



UNAP



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y
TURISMO**

TESIS

**“BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE Y CALIDAD DEL
SERVICIO TURÍSTICO EN EL DISTRITO DE NAUTA 2021”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO**

**PRESENTADO POR:
CLAUVER YUYARIMA TINA**

**ASESOR:
Lic. Adm. VÍCTOR RAÚL REÁTEGUI PAREDES, Dr.**

IQUITOS, PERÚ

2023



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS

FACEN

"COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TÍTULOS"



ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS N°024-CCGyT-FACEN-UNAP-2023

En la ciudad de Iquitos, a los **23** días del mes de **febrero** del año 2023, a horas: **04:00 p.m.** se dio inicio haciendo uso de la **plataforma Google meet** la sustentación pública de la Tesis titulada: "**BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE Y CALIDAD DEL SERVICIO TURISTICO EN EL DISTRITO DE NAUTA 2021**", autorizado mediante **Resolución Decanal N°0296-2023-FACEN-UNAP** presentado por el Bachiller en Negocios Internacionales y Turismo **CLAUVER YUYARIMA TINA**, para optar el Título Profesional de **LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO** que otorga la UNAP de acuerdo a Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

El Jurado calificador y dictaminador está integrado por los siguientes profesionales:

Lic. Adm. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Dr.	(Presidente)
Lic. Nit. CYNTHIA LUDY SANCHEZ ELALUFF, Mg.	(Miembro)
Lic. Nit. JOSÉ ANTONIO ORBE DÁVILA, Mg.	(Miembro)

Luego de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas de **FORMA SATISFACTORIA**:

El jurado después de las deliberaciones correspondientes, arribó a las siguientes conclusiones: La Sustentación Pública y la Tesis han sido: **APROBADAS** con la calificación de **DIECISIETE (17)**.

Estando el Bachiller apto para obtener el Título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales y Turismo.

Siendo las 19:24 p.m. del **23** de **febrero** del 2023, se dio por concluido el acto académico.


Lic. Adm. JORGE LUIS MERA RAMÍREZ, Dr.
 Presidente


Lic. Nit. CYNTHIA LUDY SANCHEZ ELALUFF, Mg.
 Miembro


Lic. Nit. JOSÉ ANTONIO ORBE DÁVILA, Mg.
 Miembro


Lic. Adm. VICTOR RAÚL REATEGUI PAREDES, Dr.
 Asesor

Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonia del Perú, rumbo a la acreditación

Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos – Maynas – Loreto
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: facen@unapiquitos.edu.pe
 Teléfonos: #065-234364 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264

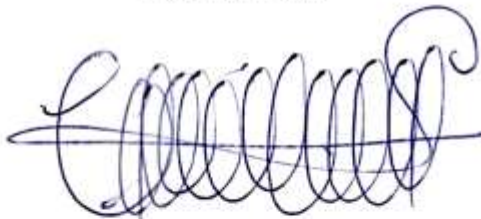


JURADO Y ASESOR



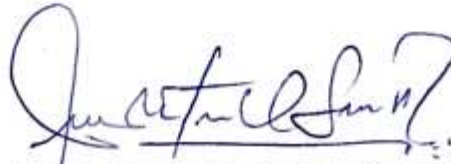
Lic. Adm. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Dr.

Presidente
CLAD-01950



Lic. Nit. CYNTHIA LUDY SANCHEZ ELALUFF, Mg.

Miembro
CLAD - N° 007159



Lic. Nit. JOSÉ ANTONIO ORBE DÁVILA, Mg.

Miembro
CLAD - N 014893



Lic. Adm. VICTOR RAÚL REATEGUI PAREDES, Dr.

Asesor
CLAD-01966

RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD



Nombre del usuario:
Universidad Nacional de la Amazonia Peruana

ID de Comprobación:
78959848

Fecha de comprobación:
28.11.2022 12:00:18 -05

Tipo de comprobación:
Doc vs Internet

Fecha del Informe:
28.11.2022 12:12:55 -05

ID de Usuario:
Ocultado por Ajustes de Privacidad

Nombre de archivo: TESIS RESUMEN CLAUVER YUYARIMA TINA

Recuento de páginas: 43 Recuento de palabras: 8825 Recuento de caracteres: 54256 Tamaño de archivo: 1.08 MB ID de archivo: 90037069

12.6% de Coincidencias

La coincidencia más alta: 2.55% con la fuente de Internet (<https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/>)

12.6% Fuentes de Internet 1000

Página 45

No se llevó a cabo la búsqueda en la Biblioteca

22.9% de Citas

Citas 38

Página 46

No se han encontrado referencias

0% de Exclusiones

No hay exclusiones

DEDICATORIA

Esta tesis de investigación titulado “BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE Y CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO EN EL DISTRITO DE NAUTA 2021” va dedicado a todas las personas que me apoyaron incondicionalmente y en especial a mis padres; porque siempre me inculcaron a no rendirme, y así lograr mi meta y objetivo. A Dios por darnos la vida y la fortaleza de seguir luchando por lo que más deseamos y anhelamos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la salud y la vida y a mi familia que es el motivo por el cual sigo de pie, también a todas las personas que de una y otra manera me apoyaron en el desarrollo de mi tesis de investigación titulado “BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE Y CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO EN EL DISTRITO DE NAUTA 2021”

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
JURADO Y ASESOR	iii
RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	5
1.1. Antecedentes	5
1.2. Bases teóricas	7
1.3. Definición de términos básicos	12
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	14
2.1 Formulación de la hipótesis	14
2.2 Variables y su operacionalización	14
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y diseño	17
3.2. Diseño muestral	18
3.3. Procedimientos de recolección de datos	19
3.4. Procesamiento y análisis de datos	20
3.5. Aspectos éticos	20
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	21
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	38

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	41
CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES	42
CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN	43
ANEXOS	
1. Matriz de consistencia	
2. Instrumento de recolección de datos	
3. Estadística complementaria	
4. Consentimiento informado	

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Buenas prácticas de turismo sostenible	21
Tabla 2 Eje ambiental	22
Tabla 3 Eje Socio - Económico	23
Tabla 4 Eje turístico	24
Tabla 5 Calidad del Servicio Turístico	26
Tabla 6 Tangibles	27
Tabla 7 Confiabilidad	28
Tabla 8 Responsabilidad	29
Tabla 9 Confianza	30
Tabla 10 Empatía	31
Tabla 11 Prueba de normalidad	33
Tabla 12 Relacion entre las buenas prácticas de turismo sostenible y la calidad del servicio turístico	34
Tabla 13 Relacion entre la dimensión eje ambiental y la calidad del servicio turístico	35
Tabla 14 Relacion entre la dimensión eje socio económico y la calidad del servicio turístico	36
Tabla 15 Relacion entre la dimensión eje turista y la calidad del servicio turístico	37

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Buenas prácticas de turismo sostenible	21
Figura 2 Eje ambiental	22
Figura 3 Eje Socio - Económico	23
Figura 4 Eje turístico	25
Figura 5 Calidad del Servicio Turístico	26
Figura 6 Tangibles	27
Figura 7 Confiabilidad	28
Figura 8 Responsabilidad	29
Figura 9 Confianza	30
Figura 10 Empatía	31

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: determinar la relación entre buenas prácticas de turismo sostenible y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021, en donde se optó por un estudio de tipo aplicada, nivel descriptivo-correlacional con diseño no experimental, el cual estuvo conformado por una población de 126,000 turistas, tomando la muestra de 368 turistas, a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta y el cuestionario de preguntas como instrumento para la recolección de datos. Llegando a la conclusión que las buenas prácticas de turismo sostenible se vienen desarrollando de forma regular (32%). Por su parte, la calidad de servicio turístico es calificada como regular (31%). En cuanto a la relación se determinó que existe relación significativa entre buenas prácticas de turismo sostenible y la calidad del servicio turístico corroborador por ($r=0.739$; $p=0.000$), lo mismo para la dimensión eje ambiental ($r=0.501$; $p=0.000$); para eje socioeconómico ($r=0.717$; $p=0.000$) y eje turista ($r=0.542$; $p=0.000$) todos se relacionan significativamente con la calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta.

Palabras clave: Turismo sostenible; Calidad de servicio.

ABSTRACT

The research had as general objective: to determine the relationship between good practices of sustainable tourism and quality of the tourist service in the District of Nauta 2021, where an applied type study was chosen, descriptive-correlational level with non-experimental design, which It was made up of a population of 126,000 tourists, taking the sample of 368 tourists, to whom the survey technique and the questionnaire of questions were applied as an instrument for data collection. Concluding that good sustainable tourism practices are being developed on a regular basis (32%). For its part, the quality of tourist service is rated as regular (31%). Regarding the relationship, it was determined that there is a significant relationship between good practices of sustainable tourism and the quality of the tourist service corroborated by ($r=0.739$; $p=0.000$), the same for the environmental axis dimension ($r=0.501$; $p=0.000$); for the socioeconomic axis ($r=0.717$; $p=0.000$) and the tourist axis ($r=0.542$; $p=0.000$) all are significantly related to the quality of the tourist service.

Keywords: Sustainable tourism; Quality of service.

INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los negocios más dinámicos y con más perspectiva del mundo (Arroyo, 2018). Es de gran importancia planificar y desarrollar el turismo de manera intencionada y sostenible a través de la búsqueda de compromisos entre los objetivos ambientales, económicos y sociales de la sociedad (Streimikiene *et al.*, 2020) La gestión del desarrollo del turismo sostenible debe mantener un alto grado de satisfacción de las necesidades de los turistas, asegurar una experiencia significativa para los consumidores, aumentar su conciencia en temas de sostenibilidad y difundir prácticas de turismo sostenible entre ellos (Serrano-Amado *et al.*, 2018; Dionisio, 2021).

Cuando se habla de buenas prácticas de turismo sostenible se refiere a una productividad que se desarrolla con una base de prácticas empresariales garantizando así su crecimiento de quienes hacen parte de ella (Gutiérrez, 2018). El objetivo del turismo sostenible es incrementar los beneficios y reducir los impactos negativos provocados por el turismo (Pacherres *et al.*, 2020).

En el Perú, el turismo sostenible puede ser un catalizador del crecimiento de la economía local, proporcionando empleos de buena calidad, oportunidades para la empresa y fondos para la conservación (Espinoza, 2021). Pero si no se gestiona bien, el turismo puede tener impactos negativos en las comunidades y el medio ambiente local, creando problemas a largo plazo para los residentes locales, que en última instancia pueden conducir a la disminución de la calidad del servicio turístico (Suárez y Fumero, 2020).

