



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

TESIS

“Análisis de la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019”.

Autoras:

Baluarto Navarro, Karla Fernanda

Bravo Medina, Cristina Jesús

Asesora:

Lic. TyH. Magaly García Vílchez, Mgr.

**Para optar el título profesional
de Licenciada en Turismo y Hotelería**

Iquitos – Perú

2019

DEDICATORIA

A mis padres, quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo, trabajo y sacrificio.

A mi hermano, por estar siempre presente en cada paso que doy, por su cariño y apoyo incondicional.

Karla Baluarte

A mis padres, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mí, por sus consejos que a lo largo de los años me han dado la capacidad de superarme a nivel personal y profesional.

A mis hermanos, por su apoyo moral, por haberme motivado a esforzarme y dedicarme a desarrollar esta tesis y sobre todo por enseñarme que con trabajo y perseverancia se encuentra el éxito profesional.

Cristina Bravo

AGRADECIMIENTO

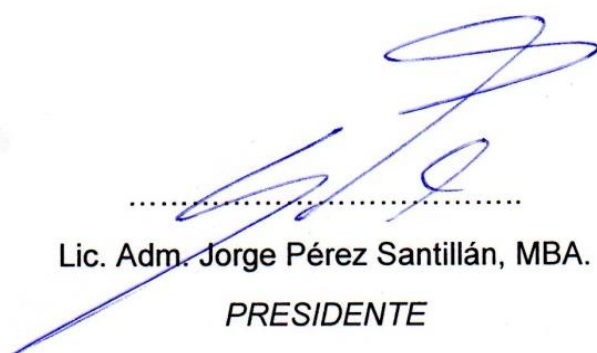
A Dios, por darnos la posibilidad de desarrollar esta tesis, por siempre guiar nuestros pasos y ser nuestra fortaleza en los momentos más difíciles.

A nuestra asesora, por el tiempo, dedicación y paciencia en la elaboración de nuestra tesis

A Jorge, que aunque no esté físicamente con nosotras, sabemos que desde el cielo nos cuida y cuyo recuerdo nos alienta al logro de nuestros objetivos.

APROBACIÓN

Tesis sustentada en acto público el día 28 de junio del 2019.



.....

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, MBA.

PRESIDENTE



.....

Lic. Adm. Enrique Alván Mori, Mgr.

MIEMBRO



.....

Lic. Adm. Dionicio Aguilar Ramírez, Mgr.

MIEMBRO



.....

Lic. TyH. Magaly García Vélchez, Mgr.

ASESORA



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

Registrado en el Asiento N° A00010 de la Partida N° 11000318, personas Jurídicas de Iquitos,
Superintendencia de los Registros Públicos - SUNARP

FACULTAD DE NEGOCIOS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Con Resolución Decanal N° 254-2019-UCP-FAC.NEGOCIOS del 06 de junio de 2019, la FACULTAD DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP designa como Jurado Evaluador de la tesis a los señores:

- | | |
|---|------------|
| • Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán MBA. | Presidente |
| • Lic. Adm. Enrique Alvan Morí Mgr. | Miembro |
| • Lic. Adm. Dionicio Aguilar Ramírez Mgr. | Miembro |

En la ciudad de Iquitos, siendo las 10 horas del día 28 JUNIO del 2019 en las instalaciones de la UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa de la tesis: "ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS Y EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS QUE VISITAN EL CENTRO POBLADO DE PADRECOCHA, AÑO 2019".

Presentado por:

KARLA FERNANDA BALUARTE NAVARRO
CRISTINA JESUS BRAVO MEDINA

Como requisito para optar el título profesional de **Licenciada en Turismo y Hotelería**. Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron absueltas. El jurado después de la deliberación en privado llegó a la siguiente conclusión:

La sustentación es:

APROBADO POR UNANIMIDAD

En fe de lo cual los miembros del jurado firman el acta.



Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán MBA.
Presidente



Lic. Adm. Enrique Alvan Morí Mgr.
Miembro



Lic. Adm. Dionicio Aguilar Ramírez Mgr.
Miembro

CALIFICACIÓN:	Aprobado (a) Excelencia	: 19-20
	Aprobado (a) Unanimidad	: 16-18
	Aprobado (a) Mayoría	: 13-15
	Desaprobado (a)	: 00-12

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. El problema.....	1
1.1.2 Formulación del problema.....	4
1.2. Objetivos de la investigación.....	4
1.2.1. Objetivo general.	4
1.2.2. Objetivos específicos.....	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL.....	5
2.1. Antecedentes de investigaciones.....	5
2.2. Marco teórico.	9
2.2.1. Calidad de los servicios turísticos.	9
2.2.2. Nivel de satisfacción de los turistas.	10
2.3. Marco conceptual.....	11
a) Información turística	11
b) Calidad del servicio turístico ofertado	12
c) Accesibilidad del destino	12
d) Atención al turista	12
e) Saneamiento	13
CAPÍTULO III: MÉTODO.....	14
3.1. Hipótesis.....	14
3.1.1. Hipótesis general.....	14
3.1.2. Hipótesis específicas.....	14
3.1.3. Variables, indicadores e índices.	15
3.2. Tipo de investigación.	16
3.3. Marco poblacional y muestra.	16
3.3.1. Población.....	16
3.3.2. Muestra.	17
3.4. Técnica.....	18
a) Instrumento de recolección de datos.	19
b) Ética.	19
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	20
4.1. Datos generales de los servicios.....	20
4.2. Resultados de la calidad de los servicios.....	23
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS.	65
CONCLUSIONES	66
RECOMENDACIONES	67

BIBLIOGRAFÍA	70
ANEXO 01: ENCUESTA PARA TURISTAS NACIONALES.	72
ANEXO 02: ENCUESTA PARA TURISTAS EXTRANJEROS.	74
ANEXO 03: Matriz de consistencia.	76
Anexo 04: Fotos de las encuestas realizadas a los turistas en el centro poblado de Padrecocha.	77

INDICE DE CUADROS

Página

Cuadro N° 01 Llegada de turistas internacionales a Perú, periodo 2012 – 2017.	3
Cuadro N° 02 Arribo de visitantes extranjeros a establecimientos de hospedaje a Loreto, periodo 2012 – 2017	3
Cuadro N° 03: Variables, indicadores e índices.	15
Cuadro N° 04 Validez de constructo del instrumento de recolección de datos	18
Cuadro N° 05: Turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha.	20
Cuadro N° 06: Procedencia de turistas nacionales y extranjeros	21
Cuadro N° 07: Edad de los turistas encuestados.	22
Cuadro N° 08: Recepción de información turística antes de visitar Padrecocha...	23
Cuadro N° 09: Utilidad de la información recibida	24
Cuadro N° 10: Calificación de la información recibida	25
Cuadro N° 11: Precio del servicio.....	26
Cuadro N° 11.1 Precio del servicio transporte fluvial.....	26
Cuadro N° 11.2 Precio del servicio alimentos y bebidas	27
Cuadro N° 11.3 Precio del servicio Mariposario Pilpintuwasi	28
Cuadro N° 11.4 Precio del servicio Maloca de los Kukama.....	29
Cuadro N° 11.5 Precio del servicio de la Finca	30
Cuadro N° 11.6 Precio del servicio La Tarrilla	31
Cuadro N° 12: Innovación del servicio.....	32
Cuadro N° 12.1 Innovación del servicio transporte fluvial.....	32
Cuadro N° 12.2 Innovación del servicio Mariposario Pilpintuwasi	33
Cuadro N° 12.3 Innovación del servicio Maloca de los Kukama.....	34
Cuadro N° 12.4 Innovación del servicio La Finca	35
Cuadro N° 12.5 Innovación del servicio La Tarrilla	36
Cuadro N° 13: Expectativas del servicio.....	37
Cuadro N° 13.1 Expectativas en el Mariposario Pilpintuwasi	37
Cuadro N° 13.2 Expectativas en la Maloca de los Kukama.....	38
Cuadro N° 13.3 Expectativas en la Finca	39
Cuadro N° 13.4 Expectativas en la Tarrilla	40
Cuadro N° 14 Calificación del transporte fluvial.....	41
Cuadro N° 15 Seguridad turística.....	42
Cuadro N° 15.1 Seguridad en el transporte fluvial.....	42
Cuadro N° 15.2 Seguridad en el centro poblado	43

Cuadro N° 15.3 Seguridad en el Mariposario Pilpintuwasi	44
Cuadro N° 15.4 Seguridad en la Maloca de los Kukama.....	45
Cuadro N° 15.5 Seguridad en la Finca.....	46
Cuadro N° 15.6 Seguridad en la Tanrilla.....	47
Cuadro N° 16 Atención y calidad del servicio.	48
Cuadro N° 16.1 Atención y calidad en el Mariposario de Pilpintuwasi	48
Cuadro N° 16.2 Atención y calidad en la Maloca de los Kukama	49
Cuadro N° 16.3 Atención y calidad en la Finca	50
Cuadro N° 16.4 Atención y calidad en la Tanrilla	51
Cuadro N° 17 Limpieza en los servicios turísticos.....	52
Cuadro N° 17.1 Limpieza en el transporte fluvial.....	52
Cuadro N° 17.2 Limpieza en el Mariposario Pilpintuwasi	53
Cuadro N° 17.3 Limpieza en la Maloca de los Kukama.....	54
Cuadro N° 17.4 Limpieza en la Finca.....	55
Cuadro N° 17.5 Limpieza en la Tanrilla.....	56
Cuadro N° 18 Servicios higiénicos en los establecimientos turísticos	57
Cuadro N° 18.1 Servicios higiénicos en el Mariposario Pilpintuwasi.....	57
Cuadro N° 18.2 Servicios higiénicos en la Maloca de los Kukama.....	58
Cuadro N° 18.3 Servicios higiénicos en la Finca.....	59
Cuadro N° 18.4 Servicios higiénicos en la Tanrilla	60
Cuadro N° 19 Contenedores de basura en los establecimientos turísticos.....	61
Cuadro N° 19.1 Contenedores de basura en el Mariposario Pilpintuwasi.....	61
Cuadro N° 19.2 Contenedores de basura en la Maloca de los Kukama.....	62
Cuadro N° 19.3 Contenedores de basura en la Finca	63
Cuadro N° 19.4 Contenedores de basura en la Tanrilla	64

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
Gráfico N° 01: Género de turistas	20
Gráfico N° 02: Procedencia de turistas nacionales y extranjeros.....	21
Gráfico N° 03: Edad de los encuestados.....	22
Gráfico N° 04: Recepción de información turística	23
Gráfico N° 05: Utilidad de la información recibida	24
Gráfico N° 06: Calificación de la información recibida	25
Gráfico N° 07: Precio del servicio del transporte fluvial	26
Gráfico N° 08: Precio del servicio de alimentos y bebidas.....	27
Gráfico N° 09: Precio del servicio en el Mariposario Pilpintuwasi	28
Gráfico N° 10: Precio del servicio en la Maloca de los Kukama.....	29
Gráfico N° 11: Precio del servicio en la Finca.....	30
Gráfico N° 12: Precio del servicio en la Tanrilla.....	31
Gráfico N° 13: Innovación del servicio transporte fluvial	32
Gráfico N° 14: Innovación del servicio Mariposario Pilpintuwasi.....	33
Gráfico N° 15: Innovación del servicio Maloca de los Kukama	34
Gráfico N° 16: Innovación del servicio La Finca	35
Gráfico N° 17: Innovación del servicio La Tanrilla	36
Gráfico N° 18: Expectativas en el Mariposario Pilpintuwasi.....	37
Gráfico N° 19: Expectativas en la Maloca de los Kukama	38
Gráfico N° 20: Expectativas en la Finca	39
Gráfico N° 21: Expectativas en la Tanrilla	40
Gráfico N° 22: Calificación del transporte fluvial.....	41
Gráfico N° 23: Seguridad en el transporte fluvial.....	42
Gráfico N° 24: Seguridad en el centro poblado	43
Gráfico N° 25: Seguridad en el Mariposario Pilpintuwasi.....	44
Gráfico N° 26: Seguridad en la Maloca de los Kukama	45
Gráfico N° 27: Seguridad en la Finca	46
Gráfico N° 28: Seguridad en la Tanrilla	47
Gráfico N° 29: Atención y calidad en el Mariposario de Pilpintuwasi	48
Gráfico N° 30: Atención y calidad en la Maloca de los Kukama.....	49
Gráfico N° 31: Atención y calidad en la Finca.....	50
Gráfico N° 32: Atención y calidad en la Tanrilla.....	51
Gráfico N° 33: Limpieza en el transporte fluvial.....	52
Gráfico N° 34: Limpieza en el Mariposario Pilpintuwasi.....	53
Gráfico N° 35: Limpieza en la Maloca de los Kukama	54

Gráfico N° 36: Limpieza en la Finca	55
Gráfico N° 37: Limpieza en la Tanrilla	56
Gráfico N° 38: Servicios higiénicos en el Mariposario Pilpintuwasi.....	57
Gráfico N° 39: Servicios higiénicos en la Maloca de los Kukama	58
Gráfico N° 40: Servicios higiénicos en la Finca	59
Gráfico N° 41: Servicios higiénicos en la Tanrilla	60
Gráfico N° 42: Contenedores de basura en el Mariposario Pilpintuwasi	61
Gráfico N° 43: Contenedores de basura en la Maloca de los Kukama	62
Gráfico N° 44: Contenedores de basura en la Finca	63
Gráfico N° 45: Contenedores de basura en la Tanrilla	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Página

Figura N° 01: Localización de la zona de estudio – Padrecocha, distrito de Punchana, provincia de Maynas, Región Loreto.....	2
--	---

Análisis de la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Karla Fernanda, Baluarte-Navarro

Cristina Jesús, Bravo-Medina

RESUMEN

Hoy en día, uno de los factores primordiales para el desarrollo del turismo es la calidad de los servicios turísticos, ya que la percepción de este, influye considerablemente en la satisfacción del turista.

La investigación “Análisis de la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019”, es una investigación de tipo descriptiva.

El objetivo principal ha sido analizar la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción que tienen los turistas con respecto a estos servicios.

La técnica utilizada fue la encuesta, y la muestra comprendió los turistas nacionales y extranjeros, y de esta manera conocer la opinión que tienen sobre los servicios turísticos que ofrece el centro poblado.

Se concluye que, la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas quienes visitan el centro poblado de Padrecocha, turistas nacionales y extranjeros, manifiestan que los servicios que brindan son regulares por lo tanto se debe implementar capacitación al personal, contar con equipos de seguridad en el transporte, mejorar la información turística y realizar una actividad de manera planificada con participación de la población local, logrando el beneficio para ambas partes; siendo un componente importante la calidad de los servicios en el centro poblado.

Palabras claves: calidad de los servicios turísticos, nivel de satisfacción.

Análisis de la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Karla Fernanda, Baluarte-Navarro

Cristina Jesús, Bravo-Medina

ABSTRACT

Nowadays, one of the main factors for the development of tourism is the quality of the tourist services, as the perception of this, influences in the satisfaction of the tourist.

The research "Analysis of the quality of tourist services and the level of satisfaction of tourists visiting the populated center of Padrecocha, year 2019", is a descriptive type investigation.

The main objective has been to analyze the quality of tourist services and the level of satisfaction that tourists have regarding these services.

The technique that was the survey, and the sample included national and foreign tourists, and this way of knowing the opinion they have about the tourist services offered by the populated center.

It is concluded that, the quality of the tourist services and the level of satisfaction that tourists who visit populated center of Padrecocha, national and foreign tourists, state that the services they provide are regular, therefore staff training must be implemented, counting with transport safety equipment, improve tourist information and carry out a planned activity with the participation of the local population, achieving the benefit for both parties; being an important component the quality of services in the populated center.

Keywords: quality of tourist services, level of satisfaction.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.

1.1. El problema.

1.1.1. Planteamiento del problema.

El turismo es un fenómeno sociocultural y económico en pleno auge con tendencia a experimentar un constante crecimiento a lo largo de los años, convirtiéndose de esta manera en una de las principales fuentes de ingreso a nivel mundial.

