



UNAP



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

TESIS

**“CONDICIONES TURÍSTICAS Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN
DE LOS VISITANTES DEL DESTINO TURÍSTICO QUISTOCOCHA -
IQUITOS 2018”**

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

PRESENTADO POR:

**ANTHONY GABRIEL JIMÉNEZ SALDAÑA
SPENCER JOSEPH HJALMAR RAMIREZ SALAS**

ASESOR:

Lic. Educ. JACKER PAREDES MENESES, Dr.

IQUITOS, PERÚ

2019



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
FACEN

"OFICINA DE ASUNTOS ACADÉMICOS"



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Iquitos, a los 17 días del mes de ENERO, del 2019, siendo las 05:00 pm de acuerdo a lo establecido en la Resolución Decanal N° 0081 2019-FACEN-UNAP, se constituyeron en el Auditorio de esta Facultad, el Jurado de la tesis, integrado por los docentes: LIC.ADM. VÍCTOR RAÚL REÁTEGUI PAREDES, Mgr. (Presidente), LIC.ADM. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Mgr. (Miembro) y el LIC.ADM. WALTER SORIA DEL ÁGUILA, Mgr. (Miembro), y se dio inicio al acto para escuchar la sustentación pública de la tesis: "CONDICIONES TURÍSTICAS Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES DEL DESTINO TURÍSTICO QUISTOCOCHA - IQUITOS 2018", presentado por los bachilleres en Negocios Internacionales y Turismo ANTHONY GABRIEL JIMÉNEZ SALDAÑA y SPENCER JOSEPH HJALMAR RAMIREZ SALAS, para optar el Título Profesional de LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO, que otorga la Universidad de acuerdo a la Ley y al Estatuto vigente.

Después de haber escuchado con mucha atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas en forma SATISFATORIA

El Jurado luego de las deliberaciones correspondientes en privado, llegó a la conclusión siguiente:

La Tesis ha sido: APROBADA POR UNANIMIDAD

Siendo las 07:00 pm se dio por terminado el acto Público

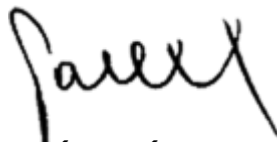
Agradeciendo a los sustentantes por su exposición.

LIC.ADM. VÍCTOR RAÚL REÁTEGUI PAREDES, Mgr.
Presidente

LIC.ADM. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Mgr.
Miembro

LIC.ADM. WALTER SORIA DEL ÁGUILA,
Miembro

JURADO Y ASESOR



Lic. Adm. VÍCTOR RAÚL REÁTEGUI PAREDES, Mg.
Presidente
CLAD- 01966



Lic. Adm. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Mg.
Miembro
CLAD-01950



Lic. Adm. WALTER SORIAL DEL AGUILA
Miembro
CLAD - 02527



Lic. Educ. JACKER PAREDES MENESES, Dr.
Asesor
Registro N° 1705416151

DEDICATORIA

A nuestros padres, por el gran esfuerzo que han hecho en brindarnos una buena educación y por los valores que nos inculcaron.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darnos vida y salud para lograr nuestros objetivos, a nuestros padres por ser nuestro motivo de superación.

Agradecer también a cada una de las personas que han contribuido de diferentes formas en la realización de esta investigación, asimismo como a nuestros docentes universitarios, que con sus enseñanzas y experiencias nos han formado sólidamente como profesionales.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
JURADO Y ASESOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	7
1.1. Antecedentes	7
1.2. Bases teóricas	11
1.3. Definición de términos básicos	27
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	31
2.1 Formulación de la hipótesis	31
2.2 Variables y su operacionalización	32
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	33
3.1. Tipo y diseño	33
3.2. Diseño muestral	34
3.3. Procedimientos de recolección de datos	35
3.4. Procesamiento y análisis de datos	35
3.5. Aspectos éticos	35
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	36
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	44
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	45

CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES	46
CAPÍTULO VIII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47
ANEXOS	
1. Matriz de consistencia	
2. Instrumento de recolección de datos	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Condiciones turísticas	36
Tabla 2. Calidad de los productos	37
Tabla 3. Calidad de servicio	37
Tabla 4. Accesibilidad	38
Tabla 5. Satisfacción los visitantes	39
Tabla 6. Aspectos principales	40
Tabla 7. Aspectos secundarios	41
Tabla 8. Correlación entre las condiciones turísticas y la satisfacción de los visitantes	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Condiciones turísticas	36
Figura 2. Calidad de los productos	37
Figura 3. Calidad de servicio	38
Figura 4. Accesibilidad	39
Figura 5. Satisfacción los visitantes	40
Figura 6. Aspectos principales	41
Figura 7. Aspectos secundarios	41
Figura 8. Correlación entre las condiciones turísticas y la satisfacción de los visitantes	43

RESUMEN

La presente investigación titulada: Condiciones turísticas y su relación con la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018. Tuvo como objetivo principal establecer la correlación existente entre las variables mencionada; por lo que el tipo de investigación fue deductivo, de diseño correlacional, para la cual se ha tomado una población de 6 743 personas, que al ser muy extensa se ha calculado una muestra siendo está conformada por 364 turistas, utilizando además una encuesta como técnica y un cuestionario como instrumentos, que después de recolectar la información se ha logrado concluir que: las condiciones turísticas son adecuadas (63%) pues de acuerdo a la percepción de los turistas que visitan Quistococha apreciar en gran medida la atención, el respeto por la identidad, la solidaridad y la amabilidad, sin embargo considera que existen irregularidades (34%) en cuanto infraestructura y seguridad del lugar, además califican como regular a los platillo y hospitalidad que ofrece el destino, de igual manera califica a los medios de transporte. Por otro lado, se ha determinado que el visitante demuestra un nivel de satisfacción medio pues un 46% demuestra estar poco satisfecho y otro 40% demuestra estar satisfecho. Se ha logrado determinar finalmente que las condiciones turísticas se relacionan significativamente con la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018; esto corroborada con el coeficiente de correlación de 0,991.

Palabras clave: Condiciones turísticas. Satisfacción del turista. Quistococha.

ABSTRACT

This research entitled: Tourist conditions and their relationship with the satisfaction of visitors to the Quistococha tourist destination - Iquitos 2018. Its main objective was to establish the correlation between the mentioned variables; Therefore, the type of research was deductive, with a correlational design, for which a population of 6,743 people has been taken, since a very large sample has been calculated, being made up of 364 tourists, also using a survey as a technique and a questionnaire as instruments, which after collecting the information has concluded that: tourist conditions are adequate (63%) because according to the perception of tourists visiting Quistococha greatly appreciate the attention, respect for the Identity, solidarity and kindness, however it considers that there are irregularities (34%) in terms of infrastructure and security of the place, they also qualify as regulating the dish and hospitality offered by the destination, also qualifies the means of transport. On the other hand, it has been determined that the visitor demonstrates an average level of satisfaction as 46% prove to be little satisfied and another 40% prove to be satisfied. It has been finally determined that tourist conditions are significantly related to the satisfaction of visitors to the tourist destination Quistococha - Iquitos 2018; this corroborated with the correlation coefficient of 0.991.

Keywords: Tourist conditions. Tourist satisfaction. Quistococha

INTRODUCCIÓN

La actividad turística hoy en día es considerada una importante fuente económica en el mundo que ha ido incrementado de manera significativa al paso de los años. Esta actividad se desarrolla principalmente en espacios naturales, cuya vulnerabilidad ante la afluencia masiva de turistas es muy alta, lo cual genera una serie de preocupaciones por la conservación del medioambiente; de modo que se busca un punto de equilibrio entre turismo y conservación medioambiental, es así como surge el denominado termino de turismo sostenible que contribuye a alcanzar los objetivos económicos, sociales y medioambientales, del mismo modo el ecoturismo es un nuevo enfoque de cuidar el medioambiente, mediante la actividad turística.

Según la Organización Mundial del Turismo (2018) el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

Asimismo, la sobrecarga turística no sería el único problema que representa vulnerabilidad para la naturaleza, ya que a lo largo del tiempo se han

originado cambios en los ecosistemas a causa de factores naturales y antrópicos. En base a esto, se han adoptado estrategias de conservación ambiental en todas partes del mundo, entre las que destaca la creación de áreas naturales protegidas (ANP).

Por otro lado, la satisfacción nos permite medir la calidad de un producto o servicio, el impacto que estos generan en los usuarios y/o clientes, asimismo traen consigo fidelidad hacia los mismos. Esto genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de los mismo), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse.

El Turismo en el Perú se constituye en la tercera industria más grande de la nación, detrás de la pesca y la minería. Principalmente está dirigida hacia los monumentos arqueológicos, pues cuenta con más de cien mil sitios de interés, el ecoturismo en la Amazonía peruana, el turismo cultural en las ciudades coloniales, turismo gastronómico, turismo de aventura y turismo de playa.

El Perú cuenta con un excelente potencial para ofrecer un viaje interesante e inolvidable, debido a su histórica y cultural tradición y diversidad, así como sus importantes recursos naturales y arqueológicos. Estas condiciones nos brindan las posibilidades de construir un turismo sólido y sostenible. Es así que, tanto el turismo interno como el internacional (aunque éste en menor medida que el primero) han ido aumentando en los últimos años.

Pero, a pesar de ello, existen algunos factores que podrían aumentar la competitividad del sector y que no han sido totalmente desarrollados. Tal es

el caso de la infraestructura de los caminos y aeropuertos -que no están en condiciones adecuadas para enfrentar una mayor cantidad de turistas-, la capacidad de la fuerza de trabajo y la seguridad ciudadana.