Nauta es un distrito que promueve la adecuada prestación de los servicios públicos locales, mediante el uso racional de los recursos con que dispone, fomenta el desarrollo sostenible del distrito, en armonía con el medio ambiente, satisfaciendo las necesidades básicas de su población, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de los mismos. Sin embargo, ha sido evidente las deficiencias de la calidad del servicio turístico, debido a la incapacidad de las autoridades para fomentarla, pues la mayoría de establecimientos turísticos del distrito no desarrollan medidas de turismo sostenible, por lo cual es necesario implementar un mejor uso y cuidado de los recursos con los que se manejan las diferentes empresas turísticas, asimismo algunos centros turísticos no se encuentran registradas en el ministerio de turismo, como también algunos establecimientos turísticos no cuentan con medidas de sostenibilidad apropiadas, debido a la inexistencia de ordenanzas por parte de la municipalidad, en cuanto al cuidado del ambiente se ha visto involucrada en el desarrollo de las actividades turísticas, situación que ha venido afectando al desarrollo de las actividades turísticas ofrecidas por las empresas e instituciones del sector.

Ante la problemática descrita en la parte anterior se formuló el problema general ¿Cuál es la relación entre buenas prácticas de turismo sostenible y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021?; asimismo, los problemas específicos ¿Cuál es la relación entre el eje ambiental y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021?, ¿Cuál es la relación entre el eje socio-económico y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021?

¿Cuál es la relación entre el eje turístico y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021?

Por otra lado, se propuso el objetivo general determinar la relación entre buenas prácticas de turismo sostenible y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021; también, los objetivos específicos: Conocer la relación entre el eje ambiental y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021, Conocer la relación entre el eje socio-económico y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021, Conocer la relación entre el eje turístico y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021.

El proyecto de investigación fue de gran importancia para el Distrito, ya que aportó gran conocimiento sobre la situación actual de las buenas prácticas de turismo sostenible y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta, al mismo tiempo, sirvió para otras investigaciones que realicen más adelante como un referente, asimismo, los resultados adquiridos sirvieron para tomar decisiones correctas con respecto a las buenas prácticas y calidad de servicio, dando por consiguiente que la investigación beneficia en primer lugar a los empresarios del sector turismo, finalmente las decisiones y mejoras que lograron ser favorable para el Distrito de Nauta.

La presente investigación fue viable ya que se dispone de información necesaria sobre las buenas prácticas de turismo sostenible y calidad de servicio turístico, asimismo se dispuso de los recursos humanos, económicos y materiales esenciales para el desarrollo del trabajo de investigación, finalmente se utilizó un proceso coordinado, dando inicio de la teoría,

dimensiones e indicadores, las cuales estuvieron creadas por interrogantes que dieron respuesta a la problemática actual.

Durante la investigación, se ha tenido una serie de limitaciones, así como se debe tomar en cuenta lo siguiente: Cierta desconfianza por parte de los turistas que acuden al Distrito de Nauta en brindarnos alguna información, a esto se puede dar solución mediante una explicación sobre el propósito del estudio y la importancia que tiene la información que cada uno de ellos nos brinden; otra limitación también es al momento de encuestar, ya que es necesario contar con personas adicionales para realizar la encuesta en un tiempo determinado.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

En el 2018, se desarrolló un estudio de tipo descriptivo con enfoque cualitativo y cuantitativo y diseño experimental, incluyó como población de estudio 42 prestadores, la investigación tuvo como objetivo identificar el cumplimiento de las buenas prácticas de turismo sostenible de los establecimientos turísticos de alojamiento y restauración del cantón Patate, y concluye que la gran parte de prestadores de servicios del cantón Patate son empresas de restauración y en menor porcentaje el hospedaje, debido a ello las personas consumen en gran cantidad el servicio de alimentación, por otro lado, el servicio de alojamiento no presenta mucha afluencia de turistas, así mismo, se ha identificado ciertos elementos que imposibilitan el cumplimiento de las buenas prácticas dentro de los establecimientos y uno de ellos es el desconocimiento acerca del turismo sostenible (Real, 2018).

En el 2018, se expuso un estudio de tipo descriptivo y diseño no experimental, cuya población estuvo conformada por 35 establecimientos y 384 clientes externos; el estudio determinó como propósito analizar buenas prácticas de turismo sostenible para mejorar la gestión de los establecimientos de intermediación y transportes turísticos de la ciudad de Riobamba – Chimborazo, y concluyó que se pudo determinar la relación de los parámetros de buenas prácticas de turismo sostenible en los establecimientos de intermediación y

transportes turísticos, logrando así obtener una correcta gestión dentro de estas empresas turísticas (Gutiérrez, 2018).

En el 2018, se desarrolló un estudio de tipo descriptivo con enfoque cualitativo y diseño no experimental, incluyó como población a 10 trabajadores del Gran Palma de la ciudad de Piura; tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio del hotel, utilizando indicadores de buenas prácticas en el servicio hotelero, y concluyó que la calidad del servicio es buena, pero es necesario la inserción de los indicadores presentados que no se cumple, con lo cual se tendrá clientes con una mayor satisfacción con el servicio admitido y se asegurará la permanencia de la empresa en el mercado que cada día es más competitivo (Troncos, 2018).

En el 2019, se desarrolló una investigación de tipo aplicada y el diseño pre experimental, tomó como población de estudio a 13 establecimientos de hospedajes de la región Ica; tuvo como objetivo implementar el Sistema de aplicación de buenas prácticas que permita mejorar la calidad de servicio ofrecido en los hospedaje de los destinos emergentes en el Perú, y concluyó que puede indicar que se logró llegar a cumplir el objetivo general de la investigación porque permitió mejorar la calidad de servicio ofrecido (Herrera, 2019).

En el 2021, se desarrolló una investigación de tipo descriptiva con enfoque cuantitativo y diseño no experimental, cuya población de estudio fue de 384 turistas; la investigación tuvo como objetivo mostrar los resultados de la valoración de la calidad del servicio en la ciudad de

Cartagena de Indias, a partir de los productos y servicios ofrecidos y la identificación de sus atributos, con el fin de diseñar recomendaciones y estrategias que apunten al mejoramiento del servicio en el destino, y concluyó que el modelo fue aplicado exitosamente dentro del contexto del servicio turístico de la ciudad, demostrando la alta relación entre calidad percibida, satisfacción e intenciones futuras de los visitantes nacionales de la dicha ciudad, brindando solución al problema de investigación planteado (Vergara y Cortez, 2019).

1.2. Bases teóricas

Buenas prácticas:

Según Rainforest Alliance (2005) citado por Pinedo (2019), plantea una guía para la integración de prácticas sostenibles en distintas empresas turísticas y al mismo tiempo ayuda a poder elegir proveedores. Por otra parte, respecto al ámbito ambiental, sugiere una serie de factores a tomar en cuenta para favorecer a la gestión ambiental de las empresas turísticas: 1) calentamiento global, 2) manejo del agua, 3) uso de energía, 4) biodiversidad, 5) biodiversidad en los jardines, 6) áreas naturales y conservación, 7) reservas naturales privadas, 8) desechos sólidos 9) contaminación, 10) educación ambiental.

De acuerdo Bernal et al. (2019), definen a las buenas prácticas de turismo o ambientales como conjunto de acciones que se basan en potenciar actividades recreativas que respeten la naturalidad. Asimismo, son sugerencias que su aplicación permite reconocer las posibilidades de actuar en favor del medio ambiente en cualquier momento de la vida

con la finalidad de generar conductas sostenibles y respetuosas (Nitivattananon & Srinonil, 2019).

También, Lozano et al. (2019), es un grupo de normas establecidas con el fin de reducir impactos negativos y fomentar cambios en el ámbito de consumo dentro de un espacio, servicio, producto. Por último, las buenas prácticas son acciones para prevenir, corregir y al mismo tiempo mejorar algunos aspectos del desarrollo turístico (Barbieri et al.,2020).

Expuesto por, Thongdejsri & Nitivattananon (2019) mencionan los beneficios de las buenas prácticas: Proteger y mejorar el ambiente, ahorrar en el consumo de recursos e insumos, poner en valor y rescatar los rasgos culturales de una comunidad, lograr que la empresa, sea más competitiva debido a su calidad de servicio y responsabilidad, concientizar a clientes, personal y proveedores acerca de la importancia de tener una visión de sostenibilidad, captar un mercado turístico de calidad, con la misma visión de sostenibilidad de la operación turística, vivir y trabajar en un ambiente más sano y placentero para todos

Por otro lado, MacKenzie & Gannon (2019), habla sobre lo importante que son las buenas prácticas de turismo sostenible ya que el manejo inadecuado de los recursos naturales se ha vuelto un tema de suma importancia, pues el constante incremento de la economía ha generado impactos negativos, por eso las empresas buscan optimizar el uso de los recursos existentes ya que recae en menores costos y mayores ingresos y al mismo tiempo fomentar y permitir la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras.

Las buenas prácticas son acciones para prevenir, corregir y/o mejorar ciertos aspectos de la operación turística, en la cual la comunidad se beneficia directamente sobre el uso y aprovechamiento de sus recursos y atractivos turístico. Es por ello, que se plantea dimensiones e indicadores lo cual permite conocer si las buenas prácticas están siendo tomadas de manera eficiente (Tamashiro y Acosta, 2006). A continuación, se presenta lo siguiente: Ejes ambientales: Se trata sobre la relación de la empresa con el ambiente, es decir la naturaleza completa que rodea a los seres vivos y no vivos, de tal modo se menciona los siguientes indicadores: Consumo del agua, reutilización de agua, consumo de energía, residuos sólidos, Eje Socio-Económico: las empresas deben participar constantemente en el desarrollo de las comunidades, con fines de mejorar la infraestructura turística, capacitar a las comunidades locales, por su parte mencionaremos los indicadores: Conciencia ecológica, conservación, política de sostenibilidad, reducción de ruido, Impacto social, valoración cultural, participación económica de la población, Eje Turista: Este eje hace referencia para mejorar la satisfacción de los turistas, con el fin de dar a conocer los esfuerzos por contar con las buenas prácticas, asimismo, cuenta con indicadores: Información turística. Servicio de calidad. Salud y seguridad. Comunicación. Integración turística.