Hoy en día, uno de los factores primordiales para el desarrollo del turismo es la calidad de los servicios turísticos, ya que la percepción de este influye considerablemente en la satisfacción del turista.

Cuando se habla de calidad de servicio, en este sector, viene a la mente el concepto “turista”, definido como quien opina si el servicio recibido satisface sus necesidades en base a sus expectativas y experiencias. En la actualidad, todos buscan calidad, por ejemplo, en los servicios, que satisfagan las necesidades de los turistas a través de entrega de una buena atención en términos de amabilidad, información e infraestructura.

En los últimos años, Perú se ha convertido en un gran destino turístico por ser uno de los países con mayor riqueza cultural y natural. Por lo tanto, el turismo se está convirtiendo en una de las principales fuentes económicas.

En el periodo de tiempo del 2012 al 2017 Perú tiene un crecimiento del 37.9%, con una tasa promedio anual de 00. En el año 2014 se presentó una frenada preocupante 0%; a partir del año 2017 se vuelve a observar un crecimiento de 8.1%.

Cuadro N° 01 Llegada de turistas internacionales a Perú, periodo 2012 – 2017.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Millones de personas	2.9	3.2	3.2	3.5	3.7	4.0
Índice 2012=100	100.0	110.3	110.3	120.6	127.5	137.9
Variación anual	-	10.3%	0%	9.3%	5.7%	8.1%

Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones - 2018

Elaboración: las autoras

Loreto muestra un crecimiento casi similar que el resto del Perú, en el cuadro siguiente, se puede observar que la tasa de arribo de turistas extranjeros en la región Loreto tuvo caídas durante los años, 2013 y 2014, -4.3%, -3.0% respectivamente, creciendo en los años 2016, con una tasa de 8.6%, y 2017 con 33.1%.

Cuadro N° 02 Arribo de visitantes extranjeros a establecimientos de hospedaje a Loreto, periodo 2012 – 2017

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Personas	156 680	149 916	145 415	145 487	158 124	210 570
Índice 2012=100	100.0	95.6	92.8	92.8	100.9	134.3
Variación anual	-	-4.3%	-3.0%	0.0%	8.6%	33.1

Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA-DIAITA-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje.

Elaboración: las autoras

Loreto es una de las regiones que se caracteriza por tener gran afluencia de turistas, tanto nacionales como extranjeros, quienes visitan los distintos puntos turísticos de la región. Uno de los puntos turísticos más destacados es el centro poblado de Padrecocha.

El centro poblado de Padrecocha está ubicado a orillas del Río Nanay; para llegar allí, se debe realizar un viaje en bote desde el embarcadero de Bellavista Nanay hasta el centro poblado, cuya duración es de 20 minutos aproximadamente. El viaje varía en costo en relación con el medio que se elija, y oscila entre los S/ 2.00 en un bote colectivo o desde S/10.00 hasta S/40.00 en un transporte privado. Tras arribar en Padre Cocha, el visitante solo debe realizar una corta caminata hasta dar con el centro poblado del mismo nombre.

Padrecocha es uno de los centros poblados que se caracteriza por su alfarería, puesto que se pueden conseguir artesanías de arcilla y madera realizadas por sus pobladores a precios realmente económicos y cuenta con diversos establecimientos turísticos visitar, entre los que más destaca son el Mariposario Pilpintuwasi, Maloca de los Kukama, la Finca y la Tanrilla.

Pillpintuwasi: Pilpintu en el idioma quechua que significa “mariposa” y wasi que significa “granja”, muestra entre 15 a 20 especies aproximadamente de mariposas amazónicas vivas en todo su ciclo biológico. Es también un centro de rescate, protección y ayuda a animales en estado vulnerable o en peligro de extinción como monos, loros, oso hormiguero, aguar, tortugas, taricayas, etc. Desde la entrada de Padrecocha hasta el Mariposario se realiza una caminata de 15 minutos aproximadamente, también se puede llegar en un motokar o tomar un bote desde el embarcadero de Bellavista Nanay directo a la entrada del mariposario. La Maloca de los Kukama es un conjunto de casas comunales tradicionales, en donde esperan al visitante para realizar un show que consiste en danzas propias de su cultura a las que invitarán al turista a bailar y luego ofrecerán sus artesanías. La Finca, al igual que la Tanrilla, son establecimientos turísticos que ofrecen un ambiente acogedor a los turistas, donde pueden hacer uso de la piscina y alrededores.

Actualmente los visitantes de este lugar son cada vez más exigentes en relación a sus preferencias; el turista de hoy en día está realmente interesado en el beneficio que le aportarán los servicios ofrecidos en cada lugar que visita. No se hacen trabajos de investigación, faltando información para que los ofertantes de servicios y productos mejoren la calidad de su atención.

Figura N° 01: Localización de la zona de estudio - Padrecocha, distrito de Punchana, provincia de Maynas, Región Loreto.



Fuente: http://www.iiap.org.pe/Upload/Publicacion/CDinvestigacion/unap/unap7/UNAP7_CAP4.HTM

1.1.2. Formulación del problema.

El problema general identificado es el siguiente:

¿Cómo está la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019?

Los problemas específicos son los siguientes:

¿Cuál es la percepción que tienen los turistas sobre la calidad de los servicios turísticos ofertados en el centro poblado de Padrecocha, año 2019?

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019?

1.2. Objetivos de la investigación.

1.2.1. Objetivo general.

Analizar la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019

1.2.2. Objetivos específicos.

- a.- Analizar la percepción que tienen los turistas sobre la calidad de los servicios turísticos ofertados en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.
- b.- Determinar el nivel de satisfacción del turista que visita el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL.

2.1. Antecedentes de investigaciones.

(Montalvan, 2018), en su tesis titulada *Análisis de la calidad del servicio de las empresas de servicio turístico de la ciudad de Frías, año 2016*, tiene como objetivo principal determinar el nivel de percepción de los clientes sobre la calidad del servicio.

La población de estudio fue constituida por los directivos de los establecimientos de hospedaje clasificados y categorizados de la ciudad de Piura, el personal que labora en dichos establecimientos y los clientes que pernoctaron, al menos una noche, en los hoteles u hostales, la muestra se sintetizan en 33 directivos, 131 empleados y 384 huéspedes. La investigación es descriptiva: ya que describió e interpretó las características del grupo de clientes estudiados en las cinco dimensiones de la calidad.

Concluye que, el nivel de la percepción de los clientes sobre la fiabilidad del servicio que brindan las empresas de servicio turístico de la ciudad de Frías; fue de 3.5978 equivalente a alta calidad del servicio. Dicho resultado es equivalente a 14.39 en sistema vigesimal y debe seguir la mejora continua.

Finalmente señala que, el nivel de la percepción de los clientes sobre la seguridad del servicio que brindan las empresas de servicio turístico de la ciudad de Frías; fue de 3.8424 equivalente a alta calidad del servicio. Dicho resultado es equivalente a 15.37 en sistema 76 vigesimal y debe seguir la mejora continua. Se resalta la tranquilidad y seguridad que se vive en dicho lugar.

(Asencio & Murillo, 2014), en su tesis titulada *Calidad de servicio en el complejo turístico “La Hacienda” – Huancayo – 2012*, tiene como objetivo principal determinar el nivel de la calidad de servicio.

La población de estudio comprende hombres y mujeres de cualquier edad, que hayan concurrido al complejo turístico señalado, dentro del tercer trimestre, año 2012. El tipo de investigación es científica de tipo aplicada;

porque los resultados obtenidos pretendieron utilizarse en forma inmediata para resolver alguna situación problemática.

Concluyen que, en lo que refiere a las dimensiones de aspectos intangibles, las relacionadas con la opinión general fueron la percepción de calidad hacia el personal y la percepción de calidad hacia la consistencia y honestidad con que se brinda el servicio. Así, la evidencia indica que lo que generaría una percepción general de calidad del servicio favorable serían los aspectos de instalaciones, comida, personal y honestidad percibida.

Finalmente concluyen que, como elementos menos importantes para la conformación de esta opinión general se incluirían los aspectos de accesibilidad (ubicación, estacionamiento, alternativas de pago) y ambiente (entorno audiovisual, iluminación, aroma ambiental, temperatura ambiente y auto identificación).

(García, 2015), en su tesis titulada *Calidad de servicio turístico y satisfacción del turista que visita el distrito de Pachacámac, 2015*, tiene como objetivo principal determinar si existe relación entre la calidad de servicios y la satisfacción del turista.

La población de estudio está constituida por el promedio de los 3 últimos años (2012,2013 y 2014) de los turistas que visitaron el Santuario de Pachacámac, un aproximado de 11,863 turistas al mes, constituida entre niños, jóvenes, adultos y adulto mayor. El tipo de investigación es descriptivo, ya que las variables fueron descritas a través de las teorías y de las percepciones que provienen de los mismos sujetos, pues no es común que se correlacionen mediciones de una variable hechas en ciertas personas, con mediciones de otra variable realizada en personas distintas.

Concluye que, la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del turista, debido a que el valor de X obtenida (104.4) es mayor al valor hallado en la tabla X crítica (16.9), se debe rechazar la hipótesis alterna (H1) y aceptar nuestra hipótesis propuesta (H0).

(Quispe, 2017), en su tesis titulada *Evaluación de la calidad de los servicios turísticos con el modelo ruralqual en la Isla de Amantani, 2015*, tiene como objetivo principal analizar la calidad de los servicios turísticos.

La población de estudio está conformada por todas aquellas personas que realizan el tour a este lugar y las personas que tengan una reserva en las casas rurales. El tipo de investigación es de carácter exploratorio- descriptivo, con el acopio y análisis de información relevante de hechos reales y actuales.

Concluye que, el grado de satisfacción de los turistas con respecto a la calidad de los servicios ofertados y recibidos en los hospedajes rurales de Amantani, según las encuestas realizadas en una gran mayoría de personas encuestadas indica como BUENO el servicio ofertado, esto incluye el servicio de alojamiento, alimentación, atractivos turísticos y entretenimiento.

(Rengifo & Choclote, 2017), en su tesis *Calidad del servicio en los albergues turísticos de la ciudad de Iquitos y su impacto en la percepción de los turistas*, tiene como objetivo principal 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. La población de estudio está constituida por: a) los turistas que ingresan a la ciudad por los puestos de control fronterizo y puestos migratorios; b) las empresas que brindan servicio de albergues turísticos.

El tipo de investigación es no experimental, por cuanto 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.

Concluyen que, 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 identificó 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.

(Condori & Huaman, 2017), en su tesis titulada *Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los turistas extranjeros respecto al servicio en los baños termales de Coporaque, Arequipa, 2017*, tiene como objetivo principal analizar la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los turistas extranjeros.

La población de estudio son los turistas extranjeros que visitaron este lugar, se analizó la influencia de la calidad de los servicios recibidos en la satisfacción de los clientes. El tipo de investigación es de tipo explicativo porque buscaron analizar los efectos de la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los turistas extranjeros respecto al servicio.

Concluyen que, la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los turistas extranjeros respecto al servicio, debido a factores como la presentación correcta de los elementos tangibles, la confianza generada por el personal, la atención personalizada y la seguridad que proyecta el ambiente y servicios.

2.2. Marco teórico.

A continuación, se presentan las teorías que respaldan el trabajo de investigación sobre calidad de los servicios turísticos y nivel de satisfacción de los turistas.

2.2.1. Calidad de los servicios turísticos.

En el sector turismo, la calidad tiene una visión holística integrada

(CALTUR, 2005), señala que la calidad es la combinación adecuada de atractivos, servicios y facilidades, capaz de motivar la decisión de viaje y de brindar una experiencia plenamente satisfactoria al visitante. Esta definición integra los enfoques de oferta y demanda (que son consustanciales al producto turístico) y establece con claridad que su naturaleza está asociada a la experiencia satisfactoria de la visita, es decir, un producto está definido esencialmente por su calidad.

La calidad también tiene una visión particular en el producto o servicio

(Kotler & Keller, 2012), señala que la satisfacción del cliente también dependerá de la calidad del producto o servicio. ¿Qué es exactamente la calidad? Varios expertos lo definen como “aptitud para uso”, “cumplimiento con los requerimientos” y “ausencia de variaciones”. Se utiliza la definición de la American Society for Quality: la calidad es la totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio que influyen en su capacidad de satisfacer las necesidades explícitas o latentes. Ésta es una definición claramente centrada en el cliente. Se puede decir que el vendedor ha entregado calidad cuando su producto o servicio cumple o excede las expectativas del cliente.

La calidad que opina el cliente lo relaciona con sus expectativas

(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985), definen la calidad de servicio como una función de la discrepancia entre las expectativas de los consumidores sobre el servicio que van a recibir y sus percepciones sobre el servicio efectivamente prestado por la empresa.

2.2.2. La satisfacción de los turistas.

(Kotler & Armstrong, 2003), define la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

(Kotler & Keller, 2012), define como el conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto (o resultado) contra las expectativas que se tenían. Si el resultado es más pobre que las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si es igual a las expectativas, estará satisfecho. Si excede las expectativas, el cliente estará muy satisfecho o complacido. Las evaluaciones de los clientes sobre los resultados del producto dependen de muchos factores, en especial del tipo de relación de lealtad que tengan con la marca.

(Vavra, 2003), señala que la satisfacción es una respuesta emocional del cliente ante su evaluación de la discrepancia percibida entre su experiencia previa/expectativas de nuestro producto y organización y el verdadero rendimiento experimentado una vez establecido el contacto con nuestra organización, una vez que ha probado nuestro producto. Creemos que la satisfacción de los clientes influirá en sus futuras relaciones con nuestra organización (ganas de volver a comprar, interés en recomendarnos, deseo de comprar nuestro producto sin tener que buscar un proveedor que venda más barato).

(Kotler, 2008), define como el nivel del estado de una persona que resulta de comparar el rendimiento o resultado, que se percibe de un producto con sus expectativas. El nivel de satisfacción es una función de la diferencia entre rendimiento percibido y las expectativas.

(Jones & Sasser, 1995), definen la satisfacción del cliente identificando cuatro factores que afectaban a ésta. Dichos factores que sacian las preferencias, necesidades o valores personales son: (1) aspectos esenciales del producto o servicio que los clientes esperan de todos los competidores de dicho producto o servicio, (2) servicios básicos de apoyo como la asistencia al

consumidor, (3) un proceso de reparación en el caso de que se produzca una mala experiencia y (4) la personalización del producto o servicio.

(Gotlieb, Grewal, & Brown, 1994), señalan que la satisfacción es una consecuencia del rendimiento de la calidad del servicio, esto ha sido confirmado empíricamente, así, la calidad se enmarca dentro de una evaluación específica de creencias y experiencias, mientras que la satisfacción lo hace como una evaluación general de dicho constructo.

2.3. Marco conceptual.

a) Información turística

(DIRCETUR, 2009), define como el conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje sobre un determinado ente o fenómeno. Los datos se perciben, se integran y generan la información necesaria para producir el conocimiento que es el que finalmente permite tomar decisiones para realizar las acciones cotidianas que aseguran la existencia. La información también indica mediante códigos y conjuntos de datos, los modelos del pensamiento humano. La información por lo tanto, procesa y genera el conocimiento humano. En la información, el proceso de vinculación es unilateral entre el transmisor y el receptor cuyo contenido puede ser la clasificación de signos y sus relaciones con determinado propósito.

(Ruiz, 2012), señala que la información turística contribuye a la promoción de un destino siendo un servicio que suelen proporcionar las Administraciones públicas, ya sean locales o autonómicas. Las oficinas de información turística se pueden definir como las entidades que prestan servicios turísticos relacionados con la atención, orientación y asesoramiento del visitante, potencial o real, sobre los diferentes elementos que integran la oferta turística de un determinado núcleo receptor.

b) Calidad del servicio turístico ofertado

(**Tigani, 2006**), señala que la calidad del servicio, será la que resulte de elegir las dimensiones adecuadas, de las cosas que agregan valor, resuelven problemas y satisfacen necesidades, para otorgar en estas una medida mayor a la esperada por el cliente. Sin cliente no hay servicio y solo el cliente tiene esa información clave para evaluarnos. Las expectativas del cliente son el combustible indispensable de una organización que aspira a un servicio excelente.

