: Mapa de ubicación del Distrito de Tabalosos en la Provincia de Lamas



Fuente: Municipalidad Provincial de Lamas, Setiembre - 2014

ANEXO N° 02: Mapa geográfico del Distrito de Tabalosos.



Fuente: Municipalidad Provincial de Lamas – Setiembre 2014

9. ¿Está satisfecho usted con el precio pagado por el servicio que recibió?

- a. Completamente satisfecho
- b. Satisfecho
- c. Algo satisfecho
- d. Insatisfecho

10 ¿Ha hecho uso de los establecimientos de alojamiento del distrito de Tabalosos?

SI

NO

10.1 Si su respuesta es no especificar y pasar a la pregunta nº 15

.....

11. ¿Está satisfecho con el servicio recibido en el alojamiento?

- a. Completamente satisfecho
- b. Satisfecho
- c. Algo satisfecho
- d. Insatisfecho

12. ¿El personal fue amable y respetuoso al momento de atender en el alojamiento?

- a. Completamente satisfecho
- b. Satisfecho
- c. Algo satisfecho
- d. Insatisfecho

13. ¿La higiene exterior e interior del alojamiento logro satisfacer sus necesidades?

- a. Completamente satisfecho
- b. Satisfecho
- c. Algo satisfecho
- d. Insatisfecho

14. ¿Está satisfecho usted con el precio pagado por el servicio que recibió?

- a. Completamente satisfecho
- b. Satisfecho
- c. Algo satisfecho
- d. Insatisfecho

CULTURA TURÍSTICA

15. ¿Quedo satisfecho con la amabilidad brindada por los pobladores del Distrito de Tabalosos?

- a. Completamente satisfecho
- b. Satisfecho
- c. Algo satisfecho
- d. Insatisfecho

16. ¿Quedo satisfecho respecto a la información brindada por los pobladores sobre la festividad o algún otro tema de su interés?

- a. Muy informada
- b. Informada
- c. Poco informada
- d. No sabe no opina

17. ¿Ha observado ud. si la población contribuye con la limpieza pública del Distrito durante su visita a la Festividad Virgen de la Natividad?

- a. Si se observó
- b. No

ANEXO N° 04: Guía de Preguntas

La siguiente guía de preguntas está dirigida al alcalde distrital de Tabalosos

1. ¿Qué es turismo para Ud.?
2. ¿La municipalidad distrital cuenta con un plan de desarrollo turístico?
3. ¿Qué proyectos turísticos existen? ¿Cuál se viene ejecutando?
4. ¿Dentro de estos proyectos existe alguno que aporte al desarrollo de la festividad virgen de natividad?
5. ¿Cuenta con convenios turísticos para el desarrollo de la festividad virgen de natividad?
6. ¿Visualiza a la Festividad Virgen de la Natividad como una oportunidad de desarrollo económico, social y cultural del distrito?
7. ¿Estaría Ud. De acuerdo con el desarrollo turístico en la Festividad Virgen de la Natividad en Tabalosos?
8. ¿Aportaría Ud. En la mejora para el desarrollo de la Festividad Virgen de la Natividad?
9. ¿Cree Ud. Que agregando más innovación tca. Al desarrollo de la Festividad Virgen de la Natividad generaría más influencia de turistas en el distrito?
10. ¿Ud. Cree conveniente establecer alianzas con los establecimientos de restaurantes y alojamientos para garantizar servicios de calidad a los visitantes?
11. ¿Cuántas reuniones sostuvo con los empresarios turísticos locales?
12. ¿La municipalidad distrital realiza capacitaciones a los empresarios con visión a la prestación de servicios de calidad?
13. ¿Cómo evalúa Ud. La atención que brinda los restaurantes y alojamientos durante la Festividad Virgen de Natividad?
14. ¿Considera Ud. La importancia de la calidad de servicios para lograr la satisfacción en los visitantes?
15. ¿Considera Ud. La importancia del aporte de la municipalidad distrital para el desarrollo de la actividad?
16. ¿Percibe Ud. La participación masiva de la población durante la Festividad de la Virgen de la Natividad?
17. ¿De qué manera la población aporta en el desarrollo de la festividad?
18. ¿De qué manera la municipalidad promueve el involucramiento de la población para el desarrollo de la festividad?
19. ¿Considera Ud. La importancia de la cultura turística para la mejora de la festividad?

ANEXO N° 05: Fotografía de la parroquia del distrito de TABALOSOS

PARROQUIA VIRGEN DE LA NATIVIDAD



Fuente: Archivo propio, Setiembre - 2014

ANEXO N° 06: Fotografía del Trabajo de campo APLICACIÓN DE ENCUESTA



Fuente: Archivo propio, Setiembre - 2014



Fuente: Archivo propio, Setiembre - 2014

ANEXO N° 07: Fotografía de la VIRGEN DE LA NATIVIDAD



Fuente: Archivo propio, Setiembre - 2014