La región Loreto como es bien sabido es uno de los principales representantes del turismo natural del Perú, es así que desde hace mucho se evidencio su gran potencial turístico para el desarrollo de diferentes tipos de actividades turísticas, todo esto se complementa con el apoyo de las comunidades receptoras que son participes del desarrollo del turismo en cada una de sus localidades. Convirtiéndose así en un destino no solo para aquellos que gustan realizar actividades de aventura, contacto con la naturaleza, caminatas, visita a cascadas y aguas sulfurosas, sino también para los que buscan el contacto directo con la población local que conservan plenamente sus actividades culturales, lo que le da un valor único y diferenciador.

Entre los destinos más destacados cerca de la ciudad y cuyo acceso se puede realizarse vía carretera, es el destino denominado Quistococha, el cual es muy apreciado y visitado por gran cantidad de turistas al año, Sin embargo, como es bien sabido, resulta de vital importancia que el destino este estructurada de acuerdo con las necesidades del turista a fin de causar una mayor satisfacción de los mismos, es así que en dicho destino se ha logrado identificar que algunos de sus visitantes presentan cierto nivel de insatisfacción respecto a la infraestructura y condiciones físicas del lugar, y que los reclamos respecto a ello ha ido en aumento con el pasar de los meses, es por ello que en la presente investigación se pretende realizar un análisis detallado de las condiciones turísticas del destino a fin de

incrementar la satisfacción de los visitantes de uno de los destinos emblema de la ciudad.

Problema general

¿Cuál es la relación entre las condiciones turísticas y la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018?

Problemas específicas

¿Cuál es el estado de las condiciones turísticas del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018?

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018?

¿Cuál es el grado de correlación de las condiciones turísticas y la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Determinar la relación entre condiciones turísticas y la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018.

Objetivos específicos

Evaluar las condiciones turísticas del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018.

Conocer el nivel de satisfacción los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018.

Establecer el grado de correlación de las condiciones turísticas y la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018.

Justificación

Importancia: El estudio es importante, pues permitirá ampliar los conocimientos de las personas de forma concreta y certera, abriendo diversas posibilidades en el campo social, cultural, empresarial y natural, asimismo es importante ya que, al identificar las falencias existentes en las condiciones turísticas, se lograra establecer soluciones inmediatas para alcanzar un alto índice de satisfacción en los visitantes, además le permitirá al destino turístico, innovar y desarrollar nuevas estrategias para ofrecer sus servicios con mayor eficiencia. Finalmente es importante, pues el estudio servirá como base para futuras investigaciones.

Viabilidad: La presente investigación ha sido viable, ya que se ha contado con los recursos humanos, materiales y financieros necesarios para el desarrollo de cada uno de los procesos de la investigación, además que se ha obtenido la colaboración plena de las personas encuestadas; asimismo, la metodología utilizada ha facilitado la presentación y análisis de los resultados en función a cada uno de los objetivos específicos planteados.

Limitaciones

La investigación ha tenido ciertas limitaciones en cuanto a la recolección de datos, pues un grupo de turistas extranjeros considerados en la muestra no tenían la facilidad para entender el castellano, para ello se ha tenido en

cuenta la colaboración de un traductor (persona capacitada) para traducir el contenido de la encuesta al idioma de los turistas.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

En 2012, se desarrolló una investigación de tipo descriptiva y diseño correlacional, cuya población de estudio estuvo conformada por 356 turistas; la investigación determinó el nivel de satisfacción del turista en función al perfil del mismo en Quito y concluyó que es de suma importancia en que se mantenga una serie estadística sobre esta investigación en la que tenga el objetivo de encontrar deficiencias y de esta manera se refuercen un perfil del turista en la ciudad de Quito. Por lo que se pretende llegar a un mayor grado de satisfacción al turista donde permita ser aceptable pero no excelente. (Cabanilla, 2012)

En 2014, se desarrolló una investigación de tipo básica y diseño no experimental, cuya población de estudio estuvo conformada por 344 turistas; la investigación determinó la satisfacción del turista respecto a los servicios de alojamiento urbano en Baños de Agua Santa y concluyó que mediante este estudio se ha llegado a ver que no hay una buena satisfacción al turista con respecto a los servicios de alojamiento que se le pueda brindar ya que mayormente lo que le lleva a tener un nivel alto de insatisfacción son la limpieza en los baños, el estado de los equipos en cómo se puedan encontrar, el ruido que ocasionan por la parte externa, no se encuentra a disposición en las habitaciones los amenities por lo cual se pretende desarrollar un plan de mejoras en la que pueda ser de mucha ayuda y satisfacer a los clientes. (Espín, 2014)

En 2016, se desarrolló una investigación de tipo deductiva y diseño no experimental, cuya población de estudio estuvo conformada por 508 personas; la investigación determinó que los recursos turísticos de categoría sitios naturales, la comunidad receptora y la accesibilidad hacia los recursos el apoyo de las autoridades locales y la disponibilidad de la población local son condiciones que potencializan el desarrollo de la práctica del turismo de aventura en la provincia de San Martín y concluyó que las condiciones turísticas es importante para los recursos turísticos ya que son medios de acceso para que el visitante tenga la oportunidad de llegar ya que en gran mayoría los turistas siempre viajan de un lugar a otro con el propósito de practicar los tipos de turismo pero en especial el turismo de aventura y así sea una forma de promocionar estos deportes de extremo con la finalidad de que tanto como Tarapoto, Sauce y Morales sean conocidos en todo el mundo por ser uno de las provincias pioneras en el sector turismo. (Llontop, 2016)

En 2017, se desarrolló una investigación de tipo correlacional y diseño no experimental, cuya población de estudio estuvo conformada por 408 visitantes; la investigación determinó el nivel de satisfacción de los turistas nacionales que visitan el complejo turístico de Quistococha, periodo 2016 y concluyó que según estos estudios realizados se pudo comprender de que la satisfacción de los turistas nacionales que llegan a conocer el complejo de Quistococha indicaron que la atención que brinda el personal de boletería es satisfecho lo que ha generado una ventaja sin embargo hay ciertos puntos como por ejemplo los guías, el

personal de limpieza y la atención en los restaurantes suma un nivel alto lo que hace que el servicio que se brinda sea deficiente. (Curinuqui y Guerra, 2017)

En 2017, se desarrolló una investigación de tipo básica y diseño no experimental, cuya población de estudio estuvo conformada por 165 visitantes; la investigación determinó las condiciones turísticas que posee el Caserío de Conache se encuentre de una manera equipada y concluyó que el caserío de Conache se encuentra unas condiciones turísticas de manera regular ya que solo posee restaurante, mas no se brinda hospedaje en relación en atractivos o recurso turísticos solo cuenta con una laguna natural y laguna artificial. Asimismo, esto sería una desventaja para aquellas personas que deseen visitar estos lugares con el propósito de hacer el tipo de turismo que les guste, pero sin embargo esto no es posible porque las personas de este lugar no se interesan por empezar a darle una buena fachada para que así pueda venir más turista y pueda generar un mayor desarrollo en el lugar. (Rodríguez, 2017)

En 2016, se desarrolló una investigación de tipo descriptiva y diseño no experimental, cuya población de estudio estuvo conformada por 281 personas; la investigación determinó la relación existente entre la seguridad del servicio turístico y la satisfacción del turista que visita las cataratas de Ahuashiyacu de la ciudad de Tarapoto, periodo 2016 y concluyó que la seguridad del servicio turístico es bajo ya que los mismos visitantes perciben que existe pocas zonas de descanso como también escasa seguridad turística para el libre esparcimiento del

visitante, sin embargo, esto afecta de manera directa la satisfacción del turista ya que sería conveniente de que se mejoraran estos aspectos que son aún visibles para los que llegan a hacer turismo de naturaleza con el fin de preservar las áreas naturales. Es por ello que se de poner señalizaciones, barandas de apoyo, guías expertos, central telefónico, primeros auxilios, entre otros componentes que carecen el establecimiento por ende los turistas han creado un alto grado de insatisfacción, de tal forma que las personas tienen que tomar sus propias precauciones. (Cruzado, 2016)

En 2017, se desarrolló una investigación de tipo exploratoria y diseño no experimental, cuya población de estudio estuvo conformada por 578 clientes; la investigación determino la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en los restaurantes del distrito de Tarapoto 2014 y concluyó que la calidad de servicios para la satisfacción a los clientes en los restaurantes del distrito de Tarapoto son importantes ya que permite analizar los resultados en la que puede determinar que el nivel de satisfacción es bajo, pues el cliente muestra descontento con el servicio recibido, ya que el personal pocas veces se interesa por atenderlos rápido, además no se comunican de manera fluida y clara, no siempre comprenden fácilmente lo que necesitan, a su vez no les transmite confianza, eso se debe a que no siempre se encuentran a disposición para brindar su apoyo. (Vásquez, 2017)

1.2. Bases teóricas

Turismo

El turismo puede ser estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas, debido a que son muchos los elementos que lo constituyen. “Desde que el turismo comienza a interesar como materia de estudio profesional, existe un debate abierto para intentar llegar a un concepto consensuado del término Turismo y que éste quede plasmado como una definición universal” (Maldonado, 2005, p. 56). Pero sin embargo el turismo sigue una regla general, pue en la cual hace referencia a la personal que viaja de un país a otro para conocer su cultura, tradiciones y costumbre.

