



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

“Calidad del servicio en los albergues turísticos de la ciudad de Iquitos y su impacto en la percepción de los turistas”

Autores:

Rengifo Mayanchi, Anitzia Mariel

Choclote Armas, Cindy Milagros

Para optar el título profesional de

Licenciada en Turismo y Hotelería

**Iquitos – Perú
2017**



Universidad Científica del Perú

FACULTAD DE NEGOCIOS

ACTA DE SUSTENTACION

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 12.00 horas del día 13 del mes de Diciembre del año 2013, se reunieron en el aula de Grados y Títulos de la Universidad Científica del Perú, el Jurado Examinador, que lo conforman:

Lic. Tur. Felix Castillo Ichuta **Presidente**
Lic. Nit. Ruth Elizabeth Abanto Tello **Miembro**
Lic. Adm. Genaro Rivera Tomasto **Miembro**

Para evaluar la sustentación del Bachiller:

CINDY MILAGROS CHOCLOTE ARMAS
ANITZIA MARIEL RENGIFO MAYANCHI

En la modalidad de **INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL** titulado: **"CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS ALBERGUES TURISTICOS DE LA CIUDAD DE IQUITOS Y SU IMPACTO EN LA RECEPCIÓN DE LOS TURISTAS"**

Después de las deliberaciones correspondientes, se procedió a evaluar, teniendo como resultado:

Indicador	Examinador 1 Presidente	Examinador 2 Miembro	Examinador 3 Miembro	Promedio
A) Dominio del Tema	3	2	3	3
B) Calidad de redacción	3	3	3	3
C) Competencia expositiva, argumentación y coherencia	3	2	3	3
D) Calidad de respuestas	3	3	3	3
E) Uso de terminología especializada	3	2	3	3
Calificación Final				15
Calificación final (en letras)	QUINCE			

Leyenda:

Indicador	Descripción	Puntaje
A	Deficiente	1
B	Regular	2
C	Satisfactoria	3
D	Optima	4

El Jurado considera Satisfactoria la sustentación.

Presidente:

Miembro:

Miembro:

DEDICATORIA

La presente investigación se lo dedicamos a nuestros queridos padres por habernos inculcado el espíritu de superación, a nuestra gran amiga Daily Rengifo Chumbe (Q.E.P.D) por su apoyo incondicional, sus enseñanzas y sobre todo su cariño y a nuestros seres queridos por su apoyo moral y buenos deseos; a ellos.

AGRADECIMIENTO

A Dios por habernos dado unos padres maravillosos, porque ellos nos brindan el apoyo que necesitamos, y nos ayudan en las mejores y peores situaciones que se presentan.

Son ellos la razón que nos impulsan y motivan a ser mejores personas y desean nuestra superación personal.

A todos los profesores de la Universidad Científica del Perú por instruirnos todos los conocimientos necesarios que recibimos con mucho entusiasmo y esmero, para ser buenos profesionales, competentes tanto en el aspecto personal como laboral.

ÍNDICE

Página

RESUMEN	1
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN.....	3
1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.1.1. Descripción del problema.....	3
1.1.2. Formulación del problema.....	7
1.2. Objetivos de la investigación.....	8
1.2.1. Objetivo general	8
1.2.2. Objetivos específicos	8
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 Antecedentes de investigación.....	9
2.2. Bases teóricas.....	12
2.2.1. Calidad del servicio	12
2.2.2. Enfoque y gestión de la calidad.....	13
2.3. Definición de términos básicos.....	13
CAPITULO III: MÉTODO.....	15
3.1. Hipótesis y variables.....	15
3.1.1. Hipótesis.....	15
3.1.2. Variables	15
3.1.3. Tipo de investigación.....	16
3.2. Diseño de la investigación.....	16
3.3. Marco población.....	17
3.3.2. Muestra.....	17
3.4. Técnicas.....	18
3.5. Instrumentos de recolección de datos	18
CAPITULO IV: RESULTADOS.....	19
CONCLUSIONES.....	29
RECOMENDACIONES.....	31
BIBLIOGRAFÍA.....	32
ANEXOS.....	33

RESUMEN

La calidad del servicio en la atención, crea nuevos clientes, manteniéndolos leales a nuestra empresa gracias al buen servicio que ofrecemos, esto se logra poniendo en práctica estos conceptos para lo cual debe superar las expectativas de nuestros clientes, es decir lograr sorprenderlos, darles más de lo que esperaban así de esa manera estaremos encaminándonos paso a paso hacia la excelencia.

Para saber la calidad y el tipo de servicio brindado por los albergues turísticos, se verá reflejado por medio de la satisfacción del cliente y la percepción de cada individuo, para un mejor estudio y así lograr mejores resultados. Por lo tanto, en el sector turismo la buena calidad del servicio implica generar empleo que contengan personas capaces de brindar confort, buena atención y satisfacción al cliente porque de ellos depende la buena imagen que se lleven del establecimiento, además los turistas son fuente de riqueza que contribuyen al desarrollo regional, la importante afluencia del turismo en la ciudad de Iquitos y sus alrededores, ha hecho que las empresas busquen mejorar sus servicios de una forma estratégica y contribuyendo al desarrollo sostenible de la Amazonía peruana.

Los resultados obtenidos en la investigación nos permitieron medir la satisfacción y contribuyó a establecer el marco teórico de la calidad del servicio de los albergues turísticos del cliente. Según el resultado de nuestro estudio en la que indica el perfil del turista, arrojo que el 29 % son de EE.UU y que en su mayoría son los empresarios los que visitan a los albergues con un 28 %, teniendo como referencia un 58% de turistas masculinos y con 65% en su mayoría solteros de acuerdo a los estándares obtenidos.

En el presente trabajo de investigación se utilizó el método cuantitativo, porque los procedimientos de recolección y análisis de la información se realizaron por medios estadísticos.

Palabras claves: servicio, calidad, albergues turísticos, turistas, percepción.

ABSTRACT

The quality of the service and care creates new customers, keeping them loyal to our company thanks to the good service we offer. This is achieved by putting these concepts into practice for which must exceed the expectations of our customers, ie to surprise them, give them more than what they expected so that way, we will be improving our selves step by step to Ward excellence.

By knowing that the quality and the type of service offered by the tourist hostels will be reflected by the satisfaction of the client and the perception of each individual, a better study and thus better results will be obtained. There fore, in the tourism sector a good quality of service implies generating employment that contains people capable of providing comfort, good attention and customer satisfaction, because the good image of the establishment depends on them. In addition tourists are a source of wealth which contributes to regional development, so the influx of tourism in the city of Iquitos and its surroundings is important and has made the companies seek to improve their services in a strategic way and is contributing to the sustainable development of the Peruvian Amazon.

The results obtained in the investigation allowed us to measure the satisfaction and contributed to establishing the theoretical framework of the quality of the service of the tourist hostels of the client. According to the results of our study which indicates the profile of the tourist shows that 29% are from the US and that the majority are businessmen who visit the hostels with 28% taking as a reference 58% of male tourists and 65% mostly single according to the standard sobtained.

In the present study the quantitative method was used, because the procedures of data collection and analysis were performed by statistical means to describe the satisfaction of tourists and to respond to the research problem.

Key words: service, quality, tourist hostels, tourists, perception.

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Descripción del problema.