Calidad del servicio turístico

De acuerdo, con Figueroa (2004) citado Huamani & Tillca (2020), plantean sobre el modelo de la calidad de servicio percibida pues se demuestra de varias formas, pero el más utilizado es aquel que se basa

en la prestación de un servicio, evaluando a través de cuestionarios que permiten conocer la satisfacción del cliente. Se asocia a tres condiciones únicas e inherentes a los servicios: ⁽¹⁾ es intangible por la dificultad en ser mostrados de su uso subjetivo porque está motivado por el estado de ánimo del cliente; ⁽²⁾ también, es heterogéneo: porque está basado conjuntamente de distintos factores y servicio; y, por último, ⁽³⁾ es instantáneo porque produce y se consume en el momento.

Según Silva & Trelles (2020), la calidad de servicio define como la identificación y satisfacción de las necesidades de los clientes, ya que la calidad está definida como una forma de cualidad, vinculada pero no igual a la satisfacción, ésta resulta de la comparación de las perspectivas con el desempeño. También, define que es un elemento indispensable para generar satisfacción al cliente (Musallam *et al.*, 2019).

Asimismo, la calidad de servicio es un conjunto de propiedades de un servicio ya sean por medio de conductas o técnicas, las cuales confieren las aptitudes para satisfacer necesidades de un cliente (Naghizadeh, 2019). Por último, la calidad de servicio va vinculada a la percepción del cliente, acerca de cómo el servicio satisface o no sus expectativas (Al-Laymoun *et al.*, 2019).

Bora (2019) menciona que la calidad de servicio turístico es importante porque paso de ser considerada como una característica de valor añadido a configurarse como una estrategia del sector turístico ante los nuevos retos del mercado. Por otra parte, la aparición de nuevas empresas competitivas, los cambios consecuentes de la demanda

turística y el cambio de gustos hacia exigencias cada vez mayores de calidad (Rahimizhian, 2020).

También, es importante porque las nuevas herramientas permiten que las empresas turísticas no solo mejoren la calidad de productos y los procesos, sino incrementa la calidad de la organización, mejora la oferta de los lugares de destinos y las actividades turísticas en todos sus aspectos y al mismo tiempo permite satisfacer a la demanda nacional e internacional (Mäntymaa *et al.*,2019). Por otra parte, Parque & EuiBeom (2019) exponen que la calidad de servicio es la clave para fomentar la cultura de mejora, definida en el compromiso de todas las personas en la remodelación de los métodos de gestión y producción.

Por último, habla que la calidad de servicio total es apuesta más segura para llegar a lograr la competitividad, quiere decir que las empresas turísticas deben garantizar al cliente que son capaces de satisfacer a las necesidades y expectativas (Abdulla *et al.*,2020).

En la presente investigación se utilizará como autor principal para la medición de la variable calidad de servicio turístico a Silva-Treviño *et al* (2021) se definen como la brecha que existe entre las expectativas del cliente y sus percepciones después de recibir el servicio. Donde establece 5 dimensiones para medir la calidad de servicio turístico ante ello precisa en cuanto a la medición de, tangibilidad, esta se toma en cuenta a los siguientes indicadores: equipos modernos, instalaciones atractivas, apariencia pulcra de los colaboradores, ambientes ordenados y limpios. Respecto a la dimensión confiabilidad se identifica: tiempos de

espera, interés genuino, servicio de primera, tiempos de atención al cliente, servicio ofrecido sin errores. La dimensión responsabilidad mide el uso de idioma extranjero, personal rápido en la atención, personal dispuesto a ayudar, personal que responde. Asimismo, la dimensión confianza se identifica, personal que transmite confianza, personal que transmite seguridad, personal con la formación necesaria, personal capacitada. Por último, la dimensión empatía esta se medirá a partir de, atención personalizada, amabilidad, comprensión de las necesidades del turista, interés genuino en la atención, horarios convenientes.

1.3. Definición de términos básicos

Buenas prácticas. Es un manual, por lo que el Distrito se beneficia directamente sobre el uso y aprovechamiento de sus recursos y atractivos turísticos, donde se da a conocer los atractivos presentes y el entorno como pueden ser naturales y culturales (Arroyo, 2018)

Turismo sostenible. Un turismo que tiene plenamente en cuenta sus impactos económicos, sociales y ambientales, atendiendo las necesidades de los visitantes (Barbieri *et al.*, 2020).

Calidad del servicio. Es el tipo de servicio que se brindan a las personas que acuden a algún sitio, y reciben la atención satisfactoria (Bernal *et al.*, 2019).

Servicio turístico. Es la prestación de servicio en viajes, alojamiento, transporte, comida, y sobre todo la información que se brinda para satisfacer las necesidades de los turistas (Bora, 2019).

Calidad percibida. Es la impresión que tiene una persona cliente sobre un producto, marca o negocio. Así como también la calidad percibida se basa en turistas que visitan lugares y cuál es la impresión que ellos perciben, ya sea por el lugar, el servicio que les brindan (Dionisio, 2021).

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de la hipótesis

Hipótesis general

Hi: Existe relación considerable entre buenas prácticas de turismo sostenible y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021.

Hipótesis específicas

Hi₁: Existe relación considerable entre el eje ambiental y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021.

Hi₂: Existe relación entre el eje socio-económico y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021.

Hi₃: Existe relación entre el eje turístico y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021

2.2 Variables y su operacionalización

Variables

Variable I: Buenas prácticas de turismo sostenible.

Variable II: Calidad del servicio turístico.

Operacionalización de variables

Variable	Definición	Tipo por su naturaleza	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías	Valores de las categorías	Medio de verificación
Buenas Prácticas de Turismo Sostenible	Las buenas prácticas son acciones para prevenir, corregir y/o mejorar ciertos aspectos de la operación turística, en la cual la comunidad se beneficia directamente sobre el uso y aprovechamiento de sus recursos y atractivos turístico (Tamashiro y Acosta., 2006)	Cualitativa	Eje Ambientales	Consumo del agua	Ordinal	A veces Casi siempre Siempre Casi nunca Nunca	1 2 3 4 5	Encuesta aplicada a los turistas
				Reutilización de agua				
				Consumo de energía				
				Residuos solidos				
			Eje Socio-Económico	Conciencia ecológica				
				Conservación				
				Política de sostenibilidad				
				Reducción de ruido				
				Impacto social				
				Valoración cultural				
			Eje Turístico	Participación económica de la población				
				Información turística				
				Servicio de calidad				
				Salud y seguridad				
				Comunicación				
Integración turística								
Calidad del servicio turístico	La calidad del servicio turístico es satisfacción de las necesidades de los clientes, ya que la calidad está definida	Cualitativa	Tangibles	Equipos modernos	Ordinal	A veces Casi siempre Siempre Casi nunca	1 2 3 4 5	Encuesta aplicada a los turistas
				Instalaciones atractivas				
				Apariencia pulcra de los colaboradores				
				Ambientes ordenados y limpios				
			Confiabilidad	Tiempos de espera				
				Interés genuino				

como una forma de cualidad, vinculada pero no igual a la satisfacción, ésta resulta de la comparación de las perspectivas con el desempeño (Silva-Treviño et al., 2021)				Servicio de primera	Nunca		
				Tiempo de atención al cliente			
				Servicio ofrecido sin errores			
	Responsabilidad	Uso de idioma extranjero					
		Personal rápido en la atención					
		Personal dispuesto a ayudar					
	Confianza	Personal que responden					
		Personal que transmiten confianza					
		Personal que transmiten seguridad					
		Personal con la formación necesaria					
	Empatía	Personal capacitado					
		Atención personalizada					
		Amabilidad					
		Comprensión de las necesidades del turista					
		Interés genuino en la atención					
		Horarios convenientes					

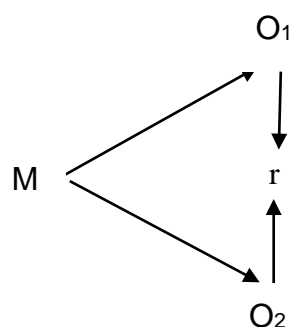
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño

Dado a la investigación realizada el presente estudio fue de tipo aplicada, debido a que se puede evaluar las variables en su contexto y tiempo determinado el proceder que tienen las variables, por lo que nos permitió tomar acciones de mejora (Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, 2018).

Asimismo, la investigación es de nivel descriptiva – correlacional, por lo que nos permitió describir a las dos variables, para luego establecer la relación estadística entre las mismas (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018); es por eso que la investigación tiene como único propósito conocer la relación entre las buenas prácticas de turismo y calidad del servicio turístico a los visitantes en el Distrito de Nauta.

Finalmente, el presente trabajo de investigación fue no experimental, puesto que ninguna de las variables de estudio tuvo un procedimiento que hiciera cambiar su procedimiento (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).



Donde:

M: Turistas

O1: Buenas prácticas de turismo

O2: Calidad del servicio turístico

r: relación entre las variables

3.2. Diseño muestral

Población: La población de estudio estuvo conformada por 126,000 turistas en el distrito de Nauta.

Muestra: debido al tamaño de la población se ha visto necesario aplicar una formula, para así determinar la muestra de estudio.

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

Datos:

(Z) Nivel de confianza: 1.96 =95%

(p) Probabilidad: 60%= 0.6

(q) (1 - p) = 0.4

(d) Margen de error: 5% = 0.05

(N) Población: 126,000

Remplazando en la fórmula:

$$n = \frac{290 (1.96)^2 (0.6)(0.4)}{(126000 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.6)(0.4)}$$

$$n = \frac{90.354432}{1.16}$$

$$n = 368$$

Es así que la muestra estuvo conformada por 368 turistas que visita el Distrito de Nauta.

Muestreo: en la presente investigación se empleó el muestreo probabilístico, pues todos los elementos de la población tienen las mismas posibilidades de ser seleccionados en la muestra.

3.3. Procedimientos de recolección de datos

Para el desarrollo del presente estudio, primero se procede a identificar la población exacta, ya que dicho resultado nos permitió avanzar con el desarrollo de la recolección de datos mediante la encuesta, posterior a ello se estableció el lugar la fecha y hora para realizar dicha encuesta, una vez realizada todo ese proceso, se reunió a todos los turistas presentes, donde el investigador realizó una previa explicación para llevarse a cabo la encuesta con mayor facilidad, luego se hizo firmar la hoja de consentimiento informado para aplicar la encuesta.

Para la presente investigación se utilizó la encuesta como técnica para la recolección de datos, lo cual se aplica para evaluar las variables de estudio.

El instrumento que se usó en la presente investigación fue el cuestionario, ya que estuvo basada en preguntas (ítems) de acuerdo a los indicadores de cada variable.