(**Álvarez, 1995**), define la calidad de servicio como la adecuación entre las necesidades del cliente y las prestaciones correspondientes que satisfacen esas necesidades. A más adecuación más calidad, a menos adecuación, menos calidad. Pues bien, la mera adecuación, según los estudios de los expertos realizados en este campo, no sería solamente suficiente para establecer un nivel de calidad. El elemento clave para lograr un alto nivel de calidad de servicio es la capacidad no sólo para satisfacer, sino también para superar las expectativas del cliente. Según esto la calidad de servicio es la amplitud de la diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y su percepción de superación por el servicio prestado.

c) Accesibilidad del destino

(**OMT, 2016**), señala que el concepto turismo accesible hace referencia a la adecuación de los entornos, productos y servicios turísticos de modo que permitan el acceso, uso y disfrute a todos los usuarios, bajo los principios del diseño universal.

d) Atención al turista

(**Carrasco, 2013**), señala que es una función de la empresa que consiste en trasladar a totalidad de sus productos y servicios, de manera que el cliente resulte totalmente satisfecho con la prestación del servicio y del producto recibido.

(Estrada, 2007), define que es la acción que efectuamos en beneficio de nuestros clientes/público usuario, mostrando interés y brindando una atención especial. Prestar un servicio implica el interés que ponemos para descubrir las necesidades y deseos de nuestros clientes o público usuario, a fin de efectuar las acciones necesarias para satisfacerlas. El servicio es inmaterial, no podemos llevarlo en nuestros maletines, se encuentra en nuestro interior, tiene consecuencias favorables en el cliente/público usuario y brinda satisfacción profesional a quien lo proporciona.

e) Saneamiento

(COHRE, WaterAid, COSUDE, & UN-HABITAT, 2008), propone que el saneamiento implica el acceso y la utilización de servicios e instalaciones para la eliminación de excretas y aguas residuales que aseguren la privacidad y la dignidad, y que garanticen un ambiente limpio y saludable para todos.

(Alianza por el agua, 2007), señala que la definición ideal de este término debería incluir los componentes fundamentales de todo servicio de saneamiento: privacidad, dignidad, limpieza y entorno y saludable. El saneamiento básico es la opción de menor coste que asegura el acceso sostenible a seguras, higiénicas y adecuadas instalaciones y servicios de eliminación de excretas y agua negras, a la vez que proveen privacidad, seguridad y dignidad mientras aseguran un entorno limpio y saludable para el usuario y sus vecinos.

CAPÍTULO III: MÉTODO.

3.1. Hipótesis.

3.1.1. Hipótesis general.

Si existe relación entre la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019

3.1.2. Hipótesis específicas.

Se observa alta percepción que tienen los turistas sobre la calidad de los servicios turísticos ofertados en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Se observa bajo nivel de satisfacción que tienen los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

3.1.3. Variables, indicadores e índices.

Cuadro N° 03: Variables, indicadores e índices.

Variables	Indicadores	Índices
Calidad de los servicios turísticos	1. Información turística	1.1. Recepción de información. 1.2. Utilidad de la información. 1.3. Calificación de información.
	2. Calidad del servicio turístico ofertado.	2.1 Precio del servicio 2.2. Innovación del servicio 2.3. Expectativas del servicio
	3. Accesibilidad del destino	3.1. Transporte turístico 3.2. Seguridad Turística
Nivel de satisfacción	4. Atención al turista	4.1. Atención y calidad del servicio.
	5. Saneamiento	5.1. Limpieza. 5.2. Contenedores.

Fuente: anexo 03, matriz de consistencia de la presente tesis.

Elaboración: Propia,

3.2. Tipo de investigación.

La presente investigación es de tipo descriptiva porque permitió evaluar la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha año 2019. Se empleó este tipo y nivel de investigación para obtener información a la presente tesis y proponer alternativas para mejorar la calidad de los servicios ofertados.

3.3. Marco poblacional y muestra.

3.3.1. Población.

La población estimada se conformó por 3,800 turistas nacionales y extranjeros que visitaron el centro poblado de Padrecocha en el año 2018, según datos de la Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía (DIRCETURA).

Criterios de inclusión.

Para personas u acompañantes mayores de 18 años, que puedan dar una opinión más certera a las preguntas.

Criterios de exclusión.

- a. Fueron excluidos todas aquellas personas u acompañantes menos de 18 años.
- b. Se excluyeron personas en estado alcohol notorio.
- c. Fueron excluidos los turistas nacionales y extranjeros que no desearon participar en el estudio de investigación.

3.3.2. Muestra.

La muestra está conformada por 372 turistas, de los cuales 209 son nacionales y 163 internacionales.

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N-1) + (Z^2 p * q)}$$

En donde:

n : Muestra.

N : Población – N° completo de individuos = 12,700

Z : Nivel de confianza al 95% - Puntuación Z.

p : Probabilidad a favor.

q : Probabilidad en contra.

e : Error muestral o margen de error al 5%.

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N-1) + (Z^2 p * q)}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 12700}{(0,05)^2 * (12700-1) + ((1,96)^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{12,197}{317475 + 0,9604}$$

$$n = \frac{12,197}{32.7079}$$

$$n = 372$$

Muestra:

n =	372
-----	-----

3.4. Técnica.

La técnica que se empleó es la encuesta, que nos permitió recopilar información por medio de un cuestionario, los datos se obtienen a partir de la realización de un conjunto de preguntas dirigidas a nuestra muestra representativa con el fin de conocer opiniones de turistas nacionales y extranjeros sobre la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Cuadro N° 04 Validez de constructo del instrumento de recolección de datos.

Indicadores	Índices	Preguntas
1. Información turística	1.1. Recepción de información. 1.2. Utilidad de la información. 1.3. Calificación de información.	1. ¿Usted ha recibido información turística antes de visitar Padrecocha? 2. ¿La información recibida ha sido útil? 3. ¿Cómo califica la información recibida?
2. Calidad del servicio turístico ofertado.	2.1 Precio del servicio 2.2. Innovación del servicio 2.3. Expectativas del servicio	4. Exprese su opinión con el precio pagado en los siguientes aspectos 5. ¿Considera usted que los servicios turísticos son innovadores? 6. ¿El servicio turístico cumplió con sus expectativas?
3. Accesibilidad del destino	3.1. Transporte turístico 3.2. Seguridad turística	7. ¿Cómo califica el transporte fluvial hacia Padrecocha? 8. ¿Considera usted que existe seguridad en el transporte fluvial, el centro poblado y los establecimientos turísticos?
4. Atención al turista	4.1. Atención y calidad del servicio.	9. ¿Cómo califica la atención del personal en los siguientes establecimientos turísticos?
5. Saneamiento	5.1. Limpieza. 5.2. Contenedores.	10. Cómo califica la limpieza en lo siguiente 11. ¿Los establecimientos turísticos visitados cuentan con servicios higiénicos? 12. ¿Usted ha visualizado contenedores de basura en el establecimiento?

Fuente: anexo N° 01 y anexo N° 03.

Elaboración: Propia,

a) Instrumento de recolección de datos.

El instrumento de recolección de datos utilizado es la encuesta, aplicada a los turistas tanto nacionales como extranjeros al finalizar su visita al centro poblado de Padrecocha. A los turistas nacionales se les aplicó una encuesta en castellano y a los extranjeros en inglés.

El cuestionario es un documento básico para obtener la información en la gran mayoría de las investigaciones y estudios, está formado por una serie de preguntas que fueron redactadas de una forma organizada coherente, secuencial y estructurada de acuerdo con una determinada planificación, con el fin en el que se precise. El procedimiento para la recolección de datos se realizó de la siguiente manera:

- Contacto directo con los turistas nacionales y extranjeros de las empresas turísticas.
- La recolección de los datos se sometió a la validez y confiabilidad de los resultados.

b) Ética. .

En el desarrollo de la tesis se hizo uso de la ética y el respeto de los derechos intelectuales, y en el uso de la información se citaron a los autores. Además, la información recolectada en las encuestas es de carácter anónimo, confidencial y privado, que representa a las personas informantes.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS.

4.1. Datos generales de los servicios

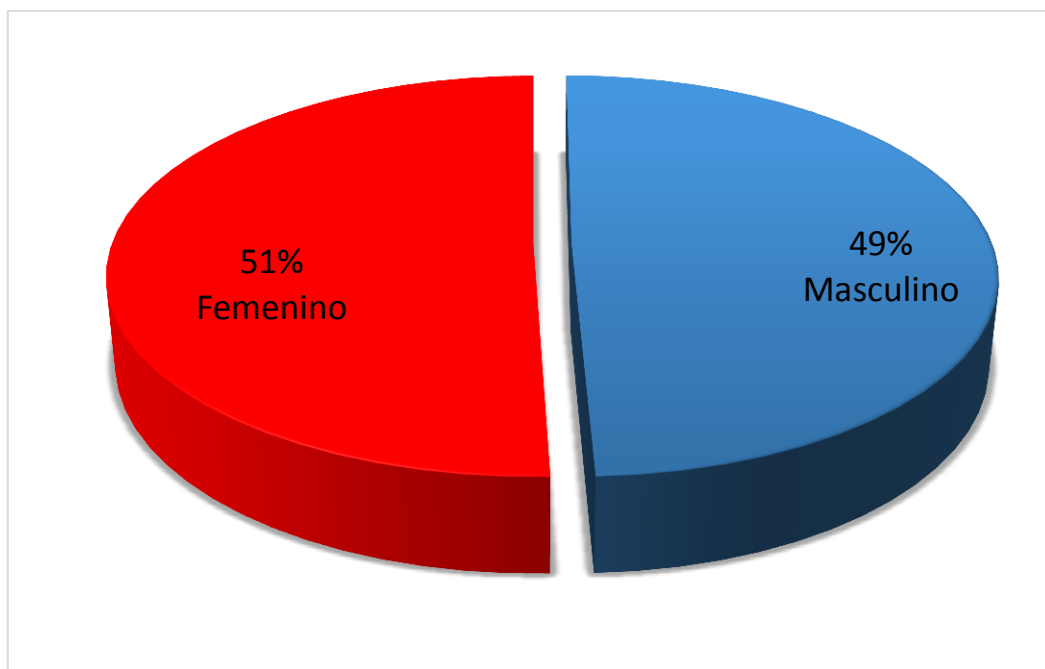
En el gráfico N° 01, se observa que el 51% de los encuestados son de género femenino y el 49% son de género masculino. En la cual predominó el género femenino. Este resultado refleja la estructura poblacional de los países, particularmente del Perú.

Cuadro N° 05: Turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha.

Género	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Femenino	156	51%
Masculino	216	49%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 01: Género de turistas



Fuente: Cuadro N° 05

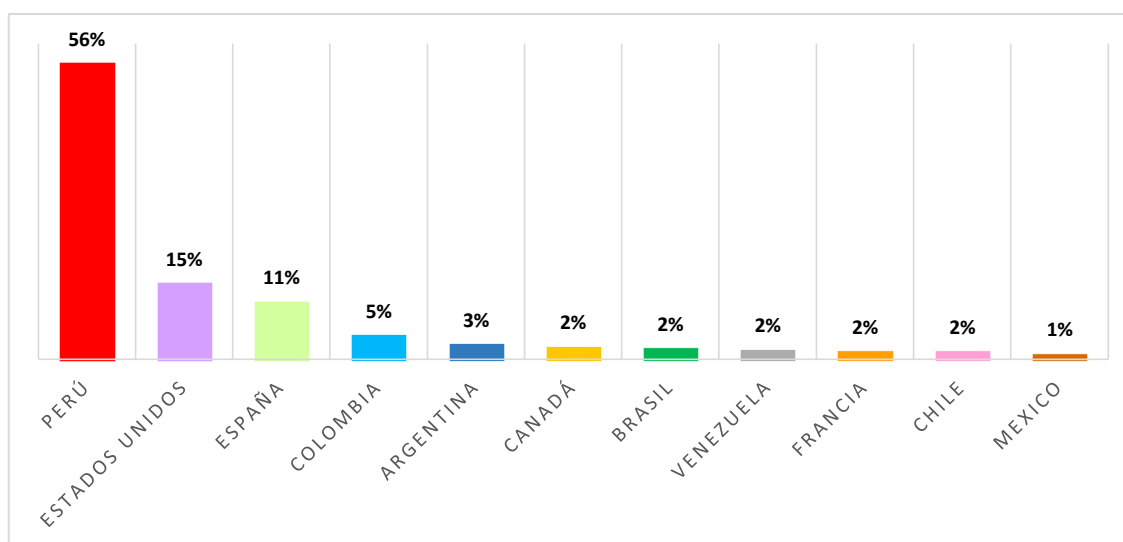
En el gráfico N° 02, se observa que Perú es el país con el mayor número de visitantes a Padrecocha, con una representación porcentual del 56%, seguido por los países de Estados Unidos, España, Colombia y Argentina con 15%, 11%, 5% y 3% respectivamente. Asimismo, se observa que Canadá, Brasil, Venezuela y Chile representaron el 2% y México solo el 1% del total de visitantes.

Cuadro N° 06: Procedencia de turistas nacionales y extranjeros

Procedencia	Cantidad de turistas	Total (%)
Perú	209	56%
Estados Unidos	54	15%
España	41	11%
Colombia	17	5%
Argentina	11	3%
Canadá	9	2%
Brasil	8	2%
Venezuela	7	2%
Francia	6	2%
Chile	6	2%
México	4	1%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 02: Procedencia de turistas nacionales y extranjeros.



Fuente: Cuadro N° 06

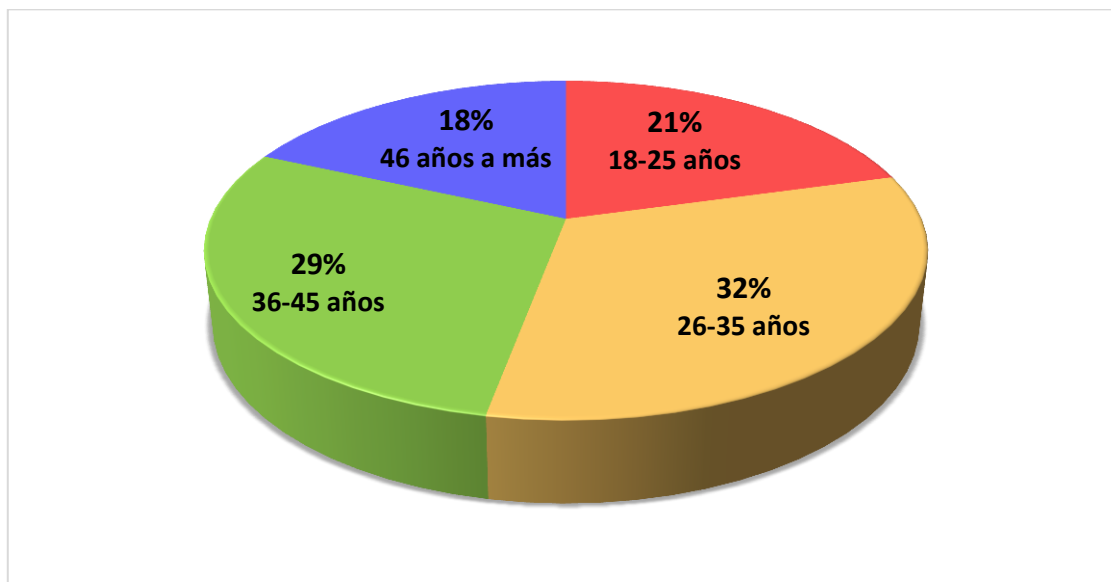
En el gráfico N° 03, se evidencia que los turistas encuestados entre 26 a 35 años son los que más visitan Padrecocha con una representación porcentual de 32%, seguido por los rangos de edad entre 36 a 45 con 29%. Asimismo, el rango de 18 a 25 representó el 21% y por último el rango de edad entre 46 a más es el que representó el porcentaje mínimo con 18%.