El turismo es una de las actividades más importantes en nuestro país, consideradas una de las más variadas y ricas del mundo. Gracias a la herencia y legado histórico que tenemos y esto genera una industria sin chimenea, con impacto en otras actividades económicas. Cuando se habla de industria sin chimenea se refiere a que es una actividad comercial como todas, pues lo que se vende son productos intangibles, como los servicios y el buen trato que se ofrecen a los clientes.

El turismo cobró mucha importancia en este último siglo, por cuanto se ofrece y promociona el lugar turístico y además a su gente y las expresiones artísticas y culturales que tiene un lugar determinado.

El crecimiento de la actividad turística se observa en las llegadas de turistas, los viajes hacia el interior del país y los flujos económicos por concepto de servicios turísticos. Al mismo tiempo se incrementaron los abusos a los turistas y el incumplimiento en los servicios ofrecidos, haciendo vulnerable la imagen del lugar que los acoge.

Por ello, la empresa anfitriona tiene la obligación de tratar con la mayor cordialidad, respeto y amabilidad al turista, para que cuando regrese a su país pueda publicitar experiencias positivas e incentivar a los demás a que nos visiten.

A continuación se presenta el cuadro en el cual se observa el crecimiento significativo de la llegada de turistas al Perú, y gran parte de ellos visita la Amazonía.

Se paso de 9,399.47 miles de personas en el 2001, a 3.487.346 miles de personas en el 2012.

Cuadro N° 1 Indicadores del sector turismo, Perú periodo 2001- 2012

Número de visitantes	
Año	Entrada
2001	939 947
2002	887 835
2003	1 179 339
2004	1 450 375
2005	1 685 722
2006	2 047 610
2007	2 221 725
2008	2 451 436
2009	2 547 496
2010	2 787 577
2011	3 222 927
2012	3 487 346

Fuente: Ministerio del Interior - Dirección General de Migraciones y Naturalización.

El turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por las economías locales, contribuyendo positivamente al desarrollo de las economías regionales.

Hay muchas formas alternativas de turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible: turismo de aventura, agroturismo, turismo de estancia, observación de la flora y fauna, avistaje de aves, turismo científico, espeleología y turismo cultural. Estas constituyen diferentes modalidades de la nueva tendencia de turismo alternativo.

Cualquier persona que haga turismo en el Perú y especialmente en Loreto, se sentirá conquistado por la riqueza natural. Por ejemplo, sus costumbres, sus danzas típicas y por último y no menos importante su comida.

El turista siempre buscara una excusa para regresar, y para ello tenemos que brindar un buen servicio que impacte y para que lo recomienden en su lugar de origen incluyendo su gran potencial cultural que encuentran.

Es importante cumplir con los requerimientos del turista y cerciorarse de que todos los procesos de la organización contribuyan a satisfacer sus necesidades. Si los turistas están satisfechos con los estándares de servicio obtenidos, retornarán al mismo proveedor una y otra vez para todas sus adquisiciones.

Las empresas dentro de nuestra región deben orientarse al objetivo de turistas más satisfechos y mercados más complejos los cuales están exigiendo una permanente superación en los niveles de calidad y servicios pendientes a satisfacer en mayor y mejor forma sus necesidades.

Gracias al boom de la competencia y la globalización, el turista dispone de abundantes alternativas y es cada vez más selectivo con su lealtad, en términos de servicio, sin embargo, pocos agentes turísticos están alerta a esta creciente demanda por calidad y servicios que en el fondo se traduce en satisfacción para los turistas.

Es por esta situación, que se toma importante la necesidad de realizar una investigación que recolecte y analice las percepciones y expectativas de los turistas, cuyos resultados servirán como documento de referencia y que beneficiaran a los empresarios, profesionales y tomadores de decisiones, tanto en el sector público como privado; así como a futuros inversionistas y a estudiantes interesados en las potencialidades en el desarrollo de este sector.

A continuación se presenta los albergues o centro de alojamiento para los turistas en medio de la selva.

Figura N° 1: Amazon Rainforest Lodge es un albergue familiar. A pesar de que nosotros estamos en plena selva, tratamos de brindarle todas las comodidades que tiene un buen hotel en la ciudad: contamos con Direct TV entre otras facilidades. La mayor atracción es nuestra piscina que es la más grande en la selva peruana.



Fuente: <http://www.amazon-lodge.com>

Figura N° 2: Muyuna Lodge es un albergue turístico rústico situado en la selva de Iquitos, a orillas del Amazonas y a 3 horas del centro de Iquitos. Ofrece pensión completa y una serie de excursiones por el río y por la selva.



Fuente: <http://www.muyuna.com/www.muyuna.com/index.html>

1.1.2. Formulación del problema

Problema general

¿Cuál es la percepción de los turistas con respecto a la calidad del servicio brindado por las empresas de albergues turísticos en la ciudad de Iquitos?

Problemas específicos

¿Cuáles son las expectativas de los turistas con respecto a los albergues turísticos en la ciudad de Iquitos?

¿Qué tipo de alojamiento prefieren los turistas al momento de eligieron albergue turístico de la ciudad de Iquitos?

¿Cuáles son los servicios que demanda el turista que visita los albergues turísticos en la ciudad de Iquitos?

¿Qué motivos y características presentan los turistas que visitan los albergues turísticos de la ciudad de Iquitos?

¿Cuáles son los servicios que brindan las empresas de albergues turísticos en la ciudad de Iquitos?

¿Cuáles son los atractivos turísticos de los albergues turísticos de la ciudad de Iquitos?

1.2. Objetivos de la investigación.

1.2.1. Objetivo general

Evaluar la calidad del servicio brindado por las empresas de albergues turísticos en la ciudad de Iquitos y su impacto en la percepción de los turistas.

1.2.2. Objetivos específicos

- a) Identificar las expectativas de los turistas con respecto al servicio de albergues turísticos en la ciudad de Iquitos.
- b) Establecer los tipos de alojamientos que prefieren los turistas en los albergues turísticos de la ciudad de Iquitos.
- c) Determinar los tipos de servicios que tienen más demanda en los albergues turísticos en la ciudad de Iquitos.
- d) Describir los motivos y características que presentan los turistas que visitan los albergues turísticos.
- e) Describir los servicios que brindan las empresas de albergues turísticos en la ciudad de Iquitos.
- f) Determinar cuáles son los atractivos turísticos de los albergues turísticos.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de investigación.

Alzamora (2014) en su tesis *Desarrolló un estudio de la percepción de los turistas sobre la calidad del servicio al cliente*. El excelente servicio al cliente debe estar presente en todos los aspectos del negocio en donde haya alguna interacción con el ser humano, debe ir desde el saludo del personal encargado de la seguridad del negocio, hasta los altos niveles jerárquicos de la organización.

Para ello, se debe capacitar a todo el personal, quienes deben estar motivados en brindar una excelente atención al cliente. El objetivo general del estudio es medir las percepciones que tienen los turistas sobre la calidad de servicio al cliente.

Por ello, una investigación de este tipo, brindará luces sobre las opiniones de los turistas para que a partir de allí, tomar acciones para mejorar la prestación de los servicios en el sector turismo.

En conclusión significa que el servicio al cliente en Panamá es bueno, sin embargo nos falta mejorar muchos aspectos de infraestructuras y de servicio al cliente.

En cuanto al interés por un buen servicio, denota la poca capacitación que tienen las personas para reconocer la importancia del servicio al cliente. Por otro lado, en cuanto al entendimiento de las necesidades de los clientes, puede ser por el poco dominio del idioma inglés por parte de las personas que atienden a los clientes.