Asimismo, Aguilar, Rivas, y Gonzáles (2008) considera que el turismo es el “conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus viajes y permanencias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, por motivos diferentes al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado” (p. 12). Por lo que estas personas planificas con anticipación las actividades que realizaran durante su visita y sobre todo el gasto turístico que demandara todo este acontecimiento, de ahí muchas veces el tipo de turismo que elige el visitante.

Esta definición es más completa y amplia respecto de las que ya existían, debido a que precisa los fenómenos que se producen con ocasión de la actividad turística: (a) desplazamiento, (b) estancia

temporal, (c) el viajero, (d) el lugar de estancia, y (e) las relaciones surgidas entre todos estos elementos. (Denman, 2001)

Por su parte, la Organización Mundial del Turismo – OMT (2018) considera que el turismo “es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales” (párr. 2). De tal modo dichas personas son denominadas visitantes, (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con las actividades que ofrece la zona, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Tipos de turismo

En cuanto a las modalidades de turismo Aguilar, Rivas, y Gonzáles (2008) establecen las distinciones o formas de turismo de manera genérica, las que se describen a continuación:

- a) Turismo Interno o Doméstico:** Son los visitantes residentes en el país que se desplazan fuera de su entorno habitual, pero dentro del país, por un período menor a un año y cuyo propósito principal no sea el percibir una remuneración en el lugar visitado, cambiar de residencia, buscar trabajo, entre otros.
- b) Turismo Receptivo o de Entrada:** Son los visitantes de otras naciones que se desplazan a un país en su calidad de no residentes, por un período menor a un año por cualquier motivo,

excepto para obtener una remuneración en el lugar visitado, cambiar de residencia, buscar trabajo, inmigrantes, entre otros.

- c) Turismo Emisivo o de Salida:** Son los visitantes residentes que se desplazan a otros países, por un tiempo inferior a 12 meses por cualquier motivo, excepto para obtener una remuneración en el lugar de destino, cambiar de residencia, buscar trabajo, etc.

Los tres tipos de turismo mencionados son excluyentes entre sí, sin embargo, al combinarse dan origen a otras formas de turismo, como son:

- a) Turismo Interior:** Este concepto comprende el turismo interno y el receptivo (de entrada), es decir, a los individuos que viajan dentro del país en el que se genera el estudio, sin importar su lugar de residencia.
- b) Turismo Nacional:** Resulta de la conjunción del turismo interno más el emisivo (de salida), y se refiere a los residentes del país en el que se realiza la compilación, sin distinguir el destino de su viaje.
- c) Turismo Internacional:** Está constituido por la adición del turismo que viaja al exterior (emisivo o de salida) y el que procede del extranjero (receptor o, de entrada).

Por otro lado, Medina (2016) clasifica los tipos de turismo en distintas ramas, las que se dividen según la forma de desarrollo.



Imagen 1: Tipos de clasificación del turismo por Medina (2016)

Cabe resaltar que dentro de ellas existe una infinidad de actividades turísticas que se desarrollan de acuerdo al lugar que visita la personas y si estas cuentan con las condiciones turísticas necesarias para satisfacer las necesidades del turista.

Desarrollo turístico

La filosofía del desarrollo se resume en el eslogan que dice: “turismo con identidad”, o llamado también el buen vivir, vivir sobre todo en armonía con el ambiente con el universo, con la naturaleza, evitando a toda costa la degradación del ambiente y más bien protegiéndola de atentados en contra de la madre tierra. (Sociedad Internacional de Ecoturismo, 2017)

Además, las experiencias que se están desarrollando, permiten comprobar que si es posible garantizar el bienestar de la población con un manejo adecuado del ambiente garantizando bienestar y equilibrio entre la naturaleza y el ser humano. (Sociedad Internacional de Ecoturismo, 2017)

La OMT (2018) con base en la conferencia de Rio de Janeiro “Agenda 21. Desarrollo y medio ambiente”, ha definido el desarrollo turístico sostenible de la siguiente manera.

Es aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales. La diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. (párr. 7)

Condiciones turísticas

Las condiciones turísticas son denominadas como aquellas condiciones que se dan por los factores positivos o negativos de los propios recursos turísticos, la oferta principal y complementaria pero también por los servicios generales, la formación de personal en contacto, la tipología del lugar, la infraestructura, el transporte, vías de comunicación y demás que integran al turismo.

En cuanto a ellos, se puede decir que, si bien el turismo es una actividad económica que necesita lugares diferentes al de su entorno y que a su vez involucra al ser humano, también es esencial la presencia de un entorno favorable, es decir lo que denominamos atractivo turístico, que a su vez requiere de determinadas condiciones para que el turismo pueda desarrollarse eficazmente.

De tal manera Olmos y García (2016) consideran tres escenarios importantes para analizar las condiciones turísticas, estas son los recursos turísticos con las que cuenta el lugar, la comunidad receptora del lugar y la accesibilidad que tienen los recursos.

Las que requiere un análisis más detallado de las características que la componen, tal y como se muestra a continuación:

a) Calidad de los productos

Está considerado dentro de ello los recursos naturales, culturales, folclore, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados que poseen una determinada zona o área, con un potencial que podría captar el interés de los visitantes. Y lo que en ella analizaremos es en qué condiciones se encuentran, es

decir si es que puede captar el interés de los visitantes. (Olmos y García, 2016)

- **Infraestructura:** Componente que debe adecuarse a las necesidades que se desea satisfacer, es decir debe adecuarse a la demanda de turistas que visitan el destino turístico, tomando en cuenta también el respeto al medio ambiente.
- **Seguridad:** La seguridad en el destino turístico debe ser evidente, componente que crear mayor confianza en los visitantes, al igual que genera satisfacción en su recorrido. Por lo que debe existir todo tipo de seguridad, previniendo todo tipo de riesgo a la que pueda estar expuesto el turista.
- **Atención:** La atención es un punto importante en los turistas, pues esta le que crear el primer contacto con las personas, por lo que debe crear impresión en ellos, pues creara una imagen de las personas y el establecimiento.

b) Calidad de servicio

Es un componente muy importante para analizar las condiciones turísticas, pues está constituida por el comportamiento, actitudes, costumbre y cultura de la comunidad, sin embargo, esta debe ser desarrollada teniendo en cuenta la personalidad del visitante, ya que es importante mantener una relación armoniosa con los turistas, creando expectativas positivas en ellos. (Olmos y García, 2016)

- **Alimentación:** La alimentación es uno de los componentes que atrae a los turistas, y la razón por la que llegan muchos turistas,

por ende, se debe elevar y satisfacer esas expectativas. De tal manera estas personas se lleven una buena impresión del mismo.

- **Hospitalidad:** La acogida de los visitantes también crear una buena imagen de las personas y la comunidad o del destino que visitan, por ende, es importante ofrecer la mejor comodidad en las instalaciones.
- **Respeto por la identidad local:** Es otro de los factores por lo que se hace el turismo, muchas personas visitan un destino turístico por la cultura única extraordinaria que se ofrece, por lo tanto, es importante preservar la cultura de la zona.
- **Solidaridad:** Una cualidad que toda persona debe mostrar y practicar con todas las personas de su alrededor, la solidaridad dice mucho de las personas, ya que definen la personalidad.
- **Amabilidad:** Ser amable es muy importante para entrar en confianza al relacionarse con otras personas, de tal manera la amabilidad de las personas creara una buena imagen.

c) Accesibilidad

Es otro factor de gran importancia en todos los productos turísticos de la zona, dado que cualquier tipo de turismo que sea estudiado o practicado se necesitará de una accesibilidad hacia los recursos. Por ende, es necesaria que las vías de acceso y los medios de transporte tengan las condiciones necesarias para ser transitadas y utilizadas respectivamente. (Olmos y García, 2016)

- **Vías de acceso:** La calidad de las vías de acceso es de gran importancia para poder transitar o para poder llegar al lugar turístico con total facilidad, además es esencial la señalización de los mismos.
- **Medios de transporte:** El transporte sea cual sea la modalidad es necesaria para transportarse de un lugar a otro, más aun cuando es un caso de emergencia; asimismo estos medios deben estar en óptimas condiciones para ser utilizadas, contando además con todas las medidas de seguridad.

Satisfacción del turista

Es un estado que experimenta el turista dentro de su cabeza, una respuesta que puede ser tanto intelectual como emocional, estado de la mente que representa la mezcla de las respuestas materiales y emocionales del visitante hacia el contexto de búsqueda de información, el cumplimiento completo de una necesidad o deseo; el logro de un fin deseado. “Es el resultado de un proceso permanente de comparación entre la experiencia y las percepciones subjetivas, en un lado, y los objetivos y las expectativas, en el otro” (Vogt, 2004, p. 16). Es un estado mental del visitante a representa sus respuestas intelectuales, materiales y emocionales ante el cumplimiento de una necesidad o deseo de información. Este estado siempre es un constructor y juicio de evaluación, ya que se comparan los objetivos y expectativas contra los resultados obtenidos.

La satisfacción de turista considerada como el cumplimiento o realización de una necesidad, deseo o gusto con el servicio recibido es apreciada como relevante en al menos 4 áreas: comparar los sistemas o programas de salud, identificar cuáles son los aspectos de los servicios que necesitan de cambios para mejorar la satisfacción y asistir a las organizaciones con poca aceptabilidad de los servicios. (Rodríguez, 2007)

López (2017) sostiene que la satisfacción “es la respuesta de ver cumplidas las necesidades y expectativas del cliente, es un juicio respecto a una característica del bien o servicio, o el bien o servicio en sí mismo, que proporciona un nivel placentero de recompensa relacionado con su consumo” (p.28).