Cuadro N° 07: Edad de los turistas encuestados.

Edad	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
18 – 25 años	77	21%
26 – 35 años	120	32%
36 – 45 años	107	29%
46 años a más	68	18%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 03: Edad de los encuestados.



Fuente: Cuadro N° 07

4.2. Resultados de la calidad de los servicios

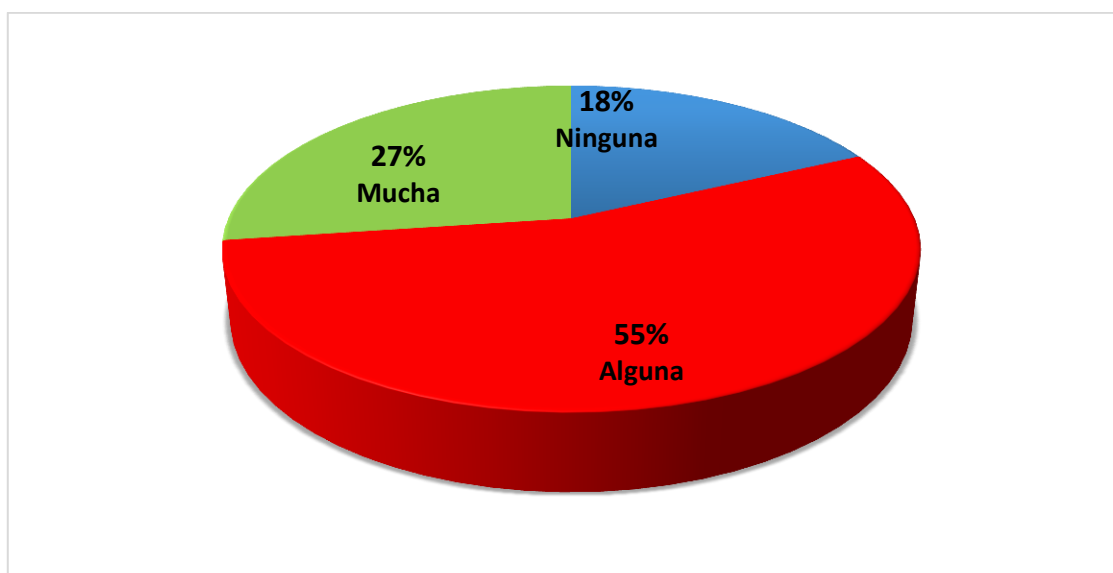
En el gráfico N° 04, se observa que el 55% de turistas recibió alguna información turística antes de visitar Padrecocha, mientras que el 27% de turistas recibió mucha información turística antes de visitar Padrecocha. Por último el 18% de turistas encuestados no recibió ninguna información turística antes de visitar Padrecocha.

Cuadro N° 08: Recepción de información turística antes de visitar Padrecocha.

Recepción de información	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Ninguna información	68	18%
Alguna información	201	55%
Mucha información	103	27%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 04: Recepción de información turística



Fuente: Cuadro N° 08

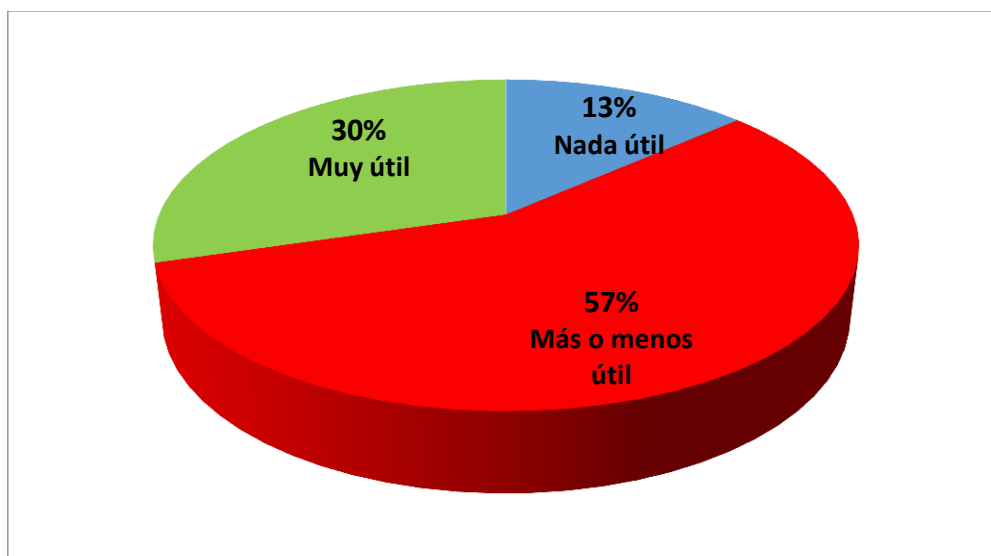
En el gráfico N° 05, se observa que al 57% de turistas les fue poco útil la información recibida, 30% muy útil y por último 13% no les fue útil.

Cuadro N° 09: Utilidad de la información recibida

Utilidad de la información	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Nada útil	41	13%
Más o menos útil	173	57%
Muy útil	90	30%
TOTAL	304	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 05: Utilidad de la información recibida



Fuente: Cuadro N° 09

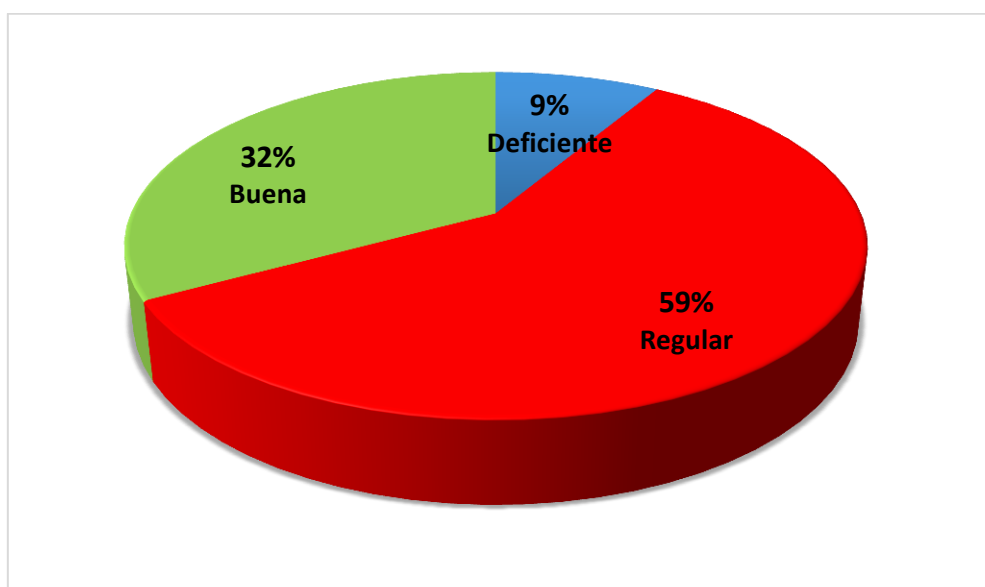
En el gráfico N° 06, se observa que el 59% de turistas calificó la información recibida como regular, el 32% calificó la información recibida como buena, y una minoría calificó la información recibida como deficiente, con una representación porcentual de 9%.

Cuadro N° 10: Calificación de la información recibida

Calificación de la información	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Deficiente	26	9%
Regular	178	59%
Buena	100	32%
TOTAL	304	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 06: Calificación de la información recibida



Fuente: Cuadro N° 10

En el gráfico N° 07, se observa que el 47% de los turistas encuestados percibieron el precio del transporte fluvial regular, el 28% de los turistas encuestados percibieron el precio del transporte fluvial barato y el 25% de los turistas encuestados percibieron el precio del transporte fluvial caro. Obteniendo como mayor porcentaje al 47% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que están de acuerdo con que el precio pagado del transporte fluvial es regular.

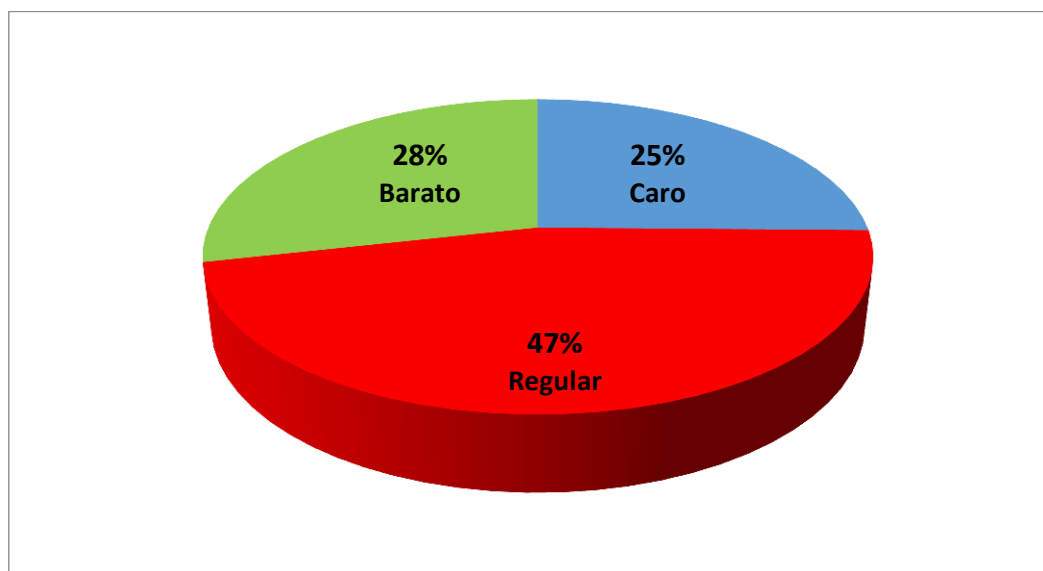
Cuadro N° 11: Precio del servicio

Cuadro N° 11.1 Precio del servicio del transporte fluvial

Precio	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Caro	94	25%
Regular	172	47%
Barato	106	28%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 07: Precio del servicio del transporte fluvial



Fuente: Cuadro N° 11.1

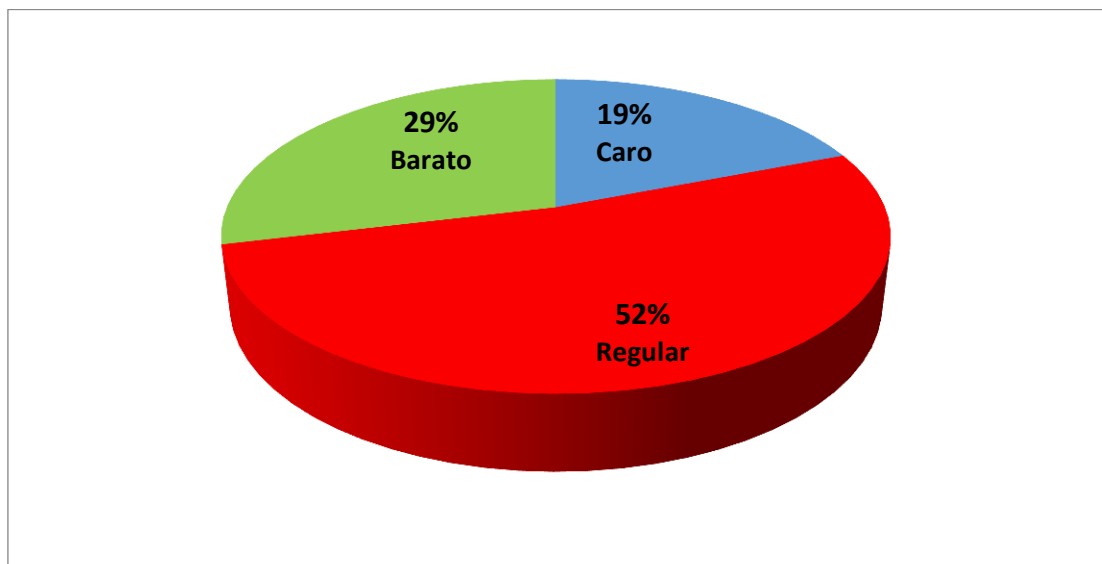
En el gráfico N° 08, se observa que el 52% de los turistas encuestados percibieron el precio de los alimentos y bebidas como regular, el 29% de los turistas encuestados percibieron el precio de los alimentos y bebidas como barato y el 19% de los turistas encuestados percibieron el precio de los alimentos y bebidas como caro. Obteniendo como mayor porcentaje al 52% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que están de acuerdo con que el precio pagado de los alimentos y bebidas es regular.

Cuadro N° 11.2 Precio del servicio de alimentos y bebidas

Precio	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Caro	71	19%
Regular	194	52%
Barato	107	29%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 08: Precio del servicio de alimentos y bebidas



Fuente: Cuadro N° 11.2

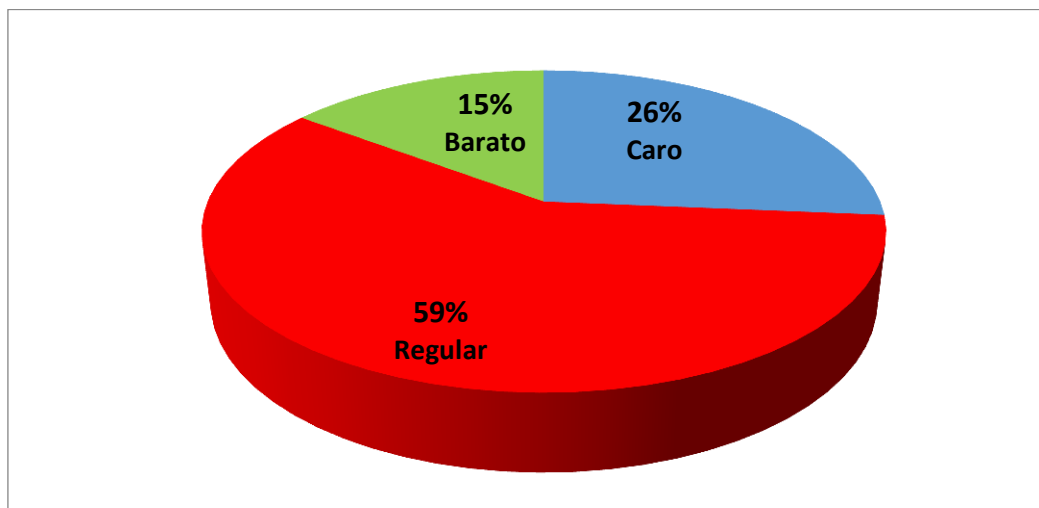
En el gráfico N° 09, se observa que el 59% de los turistas encuestados percibieron el precio del Mariposario Pilpintuwasi como regular, el 26% de los turistas encuestados percibieron el precio del Mariposario Pilpintuwasi como caro y el 15% de los turistas encuestados percibieron el del Mariposario Pilpintuwasi como barato. Obteniendo como mayor porcentaje al 59% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que están de acuerdo con que el precio pagado del Mariposario Pilpintuwasi es regular.