Lo anterior denota que se deben tomar acciones en el país para mejorar el servicio al cliente que se brinda a los turistas. Los factores que muestran menos aceptación o calificaciones más bajas son el interés por prestar un buen servicio y el entendimiento de las necesidades de los clientes.

Reyes (2014) en su tesis titulada *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango* tiene, como objetivo general: verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango, por lo que se presentan antecedentes de tesis, revistas, páginas de internet y periódicos así como bibliografías de libros, sobre las variables de calidad de servicio y satisfacción del cliente.

En la actualidad la asociación SHARE lucha por mantenerse en la preferencia de sus clientes, por lo que desea tener calidad del servicio para lograr satisfacer a los mismos, debido a esto se realizó una investigación de tipo experimental con el fin de evaluar cómo está la calidad del servicio que brinda esta asociación y con ello verificar el nivel de satisfacción en la que se encuentra, para la recopilación de información se utilizaron como instrumentos, para antes y después del experimento dos boletas de opinión, con preguntas abiertas y cerradas, dirigido al personal y clientes, una entrevista con el coordinador, con el fin de obtener la información necesaria para la investigación para lo cual se contó con la colaboración de los involucrados.

Los resultados reflejados indican que la asociación carece de capacitación al personal para mejorar la calidad del servicio, ya que la información sobre los servicios que ofrece es incompleta, hay demoras en gestión administrativa, refleja poca prontitud al momento de atender al cliente y no existe un protocolo de servicio; por lo anterior se considera que existe insatisfacción de los clientes. Debido a esta problemática se implementó un programa de calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente. Se capacitó en temas de calidad del servicio a los colaboradores para su adecuada aplicación. Se recomendó implementar la capacitación continua para fortalecer la calidad del servicio que se brinda y con ello garantizar la satisfacción del cliente en su totalidad.

Palacios (2014) en su trabajo de investigación estudio la *“Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó* en la actualidad no existe un método que permita captar sistemáticamente la percepción de los huéspedes acerca de la

calidad de los servicios en los alojamientos de Quibdó. Tampoco se conocen cuáles son los atributos que utilizan los huéspedes para evaluar la calidad de un hotel, ya que las mediciones que efectúan algunos empresarios del sector están diseñadas únicamente en función de su percepción sobre el tema. En definitiva, no existe un acuerdo sobre qué aspectos medir para poder tener una evaluación global de la calidad desde el punto de vista del usuario del servicio.

El objetivo de esta investigación es aplicar una herramienta de tipo metodológica que le permita a los administradores y propietarios de hoteles en la ciudad de Quibdó, medir la calidad percibida de los servicios en forma sistemática e integral. Esta propuesta tomará como base las percepciones de los usuarios acerca de ciertos indicadores y dimensiones relativos a la calidad para el servicio de hoteles.

El desarrollo de este trabajo nos ha llevado a reconocer que la Evaluación de la calidad percibida de los servicios ofrecidos al consumidor es necesaria y de gran importancia, para que las empresas hoteleras alcancen un desempeño cada vez superior, estableciendo políticas, estrategias y tácticas para conseguirlo, a partir de la retroalimentación que reciben de sus clientes.

La investigación nos arroja, que la evaluación de la calidad percibida de servicio, indudablemente entrega elementos e insumos importantes a las empresas hoteleras a través de todas sus dimensiones o variables de estudio, que las puede conducir a tomar decisiones sobre la realización de esfuerzos para prestar una atención diferenciadora a los aspectos que arrojen una percepción deficiente por parte de los usuarios y potenciar las que tengan un mejor performance.

2.2. Bases teóricas.

2.2.1. Calidad del servicio.

Villena (2006), indica que en turismo las personas participan activamente en la implementación, desarrollo y consumo del servicio final. Pues es un sistema social y económico cuyo objetivo es prestar servicio de comodidad, recreación, confort, relax y placer.

Es posible afirmar con certeza que para lograr la calidad de servicio en el ámbito turístico, es necesario implementar una orientación hacia los clientes, quienes a fin de cuentas, son los que evalúan y deciden si pagaran por un servicio.

En la actividad turística las acciones deben ser impecables, pues como se indicó anteriormente, no se puede retroceder para enmendar los errores y evitar situaciones para eso es necesario sistematizar los servicios turísticos; y para lograrlo lo fundamental es formar y educar a las personas, porque al igual que no se puede fabricar un producto bueno con materia prima de mala calidad, es imposible obtener excelentes servicios de calidad, si el sistema no posee personas con calidad.

Ishikawa (2003) en este contexto, el servicio turístico requiere de mucha participación humana para lograr su cumplimiento y ofrecer albergues turísticos que requieren de productos de calidad, el resultado final siempre va a depender de la calidad técnica y humana del personal que la elabora.

Resumiendo lo anterior, la calidad turística implica un proceso organizado de servicios personalizados y tecnificados. Sin embargo, nunca debe confundirse calidad de servicio con servicialismo (personalidad típica de un sirviente, criado). Además, el cliente no sólo exige calidad en la prestación de servicios, sino también en la capacidad para responder ante cualquier situación emergente no prevista en la promesa básica.

Es por ello que para lograr el éxito como prestador de servicios turísticos se requiere, aparte de ciertas técnicas, una correcta actitud de servicio.

2.2.2. Enfoque y gestión de la calidad.

Para evitar discrepancias entre la percepción de calidad de los turistas y de los proveedores del servicio, Zeithaml, Parasuraman y Berry, proponen actuar sobre las cinco posibles deficiencias de la calidad:

- **Deficiencia 1.** No saber lo que esperan los usuarios. Las organizaciones deben ser conscientes de las expectativas de los consumidores. Esta deficiencia se debe a la ausencia de investigaciones o investigadores deficientes.
- **Deficiencia 2.** Establecimiento de normas de calidad equivocadas. Puede deberse a la falta de compromiso de la dirección con calidad.
- **Deficiencia 3.** Deficiencias en la realización del servicio. Es el caso de la falta de predisposición para prestar servicios de calidad; debido a la falta de instrucción, capacitación formación, inexperiencia o a conflictos internos.
- **Deficiencia 4.** Discrepancia entre lo que se promete y ofrece. Especialmente en turismo hay que evitar esto y establecer una comunicación fluida entre los responsables.
- **Deficiencia 5.** Diferencia entre el servicio esperado y el recibido. El turista puede percibir que el servicio que se le ofrece no responde a sus expectativas y por tanto no es un servicio de calidad.

2.3. Definición de términos básicos.

a. Turismo operacional.

Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que con lleven la prestación de servicios a un turista.

b. Accesos.

Son indispensables para que el turista llegue al destino, ya que estos son los medios para que esto sea posible.

c. Patrimonio cultural de un pueblo.

Es algo muy importante siempre y cuando la expectativa del turista sea conocer culturas, lugares, eventos sociales, estilos de vida autóctonos, etc. es una importante motivación para los turistas.

d. Turismo interno.

Es realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el país.

e. Turismo receptivo.

Es realizado dentro del territorio nacional, cuando llegan a él visitantes que residen en otras naciones con la intención de permanecer un tiempo limitado en el mismo.

f. Turista.

Toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, que permanece una noche por lo menos en un alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

CAPÍTULO III: MÉTODO

3.1. Hipótesis y variables.

3.1.1. Hipótesis.

La calidad de los servicios brindados por las empresas de albergues turísticos en la ciudad de Iquitos genera impacto en la percepción de los turistas.