Después, se procedió a la validación de la información reunida que fue realizada a través del juicio de tres expertos, aquellos que estuvieron a cargo de realizar una evaluación de las interrogantes con las dimensiones e indicadores y dichas variables para aprobar la aplicación de la muestra de estudio. Donde, se ha calculado el índice de la variable

Buenas prácticas de turismo sostenible 0,721 y para la variable calidad del servicio turístico un índice de 0,827.

La confiabilidad fue manejada una vez adquirida todos los datos disponibles, como también se usará el programa SPSS para medir la confiabilidad, a través del estadístico Alfa de Cronbach, la que calculará el índice correcto de confiabilidad.

3.4. Procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento de datos se utilizó el programa Excel para tabular y procesar los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a los datos obtenidos de los turistas del Distrito de Nauta, luego se utilizó el programa SPSS para la confiabilidad de los datos recolectados y establecer la relación entre las dos variables de estudio.

3.5. Aspectos éticos

La presente investigación no pretende dañar a las personas encuestadas, ya que se respetó la privacidad e identidad, al mismo tiempo se demostró compromiso y responsabilidad en el proceso de datos obtenidos.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Conocer las buenas prácticas de turismo sostenible en el Distrito de Nauta 2021.

Tabla 1

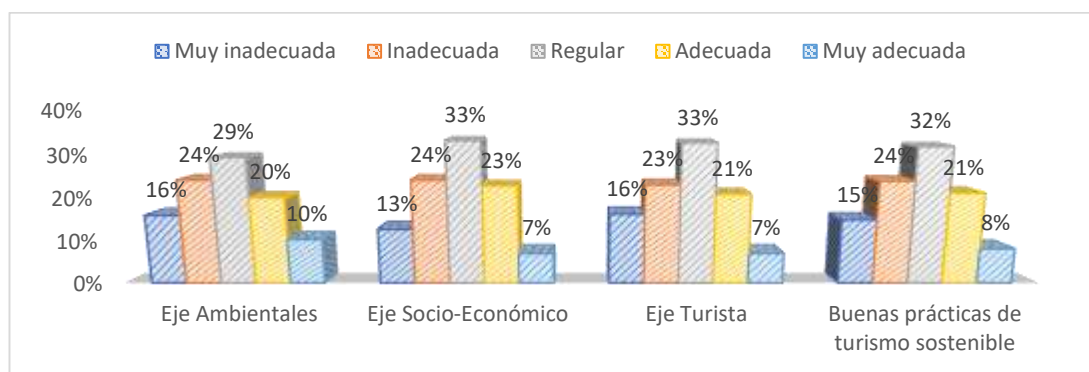
Buenas prácticas de turismo sostenible

	Muy inadecuada		Inadecuada		Regular		Adecuada		Muy adecuada	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Eje Ambientales	59	16%	89	24%	108	29%	74	20%	38	10%
Eje Socio-Económico	47	13%	89	24%	122	33%	84	23%	26	7%
Eje Turista	60	16%	85	23%	120	33%	77	21%	26	7%
Buenas prácticas de turismo sostenible	55	15%	88	24%	117	32%	78	21%	30	8%

Fuente: Cuestionario aplicado a los turistas que visitan el Distrito de Nauta

Figura 1

Buenas prácticas de turismo sostenible



Fuente: Resultados porcentuales de la tabla 1

Respecto a los resultados mostrados por los encuestados, valorando que las buenas prácticas de turismo sostenible en el Distrito de Nauta, se identifica que el 32% indica que se viene desarrollando de forma regular, donde el 24% de los turistas manifiesta que es inadecuada. En cuanto a las

dimensiones como el eje ambiental revela que es regular por el 29%; ahora bien, el 33% de los encuestados argumenta que el eje socio económico es regular; además, el eje turista es desarrollada como regular por el 33%.

Tabla 2

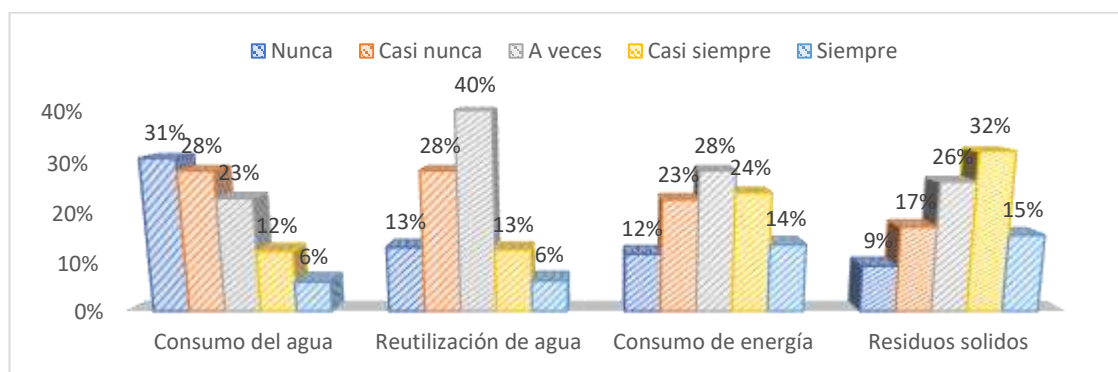
Eje ambiental

	N		Cn		Av		Cs		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Consumo del agua	113	31%	104	28%	84	23%	45	12%	22	6%
Reutilización de agua	48	13%	104	28%	147	40%	46	13%	23	6%
Consumo de energía	43	12%	83	23%	104	28%	88	24%	50	14%
Residuos solidos	34	9%	63	17%	96	26%	118	32%	57	15%

Fuente: Cuestionario aplicado a los turistas que visitan el Distrito de Nauta

Figura 2

Eje ambiental



Fuente: Resultados porcentuales de la tabla 2

Pues en la tabla y figura 2 se evidencia que, el 31% de los turistas manifiestan que las empresas turística nunca se ven, dispositivos ahorradores de agua en los grifos y duchas y un 28% señala que casi nunca; después, el 40% de los encuestados revelan que el agua que se consumen para el lavamanos a veces es reutilizada para otros servicios y un 28% refiere casi nunca; además, el

28% de los turistas considera que las empresas turísticas a veces utilizan energías alternativas como paneles solares y el 24% sostiene casi siempre; mientras, el 32% de los turistas informa que las empresas turísticas casi siempre colocan contenedores de recogida selectiva de residuos en puntos estratégicos y un 26% indica a veces.

Tabla 3

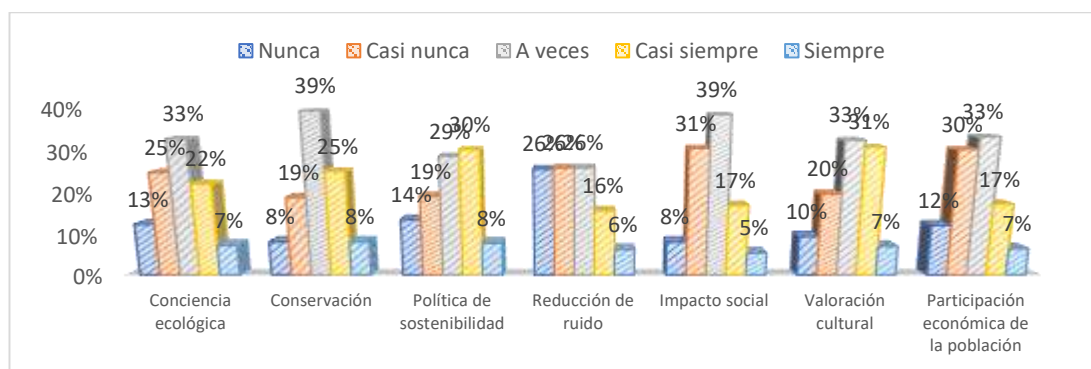
Eje Socio - Económico

	N		Cn		Av		Cs		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Conciencia ecológica	46	13%	92	25%	121	33%	82	22%	27	7%
Conservación	30	8%	70	19%	145	39%	93	25%	30	8%
Política de sostenibilidad	50	14%	71	19%	106	29%	112	30%	29	8%
Reducción de ruido	95	26%	96	26%	96	26%	58	16%	23	6%
Impacto social	30	8%	113	31%	142	39%	63	17%	20	5%
Valoración cultural	35	10%	73	20%	120	33%	114	31%	26	7%
Participación económica de la población	45	12%	112	30%	123	33%	64	17%	24	7%

Fuente: Cuestionario aplicado a los turistas que visitan el Distrito de Nauta

Figura 3

Eje Socio - Económico



Fuente: Resultados porcentuales de la tabla 3

Concerniente a la dimensión eje socioeconómico, el 33% de los turistas considera que las empresas turísticas a veces promueven una conciencia ecológica tanto en visitantes como en la población local y un 25% dice casi

nunca; donde, el 39% de los encuestados a veces fomenta la conservación y protección de los recursos naturales como: especies en peligro, cuidado de los ecosistemas marinos y terrestres, etc. y el 25% destaca casi nunca; pues, el 30% de los turistas plantea que las empresas turísticas casi nunca cuentan con una política de sostenibilidad que abarca aspectos ambientales, socioculturales y de calidad de servicios y un 29% afirma a veces; asimismo, el 26% de los encuestados enfatiza que nunca adoptan medidas para que el ruido y la iluminación de las empresas turísticas no afecten la vida silvestre y el otro 26% alude casi nunca; luego, el 39% de los turistas ratifica que las empresas y comunidades locales a veces se organizan para contribuir a la sostenibilidad del turismo y un 31% señala casi nunca; por otro lado, el 33% de los encuestados sostiene que la empresas turísticas a veces intervienen en la valorización en las actividades del distrito de Nauta y el 31% manifiesta casi nunca; entonces, el 33% de los encuestados declara que las empresas turísticas a veces generan mayores puestos de trabajo para contribuir en la mejora de la calidad de vida de los pobladores y un 30% indica casi nunca.