Cuadro N° 11.3 Precio del servicio Mariposario Pilpintuwasi

Precio	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Caro	98	26%
Regular	219	59%
Barato	55	15%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 09: Precio del servicio en el Mariposario Pilpintuwasi



Fuente: Cuadro N° 11.3

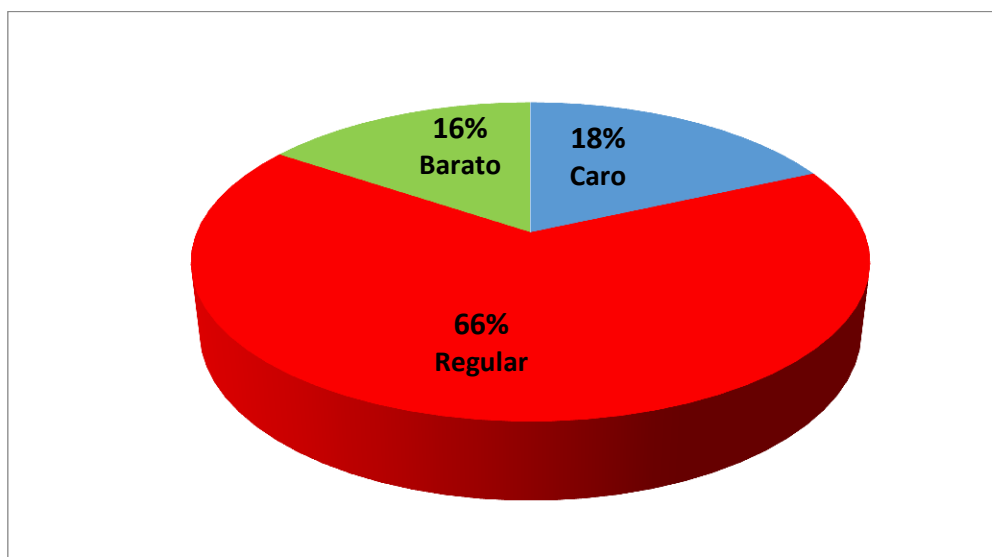
En el gráfico N° 10, se observa que el 66% de los turistas encuestados percibieron el precio de la Maloca de los Kukama como regular, el 18% de los turistas encuestados percibieron el precio de la Maloca de los Kukama como caro. Por último el 16% de turistas encuestados percibieron el precio de su servicio como barato. Obteniendo como mayor porcentaje al 66% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que están de acuerdo con que el precio pagado de la Maloca de los Kukama es regular.

Cuadro N° 11.4 Precio del servicio Maloca de los Kukama

Precio	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Caro	68	18%
Regular	246	66%
Barato	58	16%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 10: Precio del servicio de la Maloca de los Kukama.



Fuente: Cuadro N° 11.4

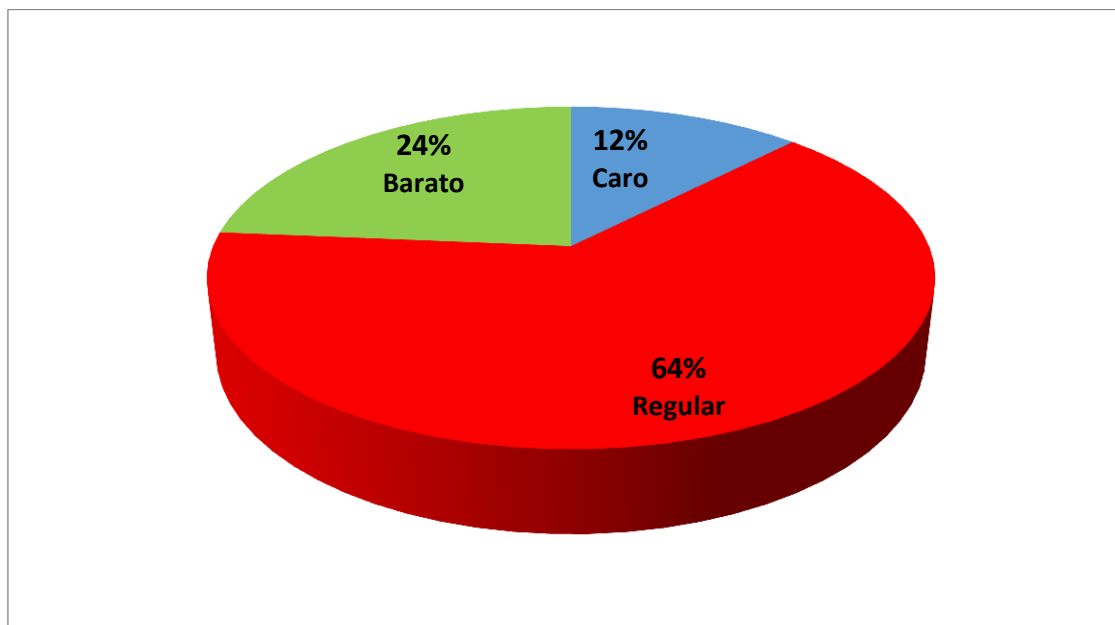
En el gráfico N° 11, se observa que el 64% de los turistas encuestados percibieron el precio del establecimiento turístico la Finca como regular, el 24% de los turistas encuestados percibieron el precio de la Finca como barato. Por último el 12% de turistas encuestados percibieron el precio del servicio como caro. Obteniendo como mayor porcentaje al 64% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que están de acuerdo con que el precio pagado de la Finca es regular.

Cuadro N° 11.5 Precio del servicio de la Finca

Precio	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Caro	46	12%
Regular	238	64%
Barato	88	24%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 11: Precio del servicio de la Finca



Fuente: Cuadro N° 11.5

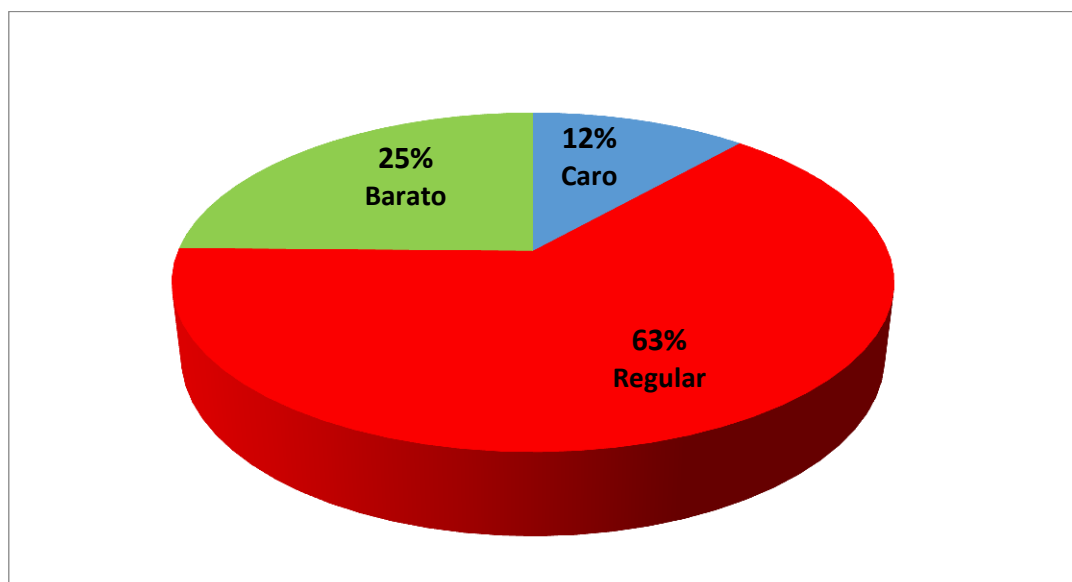
En el gráfico N° 12, se observa que el 63% de los turistas encuestados percibieron el precio del establecimiento turístico la Tanrilla como regular, el 25% de los turistas encuestados percibieron el precio de la Tanrilla como barato. Por último el 12% de turistas encuestados percibieron el precio del servicio como caro. Obteniendo como mayor porcentaje al 63% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que están de acuerdo con que el precio pagado de la Tanrilla es regular.

Cuadro N° 11.6 Precio del servicio de la Tanrilla

Precio	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Caro	43	12%
Regular	237	63%
Barato	92	25%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 12: Precio del servicio de la Tanrilla



Fuente: Cuadro N° 11.6

En el gráfico N° 13, se observa que el 62% de los turistas encuestados percibieron nada innovador el servicio del transporte fluvial, el 34% de los turistas encuestados percibieron algo innovador el servicio del transporte fluvial. Por último el 4% de turistas encuestados percibieron muy innovador el servicio del transporte fluvial. Obteniendo como mayor porcentaje al 62% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que están de acuerdo con que el transporte fluvial no es nada innovador.

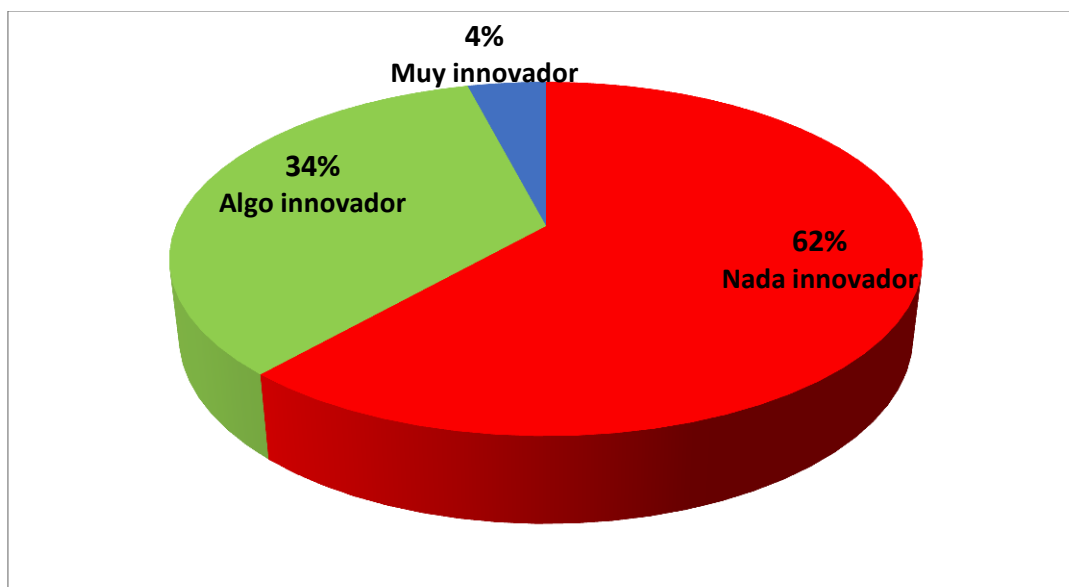
Cuadro N° 12: Innovación del servicio

Cuadro N° 12.1 Innovación del servicio transporte fluvial

Innovación	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Nada innovador	229	62%
Algo innovador	128	34%
Muy innovador	15	4%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 13: Innovación del servicio del transporte fluvial



Fuente: Cuadro N° 12.1

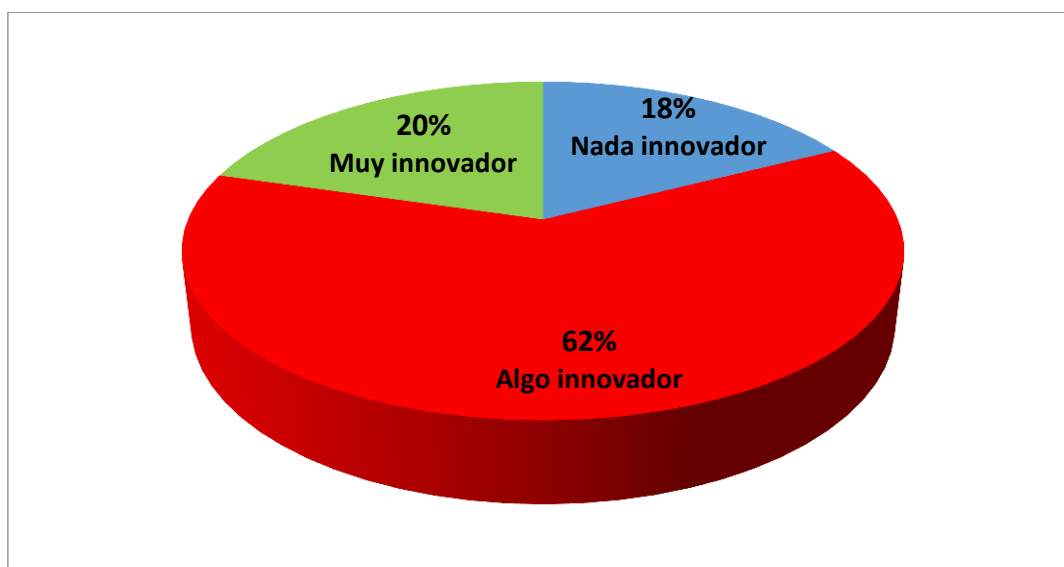
En el gráfico N° 14, se observa que el 62% de los turistas encuestados percibieron algo innovador el servicio del Mariposario Pilpintuwasi, el 20% de los turistas encuestados percibieron muy innovador el servicio del Mariposario Pilpintuwasi. Por último el 18% de turistas encuestados percibieron nada innovador el servicio del Mariposario Pilpintuwasi. Obteniendo como mayor porcentaje al 62% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que están de acuerdo con que el Mariposario Pilpintuwasi es algo innovador.

Cuadro N° 12.2 Innovación del servicio en el Mariposario Pilpintuwasi

Innovación	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Nada innovador	65	18%
Algo innovador	231	62%
Muy innovador	76	20%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 14: Innovación del servicio en el Mariposario Pilpintuwasi



Fuente: Cuadro N° 12.2

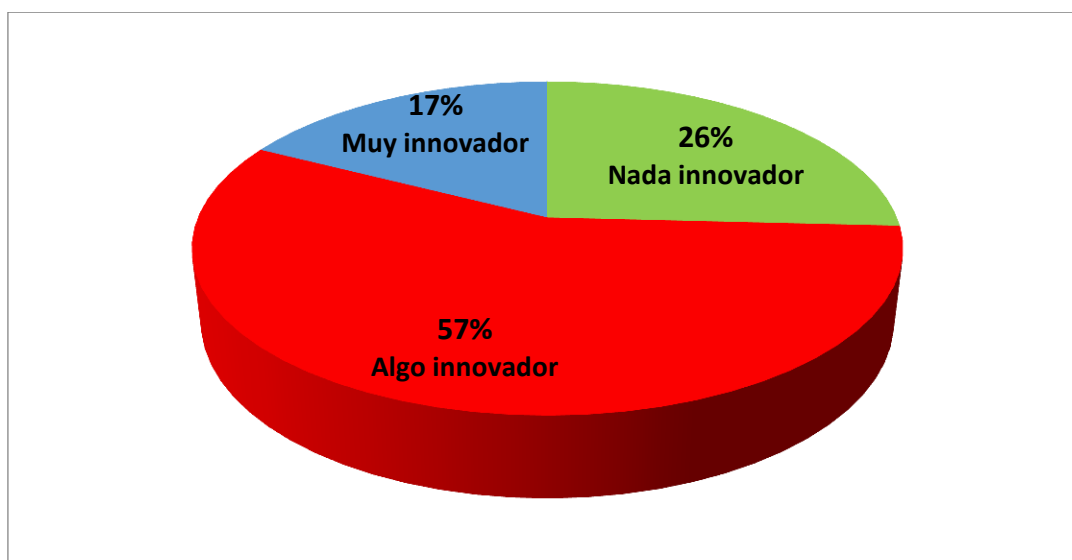
En el gráfico N° 15, se observa que el 57% de los turistas encuestados percibieron algo innovador el servicio de la Maloca de los Kukama, el 26% de los turistas encuestados percibieron nada innovador el servicio de la Maloca de los Kukama. Por último el 17% de turistas encuestados percibieron muy innovador el servicio de la Maloca de los Kukama. Obteniendo como mayor porcentaje al 57% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que están de acuerdo con que la Maloca de los Kukama es algo innovador.