3.1.2. Variables.

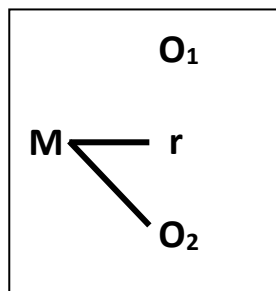
Variable de estudio	Indicadores	Índices
Empresas que brindan servicios de albergues turísticos	• Tipo de tour que brinda.	• Naturaleza. • Aventura. • Ayahuasca. • Convivencia. • Otros.
	• Nacionalidad de turistas.	• Norte americanos. • Ingleses. • Franceses. • Españoles. • Otros.
Turistas que visitan los albergues	• Clasificación del albergue que visitó.	• De lujo. • De aventura. • Rústico. • Otros. • No categorizado.
	• Clasificación del trato recibido.	• Satisfecho. • Insatisfecho.

3.1.3. Tipo de investigación

No experimental, en la investigación no hay manipulación ni medición de variables y es de tipo descriptivo, porque está orientada a describir algunas características fundamentales del fenómeno, en este caso es el impacto en la percepción de los turistas generados por la calidad del servicio percibido.

3.2. Diseño de investigación

El diseño de investigación es descriptivo correlacionar, que se representan con el siguiente diagrama:



Dónde:

M = Muestra de investigación, es decir oferta de servicios turísticos para la captación de turistas.

O₁ = La observación de la variable independiente.

O₂ = La observación de la variable dependiente.

r = La relación.

3.3. Marco poblacional:

- a) Los turistas que ingresan a la ciudad por los puestos de control fronterizo y puestos migratorios pertenecientes a la Jefatura de Migraciones y Naturalización de Iquitos.
- b) Las empresas que brindan servicio de albergues turísticos en la Ciudad de Iquitos. Tasa de empleo en el sector turístico según datos de la dirección Regional de turismo y artesanía.

3.3.2. Muestra.

La muestra es de 100 turistas y fue obtenida de forma aleatoria y representada por la población de usuarios: la percepción del turista y los albergues turísticos, es decir se evaluó las encuestas del mes, ahí se vio lo que le gusta o no del servicio que brinda una empresa turísticas y las opciones para mejorar, mediante esas respuestas nos guiamos para tabular y plasmar los resultados en las tablas y cuadros estadísticos.

El tamaño de la muestra se calculará con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_x^2 / 2^{S2}}{E^2}$$

Dónde:

N	=	Tamaño muestra
Z	=	Nivel de confianza de 95 %
S	=	Descripción estándar de la población.
E	=	Error de la población

3.4. Técnicas.

La técnica que se utilizó en el presente estudio de investigación para recolectar información, fue la encuesta.

3.5. Instrumentos de recolección de datos.

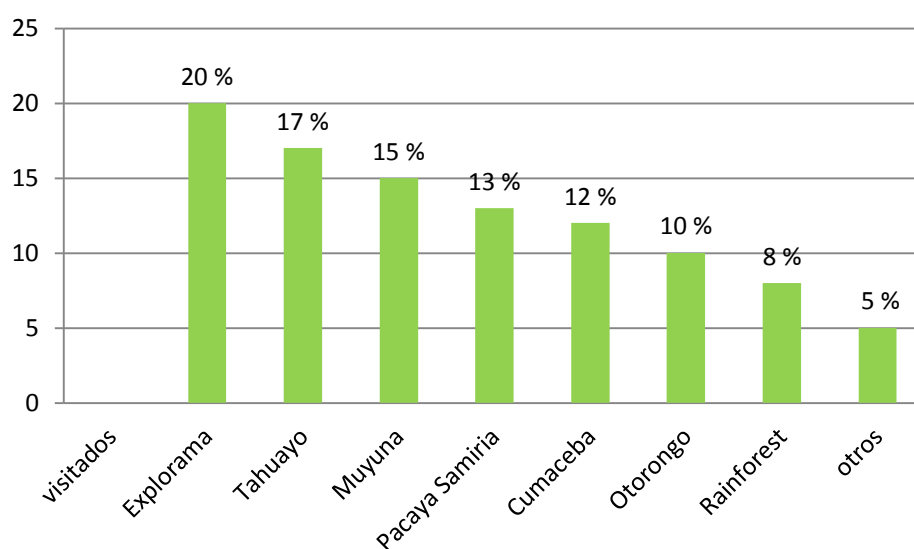
Guías de encuestas: Es un instrumento que se utilizó cuando se realizó las encuestas a los turistas.

Guías de entrevista: A través de este instrumento, se pudo obtener una base de datos en la elaboración de los resultados, sobre el tipo de servicios que brindan los albergues turísticos de la ciudad de Iquitos, y el índice o número de turistas tanto nacionales y extranjeros que determinen una decisión acerca del servicio brindado en los diferentes albergues.

CAPITULO IV: RESULTADOS

Los clientes que lleguen a la ciudad de Iquitos tienen un cierto conocimiento sobre los distintos albergues, esto va acompañado de porcentajes en donde se demuestra que, según el gráfico N° 01, los albergues turísticos más visitados son Explorama con un 20%, Tahuayo 17% y Muyuna 15%, seguidos de Otorongo 10%, Cumaceba 12% y Pacaya Samiria 13%, Rainforest 8% y Otros.

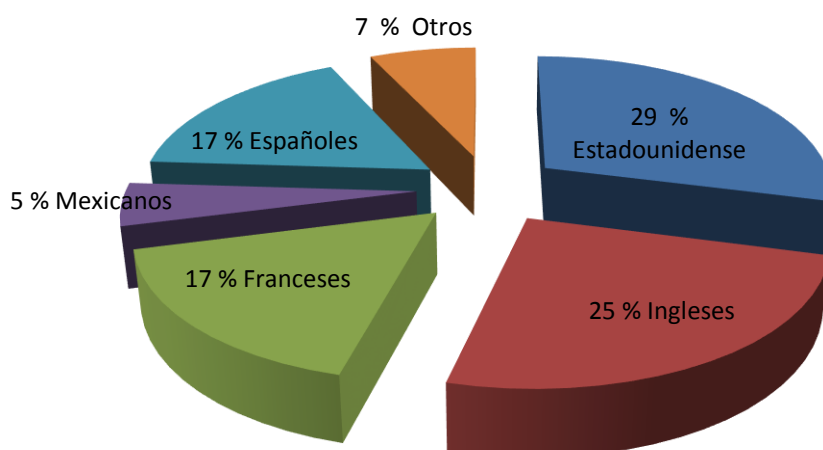
Gráfico 1: Albergues que visitan los turistas en la ciudad de Iquitos.



Elaboración: Los autores.

Los clientes que visitan la ciudad de Iquitos de acuerdo a las encuestas mostradas en el gráfico N° 02, muestra que los turistas que visitan estos centros de alojamiento son de procedencia Estadounidense 29%, el 25% son Ingleses. 17% Españoles y Franceses, el 7% otros y el 5% son Mexicanos.