Mariani, Sorio y Palhares (2010) consideran que los destinos turísticos, en una coyuntura que presupone el aumento de la competencia, carecen de estrategias que agreguen elementos a la experiencia vivida por el turista (sea a través de la gastronomía o del contacto con las diversas expresiones culturales locales), haciendo que el visitante retorne a los lugares visitados. De esa manera es imprescindible contar con estrategias mercadológicas fundamentadas en la satisfacción de los turistas.

La satisfacción puede ser establecida de muy diversos modos; en términos generales, podemos decir que es el sentimiento emocional relacionado con la experiencia de consumo realizada por un individuo (tanto único, como colectivo), es decir, una respuesta afectiva o

emocional a una experiencia concreta de consumo. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2007). Por tanto, la satisfacción conlleva un juicio realizado sobre una experiencia de compra/consumo, que es el resultado de procesos cognitivos, y que integra elementos afectivos.

Normalmente, esa satisfacción se crea a partir de la formación de un estándar de comparación, que posteriormente es posicionado frente a los resultados obtenidos, para emitir un juicio de valor acerca del mismo. Si el resultado obtenido iguala o supera lo esperado, se obtiene una satisfacción, mientras que, si no lo alcanza, el cliente alcanzará un grado de insatisfacción.

En los servicios turísticos, al igual que en la mayoría de los sectores empresariales, esa satisfacción viene condicionada de antemano por múltiples factores: las experiencias anteriores del cliente/turista, las informaciones recabadas (amigos, familiares, prensa, publicidad), la percepción personal, las actitudes, etc.

Importancia de la satisfacción del turista

Un usuario satisfecho volverá a usar sus servicios y dará una buena opinión al respecto de la institución. “Por el contrario, una persona insatisfecha comentará a un número mayor de personas su insatisfacción, en mayor o menor medida se quejará a la organización” (Hernández, 2011, p. 350). La importancia que tiene la satisfacción dentro de las actividades de información, no basta con almacenar y poner a disposición de nuestras comunidades los recursos, herramientas y servicios, se hace imprescindible valorar si el suministro

de dichos recursos es el adecuado para cubrir las necesidades de los turistas

Elementos que conforman la satisfacción del usuario

La satisfacción del usuario está conformada por tres elementos tal como lo menciona Gosso (2008):

El Rendimiento Percibido: Gosso (2008) Se refiere al desempeño en cuanto a la entrega de valor que el usuario considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el resultado que el cliente percibe que obtuvo en el producto o servicio que adquirió.

- El rendimiento percibido tiene las siguientes características:
- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos.
- Dada su complejidad, el rendimiento percibido puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el cliente.

Las Expectativas: Gosso (2008) señala que las expectativas son las esperanzas que los usuarios tienen por conseguir algo. Las expectativas de los usuarios se producen por el efecto de una o más de éstas cuatro situaciones:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión
- Promesas que ofrecen los competidores.

Los Niveles de Satisfacción: Gosso (2008) menciona que luego de realizada la adquisición de un servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- **Insatisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- **Satisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- **Complacencia:** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Beneficios de la satisfacción del usuario.

Denove (2006) señala que, aunque hoy en día la mayoría de las empresas proclama que la satisfacción y el servicio al usuario se encuentran entre sus prioridades, la realidad a la que se enfrenta este

último (en forma de promesas incumplidas, contestadores automáticos, largas colas de espera, etc.) confirma más bien lo contrario.

- **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.
- **Recomendación verbal:** La fuerza de una recomendación verbal es mayor que la de toda la publicidad de una empresa en su conjunto. A cada industria le afecta de una manera diferente. No obstante, la importancia que una recomendación de este tipo cobra es decisiva para una industria si la compra que realiza el cliente supone una inversión financiera sustancial; los datos disponibles para el consumidor son suficientes como para permitirle tomar una decisión informada.
- **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.

Evaluación de la Satisfacción del Turista

Según Izaguirre (2014), la satisfacción del turista es muy importante ya que “fuertemente dependemos de ellos para que nuestra empresa siga

siendo rentable y siga creciendo además para poder brindar un servicio turístico de calidad y satisfacer las necesidades primordiales del visitante” (p. 46).

Por otro lado, la satisfacción, es básicamente un requerimiento indispensable para ganarse un lugar en la mente del cliente y en nuestro mercado meta, sin embargo, muchas empresas hoteleras no se dedican a satisfacerlas y a cumplir con las expectativas del visitante es por eso que el simple hecho de mantener satisfechos a nuestros clientes/turistas han traspasado fronteras del área de mercadotecnia.

Según la propuesta del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2017) mide el grado de satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros tomando en cuenta la visita realizada y los servicios turísticos utilizados en la zona destinada.

Evaluación de atributos

Los atributos son un factor muy importante a la hora de evaluar la satisfacción del consumidor turístico, ya que permiten ver cuáles de estos son los más valorados por dichos consumidores para así implementarlos (en caso de que no exista) o mejorarlos en caso de que presenten deficiencias. (MINCETUR, 2017)

a) Aspectos principales

Comprende los atributos principales en la que se fija el visitante al llegar a un lugar, pues parte de ahí para generar satisfacción en su persona. Por lo que debe existir cierta preocupación de las personas para ofrecer el mejor servicio la que cumpla el objetivo de satisfacer las

necesidades de los turistas; de tal manera los atributos esenciales son:
(MINCETUR, 2017)

- **Precios:** indica el valor que se debe pagar por los productos y/o servicios requeridos por el turista. Por lo que el precio debe estar valorizado de acuerdo las características y atributos que posee cada una de ellas (producto y/o servicio).
- **Trato del personal:** Es una cualidad del personal para tratar con las personas, por lo que en ella debe resaltar la amabilidad y el respeto.
- **Limpieza:** Es un procedimiento que se debe realizar de manera permanente en la zona o establecimiento, factor que ofrecerá una imagen ya sea mala o buena del lugar.
- **Comodidad:** Debe existir comodidad en las instalaciones para mantener satisfechos a los visitantes, puesto que es uno de los factores que llama su atención.
- **Rapidez en la atención:** La rapidez es un factor importante en la atención dado que a muchas de las personas no les gusta esperar, pues al atenderlos con rapidez se crea un alto grado de rapidez.

Aspectos secundarios

Según el MINCETUR (2017) los aspectos secundarios no son ni más ni menos importante de los mencionados inicialmente, por lo que crear un cierto grado de satisfacción si los factores que se consideran a continuación son percibidos de buena manera:

- **Cumplimiento del servicio:** el visitante se sentirá satisfecho cuando el servicio ofertado va de acorde con la percepción del cliente, es decir el turista quedara satisfecho cuando el servicio sea tal y como se le ha ofrecido u observado.
- **Estado de la infraestructura:** Es un punto que llama mucha la atención de los visitantes, por lo que para generar satisfacción este debe sorprender a los visitantes.
- **Seguridad:** Componente que debe estar presente en todas las áreas del establecimiento, así como en los espacios abiertos. La seguridad genera confianza en los visitantes.
- **Presentación del local:** La presentación debe ser única para llamar la atención de los visitantes, así como debe ser curiosa;
- **Ubicación del local:** Un punto importante que se debe tener en cuenta en la ubicación es la accesibilidad, ya que normalmente los lugares turísticos se encuentran ubicado en zonas alejadas, a pesar de ello tiene que ser fácil de llegar para tener mayor concurrencia de turistas.
- **Cumplimiento de horarios:** Es muy importante también para crear mayor confianza en los turistas, pues al cumplir con los horarios programados.

1.3. Definición de términos básicos

Infraestructura: Son elementos básicos con la que tiene que contar una infraestructura turística como es el caso de acceso,

comunicaciones, agua y luz, etc. con el fin de brindar al turista un buen servicio.

Seguridad: Se entiende que es la protección de la vida, la salud, la integridad física y económica de los visitantes.

Atención: Se refiere en como los encargados del sector turismo muestran respeto, cortesía o afecto hacia la persona visitante.

Calidad de servicio: son los aspectos importantes en la satisfacción y las necesidades de los clientes con la finalidad de cubrir sus expectativas.

Alimentación: Se entiende que son todos los establecimientos o una empresa en la que se dedica a preparar y servir los alimentos para la persona que lo solicite.

Hospitalidad: Se comprende que son todos aquellos profesionales en la que son capaces de realizar una promoción y comercialización de servicios que son destinados a los visitantes.

Respeto por la identidad cultural: Es respetar sobre todas las cosas las costumbres, tradiciones de una comunidad sin faltar el respeto a las personas que reciben con tanto entusiasmo a los turistas.

Solidaridad: Es un valor que toda persona debe conocer con el fin de ayudar a los demás.

Amabilidad: Es tratar bien a los demás, saludar y dar las gracias es un gesto que te caracterizara de ser amable.

Accesibilidad: Es que el destino turístico que ofrece debe pensar en todas las personas que visitan el lugar para así acceder a un servicio

Vías de acceso: Es el camino o vía que sobresale por estar rodeada de lugares que se consideran por algún motivo valioso.

Medios de transporte: Estos medios permiten al turista desplazarse de un lugar a otro.

Precios: Es aquel pago o recompensa que se asigna ya sea por a ver brindado un servicio.

Trato del personal: Es una forma de comunicarse o establecer un vínculo con otra persona para llegar a un propósito en común.

Limpieza: Es fundamental en todos los servicios turísticos para que así se pueda cuidar un negocio mostrando la parte del orden y la higiene.