Tabla 4

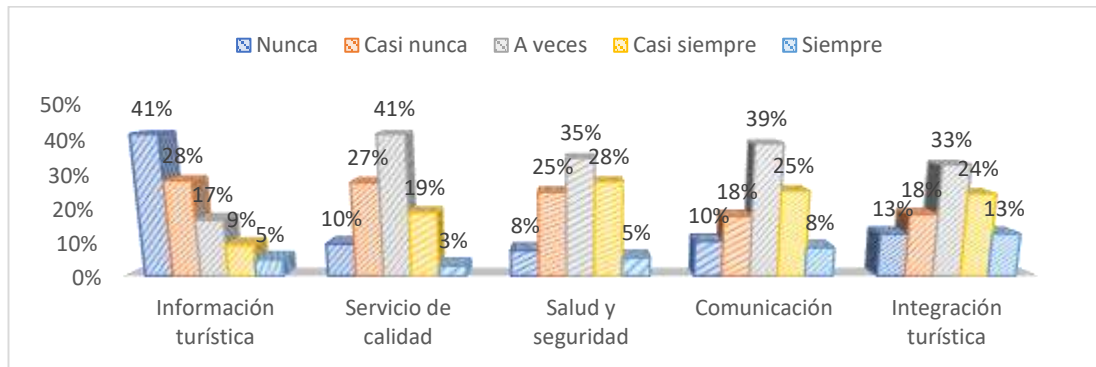
Eje turístico

	N		Cn		Av		Cs		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Información turística	152	41%	103	28%	61	17%	34	9%	18	5%
Servicio de calidad	35	10%	101	27%	152	41%	69	19%	11	3%
Salud y seguridad	28	8%	91	25%	127	35%	102	28%	20	5%
Comunicación	38	10%	65	18%	142	39%	92	25%	31	8%
Integración turística	46	13%	67	18%	120	33%	89	24%	46	13%

Fuente: Cuestionario aplicado a los turistas que visitan el Distrito de Nauta

Figura 4

Eje turístico



Fuente: Resultados porcentuales de la tabla 4

Se observo que el 41% de los turistas argumenta que nunca evidencia un centro de información turística accesible para toda persona que visita el distrito de Nauta y el 28% sostiene casi nunca; de tal forma, el 41% de los encuestados manifiesta que los servicios turísticos a veces cumplen con los estándares de calidad para la satisfacción de los turistas y un 27% alude casi nunca; además, el 35% de los turistas dice que a veces evidencia servicios de salud de respuesta inmediata para las personas que realizan actividades turísticas y un 28% enfatiza casi siempre; asimismo, el 39% de los encuestados considera que a veces comunica las normas y lineamientos pertinentes para el correcto desarrollo de las actividades turísticas y un 25% informa casi siempre; pues, el 33% de los turistas indica que a veces Se hace partícipe a los turistas en la enseñanza de los procesos y protocolos del adecuado desarrollo del turismo sostenible y un 24% expresan casi siempre.

Conocer la calidad de servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021.

Tabla 5

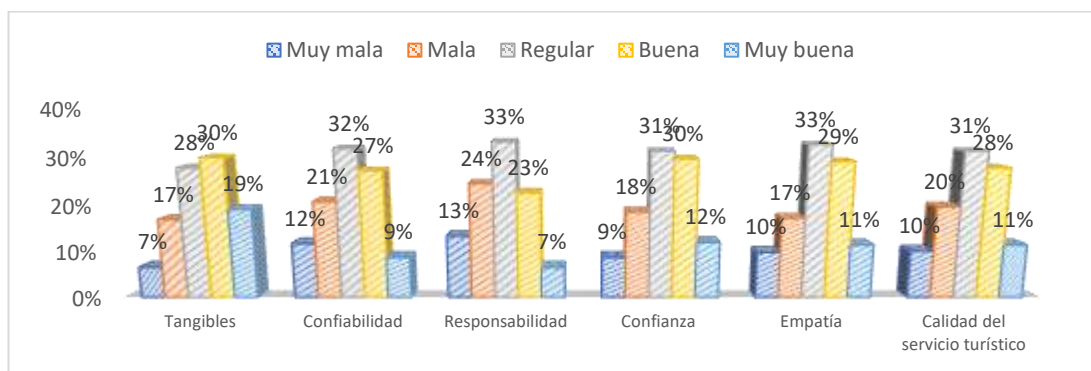
Calidad del Servicio Turístico

	Muy mala		Mala		Regular		Buena		Muy buena	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Tangibles	24	7%	62	17%	102	28%	110	30%	70	19%
Confiabilidad	43	12%	76	21%	117	32%	100	27%	32	9%
Responsabilidad	49	13%	90	24%	122	33%	83	23%	24	7%
Confianza	32	9%	68	18%	115	31%	109	30%	44	12%
Empatía	36	10%	63	17%	120	33%	107	29%	42	11%
Calidad del servicio turístico	37	10%	72	20%	115	31%	102	28%	42	11%

Fuente: Cuestionario aplicado a los turistas que visitan el Distrito de Nauta

Figura 5

Calidad del Servicio Turístico



Fuente: Resultados porcentuales de la tabla 5

A continuación, la calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta, es calificada como regular por el 31%, mientras que el 28% lo considera buena y un 20% dice que es mala. En tanto a las dimensiones, los tangibles es buena (30%), donde, la confiabilidad es calificada como regular por el 32%; asimismo, el 33% indica que la responsabilidad es regular, también, la

confianza es calificada como regular por el 31% y, por último, el 33% afirma que la empatía es regular.

Tabla 6

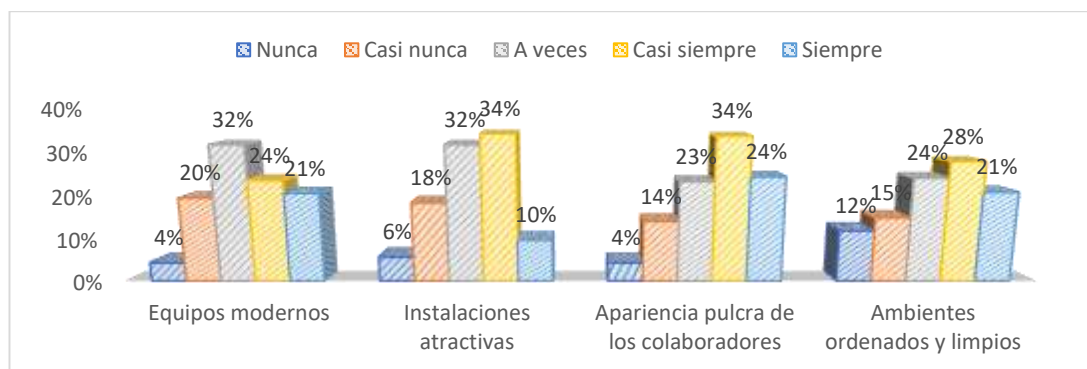
Tangibles

	N		Cn		Av		Cs		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Equipos modernos	16	4%	72	20%	117	32%	87	24%	76	21%
Instalaciones atractivas	21	6%	68	18%	117	32%	126	34%	36	10%
Apariencia pulcra de los colaboradores	16	4%	52	14%	86	23%	124	34%	90	24%
Ambientes ordenados y limpios	44	12%	55	15%	89	24%	103	28%	77	21%

Fuente: Cuestionario aplicado a los turistas que visitan el Distrito de Nauta

Figura 6

Tangibles



Fuente: Resultados porcentuales de la tabla 6

Entonces, en la dimensión tangibles se evidencia que, el 32% de los turistas sostiene que los equipos que utilizan los establecimientos turísticos a veces son modernos y un 24% alude casi siempre; además, 34% de los encuestados considera que las instalaciones de los establecimientos turísticos casi siempre son visualmente atractivas y un 32% indica a veces; después, el 34% de los turistas expresa que los empleados de las empresas turísticas casi siempre

tiene buena presentación y un 24% informa siempre; luego, que el 28% de los encuestados sostiene que casi siempre se encuentran ordenadas y limpias las áreas funcionales de los establecimientos turísticos y un 24% señala a veces.

Tabla 7

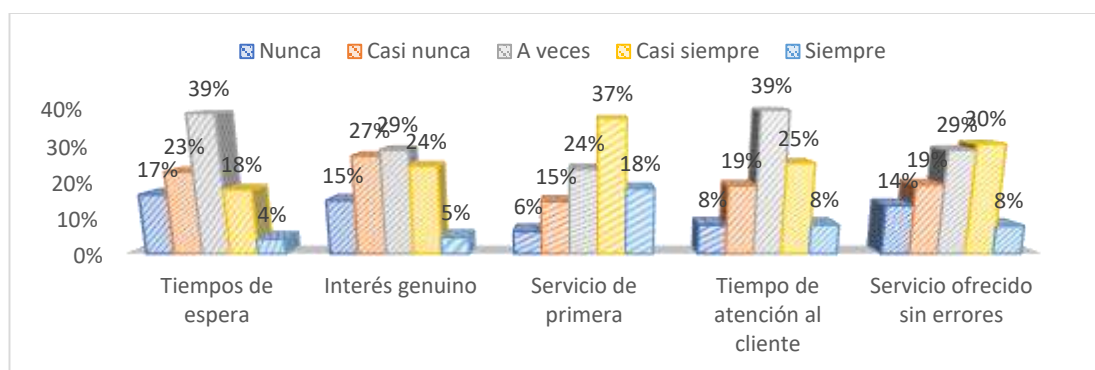
Confiabilidad

	N		Cn		Av		Cs		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Tiempos de espera	61	17%	84	23%	142	39%	66	18%	15	4%
Interés genuino	55	15%	100	27%	106	29%	90	24%	17	5%
Servicio de primera	23	6%	54	15%	87	24%	137	37%	67	18%
Tiempo de atención al cliente	30	8%	70	19%	145	39%	93	25%	30	8%
Servicio ofrecido sin errores	50	14%	71	19%	106	29%	112	30%	29	8%

Fuente: Cuestionario aplicado a los turistas que visitan el Distrito de Nauta

Figura 7

Confiabilidad



Fuente: Resultados porcentuales de la tabla 7

En esta dimensión se muestra que, el 39% de los encuestados argumenta que a veces cumplen con los tiempos de espera cuando solicita algún servicio dentro de los establecimientos turísticos y un 23% informa casi nunca; como, el 29% de los turistas manifiesta que el personal a veces muestra interés

genuino en resolverlo y el 27% refiere casi nunca; asimismo, el 37% de los encuestados revela que los trabajadores casi siempre proporcionan un buen servicio a la primera y el 24% informa a veces; donde, el 39% de los turistas declara que la atención al cliente dentro de las empresas turísticas a veces se realiza en un tiempo razonable y el 25% señala casi siempre; también, el 30% de los encuestados casi siempre se esfuerzan para no cometer errores en el servicio y un 29% sostiene a veces.