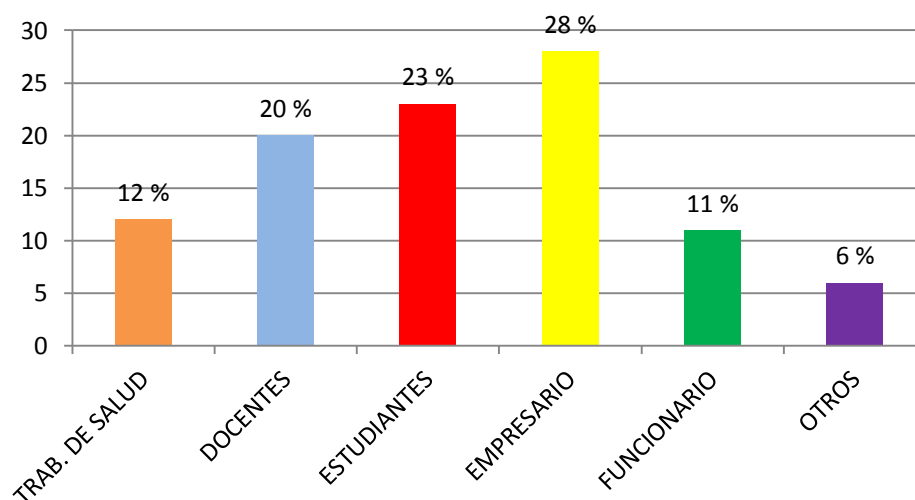
Gráfico 2: Lugar de procedencia y nacionalidad del turista que visita los albergues.



Elaboración: Los autores.

Según el gráfico N° 2.1, las personas que recurren a los albergues realizan las siguientes funciones: Funcionarios con el 28%, Estudiantes con el 23%, docentes con el 20%, trabajadores del sector salud con un 12% y un 11% son de otra profesión.

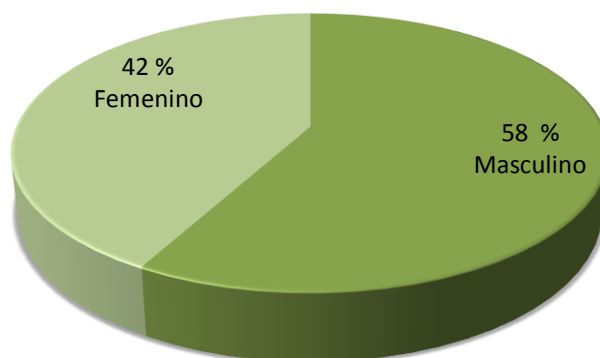
Gráfico 2.1: Actividad o función de los turistas.



Elaboración: Los autores.

De acuerdo el gráfico N° 2.2, la edad promedio de los turistas que visitan la ciudad son: el 58 % masculino y el 42 % femenino.

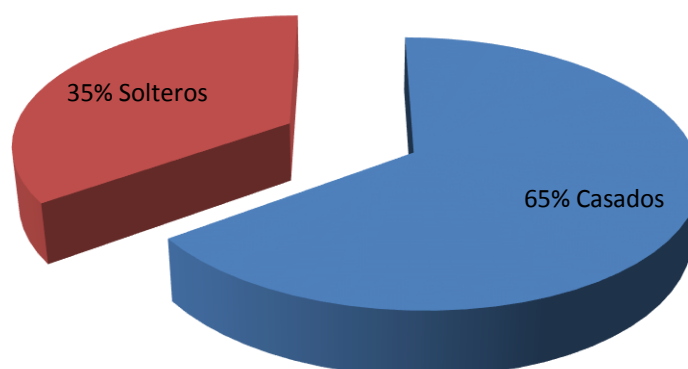
Gráfico 2.2: Sexo promedio de los turistas.



Elaboración: Los autores.

En el gráfico N° 2.3 se muestra que un 65% de los turistas son casados y un 35% son solteros.

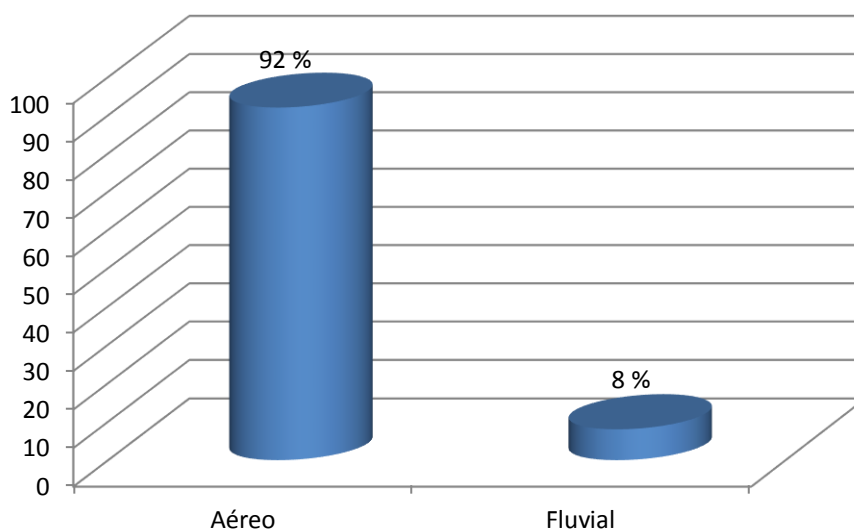
Gráfico N° 2.3 Estado civil de los turistas



Elaboración: Los autores.

De acuerdo a las encuestas representadas en gráfico N° 03, se muestra que la vía de acceso a la ciudad es principalmente vía aérea con un 92% y solo un 8% usan la vía fluvial.

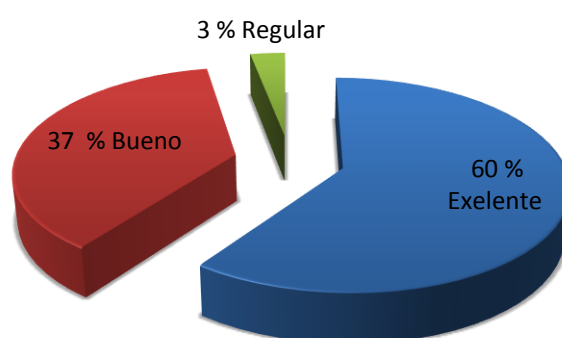
Gráfico 3: Vía de acceso de turistas a la ciudad de Iquitos.



Elaboración: Los autores.

De acuerdo a los datos obtenidos en el gráfico N° 04, el 60% brinda un servicio excelente a los turistas que visitan sus albergues el 37% brinda buen servicio; y solo el 3% dan un servicio regular.

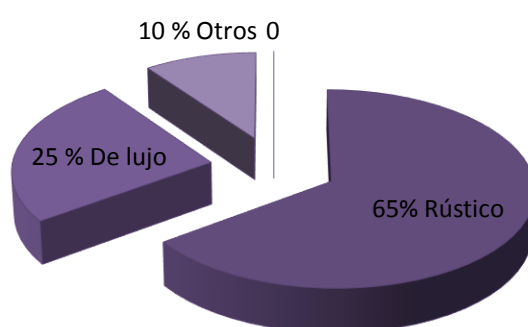
Gráfico 4: Calidad del servicio que brindan los albergues



Elaboración: Los autores.

Los datos obtenidos en la encuesta demuestran en el gráfico N° 05, en lo cual los turistas clasificaron los diferentes alojamientos como de lujo con un 25%, rústico 65%, otros 10%.