Cuadro N° 12.3 Innovación del servicio de la Maloca de los Kukama

Innovación	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Nada innovador	96	26%
Algo innovador	211	57%
Muy innovador	65	17%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 15: Innovación del servicio en la Maloca de los Kukama



Fuente: Cuadro N° 12.3

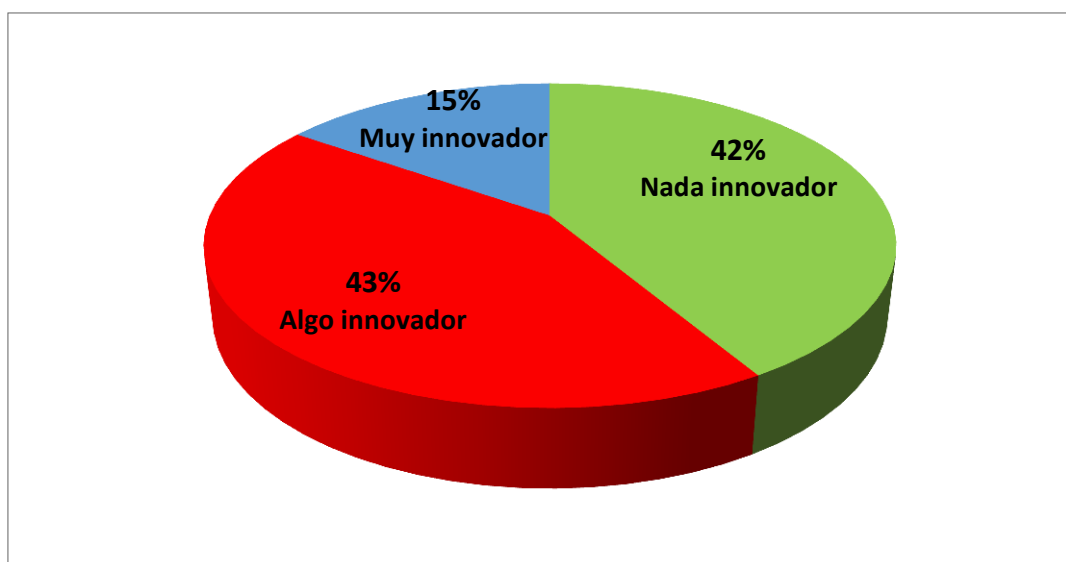
En el gráfico N° 16, se observa que el 43% de los turistas encuestados percibieron algo innovador el servicio de la Finca, seguido por el 42% de los turistas encuestados, que percibieron nada innovador el servicio de la Finca. Por último el 15% de turistas encuestados percibieron muy innovador el servicio de la Finca. Obteniendo como mayor porcentaje al 43% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que están de acuerdo con que la Finca es algo innovador.

Cuadro N° 12.4 Innovación del servicio en la Finca

Innovación	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Nada innovador	154	42%
Algo innovador	161	43%
Muy innovador	57	15%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 16: Innovación del servicio en la Finca



Fuente: Cuadro N° 12.4

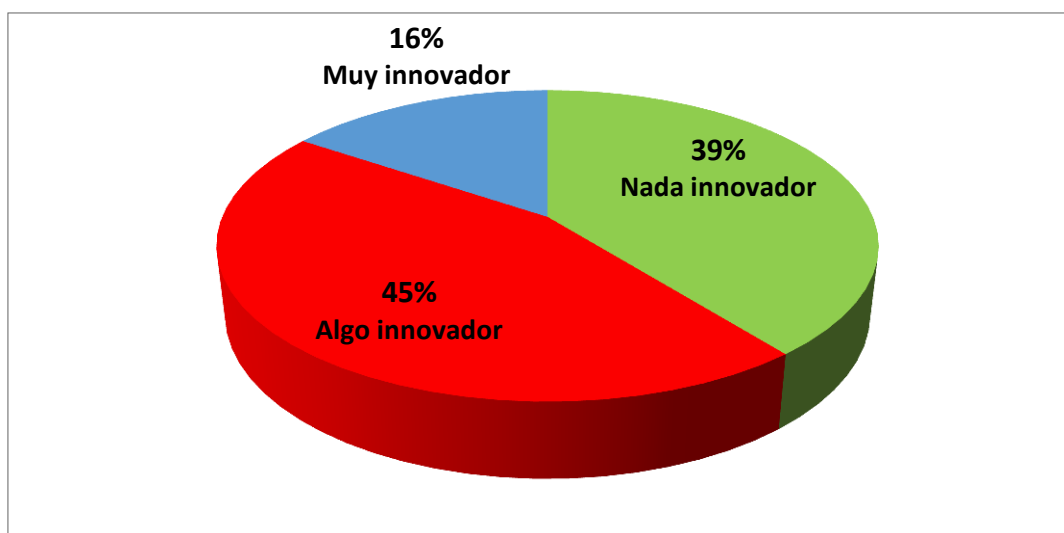
En el gráfico N° 17, se observa que el 45% de los turistas encuestados percibieron algo innovador el servicio de la Tanrilla, seguido por el 39% de los turistas encuestados, que percibieron nada innovador el servicio de la Tanrilla. Por último el 16% de turistas encuestados percibieron muy innovador el servicio de la Tanrilla. Obteniendo como mayor porcentaje al 45% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que están de acuerdo con que la Tanrilla es algo innovador.

Cuadro N° 12.5 Innovación del servicio en la Tanrilla

Innovación	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Nada innovador	146	39%
Algo innovador	168	45%
Muy innovador	58	16%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 17: Innovación del servicio en la Tanrilla



Fuente: Cuadro N° 12.5

En el gráfico N° 18, se observa que el 82% de los turistas encuestados resultaron satisfechos con el Mariposario Pilpintuwasi. Por otro lado, se observa que el 18% de turistas encuestados resultaron insatisfechos. Obteniendo como mayor porcentaje al 82% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que están satisfechos con el servicio que oferta el Mariposario Pilpintuwasi.

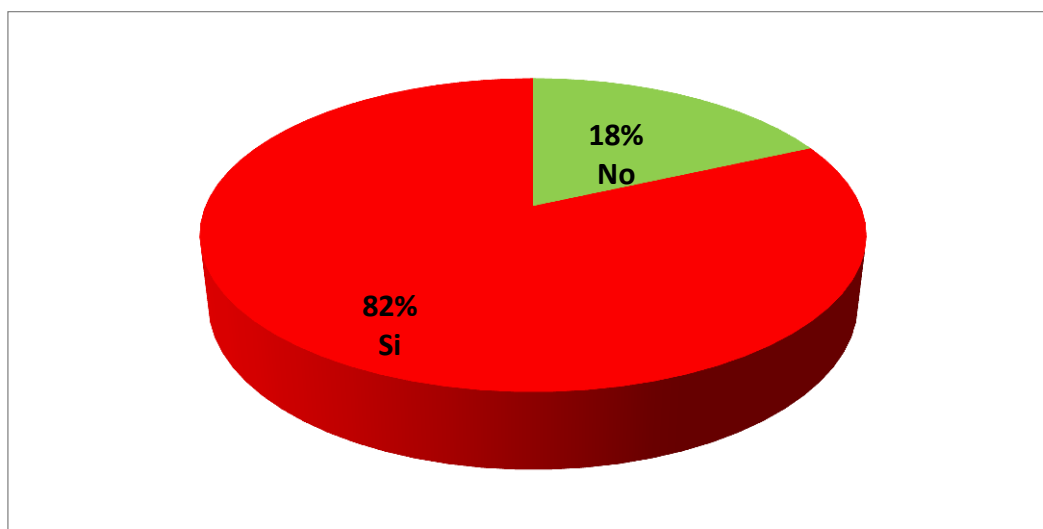
Cuadro N° 13: Expectativas del servicio

Cuadro N° 13.1 Expectativas en el Mariposario Pilpintuwasi

Expectativas	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
No	68	18%
Si	304	82%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 18: Expectativas en el Mariposario Pilpintuwasi



Fuente: Cuadro N° 13.1

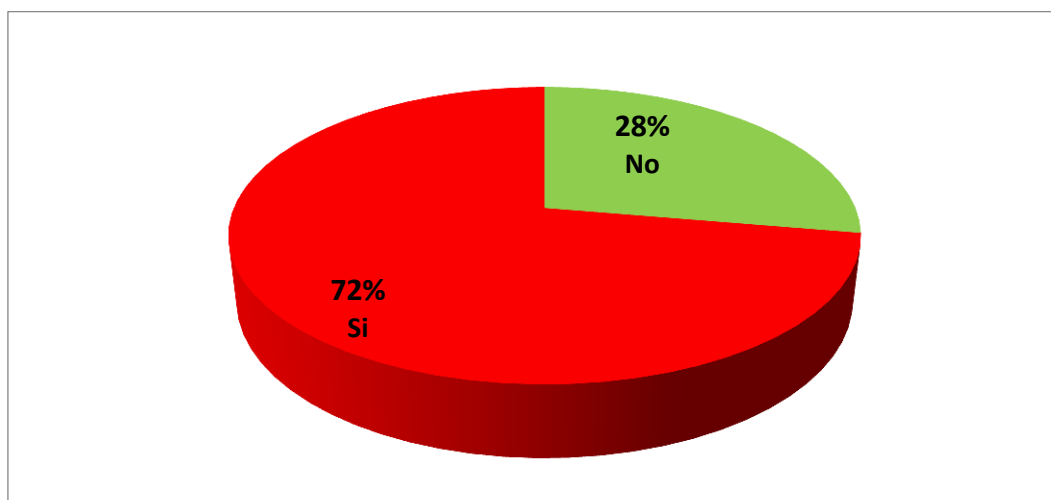
En el gráfico N° 19, se observa que el 72% de los turistas encuestados resultaron satisfechos con la Maloca de los Kukama. Por otro lado, se observa que el 28% de turistas encuestados resultaron insatisfechos. Obteniendo como mayor porcentaje al 72% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que están satisfechos con el servicio que oferta la Maloca de los Kukama.

Cuadro N° 13.2 Expectativas en la Maloca de los Kukama

Expectativas	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
No	10	28%
Si	304	72%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 19: Expectativas en la Maloca de los Kukama



Fuente: Cuadro N° 13.2

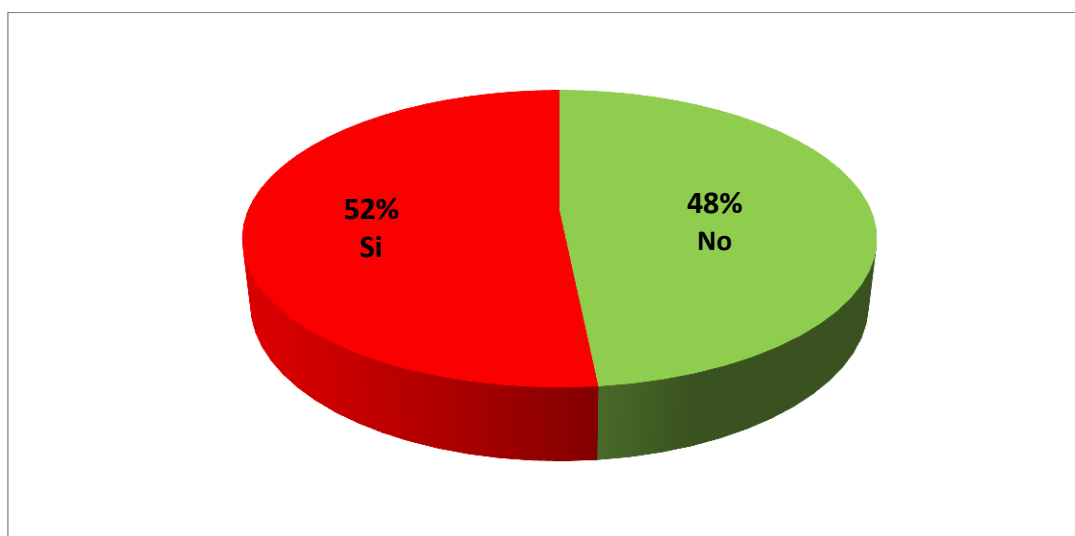
En el gráfico N° 20, se observa que el 52% de los turistas encuestados resultaron satisfechos con la Finca. Por otro lado, se observa que el 48% de turistas encuestados resultaron insatisfechos. Obteniendo como mayor porcentaje al 52% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que están satisfechos con el servicio que oferta la Finca.

Cuadro N° 13.3 Expectativas en la Finca

Expectativas	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
No	180	48%
Si	192	52%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 20: Expectativas en la Finca



Fuente: Cuadro N° 13.3

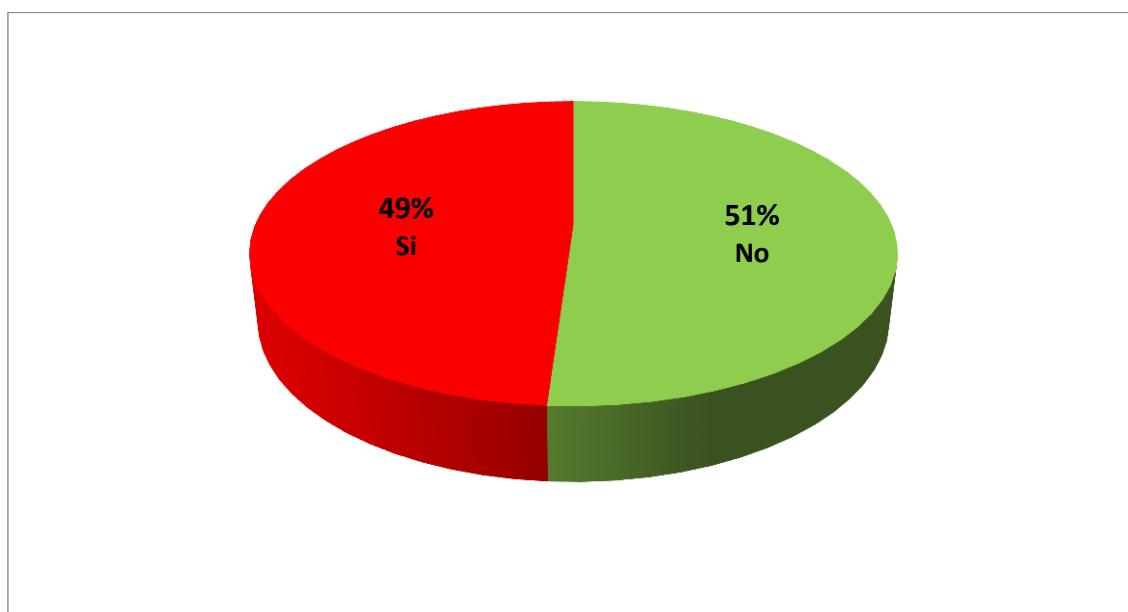
En el gráfico N° 21, se observa que el 51% de los turistas encuestados resultaron satisfechos con la Tanrilla. Por otro lado, se observa que el 49% de turistas encuestados resultaron insatisfechos. Obteniendo como mayor porcentaje al 51% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que están satisfechos con el servicio que oferta la Tanrilla.

Cuadro N° 13.4 Expectativas en la Tanrilla

Expectativas	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
No	190	51%
Si	182	49%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 21: Expectativas en la Tanrilla



Fuente: Cuadro N° 13.4

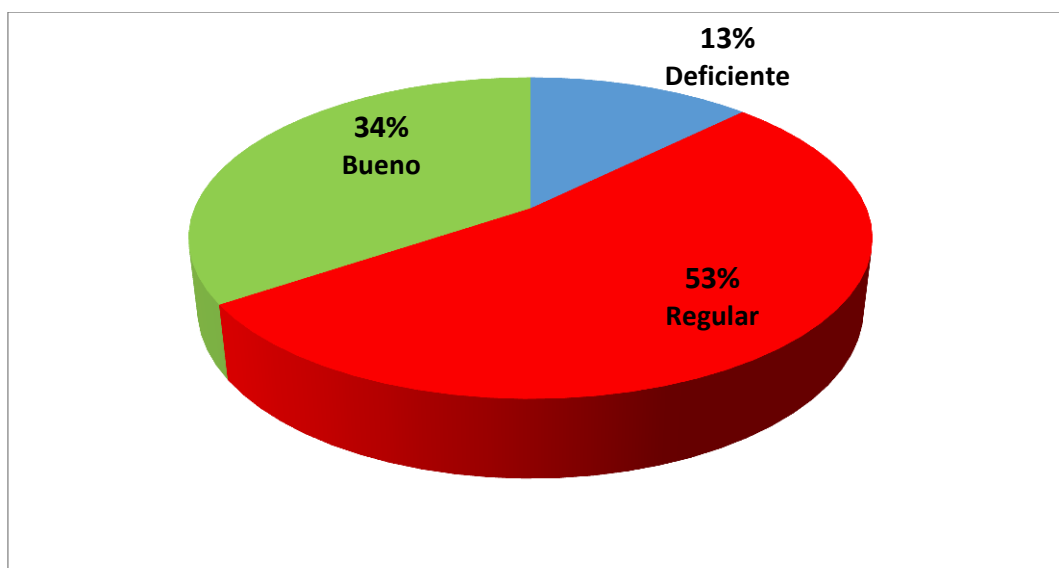
En el gráfico N° 22, se observa que el 53% de los turistas encuestados calificaron el transporte fluvial como regular. El 34% de los turistas encuestados lo calificaron como bueno Y por último el 13% de los turistas encuestados lo calificaron como deficiente. Obteniendo como mayor porcentaje al 53% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que calificaron el transporte fluvial como regular.