Tabla 8

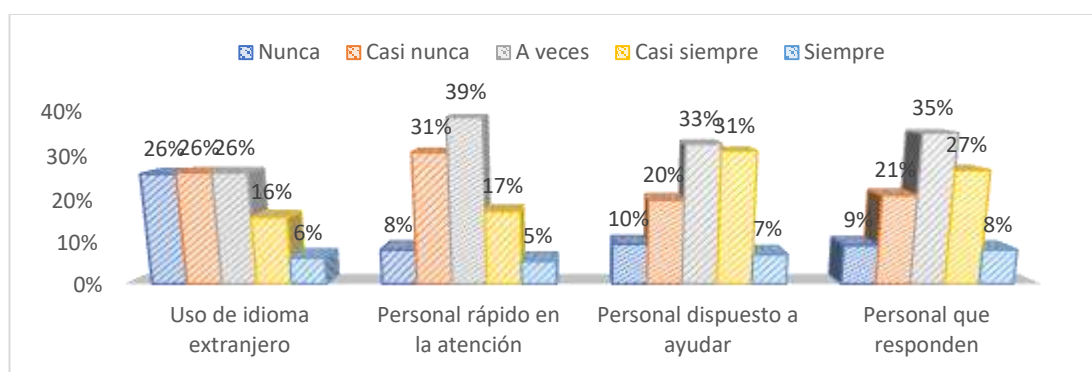
Responsabilidad

	N		Cn		Av		Cs		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Uso de idioma extranjero	95	26%	96	26%	96	26%	58	16%	23	6%
Personal rápido en la atención	30	8%	113	31%	142	39%	63	17%	20	5%
Personal dispuesto a ayudar	35	10%	73	20%	120	33%	114	31%	26	7%
Personal que responden	34	9%	77	21%	129	35%	98	27%	30	8%

Fuente: Cuestionario aplicado a los turistas que visitan el Distrito de Nauta

Figura 8

Responsabilidad



Fuente: Resultados porcentuales de la tabla 8

En cuanto a la tabla y figura 8 se evidencia que, el 26% de los turistas considera que los trabajadores nunca hacen usos del lenguaje extranjero

durante su atención y el otro 26% sostiene casi nunca; mientras, el 39% de los encuestados expresan que el servicio en los establecimientos turísticos con relación al número de clientes a veces es relativamente rápido y el 31% manifiesta casi nunca; además, el 33% de los turistas indica que los trabajadores de los establecimientos turísticos a veces están dispuestos a proporcionar ayuda y el 31% sostiene casi siempre; por otra parte, el 35% de los encuestados plantea que los trabajadores de los establecimientos turísticos a veces responden las solicitudes de los clientes rápidamente y un 27% enfatiza casi siempre.

Tabla 9

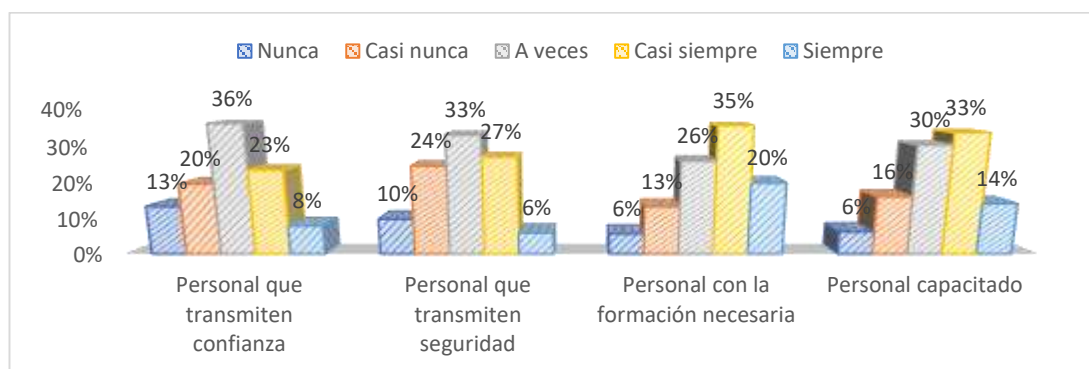
Confianza

	N		Cn		Av		Cs		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Personal que transmiten confianza	49	13%	72	20%	132	36%	86	23%	29	8%
Personal que transmiten seguridad	36	10%	90	24%	121	33%	99	27%	22	6%
Personal con la formación necesaria	21	6%	49	13%	95	26%	130	35%	73	20%
Personal capacitado	23	6%	59	16%	111	30%	123	33%	52	14%

Fuente: Cuestionario aplicado a los turistas que visitan el Distrito de Nauta

Figura 9

Confianza



Fuente: Resultados porcentuales de la tabla 9

De tal manera en la dimensión confianza se observa que, el 36% de los turistas informa que los trabajadores a veces inspiran confianza a los clientes y un 23% dice casi siempre; mientras que, el 33% de los encuestados manifiesta que a veces se siente seguro y tranquilo cuando interacciona con los trabajadores de los establecimientos turísticos y el 27% ratifica casi siempre; en tanto, el 35% de los turistas sostiene que los empleados casi siempre son educados y corteses y el 26% informa a veces; también, el 33% de los encuestados expresan que los empleados de los establecimientos turísticos casi siempre están capacitados y un 30% argumenta a veces.

Tabla 10

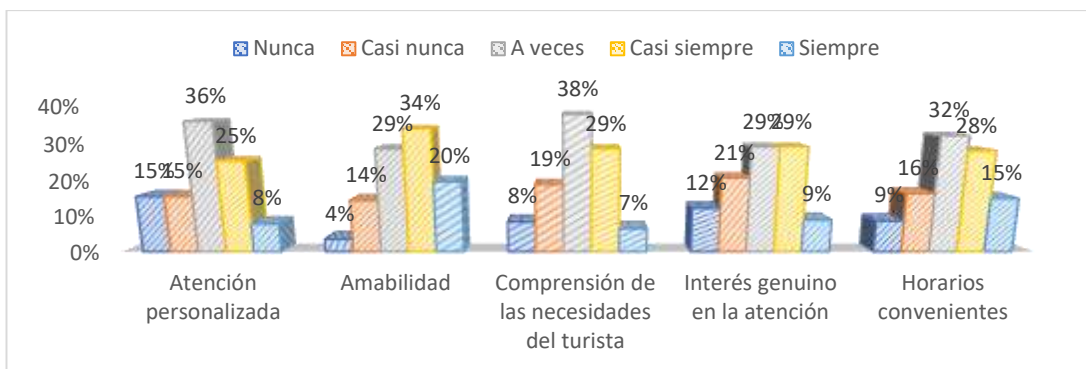
Empatía

	N		Cn		Av		Cs		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Atención personalizada	57	15%	57	15%	132	36%	93	25%	29	8%
Amabilidad	13	4%	53	14%	105	29%	125	34%	72	20%
Comprensión de las necesidades del turista	31	8%	69	19%	139	38%	105	29%	24	7%
Interés genuino en la atención	45	12%	76	21%	107	29%	107	29%	33	9%
Horarios convenientes	32	9%	60	16%	118	32%	103	28%	55	15%

Fuente: Cuestionario aplicado a los turistas que visitan el Distrito de Nauta

Figura 10

Empatía



Fuente: Resultados porcentuales de la tabla 2

En la tabla y figura 10 muestra que, el 36% de los turistas plantea que los establecimientos turísticos a veces brindan atención personalizada y un 25% dice casi siempre; además, el 34% de los encuestados argumenta que los trabajadores de los establecimientos turísticos y un 29% informa a veces; por otro lado, el 38% de los turistas refiere que los trabajadores de los establecimientos turísticos a veces atienden sus necesidades específicas y un 29% dice casi siempre; pues, el 29% de los encuestados señala que los trabajadores a veces muestra interés genuino para atender y el otro 29% dice casi siempre, para terminar, el 32% de los turistas considera que los horarios que los establecimientos turísticos ofrecen a veces son convenientes y el 28% argumenta casi siempre.

4.2. Resultados inferenciales

Tabla 11

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Buenas prácticas de turismo sostenible	,087	368	,000
Eje ambiental	,084	368	,000
Eje socioeconómico	,073	368	,000
Eje turista	,088	368	,000
Calidad del servicio turístico	,060	368	,003

Fuente: tabulaciones de datos en el SPSS V.26

En la prueba de normalidad de la información procesada, se ha empleado 368 personas que son turistas, en el cual se usó la prueba de Kolmogorov-Smirnov, pues se establece una significancia de 0,003 para la variable buenas prácticas de turismo sostenible, mientras para la calidad del servicio turístico muestra un nivel de significancia de 0,003. En tanto, al ser los índices menores al margen de error de 0,05, se determina que la distribución de los datos procesados en el SPSS no muestra normalidad e induce que se trabaje con el estadístico de correlación de Rho de Spearman.

Tabla 12

Relación entre las buenas prácticas de turismo sostenible y la calidad del servicio turístico

			Buenas prácticas de turismo sostenible	Calidad del servicio turístico
Rho de Spearman	Buenas prácticas de turismo sostenible	Coeficiente de correlación	1,000	,739**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	368	368
	Calidad del servicio turístico	Coeficiente de correlación	,739**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	368	368

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Concerniente a la relación de las variables, se ha logrado encontrar un coeficiente de correlación ($r=0,739$) donde se encuentra en un nivel positiva considerable, a su vez, se evidencia una significancia (bilateral) de 0,000. Por lo tanto, rechaza la hipótesis nula y se acepta la de investigación, pues se determina que existe una relación significativa entre las buenas prácticas de turismo sostenible y la calidad de servicio turístico en el Distrito de Nauta.

Tabla 13

Relación entre la dimensión eje ambiental y la calidad del servicio turístico

			Eje ambiental	Calidad del servicio turístico
Rho de Spearman	Eje ambiental	Coeficiente de correlación	1,000	,501**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	368	368
Calidad del servicio turístico		Coeficiente de correlación	,501**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	368	368

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 13 se logra observar un coeficiente de correlación de 0,501 siendo un nivel positivo media, al mismo tiempo, una significancia (bilateral) de 0,000 que al ser menor al margen de error (0,01) se instituye una relación significativa, donde se acepta la hipótesis de investigación. Por lo tanto, hay una relación positiva entre el eje ambiental y la calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta.

Tabla 14

Relación entre la dimensión eje socio económico y la calidad del servicio turístico

			Eje socioeconómico	Calidad del servicio turístico
Rho de Spearman	Eje socioeconómico	Coeficiente de correlación	1,000	,717**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	368	368
	Calidad del servicio turístico	Coeficiente de correlación	,717**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	368	368

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la misma línea, en la tabla 14 se determina que existe una relación entre el eje socioeconómico y la calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta; pues se muestra un coeficiente de correlación de 0,717 siendo positiva considerable y con una significancia (bilateral) de 0,000 lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la de investigación.