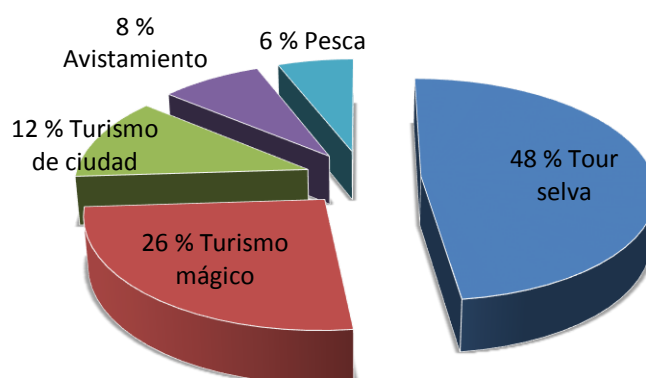
Gráfico 5: Clasificación del alojamiento



Elaboración: Los autores.

En el gráfico 06 se aprecia que según el tipo de servicio que demandan los turistas que visitan los albergues de la ciudad de Iquitos, las respuestas más resaltantes fueron: Tour a la selva con un 48 %, la que le sigue fue turismo mágico con 26 %. Luego señalaron turismo de ciudad con 12 %. Y en su minoría, el avistamiento de aves con 8 % y tour de pesca con 6 %, lo que muestra que más de la mitad de ellos está muy interesado en visitar y conocer la selva (Amazonía) con su flora y fauna.

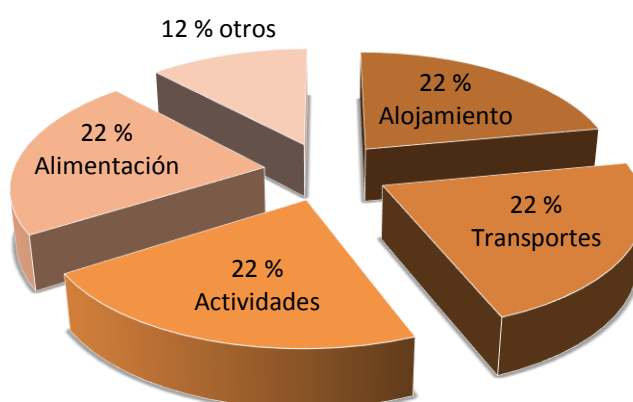
Gráfico 6: Tipos de servicios que demandan los turistas.



Elaboración: Los autores.

Los datos obtenidos en la encuesta nos muestran en el cuadro y gráfico N° 07, que al momento de medir los servicios que brindan las empresas nos dimos cuenta que la mayoría ofrecen alojamiento, actividades, transporte, alimentación cada una con 22% y una minoría ofrecen otros tipos de servicios con un 12% aparte de los ya mencionados.

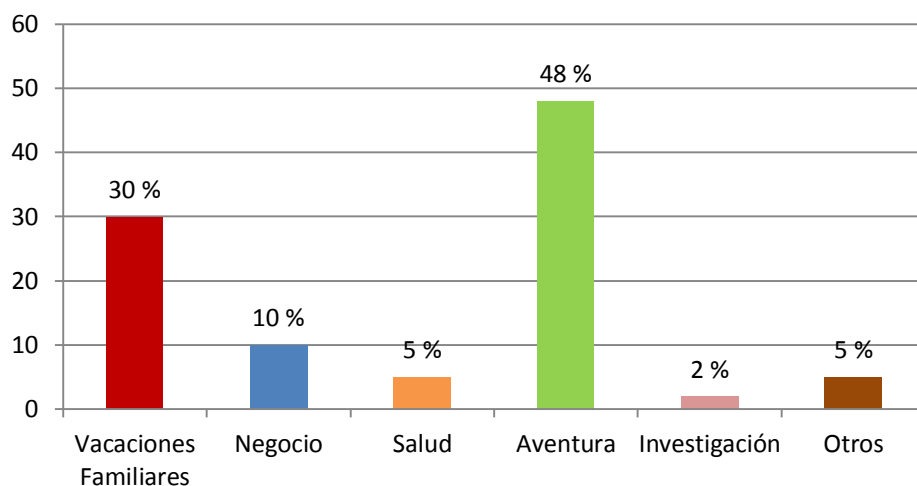
Gráfico 7: Servicios que brinda la empresas de turismo.



Elaboración: Los autores.

De acuerdo a las encuestas realizadas se muestra en el gráfico N° 08, que los motivos de visita por turismo de aventura fue de 48%, vacaciones familiares con un 30%, por negocios con un 10%, por salud 5%, por investigación 2%, otras causas solo con un 05%.

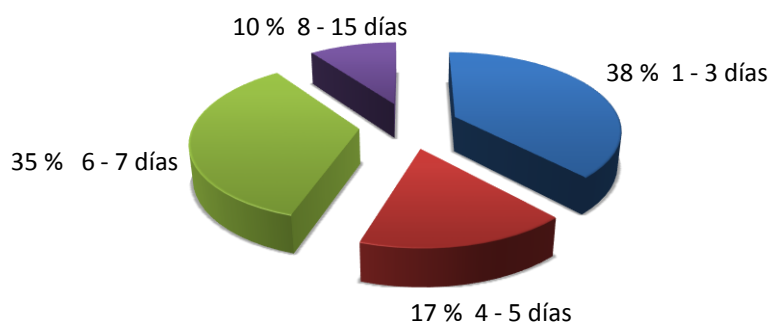
Gráfico 8: Motivos de visitas de turistas a Iquitos.



Elaboración: Los autores

En el gráfico N° 09 se puede apreciar que las estadías más comunes de los turistas van de 1-3 días con un 38%, de 4-5 días 17%, de 6-7 días un 35% y un porcentaje menor 8-15 días un 10%.

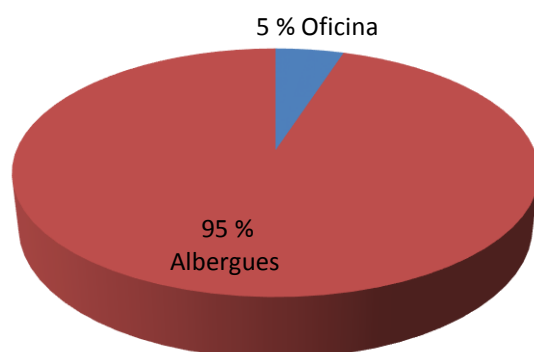
Gráfico 9: Tiempo de estadía de turistas en la Ciudad.



Elaboración: Los autores.

La mayoría de las encuestas se realizaron en los albergues turísticos con un 95%, y solo el 05 % fueron en las oficinas; tal como se muestra en el gráfico N° 10.

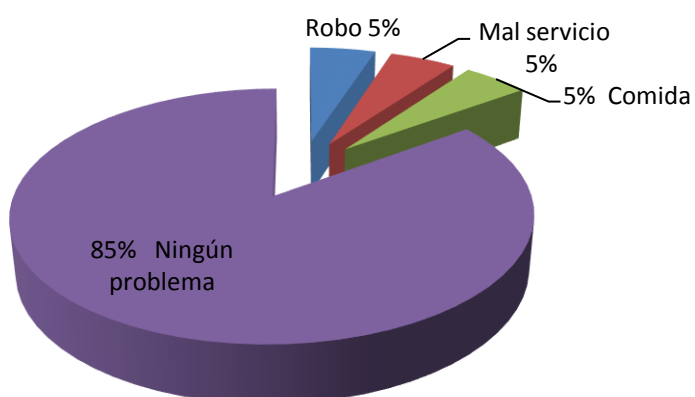
Gráfico 10: Lugares que se realizaron las encuestas.