Cuadro N° 14 Calificación del transporte fluvial

Calificación	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Deficiente	47	13%
Regular	197	53%
Bueno	128	34%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 22: Calificación del transporte fluvial



Fuente: Cuadro N° 14

En el gráfico N° 23, se observa que el 52% de los turistas encuestados calificaron que se sintieron algo seguros en el transporte fluvial. El 38% de los turistas encuestados se sintieron nada seguros en el transporte fluvial. Y por último el 10% de los turistas encuestados se sintieron muy seguros en el transporte fluvial. Obteniendo como mayor porcentaje al 52% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que se sintieron algo seguros en el transporte fluvial.

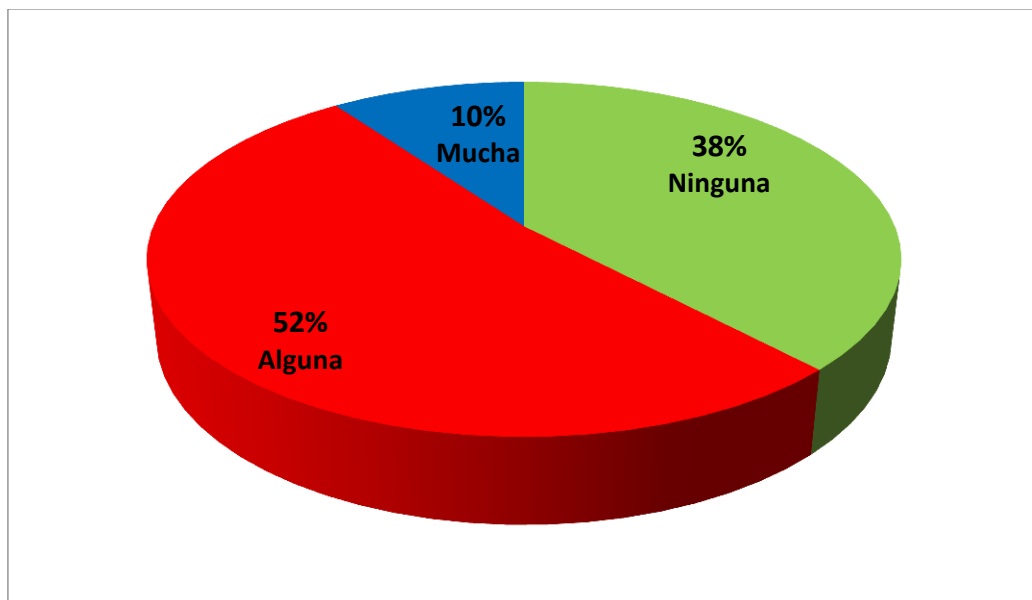
Cuadro N° 15 Seguridad turística

Cuadro N° 15.1 Seguridad en el transporte fluvial

Seguridad	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Ninguna	141	38%
Alguna	194	52%
Mucha	37	10%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 23: Seguridad en el transporte fluvial



Fuente: Cuadro N° 15.1

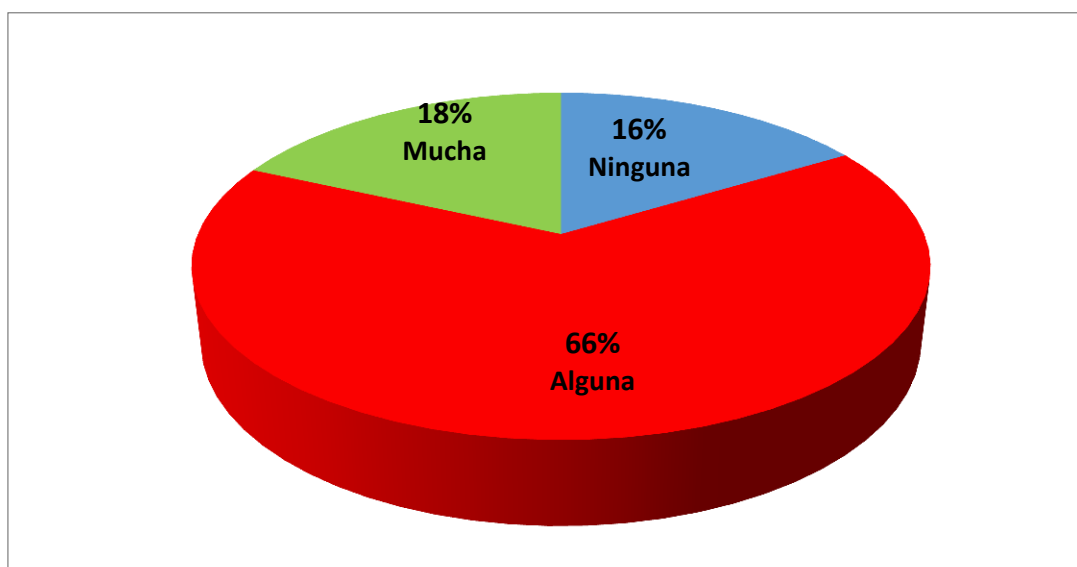
En el gráfico N° 24, se observa que el 65% de los turistas encuestados calificaron que se sintieron algo seguros en el centro poblado. El 18% de los turistas encuestados se sintieron muy seguros en el centro poblado. Y por último el 16% de los turistas encuestados se sintieron nada seguros en el centro poblado. Obteniendo como mayor porcentaje al 66% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que se sintieron algo seguros en el centro poblado.

Cuadro N° 15.2 Seguridad en el centro poblado

Seguridad	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Ninguna	61	16%
Alguna	243	66%
Mucha	68	18%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 24: Seguridad en el centro poblado



Fuente: Cuadro N° 15.2

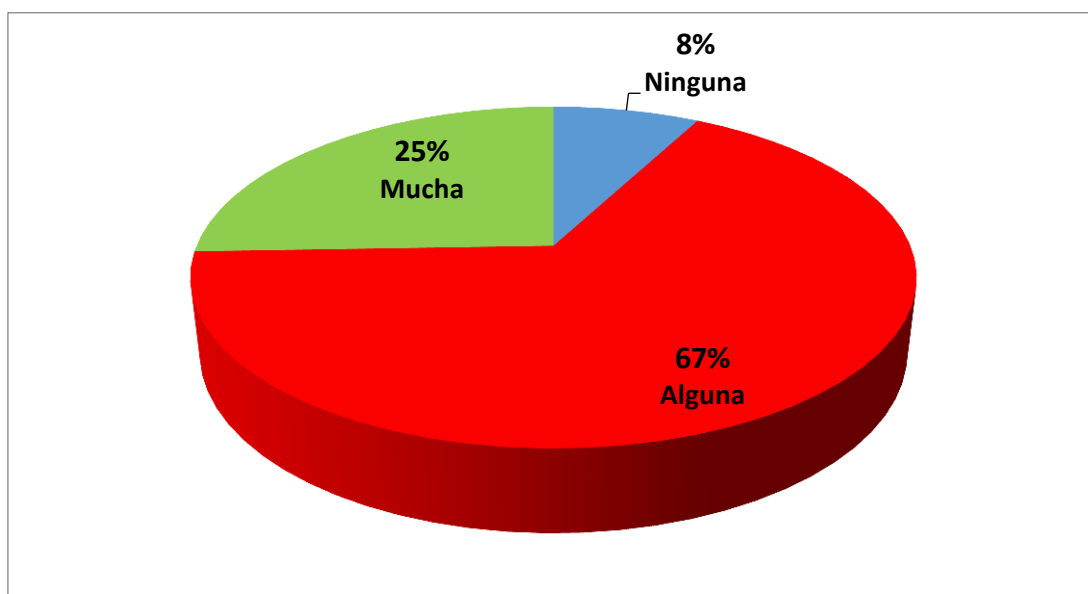
En el gráfico N° 25, se observa que el 67% de los turistas encuestados calificaron que se sintieron algo seguros en el Mariposario Pilpintuwasi. El 25% de los turistas encuestados se sintieron muy seguros en el Mariposario Pilpintuwasi. Y por último el 8% de los turistas encuestados se sintieron nada seguros en el Mariposario Pilpintuwasi. Obteniendo como mayor porcentaje al 67% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que se sintieron algo seguros en el Mariposario Pilpintuwasi.

Cuadro N° 15.3 Seguridad en el Mariposario Pilpintuwasi

Seguridad	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Ninguna	29	8%
Alguna	248	67%
Mucha	95	25%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 25: Seguridad en el Mariposario Pilpintuwasi



Fuente: Cuadro N° 15.3

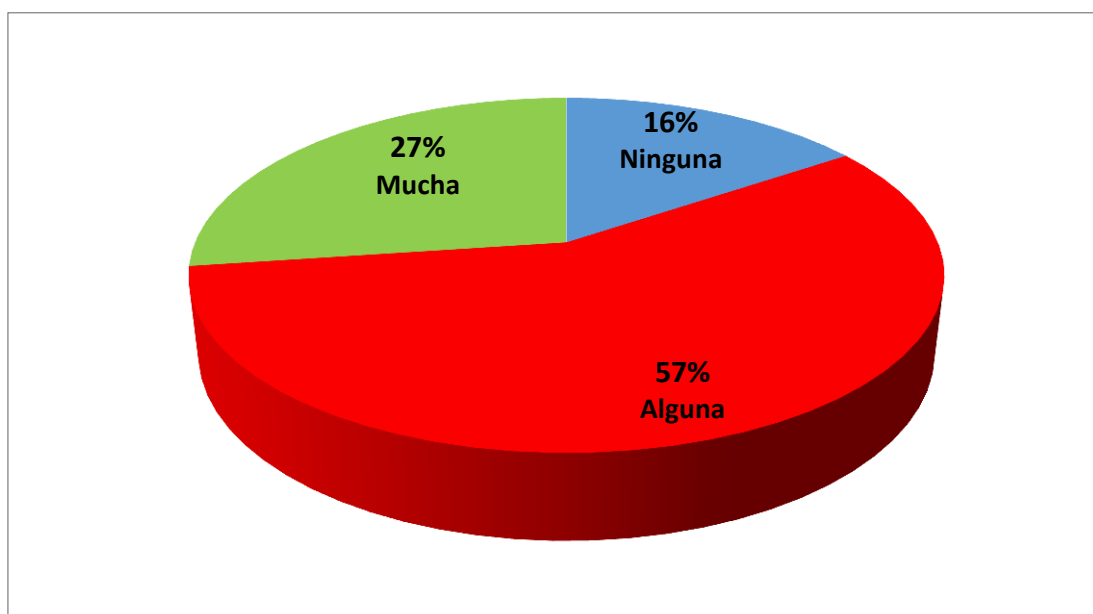
En el gráfico N° 26, se observa que el 57% de los turistas encuestados calificaron que se sintieron algo seguros en la Maloca de los Kukama. El 27% de los turistas encuestados se sintieron muy seguros en la Maloca de los Kukama. Y por último el 16% de los turistas encuestados se sintieron nada seguros en la Maloca de los Kukama. Obteniendo como mayor porcentaje al 57% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que se sintieron algo seguros en la Maloca de los Kukama.

Cuadro N° 15.4 Seguridad en la Maloca de los Kukama

Seguridad	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Ninguna	58	16%
Alguna	213	57%
Mucha	101	27%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 26: Seguridad en la Maloca de los Kukama



Fuente: Cuadro N° 15.4

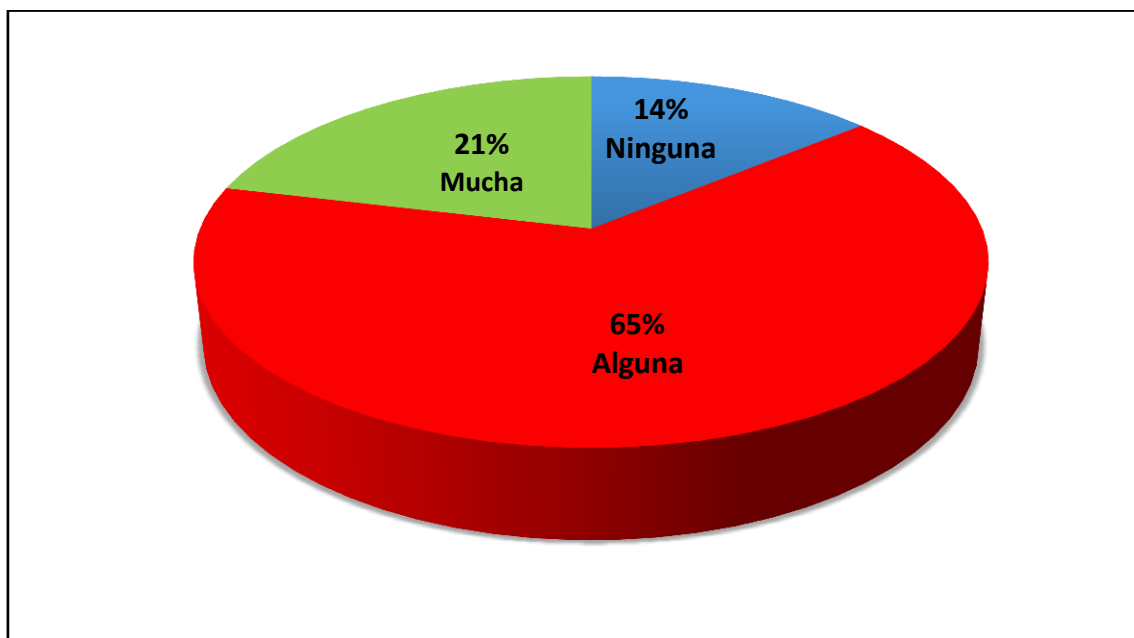
En el gráfico N° 27, se observa que el 65% de los turistas encuestados calificaron que se sintieron algo seguros en la Finca. El 21% de los turistas encuestados se sintieron muy seguros en la en la Finca. Y por último el 14% de los turistas encuestados se sintieron nada seguros en la Finca. Obteniendo como mayor porcentaje al 57% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que se sintieron algo seguros en la Finca.