Tabla 15

Relación entre la dimensión eje turista y la calidad del servicio turístico

			Eje turista	Calidad del servicio turístico
Rho de Spearman	Eje turista	Coeficiente de correlación	1,000	,542**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	368	368
Calidad del servicio turístico	Calidad del servicio turístico	Coeficiente de correlación	,542**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	368	368

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Por último, en la tabla 15 se observa un coeficiente de correlación de 0,542 siendo positiva media, a su vez una significancia de 0,000 que al ser menor al margen de error (0,01) se determina que la relación es significativa, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la de investigación; donde se determina que existe relación entre el eje turista y la calidad del servicio turísticos en el Distrito de Nauta.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Es ampliamente reconocido que la industria turística ha estado influyendo en el desarrollo del mundo actual de manera rápida y significativa. Si bien, debido al rápido desarrollo del turismo, se está ejerciendo una presión creciente sobre el medio ambiente y el ecosistema sensibles a nivel local y mundial. Al reconocer ampliamente estos problemas cruciales y sensibilizar a los seres humanos, cada vez más iniciativas y programas concretos y motivados que tienden a lograr un desarrollo sostenible en la industria turística, Aunque hay una gran cantidad de iniciativas que intentan promover un turismo sostenible; como una idea, es todavía vago en sí mismo (Al-Laymoun *et al.*, 2019; Barbieri *et al.*, 2020).

Tras la recolección de datos y al ser tabulados se lograron cumplir con los objetivos planteados en la investigación. Con respecto al objetivo específico 1, se ha logrado evidenciar que las buenas prácticas de turismo sostenible en el Distrito de Nauta se vienen desarrollando de forma regular (32%), el 24% señalaron como inadecuada y el 21% como adecuada. Dichos resultados porcentuales se deben a que los turistas que visitan el Distrito manifiestan que, nunca evidencian dispositivos ahorradores de agua en los grifos y duchas de las empresas turísticas, asimismo, a veces utilizan energías alternativas (paneles solares), como también las empresas turísticas a veces promueven una conciencia ecológica en los visitantes y la población local, sin embargo, las empresas turísticas casi nunca cuentan con una política de sostenibilidad, por otro lado, manifiestan que a veces los servicios de salud dan respuesta inmediata a las personas que realizan actividades turísticas. Este hallazgo será contrastado con el estudio realizado por Real (2018), quien identificó que

las buenas prácticas de turismo sostenible en los establecimientos del cantón son deficientes, ya que la gran parte de prestadores de servicios son empresas de restaurantes y en menor porcentaje es de hospedaje, por otro lado, el servicio de alojamiento no presenta mucha afluencia de turistas debido al desconocimiento acerca del turismo sostenible.

Por otro lado, el objetivo específico 2 se evidencia que la calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta es calificada como regular por el 31% de los turistas encuestados, el 28% lo considera buena y un 20% indican que es mala, dicha situación se debe a que los equipos e instalaciones de los establecimientos a veces son modernos y atractivos, asimismo, indican que los establecimientos turísticos a veces cumplen con los tiempos de espera, el personal a veces muestra interés genuino, pero nunca hacen usos del lenguaje extranjero durante su atención, como también consideran que a veces se siente seguro y tranquilo cuando interacciona con los trabajadores de los establecimientos turísticos, por otra parte, el personal casi siempre se encuentran capacitados y los horarios que los establecimientos turísticos ofrecen a veces son convenientes. Estos resultados no coinciden con la investigación de Troncos (2018), ya que en su estudio evidencio la calidad del servicio en el Hotel Gran Palma de la ciudad de Piura es buena, ya que el establecimiento viene implementando las buenas prácticas del turismo sostenible en su personal y contribuye con la localidad, lo cual permite mantener la permanencia de los turistas.

Para el objetivo general, se obtuvo como resultado que se cuenta con una correlación estadísticamente significativa de $r=0,739$ (Positiva considerable), por lo que se puede decir que existe una relación positiva entre las buenas

prácticas de turismo sostenible y la calidad de servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021. Los resultados hallados presentan concordancia con la investigación de Gutiérrez (2018), quien logró establecer la relación entre buenas prácticas de turismo sostenible y la gestión de los establecimientos de intermediación y transportes turísticos de la ciudad de Riobamba - Chimborazo.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

Se determinó que las buenas prácticas de turismo sostenible se relacionan positiva considerable con la calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta, corroborada con una relación a nivel de 0,739 y significativa al 0,000.

Asimismo, se encontró una relación significativa (0,000) entre el eje ambiental y la calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta contrastada con un coeficiente de correlación de 0,501 siendo positiva media.

Se estableció que existe una relación positiva de 0,717 misma que es considerable entre el eje socioeconómico y la calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta, con una significancia de 0,000.

Por último, se comprobó que existe una relación positiva media de 0,542 entre el eje turístico y la calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta con una significancia de 0,000.

CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES

Se recomienda al jefe de la Unidad de promoción turística de la Municipalidad del Distrito de Nauta, diseñar una guía de buenas prácticas y a su vez difundir y promocionar en los establecimientos que dan servicio turístico, con eso dar a conocer los beneficios y generar conciencia a los turistas que visitan el distrito, con el propósito de aplicar los diversos procesos sostenibles dentro de las actividades turísticas.

A los dueños de los establecimientos que brindan alojamiento, se le sugiere confeccionar afiches como también tener un personal capacitado para brindar una pequeña introducción de concientización sobre el cuidado del medio ambiente más que todo relacionado al consumo del agua y los residuos sólidos, con el fin de crear conocimiento e interés positivo a los turistas y brindar una buena calidad de servicio.

Se les sugiere a los dueños de los establecimientos de diversión, alojamientos, tours, que para reducir el exceso de ruido y a su vez incrementar la economía del distrito, es necesario mejorar las instalaciones con un ambiente atractivo, seguro y cálido de los locales que brindan dichos servicios, y así los visitantes se sientan en confianza.

Se le recomienda al jefe de la Unidad de Promoción Turística de la Municipalidad del Distrito de Nauta, programar charlas de aprendizaje para todos los dueños de las empresas que brindan servicios turísticos en todas sus formas referente al servicio de calidad, con el fin de incrementar conocimientos para mejorar la atención y comprender las necesidades del visitante.

CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN

- Abdulla, L., Iyanna, S., & Jabeen, F. (2020). Islamic and Muslim tourism: service quality and theme parks in the UAE. *Tourism Review*, 75(2), 20-40. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TR-05-2018-0062/full/html>
- Al-Laymoun, M., Alsardia, K., & Albattat, A. (2019). Service quality and tourist satisfaction at homestays. *Management Science Letters*, 10(1), 209-216. http://www.m.growingscience.com/msl/Vol10/msl_2019_215.pdf
- Arroyo, M. (2018). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí. *Revista electrónica cooperación*, 3(1), 45-49. doi:<https://doi.org/10.33936/recus.v3i1.1284>
- Barbieri, C., Sotomayor, S., & Gil, C. (2020). Sustainable Tourism Practices in Indigenous Communities: The Case of the Peruvian Andes. *Tourism Planning & Development*, 17(2), 207-224. doi:<https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1597760>
- Bernal, B. E., Portal, M., & Feitó, D. (2019). Sustainable Tourism: A Competitiveness Strategy Perspective in Baja California. 11(1), 2-15. doi: <https://doi.org/10.3390/su11246934>
- Bora, B. (2019). Shaping tourists' destination quality perception and loyalty through destination country image: The importance of involvement and perceived value. *Tourism Management Perspectives*, 29(1), 105-117. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.11.006>
- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. (2018). *Reglamento de calificación, clasificación y registro de los investigadores del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica - reglamento renacyt*. Lima. <http://portal.concytec.gob.pe/index.php/informacion-cti/reglamento-del-investigador-renacyt>
- Dionisio, E. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia. 31(31), 35-48. doi:<https://orcid.org/0000-0001-6949-1416>

- Espinoza, M. A. (2021). *Diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa de turismo sostenible en el Distrito de Pucusana*. Tesis de pregrado, Universidad Científica del Sur, Lima, Perú. <https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/1899/TB-Espinoza%20M-Ext.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gutiérrez, J. (2018). *Buenas prácticas de turismo sostenible para mejorar la gestión de los establecimientos de intermediación y transportes turísticos de la ciudad de Riobamba - Chimborazo*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4816/1/UNACH-EC-FCP-GEST-TUR-2018-0010.pdf>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología De La Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C. V.
- Herrera, S. C. (2019). *Mejora de la calidad de servicio ofrecido en las mypes de hospedaje ubicadas en destinos emergentes del Perú utilizando el sistema de aplicación de buenas prácticas*. Tesis, Universidad Nacional Mayor de San Marcos . <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/10366>
- Huamani, L., & Tillca, N. (2020). *Calidad De Servicio Turistico Para La Satisfaccion Del Turista En La Feria Gastronomica Del Cuy Al Palo Del Distrito De Lamay 2017*. Tesis, Universidad Nacional De San Antonio Abad Del Cusco. http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/5433/253T20200245_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lozano-Oyola, M., Blancas, F. J., González, M., & Caballero, R. (2019). Sustainable tourism tags to reward destination management. *Journal of Environmental Management*, 250(1), 10-21. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2019.109458>
- MacKenzie, N., & Gannon, M. J. (2019). Exploring the antecedents of sustainable tourism development. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 12-25. Obtenido de

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-05-2018-0384/full/html>

- Mäntymaa, E., Tyrväinen, L., Juutinen, A., & Kurttila, M. (2019). Importance of forest landscape quality for companies operating in nature tourism areas. *Land Use Policy*, 107(1), 1-20. doi:<https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.104095>
- Musallam, S. A., Khalifa, G., Abuelhassan, A., & Ghosh, A. (2019). Antecedents of Dubai Revisit Intention: The Role of Destination Service Quality and Tourist Satisfaction. *Restaurant Business*, 118(10), 307-316. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Gamal-Khalifa-2/publication/336651614_Antecedents_of_Dubai_Revisit_Intention_The_Role_of_Destination_Service_Quality_and_Tourist_Satisfaction/links/5da9e4374585155e27f66b4b/Antecedents-of-Dubai-Revisit-Intention-The-Ro
- Naghizadeh, R. (2019). Investigation on the relationship Of service Quality On Tourist Satisfaction and Loyalty: Case Study of Ardabil County. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 4(1), 1-14. Obtenido de <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/772709>
- Nitivattananon, V., & Srinonil, S. (2019). Enhancing coastal areas governance for sustainable tourism in the context of urbanization and climate change in eastern Thailand. *Advances in Climate Change Research*, 10(1), 47-58. doi:<https://doi.org/10.1016/j.accre.2019.03.003>
- Pacherres, S., Vergara, A., & Sorhegui, R. A. (2020). Responsabilidad social corporativa y el turismo sostenible. *Revista Científica Ecociencia*, 7(2). doi:<https://doi.org/10.21855/ecociencia.72.340>
- Parque, J., & EuiBeom, J. (2019). Service Quality in Tourism: A Systematic Literature Review and Keyword Network Analysis. *Sustainability*, 11(13), 2-21. doi: <https://doi.org/10.3390/su11133665>
- Pinedo, D. V. (2019). *Análisis De Factores Influyentes En La Decisión De Implementar Buenas Prácticas Medioambientales Entre Tour Operadoras De Lima Metropolitana*. Tesis, Unidada San Ignacio de Loyola.