Elaboración: Los autores

De acuerdo a la encuesta realizada se aprecia en el gráfico N° 11 que el 85 % no tuvieron ningún problema, los demás tuvieron un 5% cada uno, con respecto a la comida, mal servicio y robo de pertenencias.

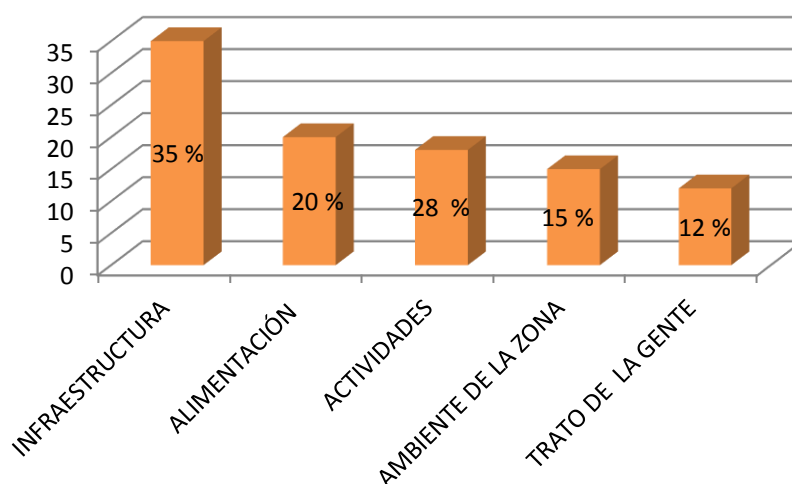
Gráfico 11: Tipo de problemas que tienen los turistas.



Elaboración: Los autores.

En el gráfico N°12, se muestra que la encuesta dio como resultado que el mayor atractivo es la infraestructura del lugar con un 35%, el 20% se debe a la variedad de alimentos, las actividades que se realizaban con 18%, con respecto al ambiente de la zona 15% y el 12% a la calidez y sencillez de la gente.

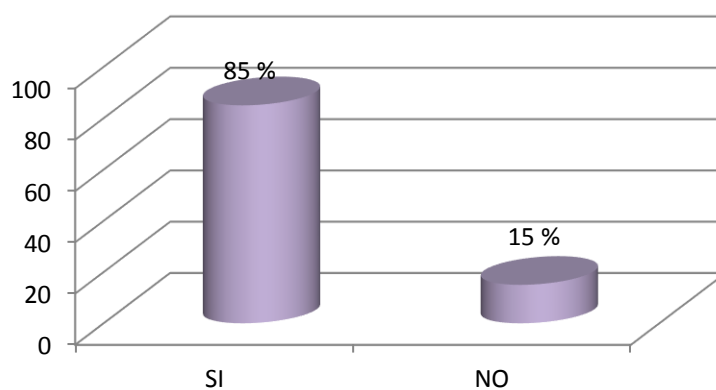
Gráfico 12: Atractivos del albergue.



Elaboración: Los autores

En el gráfico N° 13 se obtuvo mediante encuesta que el 85% recibió capacitación y solo el 15 % no lo recibió.

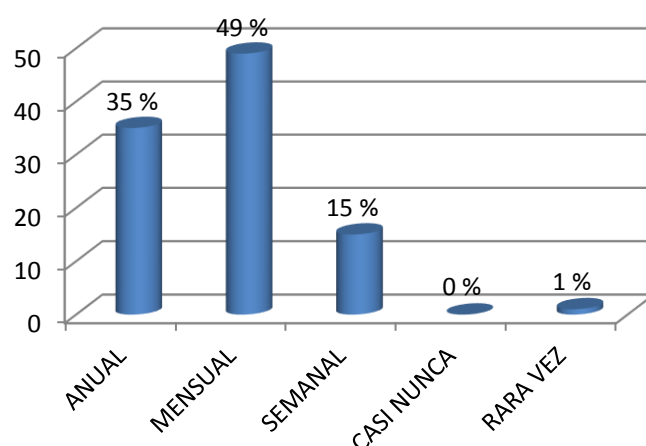
Gráfico 13: Capacitación al personal



Elaboración: Los autores.

En el gráfico N° 14, se encontró que los encuestados respondieron que reciben capacitación mensualmente con un 49%, anualmente con un 35%, semanalmente con un 15%, raras veces 1%, lo que significa que no muchas empresas cumplen o se interesan en orientar a su personal hacia el éxito.

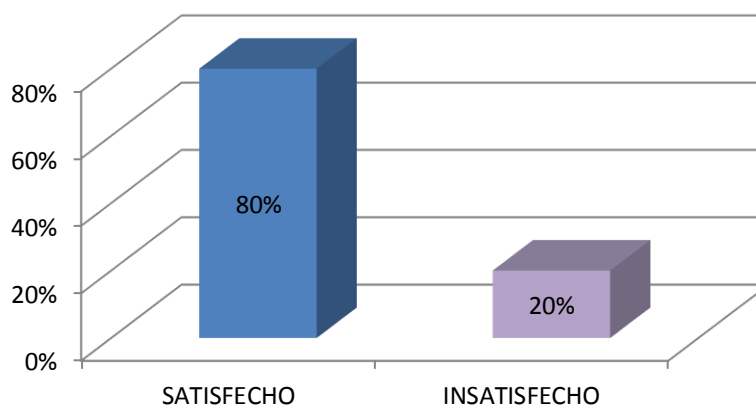
Gráfico 14: Frecuencia de capacitación al personal.



Elaboración: Los autores

En la encuesta realizada, se puede apreciar en el gráfico N° 15 que los turistas respondieron que el trato que recibieron en el albergue los dejó satisfechos aplicando un 80%, y el 20% no estuvieron satisfechos.

Gráfico 15: Percepción del turista en el albergue.



Elaboración: Los autores.

CONCLUSIONES

1. En relación a la atención al usuario durante su estadía se puede percibir que se hace un esfuerzo por brindar un servicio capaz de satisfacer las necesidades y perspectivas de nuestros cliente potenciales, se identifico un 80% de los turistas respondieron que les gusto la manera como fueron tratados, como por otro lado, se debe tomar en cuenta el 20% de insatisfacción ya que si no contrarrestamos los daños ocasionados en este porcentaje se puede expandir y mitigar la llegada de más turistas.
2. Se puede apreciar que los turistas prefieren un alojamiento rústico que abarca el 65%, el 25% prefieren el alojamiento de lujo, y otros (como comunidades donde albergan a los turistas) el 15%. Por lo que se demuestra que hay una gran diferencia entre estos tres aspectos, y que el turista, en su mayoría, le gusta estar en contacto con la naturaleza y con los servicios básicos.
3. Según las encuestas realizadas referentes a las características principales de los turistas, la mayoría son de procedencia Americana con un 29%, mientras que el 59% son de procedencia Europea, en su minoría son de México con un 5%, y otros el 7%.Adicional a ello también se pudo apreciar que la mayoría de turistas que nos visitan son hombres con un 58% y el resto son mujeres 42%.
4. Los servicios que normalmente se prestan son la recepción y traslado del pasajero del aeropuerto – albergue o viceversa según los fines establecidos, full day de acuerdo a la elección del turista, por consiguiente se brinda toda la información en lo que respecta al albergue, ya sea: actividades a realizar, lo que debe o no llevar; es decir le brindan una atención personalizada para una mayor estancia.