Comodidad: Sentirse bien en cualquier lugar que un visitante se encuentre con el fin de disfrutar cada momento y cada experiencia.

Rapidez en la atención: Se comprende la agilidad en que debe manejar una empresa turística con sus trabajadores con el propósito de no hacer esperar mucho a la persona que adquiere sus servicios.

Cumplimiento del servicio: Se trata de que la empresa prestadora de servicios turísticos cumpla lo que promete al vender u ofrecer su producto para así el cliente pueda confiar otra vez cuando quiera adquirir su servicio.

Estado de la infraestructura: Significa si el lugar donde el turista visitara se encuentra en las óptimas condiciones para hacer un buen turismo y de esta manera no tener ningún inconveniente.

Presentación del local: Es la temática que ofrece un lugar turístico de acuerdo a sus culturas.

Ubicación del local: Significa el lugar donde se encuentra el centro turístico con la finalidad que el visitante tenga una noción a donde se dirige.

Cumplimiento de horarios: Es que toda persona debe cumplir los horarios propuestos para mostrar responsabilidad en el trabajo.

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de la hipótesis

Hipótesis general

Hi: Las condiciones turísticas se relacionan significativamente con la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018.

Ho: Las condiciones turísticas no se relaciona significativamente con la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018.

Hipótesis específicas

Hi1: Las condiciones turísticas del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018, son inadecuadas.

Hi2: La satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018, mantiene un nivel bajo.

Hi3: El grado de correlación de las condiciones turísticas y la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018, es significativo.

2.2 Variables y su operacionalización

Variables	Definición conceptual	Tipo por su naturaleza	Indicadores	Escala de medición	Categorías	Valores de las categorías	Medio de verificación
Condiciones Turísticas	Las condiciones turísticas son denominadas como aquellas condiciones que se dan por los factores positivos o negativos de los propios recursos turísticos, la oferta principal y complementaria pero también por los servicios generales. (Olmos y García, 2016)	Cuantitativa	Infraestructura	Ordinal	Inadecuada	1	Encuesta aplicada a los turistas.
			Seguridad				
			Atención				
			Alimentación		Regular	2	
			Hospitalidad				
			Respeto por la identidad local				
			Solidaridad		Adecuada	3	
			Amabilidad				
			Vías de acceso				
			Medios de transporte				
Satisfacción del Turista	Los atributos son un factor muy importante a la hora de evaluar la satisfacción del consumidor turístico, ya que permiten ver cuáles de estos son los más valorados por dichos consumidores para así implementarlos (en caso de que no exista) o mejorarlos en caso de que presenten deficiencias. (MINCETUR, 2017)	Cuantitativa	Precios	Ordinal	Insatisfecho	1	Encuesta aplicada a los turistas.
			Trato del personal				
			Limpieza:				
			Comodidad		Poco satisfecho	2	
			Rapidez en la atención				
			Cumplimiento del servicio				
			Estado de la infraestructura		Satisfecho	3	
			Seguridad				
			Presentación del local				
			Ubicación del local				
			Cumplimiento de horarios				

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

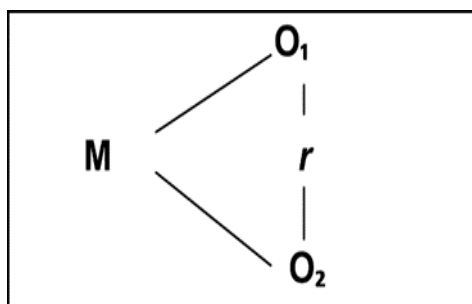
3.1. Tipo y diseño

Tipo de investigación

El método de investigación en la presente investigación fue método deductivo, ya que se pretende partir de un problema general y al ir investigando llegar a identificar aspectos particulares que viene ocasionando el problema. (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014)

Diseño

El diseño en la presente investigación fue el Correlacional, ya que en la investigación se pretendió conocer detalladamente cada una de las variables, para posteriormente conocer la relación entre la variable independiente (condiciones turísticas) y la variable dependiente (satisfacción del turista). (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014)



Donde:

M : Turistas

O₁ : Condiciones turísticas

O₂ : Satisfacción del turista

r : Relación

3.2. Diseño muestral

Población

La población del presente estudio estuvo conformada por la totalidad de turistas que visitan el destino turístico Quistococha durante el último semestre que suman la cantidad de 6 743 personas, de acuerdo a los registros del Centro Turístico Quistococha de la ciudad de Iquitos.

Muestra

Para determinar la muestra, se tuvo la necesidad de aplicar la fórmula del muestreo aleatorio simple.

Datos:

(Z) Nivel de confianza: 1.96 =95%

(p) Probabilidad: 50%= 0.5

(q) (1 - p) = 0.5

(d) Margen de error: 5% = 0.05

(N) Población: 6 743

Formula:

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

$$n = 364$$

De acuerdo a ello se tomó una muestra de 364 turistas extranjeros y nacionales que serán encuestados.

3.3. Procedimientos de recolección de datos

Técnicas	Instrumento	Alcance	Fuente
Encuestas	Cuestionario de preguntas	Recabar información en función a las dimensiones e indicadores de cada variable.	Turistas que visitaron el destino turístico Quistococha

3.4. Procesamiento y análisis de datos

Los métodos empleados en la presente investigación son los siguientes:

- Presentación de tablas y gráficos. Con el objeto de sintetizar los resultados y presentar de manera dinámica la información obtenida.
- Método descriptivo. A fin de describir de manera detallada cada uno de los resultados obtenidos.
- Procesamiento estadístico. A fin de poder establecer una relación entre las variables, así como de sus elementos en función a los objetivos especificados.

3.5. Aspectos éticos

En la presente investigación no se pretende perjudicar de ninguna manera a los encuestados, por lo que el proceso de recolección de data se realizó respetando la privacidad de estos, asimismo no la información recolectada sobre el destino turístico Quistococha, se procesó y analizo con mucha cautela a fin de no perjudicar a ésta.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Las condiciones turísticas del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018.

	Frecuencia	Porcentaje
Inadecuado	12	3%
Regular	122	34%
Adecuado	230	63%
Total	364	100%

Tabla 1. *Condiciones turísticas*

Fuente: encuesta aplicada a los turistas que visitan Quistococha

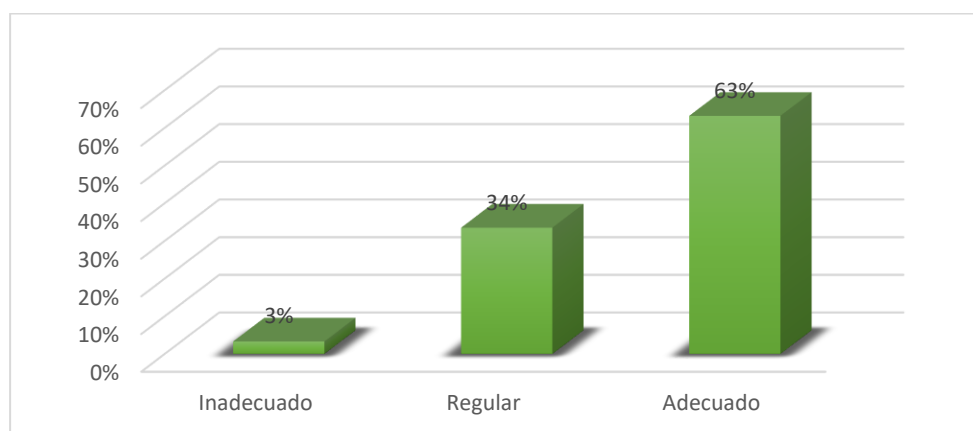


Figura 1. *Condiciones turísticas*

Tras la encuesta aplicada a los visitantes que llegan al destino turístico Quistococha han plasmado su percepción en cuanto a las condiciones turísticas, siendo esta calificada en gran medida como adecuada (63%), sin embargo, se observa un cierto porcentaje de personas que lo califican como regular (34%) lo que indica que se ha encontrado ciertas regularidades, por otro lado, se observa un 3% que la califica como inadecuada siendo esta no muy relevante. Por tanto, dicha características se analizarán por cada dimensión.

Tabla 2. *Calidad de los productos*

	Frecuencia	Porcentaje
Inadecuado	49	13%
Regular	266	73%
Adecuado	49	13%
Total	364	100%

Fuente: encuesta aplicada a los turistas que visitan Quistococha

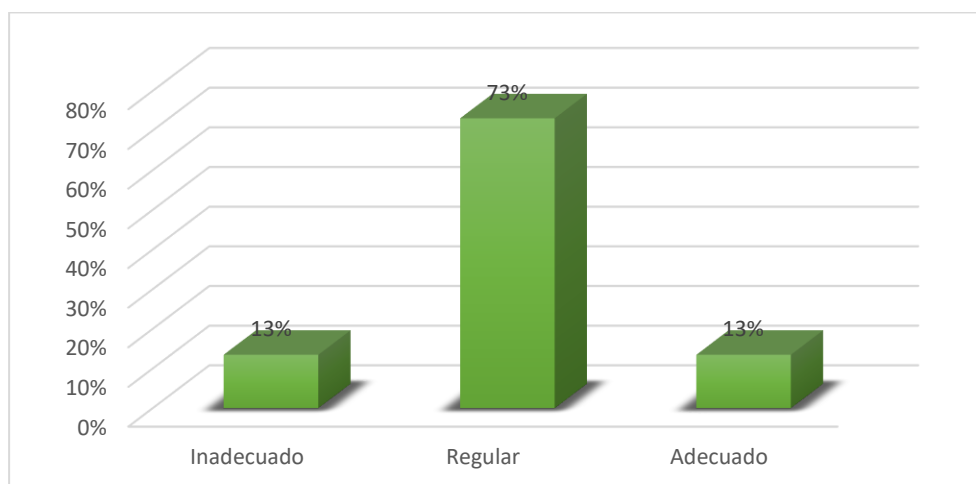


Figura 2. *Calidad de los productos*

En tabla y figura se observa que el 73% de los encuestados consideran que la calidad de los productos es regular, y un 13% lo califica como inadecuada y adecuada respectivamente, esto debido que la infraestructura y seguridad de la misma presenta irregularidades siendo estas inestables, asimismo se evidencia que la atención brindada por los colaboradores del destino turístico es adecuada con cierta tendencia a ser regular.