http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9002/1/2019_Pinedo-Avila.pdf

- Rahimizhian, S. (2020). A conceptual model development of the impact of higher education service quality in guaranteeing edu-tourists' satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Public Affairs*, 20(3). doi:<https://doi.org/10.1002/pa.2085>
- Real, V. E. (2018). *Buenas Prácticas Para El Turismo Sostenible En Establecimientos Turísticos Del Cantón Patate*. Tesis, Universidad Técnica De Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27438/1/REAL%20GUERRERO%20VIVIANA%20ESTAFANIA%20.pdf>
- Serrano-Amado, A.-M., Montoya-Restrepo, L.-A., & Cazares, I. (2018). Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia. *Gestión y Ambiente*, 21(1), 99-109. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6687502>
- Silva, R. J.-V., & Trelles, L. R. (2020). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente: Empresas turísticas de Canchaque-Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 193-203. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766>
- Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Ciencias sociales*, 15(2), 85-101. doi:<https://doi.org/10.29059/cienciauatv15i2.1369>
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, d., & Simanavicius, A. (2020). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable development*, 29, 259-271. <http://wileyonlinelibrary.com/journal/sd>
- Suárez, S., & Fumero, E. (2020). La hora del turismo sostenible y de las personas. *Sostenibilidad y gobernanza.*, 283-291. <https://grupoinnovaris.com/wp-content/uploads/2021/06/La-hora-del-turismo-sostenible-y-de-las-personas-por-Sergio-Sua%CC%81rez-Grupo-Innovaris.pdf>

- Tamashiro, D., & Acosta, M. (2006). *Manual de buenas practicas para turismo sostenible*. Perú: Comisión de Promoción del Perú - PromPerú. Obtenido de file:///H:/Mi%20unidad/V%C3%ADctor%20Re%C3%A1tegui/PREGRA DO/Buenas%20pr%C3%A1cticas%20de%20turismo%20sostenible%20y%20calidad%20del%20servicio%20tur%C3%ADstico/Manual_de_buenas_practicas_.pdf
- Thongdejsri, M., & Nitivattananon, V. (2019). Assessing impacts of implementing low-carbon tourism program for sustainable tourism in a world heritage city. *Tourism Review*, 74(2), 1-25. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TR-04-2017-0082/full/html?ai=18g&ui=1egz7&af=H>
- Troncos, J. Y. (2018). *Evaluación De La Calidad Del Servicio Utilizando Las Buenas Prácticas. Caso: Hotel Gran Palma De La Ciudad De Piura, 2018*. Tesis, UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA. <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1431/ADM-TRO-ESC-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vergara, J. C., & Cortez, M. C. (2019). Valoración De La Calidad Del Servicio Turístico De Cartagena De Indias, Colombia. *Panorama Económico*, 24(2), 544-558. Obtenido de https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/10216/13_Vergara.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

1. Matriz de consistencia

Título de la investigación	Problema de investigación	Objetivos de la investigación	Hipótesis	Tipo y diseño de estudio	Población de estudio y procesamiento	Instrumento de recolección
Buenas Prácticas De Turismo Sostenible Y Calidad Del Servicio Turístico En El Distrito De Nauta 2021	<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre buenas prácticas de turismo sostenible y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021?</p> <p>Problemas específicos ¿Cuál es la relación entre el eje ambiental y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre el eje socio-económico y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre el eje turístico y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre buenas prácticas de turismo sostenible y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021.</p> <p>Objetivos específicos Conocer la relación entre el eje ambiental y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021.</p> <p>Conocer la relación entre el eje socio-económico y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021.</p> <p>Conocer la relación entre el eje turístico y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021.</p>	<p>Hipótesis general Hi: Existe relación considerable entre buenas prácticas de turismo sostenible y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021.</p> <p>Hipótesis específicas Hi1: Existe relación entre el eje ambiental y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021.</p> <p>Hi2: Existe relación entre el eje socio-económico y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021.</p> <p>Hi3: Existe relación entre el eje turístico y calidad del servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021.</p>	<p>Tipo de estudio: Aplicada</p> <p>Nivel Descriptiva correlacional</p> <p>Diseño de estudio: No experimental</p>	<p>Población: La población de estudio estuvo conformada por 126,000 turistas en el distrito de Nauta</p> <p>Muestra: La muestra estuvo conformada por 368 turistas del Distrito de Nauta.</p> <p>Procesamiento de datos: Excel y SPSS</p>	<p>Instrumento: Cuestionario</p>

2. Instrumento de recolección de datos

ENCUESTAS A LOS TURISTAS

Con la finalidad de conocer las buenas prácticas de turismo sostenible en el Distrito de Nauta 2021, se aplica el siguiente cuestionario para registrar la percepción de cada uno de ellos, la misma que debe ser calificada de acuerdo a la siguiente escala de medición:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	Eje Ambientales	1	2	3	4	5
1	Se evidencian en las empresas turísticas, dispositivos ahorradores de agua en los grifos y duchas.					
2	El agua que se consume para el lavamanos es reutilizada para otros servicios.					
3	Ha observado que las empresas turísticas utilizan energías alternativas como paneles solares.					
4	Las empresas turísticas colocan contenedores de recogida selectiva de residuos en puntos estratégicos.					
	Eje Socio-Económico	1	2	3	4	5
5	Las empresas turísticas promueven una conciencia ecológica tanto en visitantes como en la población local.					
6	Se fomenta la conservación y protección de los recursos naturales como: especies en peligro, cuidado de los ecosistemas marinos y terrestres, etc.					
7	Las empresas turísticas, cuentan con una política de sostenibilidad que abarca aspectos ambientales, socioculturales y de calidad de servicios.					
8	Se adoptan medidas para que el ruido y la iluminación de las empresas turísticas no afecten la vida silvestre.					
9	Las empresas y comunidades locales se organizan para contribuir a la sostenibilidad del turismo.					
10	Las empresas turísticas intervienen en la valorización en las actividades del distrito de Nauta.					
11	Las empresas turísticas generan mayores puestos de trabajo para contribuir en la mejora de la calidad de vida de los pobladores.					
	Eje Turista	1	2	3	4	5
12	Se evidencia un centro de información turística accesible para toda persona que visita el distrito de Nauta.					

13	Los servicios turísticos cumplen con los estándares de calidad para la satisfacción de los turistas.					
14	Se evidencia servicios de salud de respuesta inmediata para las personas que realizan actividades turísticas.					
15	Se comunica las normas y lineamientos pertinentes para el correcto desarrollo de las actividades turísticas.					
16	Se hace partícipe a los turistas en la enseñanza de los procesos y protocolos del adecuado desarrollo del turismo sostenible.					

ENCUESTAS A LOS TURISTAS

Con la finalidad de conocer la calidad de servicio turístico en el Distrito de Nauta 2021, se aplica el siguiente cuestionario para registrar la percepción de cada uno de ellos, la misma que debe ser calificada de acuerdo a la siguiente escala de medición:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	Tangibles	1	2	3	4	5
1	Los equipos que utilizan los establecimientos turísticos son modernos.					
2	Las instalaciones de los establecimientos turísticos son visualmente atractivas.					
3	Los empleados de las empresas turísticas tienen buena presentación.					
4	Se encuentran ordenadas y limpias las áreas funcionales de los establecimientos turísticos.					
	Confiabilidad	1	2	3	4	5
5	Se cumplen con los tiempos de espera cuando solicita algún servicio dentro de los establecimientos turísticos.					
6	Cuando usted tiene un problema, el personal muestra interés genuino en resolverlo.					
7	Los trabajadores proporcionan un buen servicio a la primera.					
8	La atención al cliente dentro de las empresas turísticas, se realiza en un tiempo razonable.					
9	Se esfuerzan para no cometer errores en el servicio.					
	Responsabilidad	1	2	3	4	5
10	Los trabajadores hacen uso del lenguaje extranjero durante su atención.					
11	El servicio en los establecimientos turísticos con relación al número de clientes es relativamente rápido.					
12	Los trabajadores de los establecimientos turísticos siempre están dispuestos a proporcionar ayuda.					
13	Los trabajadores de los establecimientos turísticos responden las solicitudes de los clientes rápidamente.					
	Confianza	1	2	3	4	5
14	Los trabajadores inspiran confianza a los clientes.					
15	Se siente seguro y tranquilo cuando interacciona con los trabajadores de los establecimientos turísticos.					
16	Los empleados son educados y corteses.					

17	Los empleados de los establecimientos turísticos están capacitados.					
	Empatía	1	2	3	4	5
18	Los establecimientos turísticos brindan atención personalizada.					
19	Los trabajadores de los establecimientos turísticos son amables.					
20	Los trabajadores de los establecimientos turísticos atienden sus necesidades específicas.					
21	Los trabajadores muestran interés genuino para atender.					
22	Los horarios que los establecimientos turísticos ofrecen, son convenientes.					

3. Estadística complementaria

Escala: Buenas prácticas de turismo sostenible

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	368	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	368	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,721	16

Escala: Calidad del servicio turístico

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	368	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	368	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,827	22

4. Consentimiento informado

Por la presente declaro que he leído el cuestionario de la investigación titulada:

.....
.....

....., del Sr. tiene como objetivo medir

He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

Consiento voluntariamente participar en esta investigación como participante.

Nombre del participante:

.....

Su participación en este estudio no implica ningún riesgo de daño físico ni psicológico para usted. Es así que todos los datos que se recojan, serán estrictamente anónimos y de carácter privados. Asimismo, los datos entregados serán absolutamente confidenciales y sólo se usarán para los fines científicos de la investigación. El responsable de esto, en calidad de custodio de los datos, será el Investigador Responsable del proyecto, quien tomará todas las medidas necesarias para cautelar el adecuado tratamiento de los datos, el resguardo de la información registrada y la correcta custodia de estos.

Desde ya le agradecemos por su participación.

.....

NOMBRE

Investigador Responsable