5. Los albergues se caracterizan por ser impulsores del desarrollo sostenible del medio ambiente, un 49% de su personal recibe capacitación mensualmente, el 35% recibe anualmente y el resto semanal o diario con un 15%. Esto indica que todo personal que labora en el rubro del turismo debe capacitarse eventualmente para que el servicio que se brinda sea efectivo, puesto que el trabajo, básicamente es con el pasajero y esto hace que se deba tener un nivel de atención alto.
6. Con respecto al atractivo principal de los albergues turísticos se concluyo que la infraestructura es lo más importante, que tiene lugar al 35%, esto se tiene que reflejar en el tipo de arquitectura en los acabados rústicos, etc.

RECOMENDACIONES

1. Es de vital importancia, ampliar y fortalecer los espacios para estudiar y difundir una cultura comercial y turística entre la población y las personas que laboran en una entidad turística de tal forma que se logre crear conciencia de la necesidad de proteger y mejorar los productos en un mercado libre donde fluirá un gran número de oferentes con productos similares, donde la diferencia se verá reflejada en el servicio, trato y confianza, de nada sirve poseer una infraestructura de lujo si el servicio, trato y confianza, si nuestra atención espésima.
2. Un buen servicio no solo se basa en infraestructura y trato también cumple un papel importante las tradicionales culturales, la innovación, calidad, el precio competitivo y una gran capacidad creativa.
3. El albergue debe hacerse cargo en establecer conciencia en la población sobre los recursos disponibles y sus posibilidades de desarrollo.
4. A los responsables de cada albergue turístico, trabajar de manera coordinada y estratégica con el personal (trabajo en quipo), capacitarlos permanentemente para brindar seguridad y mejor trato a los turistas para contrarrestar el porcentaje de descontentos.
5. Se debe implementar planes de mejora de la calidad de la oferta en todos sus aspectos, integrándolas bajo una estrategia común, aplicación de nuevas tecnologías a los sectores tradicionales.
6. Adquirir nuevos conocimientos de renovación en lo que respecta a conocimientos tomando como modelos a otras empresas para el crecimiento profesional.

BIBLIOGRAFÍA

- Alzamora, M. 2014. Estudio sobre la *Calidad del servicio al cliente en la Ciudad de Panamá, percepción de los turistas sobre la calidad del servicio al cliente*. Para optar por el grado de licenciada, Universidad Santa María la Antigua.
- Palacios D, 2014. Trabajo de investigación *Evaluación de la Calidad de servicios percibida en los establecimientos hoteleros de Quidbó*, para el grado de magister en administración, Universidad Nacional de Colombia.
- Reyes S, 2014. Tesis *Calidad de servicio para aumentar la satisfacción del cliente*, para el grado de Licenciada, Universidad Rafael Landívar.
- Cayo, N. 2011. Grado de satisfacción de los servicios turísticos en la ciudad de Puno 2011 – Perú.
- Villena, C. 2006. Introducción al turismo. octava edición Lima- Perú Editorial Limusa, SA de CV. México
- Ishikawa, K. 2003. ¿Que es el control de la calidad? Editorial Norma, Lima-Perú.
- Zeithaml, V. Calidad total en la gestión de servicios, primera edición. Editorial: Diaz de Santos.
- Instituto Nacional de Estadística e informática (INEI) .2012. Ministerio del interior – Dirección General de Migraciones. Iquitos – Perú.
- Disponible en internet. <http://www.muyuna.com/www.muyuna.com/index.html>
- <http://www.amazon-lodge.com>

CAPITULO VIII: ANEXOS

ANEXO N° 01

Formato de Encuesta a los Turistas que visitan los Albergues turísticos de Iquitos.

Presentación

BUENOS DÍAS (TARDES)

Soy estudiante de la Universidad Científica del Perú y estoy realizando una encuesta con el propósito de conocer acerca de los turistas que visitan los albergues turísticos de la ciudad, le agradeceré se sirva contestar el siguiente cuestionario.

MUCHAS GRACIAS

I. (Solo a turistas que visitaron albergues turísticos)

PREGUNTA FILTRO

A. Usted ha visitado o tomado algún servicio de albergue en la ciudad de Iquitos?

SI..... (Realizar encuesta) NO..... (Terminar y buscar otro)

B. ¿Que albergue turístico visitó?

.....

1. Características del encuestado

Nombre del encuestado.....

a) Procedencia (indicar ciudad y país).....

b) Edad.....

c) Sexo.....

d) Estado civil.....

e) Profesión u ocupación.....

2. Vía de ingreso .Especifique la empresa

a) Aéreo

b) Fluvial

3. Motivo de su visita a la localidad

- | | |
|----------------------------|----------------------|
| a) Vacaciones familiar () | d) Aventura () |
| b) Negocios / Trabajo () | e) Investigación () |
| c) Salud () | f) Otros motivos () |

4. Tiempo que piensa quedarse en la ciudad.

- a. 1 – 3 días ()
- b. 4 – 5 días ()
- c. 6 – 7 días ()
- d. 8 – 15 días ()

5. ¿Cómo clasificaría al albergue turístico en el que se alojó?

Albergue:

- a) Albergue de lujo ()
- b) Albergue de aventura ()
- c) Albergue rustico ()
- d) Otros ()
- e) No categorizado ()

6. ¿Ha tenido algún problema en su visita a este lugar?

Sí _____ No _____

6.1 ¿Podría describirlo por favor?

- a) Robos ()
- b) Comida ()
- c) Mal servicio ()
- d) Ruidos ()
- e) NS/NO ()

7. Te gustó el trato recibido en el albergue?

- a) Satisfecho ()
- b) Insatisfecho ()

ANEXO N° 02

Formato de Encuesta a los Albergues Turísticos

Presentación

BUENOS DÍAS (TARDES)

Soy estudiante de la Universidad Científica del Perú y estoy realizando una encuesta en los varios albergues que ofertan servicios turísticos en la ciudad de Iquitos con el propósito de conocer las características de los servicios que prestan. Para lo cual le solicito su gentil colaboración. Le agradeceré contestar con la sinceridad y veracidad a las preguntas que se le formulará a continuación.

MUCHAS GRACIAS

I. (Solo a las empresas que laboran en el rubro de albergues turísticos)

PREGUNTA FILTRO

A. ¿Usted ha brindado servicios en los albergues turísticos en este último año?

SI.....(Realizar encuesta)

NO..... (Terminar y buscar otro)

B. ¿Qué tipo de servicio brinda principalmente?

.....

1. Características del encuestado

Nombre del Encuestado.....

a) Procedencia.....

b) Edad.....

c) Sexo.....

d) Estado Civil.....

e) Profesión u ocupación.....

2. ¿Qué tipo de tour ofrecen?

a) Naturaleza ()

b) Aventura ()

c) Ayahuasca ()

d) Convivencia ()

e) Otros ()

3. ¿De qué nacionalidad mayormente son los turistas?

- a) Norteamericanos ()
- b) Ingleses ()
- c) Franceses ()
- d) Españoles ()
- e) Otros ()

4. ¿Da capacitación a su personal? ¿Cada cuánto tiempo?

Si () No ()

- a. Anual ()
- b. Mensual ()
- c. Semanal ()
- d. Casi nunca ()
- e). Rara vez ()

5. ¿El servicio que ofrece incluye?

- a) Alojamiento ()
- b) Tour ()
- c) Transporte ()
- d) Alimentación ()
- e) Otros ()