	Frecuencia	Porcentaje
Inadecuado	12	3%
Regular	50	14%
Adecuado	302	83%
Total	364	100%

Tabla 3. *Calidad de servicio*

Fuente: encuesta aplicada a los turistas que visitan Quistococha

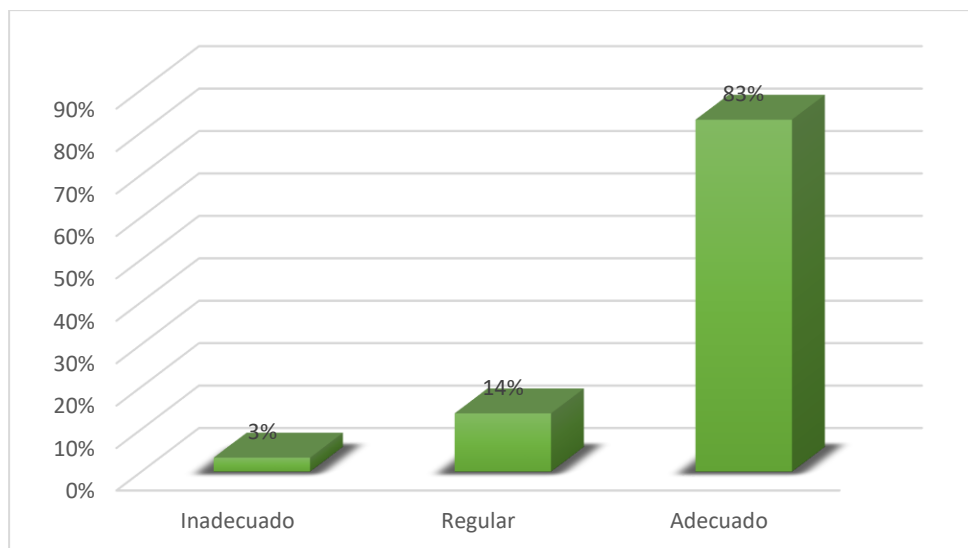


Figura 3. *Calidad de servicio*

Por otro lado, en la figura 3 se logra observar que el 83% de los encuestados califican a la calidad del servicio como adecuada, el 14% lo califica como regular y el 3% como inadecuada, puesto que en gran medida los platillos consumidos es regular dado que no cubre las expectativas del visitante, sin embargo se ha identificado que el respeto por la identidad local que posee el destino, la solidaridad que muestra el personal y la amabilidad de los mismos es la adecuada, por lo que los turistas corresponden a dichas actitudes.

Tabla 4. *Accesibilidad*

	Frecuencia	Porcentaje
Inadecuado	12	3%
Regular	122	34%
Adecuado	230	63%
Total	364	100%

Fuente: encuesta aplicada a los turistas que visitan Quistococha

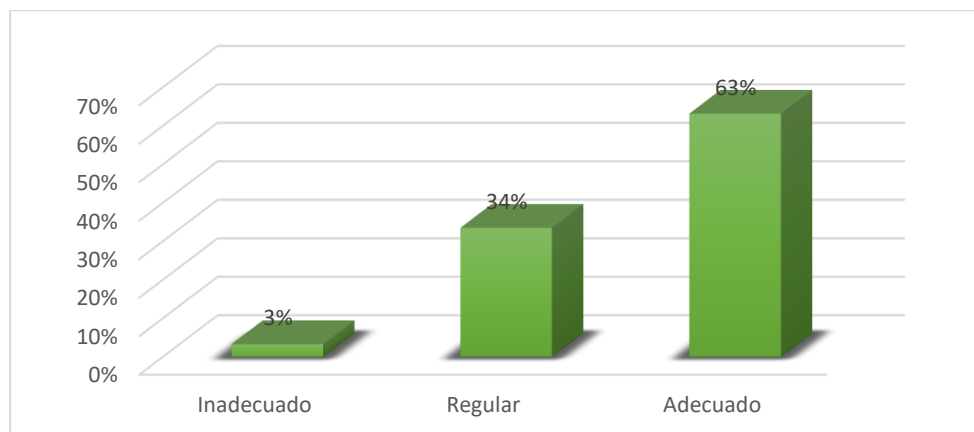


Figura 4. *Accesibilidad*

En cuanto a la accesibilidad, en la tabla y figura se puede observar que es calificada como adecuada (63%) y en cierta medida es determinada como regular (34%), pues lo turistas encuestados consideran que las vías de acceso que posee el destino turístico son las adecuadas, sin embargo, los medios de transporte que desplazan a los turistas son calificada como regular, dado que presentan algunas deficiencias.

4.2 Conocer el nivel de satisfacción los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018.

Tabla 5. *Satisfacción los visitantes*

	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	49	13%
Poco satisfecho	169	46%
Satisfecho	146	40%
Total	364	100%

Fuente: encuesta aplicada a los turistas que visitan Quistococha

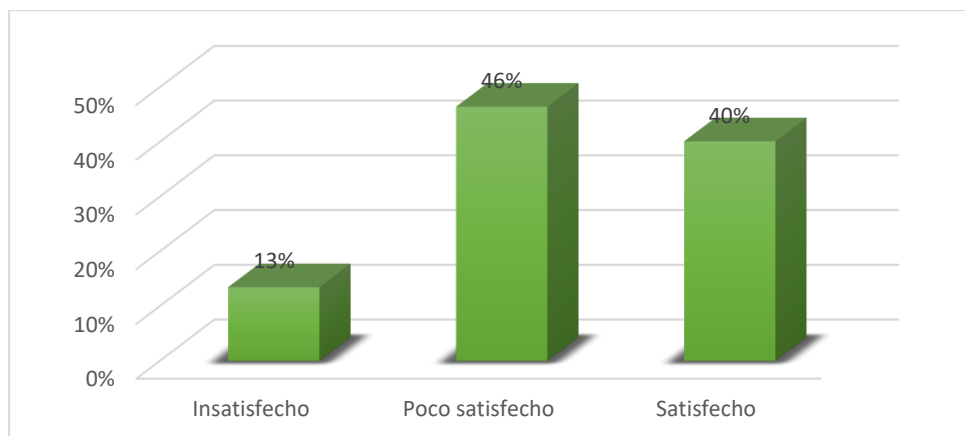


Figura 5. Satisfacción los visitantes

Tras la encuesta aplicada a los visitantes que llegan al destino turístico Quistococha han plasmado su percepción en cuanto a su satisfacción, determinando de tal forma que existe un nivel poco satisfecho (46%) de las personas, mostrando asimismo un alto nivel de satisfacción (40%), a lo que un 13% muestra insatisfacción. Dichos niveles se den a una serie de aspectos que son analizados por cada dimensión, tal y como se muestra a continuación:

Tabla 6. Aspectos principales

F	Frecuencia	Porcentaje
u Insatisfecho	49	13%
e Poco satisfecho	169	46%
n Satisfecho	146	40%
t Total	364	100%

e: encuesta aplicada a los turistas que visitan Quistococha

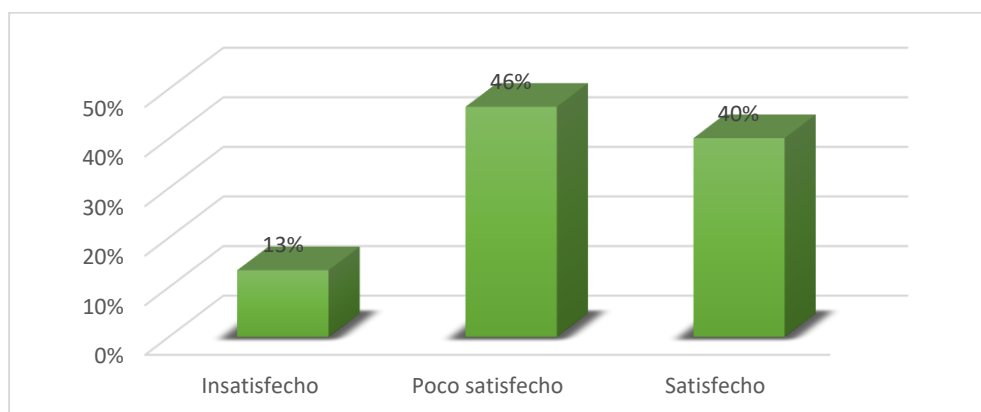


Figura 6. Aspectos principales

En la tabla y figura 6 se logra observar que los turistas en cuenta a los aspectos principales muestra que están poco satisfechos (46%) con tendencias a estar satisfechos (40%), sin dejar de lado que un 13% muestra un sentimiento de insatisfacción, esto debido que los visitantes consideran estar satisfechos ente el precio pagado por su visita y estadía, al igual que con el trato del personal hacia su persona, sin embargo no pueden decir lo mismo en cuanto a la limpieza de las áreas del destino, la comodidad que lo ofrece la misma y la rapidez en la atención de los trabajadores pues ante ello demuestran estar poco satisfechos.

Tabla 7. Aspectos secundarios

	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	12	3%
Poco satisfecho	134	37%
Satisfecho	218	60%
Total	364	100%

Fuente: encuesta aplicada a los turistas que visitan Quistococha

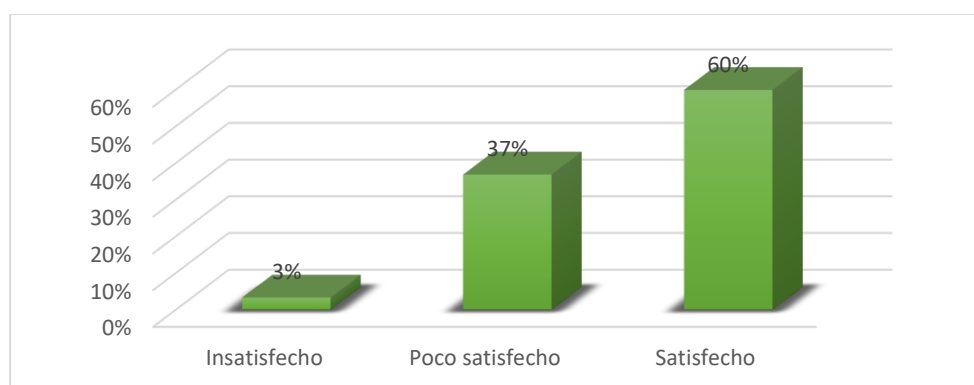


Figura 7. Aspectos secundarios

Po otro lado, en cuanto a los aspectos secundarios se evidencia que los turistas están satisfechos (60%), y en cierta medida demuestran estar poco satisfechos (37%), por lo que se evidencia un mínimo

porcentaje de insatisfacción (3%), en cuanto a ello el turista considera estar poco satisfecho ante el incumplimiento del servicio, el estado de la infraestructura de las áreas del destino turístico, ante la seguridad ofrecida y ante la presentación del destino, sin embargo consideran estar satisfechos en cuanto a la ubicación y al cumplimiento de los horarios en el servicio brindado por el destino turístico.

4.3. Establecer el grado de correlación de las condiciones turísticas y la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018.

Tabla 8. *Correlación entre las condiciones turísticas y la satisfacción de los visitantes*

			Condiciones Turísticas	Satisfacción del Visitante
Rho de Spearman	Condiciones Turísticas	Coefficiente de correlación	de 1,000	,991**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	364	364
	Satisfacción del Visitante	Coefficiente de correlación	de ,991**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	364	364

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

Fuente: procesamiento de datos SPSS – Prueba estadística

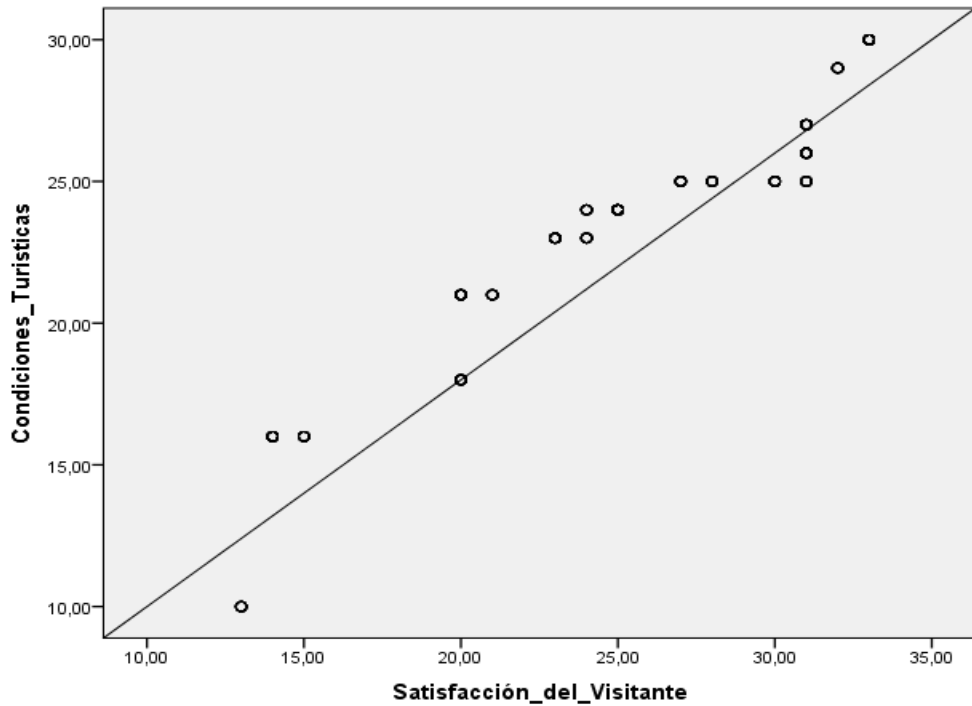


Figura 8. *Correlación entre las condiciones turísticas y la satisfacción de los visitantes*

Tras la aplicación estadísticas a los datos recolectados en las encuestas se ha calculado el grado de correlación a través del estadístico Rho de Spearman, arrojando de tan tal manera un coeficiente de correlación de 0,991 la cual al estar muy cerca al uno (1) se determina que existe una relación casi perfecta. Además, se evidencia un grado de significancia (bilateral) de 0,000 que al ser menor al valor $\alpha=0,05$ se rechaza la hipótesis nula, dando paso a la aceptación de la hipótesis alterna la cual determina que las condiciones turísticas se relaciona significativamente con la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Tras haber culminado con el estudio se ha logrado identificar que las condiciones turísticas son adecuadas pues de acuerdo a la percepción de los turistas que visitan Quistococha se aprecian en gran medida la atención, el respeto por la identidad, la solidaridad y la amabilidad, en cuanto a la calidad del producto y el servicio consideran que requiere cierta mejora, sin embargo no cabe duda que las condiciones del Complejo Turístico Quistococha son óptimas; ante ello, Llontop (2016) considera que mantener buenas condiciones turísticas es de gran importancia para los recursos turísticos ya que son medios de acceso para que el visitante tenga la oportunidad de llegar ya que en gran mayoría los turistas siempre viajan de un lugar a otro con el propósito de practicar los tipos de turismo.

En la presente investigación se ha logrado identificar que el visitante demuestra un nivel de satisfacción medio pues un 46% demuestra estar poco satisfecho, la cual se debe a la falta limpieza y comodidad en algunos ambientes, así como dificultades para atender rápidamente los requerimientos de los visitantes, por otro lado se debe a la poca seguridad que ofrecen diversos destinos y la falta de conocimiento de los guías para prevenir riesgos, situación que se puede evidenciar también en la investigación de Cruzado (2016) pues la seguridad del servicio turístico es bajo ya que los mismos visitantes perciben que existe pocas zonas de descanso como también escasa seguridad turística para el libre esparcimiento del visitante, siendo esta deficiencia uno de los principales factores que determinan el nivel de satisfacción.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

Se ha logrado determinar que las condiciones turísticas son adecuadas (63%) pues de acuerdo a la percepción de los turistas que visitan Quistococha apreciar en gran medida la atención, el respeto por la identidad, la solidaridad y la amabilidad, en cuanto a la calidad del producto y el servicio, además consideran que las vías de acceso son adecuadas, sin embargo considera que existen irregularidades (34%) en cuanto infraestructura y seguridad del lugar, además califican como regular a los platillo y hospitalidad que ofrece el destino, de igual manera califica a los medios de transporte.

Por otro lado, se ha determinado que el visitante demuestra un nivel de satisfacción medio pues un 46% demuestra estar poco satisfecho y otro 40% demuestra estar satisfecho; en cuanto a ello demuestran su poca satisfacción ente la limpieza, comodidad, rapidez en la atención, el estado de infraestructura, la seguridad y la presentación del destino; sin embargo demuestran estar satisfechos ante el precio pagado por su visita, el trato del personal, la ubicación y el cumplimiento de los horarios en el servicio brindado por el destino turístico Quistococha.

Se ha logrado determinar finalmente que las condiciones turísticas se relacionan significativamente con la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018; esto corroborada con el coeficiente de correlación de 0,991 evidenciado asimismo un grado de significancia (bilateral) de 0,000 que al ser menor al valor $\alpha=0,05$ se rechaza la hipótesis nula (H_0).

CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES

Tras la descripción de las conclusiones a las que ha llegado la presente investigación, se desprende de las mismas recomendaciones orientadas a la mejorar constante:

Se recomienda a los representantes del destino turístico Quistococha realizar inicialmente una evaluación minuciosa de la infraestructura del local, identificando las falencias que serán restauradas en un futuro promisorio, teniendo en cuenta la seguridad y la hospitalidad que debe ofrecer la misma.

Asimismo, se recomienda a los representantes del destino, crear un manual de buenas prácticas para la limpieza y acondicionamiento del establecimiento turístico, la cual debe priorizar el aseo permanente de todas las áreas, así como el cuidado de las potencialidades de la misma; además de ello la puesta en práctica del manual debe ser evaluado constantemente para mejorar cada error que se pueda cometer.

Finalmente se recomienda desarrollar programas motivacionales para el personal, las que generarán mayor compromiso por ofrecer el mejor servicio a los visitantes, actitud que repercutirá directamente en la satisfacción de ambos, creando mejores relaciones, desarrollando cada vez mejor un servicio de calidad.

CAPÍTULO VIII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, V., Rivas, H., & Gonzáles, R. (2008). *Glosario de términos técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile*. Santiago de Chile: SERNATUR - Departamento de Planificación.
- Cabanilla, E. (2012). *Estudio de la Satisfacción del Turista en Quito*. Tesis de pregrado, Universidad de Especialidades Turísticas, Quito, Ecuador.
- Cruzado, J. (2016). *Seguridad del servicio turístico y su relación con la satisfacción del turista que visita las cataratas de Ahuashiyacu de la ciudad de Tarapoto, periodo 2016*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú.
- Curinuqui, C. Y., & Guerra, I. B. (2017). *Estudio de satisfacción de los turistas nacionales que visitan el complejo turístico de Quistococha, periodo 2016*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, Iquitos, Perú.
- Denman, R. (2001). *Directrices para el desarrollo del turismo comunitario*. WWF Internacional. Obtenido de http://assets.panda.org/downloads/directrices_para_el_ecoturismo_comunitario_wwf_1.pdf
- Denove, C. (15 de Marzo de 2006). *La satisfacción del cliente*. Obtenido de Leader http://www.administracion.yolasite.com/resources/La_satisfaccion_del_cliente.pdf

- Espín, T. C. (2014). *Análisis de satisfacción del turista respecto a los servicios de alojamiento urbano en Baños de Agua Santa*. Tesis de pregrado, Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Ecuador.
- Gosso, F. (2008). *Hiper satisfacción del cliente*. México: Panorama.
- Hernández, P. (2011). *La importancia de la satisfacción del usuario*. Tesis de Pregrado, Universidad De México, México.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación* (6^{ta} ed.). México DF: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.
- Izaguirre, M. H. (2014). *Gestión y marketing en servicios turísticos y hoteleros* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Llontop, D. C. (2016). *Condiciones Turísticas para la práctica del turismo de aventura en la provincia de San Martín, departamento de San Martín*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.
- López, J. M. (2017). *La capacidad de carga psicológica del turista como indicador del*. Boletín Económico del ICE N° 2911: España.
- Maldonado, L. (2005). *Pautas Metodológicas para el Análisis de Experiencias de Turismo Comunitario*. Barcelona: Organización Internacional del Trabajo.
- Mariani, M. A., Sorio, A., & Palhares, C. (2010). *Carne ovina, turismo e gastronomía: a culinaria sul-mato-grossense de origem pantaneira, sírio-libanesa, gaúcha e nordestina*. Brasil: Méritos, Passo Fundo.

- Medina, K. (setiembre de 2016). *Tipos de clasificación del turismo*. Obtenido de MindMeister: <https://www.mindmeister.com/es/760938266/tipos-de-clasificaci-n-del-turismo>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2007). *Manual de Buenas Prácticas Guías de Turismo y Operación Turística*. Lima, Perú: Dirección Nacional de Desarrollo Turístico.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (junio de 2017). *Nivel de satisfacción del turista que visita Cusco*. Obtenido de MINCETUR: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/NST_Cusco.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (enero de 2018). *Chazuta*. Obtenido de Perú Biodiverso: <http://www.turismosanmartin.gob.pe/perubiodiverso/manuales-de-trabajo-y-consultorias-sobre-los-pilotos/file-informativo-chazuta.pdf>
- Olmos, L., & García, R. (2016). *Estructura del mercado turístico* (2ª ed.). México: Ediciones Paraninfo, S.A.
- Organización Mundial del Turismo. (enero de 2018). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Obtenido de Organismo especializado de las Naciones Unidas: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Rodríguez, A. (2007). *Estrategias de marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección*. España: ESIC.
- Rodríguez, G. M. (2017). *Condiciones turísticas del turismo de aventura en el Caserío de Conache*. Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.

Sociedad Internacional de Ecoturismo. (2017). *Turismo y desarrollo*.

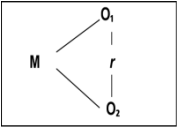
Obtenido de TIES & Ecotourism: <http://www.ecotourism.org/ties-ecotourism-espa%C3%B1ol>

Vásquez, N. K. (2017). *Evaluación de la relación entre calidad de servicio y satisfacción de los clientes en los restaurantes del distrito de Tarapoto 2014*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín, Lamas, Perú.

Vogt, H. (2004). *El usuario es lo primero: la satisfacción del usuario como prioridad en la gestión*. Barcelona: Fundación Bertelsmann.

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
<p>Condiciones turísticas y su relación con la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018.</p>	<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre las condiciones turísticas y la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018?</p> <p>Problemas específicos ¿Cuál es el estado de las condiciones turísticas del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018? ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018? ¿Cuál es el grado de correlación de las condiciones turísticas y la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre condiciones turísticas y la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018.</p> <p>Objetivos específicos Evaluar las condiciones turísticas del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018. Conocer el nivel de satisfacción los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018. Establecer el grado de correlación de las condiciones turísticas y la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018.</p>	<p>Hipótesis general Hi: Las condiciones turísticas se relacionan significativamente con la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018.</p> <p>Hipótesis específicas Hi₁: Las condiciones turísticas del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018, son inadecuadas. Hi₂: La satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018, mantiene un nivel bajo. Hi₃: El grado de correlación de las condiciones turísticas y la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha - Iquitos 2018, es significativo.</p>	<p>Tipo de estudio: Descriptiva - correlacional</p> <p>Diseño de estudio: No experimental Transversal</p> 	<p>Población: Estuvo conformada por la totalidad de turistas que visitan el destino turístico Quistococha durante el último semestre que suman la cantidad de 6 743 personas.</p> <p>Muestra: De acuerdo a ello se tomó una muestra de 364 turistas extranjeros y nacionales que serán encuestados.</p> <p>Procesamiento de datos: Los datos fueron procesados a través del programa Excel y SPSS</p>	<p>Instrumento: Se ha utilizado el cuestionario como instrumento de recolección de datos.</p>

2. Instrumento de recolección de datos

ENCUESTA

Buen día, el presente instrumento se aplica con la finalidad de evaluar las condiciones del destino turístico Quistococha de la ciudad de Iquitos en el año 2018, por lo que se le pide total sinceridad en su respuesta.

Instrucciones: Marque con una "X" la respuesta que usted considera, de acuerdo a las escalas de medición que a continuación se muestran:

Inadecuada	Regular	Adecuada
1	2	3

CONDICIONES TURISTICAS

Calidad de los productos		RESPUESTA		
1	¿Cómo califica usted la Infraestructura del destino turístico Quistococha?	1	2	3
2	¿Cómo califica usted la Seguridad del destino turístico Quistococha?	1	2	3
3	¿Cómo califica Ud. la Atención brindada por los colaboradores del destino turístico Quistococha?	1	2	3
Calidad de servicio		RESPUESTA		
4	¿Cómo califica usted los platillos consumidos en el destino turístico Quistococha?	1	2	3
5	¿Cómo califica usted la hospitalidad de los servidores en el destino turístico Quistococha?	1	2	3
6	¿Cómo califica usted el respeto por la identidad local que posee en el destino turístico Quistococha?	1	2	3
7	¿Cómo califica usted la Solidaridad mostrada por los colaboradores de destino turístico Quistococha?	1	2	3
8	¿Cómo califica usted la Amabilidad mostrada por los colaboradores de destino turístico Quistococha?	1	2	3
Accesibilidad		RESPUESTA		
9	¿Cómo califica usted las Vías de acceso que posee el destino turístico Quistococha?	1	2	3
10	¿Cómo califica usted los Medios de transporte que lo llevaron al destino turístico Quistococha?	1	2	3

ENCUESTA

Buen día, el presente instrumento se aplica con la finalidad de evaluar las la satisfacción de los visitantes del destino turístico Quistococha de la ciudad de Iquitos en el año 2018, por lo que se le pide total sinceridad en su respuesta.

Instrucciones: Marque con una "X" la respuesta que usted considera, de acuerdo a las escalas de medición que a continuación se muestran:

Insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho
1	2	3

SATISFACCIÓN DEL TURISTA

Aspectos principales		RESPUESTA		
1	¿Cómo se siente usted ante el Precio pagado por su visita al destino turístico Quistococha?	1	2	3
2	¿Cómo se siente usted ante el Trato del personal hacia su persona en el destino turístico Quistococha?	1	2	3
3	¿Cómo se siente usted ante la Limpieza de las áreas del destino turístico Quistococha?	1	2	3
4	¿Cómo se siente usted ante la Comodidad obtenida tras su visita al destino turístico Quistococha?	1	2	3
5	¿Cómo se siente usted ante la Rapidez en la atención de los colaboradores del destino turístico Quistococha?	1	2	3
Aspectos secundarios		RESPUESTA		
6	¿Cómo se siente usted ante el Cumplimiento del servicio en el destino turístico Quistococha?	1	2	3
7	¿Cómo se siente usted ante el estado de la infraestructura que posee cada una de las áreas del destino turístico Quistococha?	1	2	3
8	¿Cómo se siente usted ante la seguridad ofrecida en el destino turístico Quistococha?	1	2	3
9	¿Cómo se siente usted ante la presentación del destino turístico Quistococha?	1	2	3
10	¿Cómo se siente usted ante la ubicación del destino turístico Quistococha?	1	2	3
11	¿Cómo se siente usted ante el cumplimiento de los horarios en el servicio brindado en el destino turístico Quistococha?	1	2	3