Cuadro N° 15.5 Seguridad en la Finca

Seguridad	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Ninguna	52	14%
Alguna	241	65%
Mucha	79	21%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 27: Seguridad en la Finca



Fuente: Cuadro N° 15.5

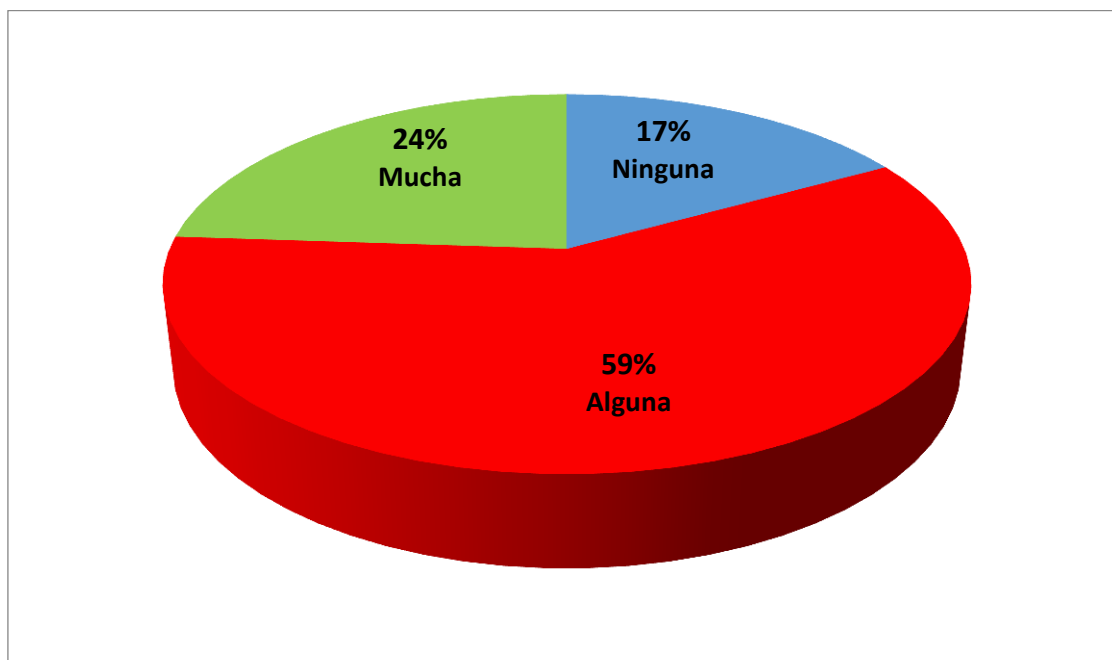
En el gráfico N° 28, se observa que el 59% de los turistas encuestados calificaron que se sintieron algo seguros en la Tanrilla. El 24% de los turistas encuestados se sintieron muy seguros en la Tanrilla. Y por último el 17% de los turistas encuestados se sintieron nada seguros en la Tanrilla. Obteniendo como mayor porcentaje al 59% de los turistas encuestados en el centro poblado de Padrecocha, que se sintieron algo seguros en la Tanrilla.

Cuadro N° 15.6 Seguridad en la Tanrilla

Seguridad	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Ninguna	63	17%
Alguna	220	59%
Mucha	89	24%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 28: Seguridad en la Tanrilla



Fuente: Cuadro N° 15.6

En el gráfico N° 29, se observa que el 51% de los turistas encuestados calificaron la atención como buena. El 46% de los turistas encuestados calificaron la atención como regular. Y por último el 3% de los turistas encuestados calificaron la atención como mala. Obteniendo como mayor porcentaje al 51% de los turistas encuestados calificaron la atención como buena.

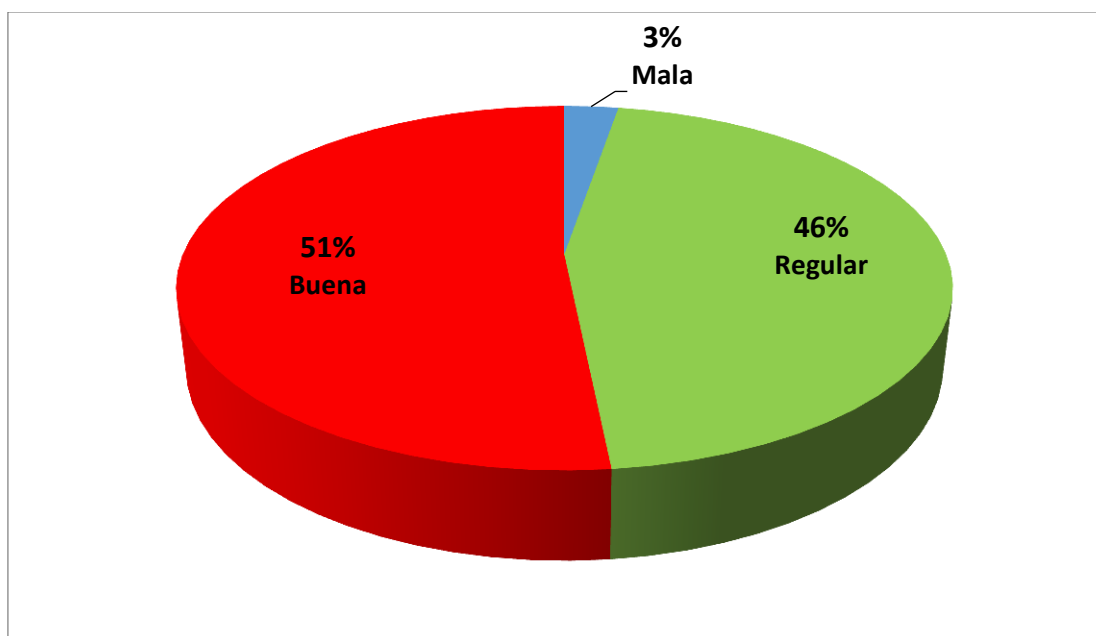
Cuadro N° 16 Atención y calidad del servicio.

Cuadro N° 16.1 Atención en el Mariposario de Pilpintuwasi

Atención	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Mala	10	3%
Regular	170	46%
Buena	192	51%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 29: Atención y calidad en el Mariposario de Pilpintuwasi



Fuente: Cuadro N° 16.1

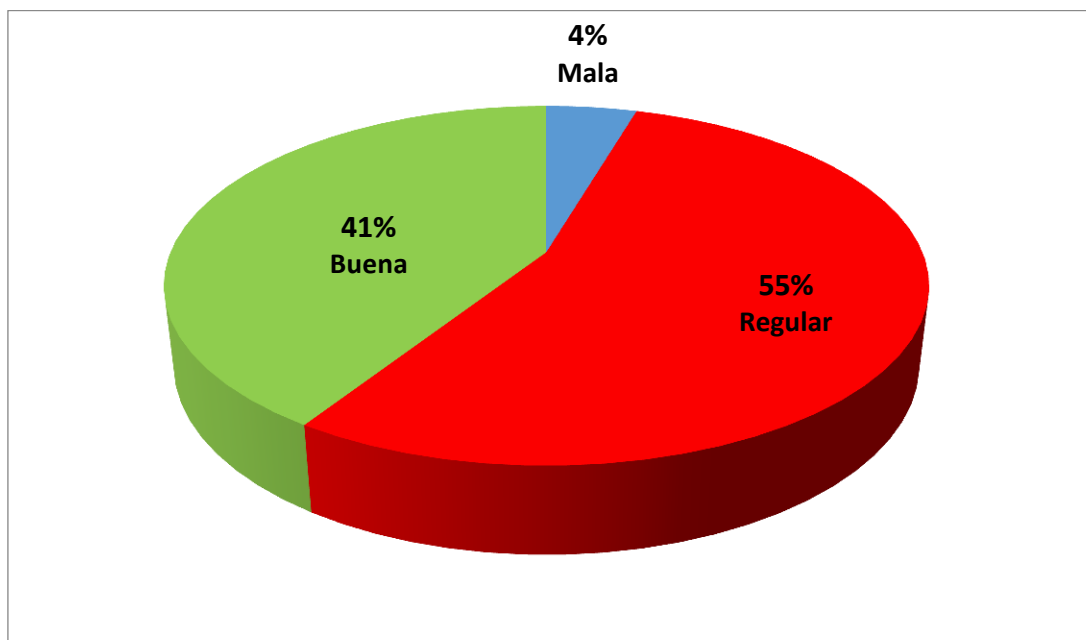
En el gráfico N° 30, se observa que el 55% de los turistas encuestados calificaron la atención en la Maloca de los Kukama como regular. El 41% de los turistas encuestados calificaron la atención como buena. Y por último el 4% de los turistas encuestados calificaron la atención como mala. Obteniendo como mayor porcentaje al 55% de los turistas encuestados calificaron la atención como regular.

Cuadro N° 16.2 Atención en la Maloca de los Kukama

Atención	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Mala	17	4%
Regular	203	55%
Buena	152	41%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 30: Atención y calidad en la Maloca de los Kukama



Fuente: Cuadro N° 16.2

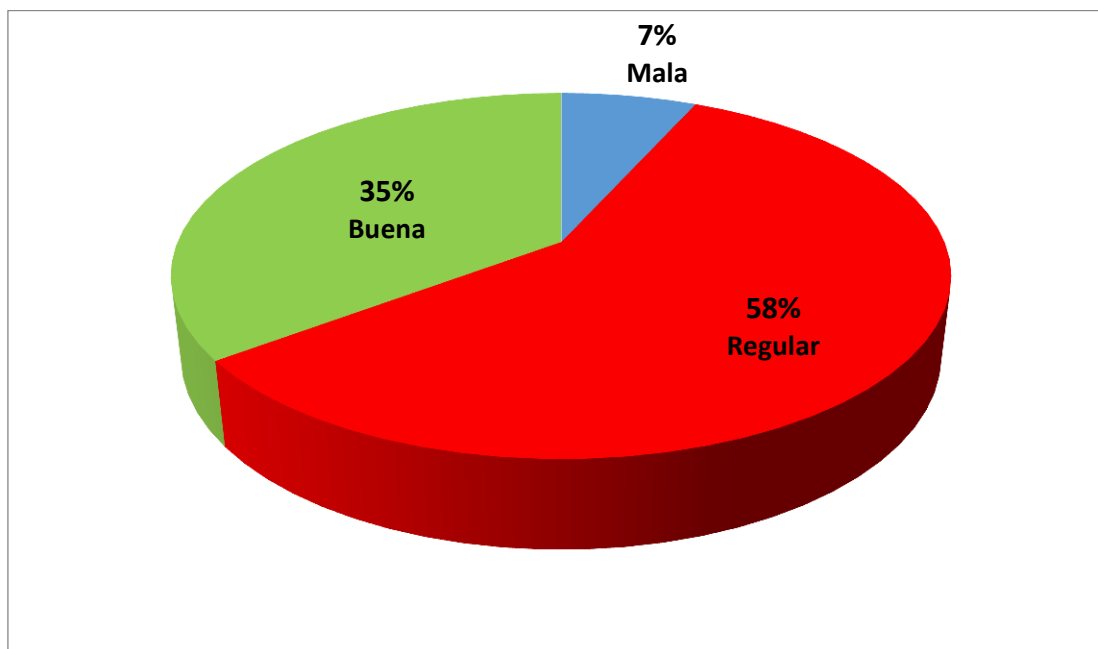
En el gráfico N° 31, se observa que el 58% de los turistas encuestados calificaron la atención en la Finca como regular. El 35% de los turistas encuestados calificaron la atención como buena. Y por último el 7% de los turistas encuestados calificaron la atención como mala. Obteniendo como mayor porcentaje al 58% de los turistas encuestados calificaron la atención como regular.

Cuadro N° 16.3 Atención en la Finca

Atención	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Mala	25	7%
Regular	216	58%
Buena	131	35%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 31: Atención en la Finca



Fuente: Cuadro N° 16.3

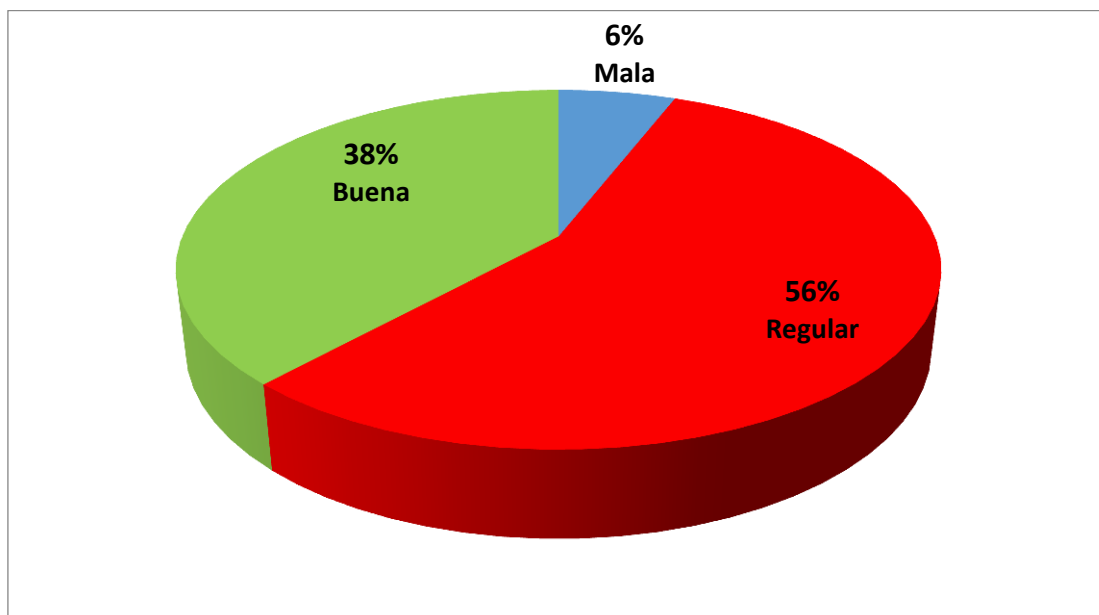
En el gráfico N° 32, se observa que el 56% de los turistas encuestados calificaron la atención en la Tanrilla como regular. El 38% de los turistas encuestados calificaron la atención en la Tanrilla como buena. Y por último el 6% de los turistas encuestados calificaron la atención en la Tanrilla como mala. Obteniendo como mayor porcentaje al 56% de los turistas encuestados calificaron la atención como regular.

Cuadro N° 16.4 Atención en la Tanrilla

Atención	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Mala	22	6%
Regular	208	56%
Buena	142	38%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 32: Atención en la Tanrilla



Fuente: Cuadro N° 16.4

En el gráfico N° 33 se observa que el 50% de los turistas encuestados calificaron el transporte fluvial como algo sucio. El 26% de los turistas encuestados calificaron el transporte fluvial como sucio. Y por último el 24% de los turistas encuestados calificaron el transporte fluvial como limpio. Obteniendo como mayor porcentaje al 50% de los turistas encuestados, quienes calificaron el transporte fluvial como algo sucio.

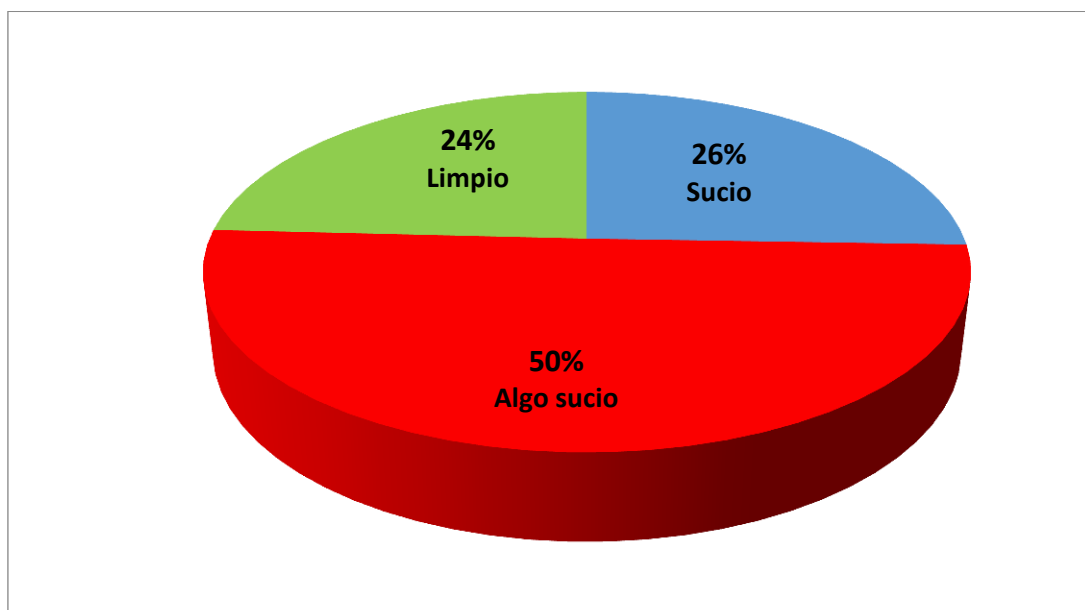
Cuadro N° 17 Limpieza en los servicios turísticos

Cuadro N° 17.1 Limpieza en el transporte fluvial

Limpieza	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Sucio	95	26%
Algo sucio	187	50%
Limpio	90	24%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 33: Limpieza en el transporte fluvial



Fuente: Cuadro N° 17.1

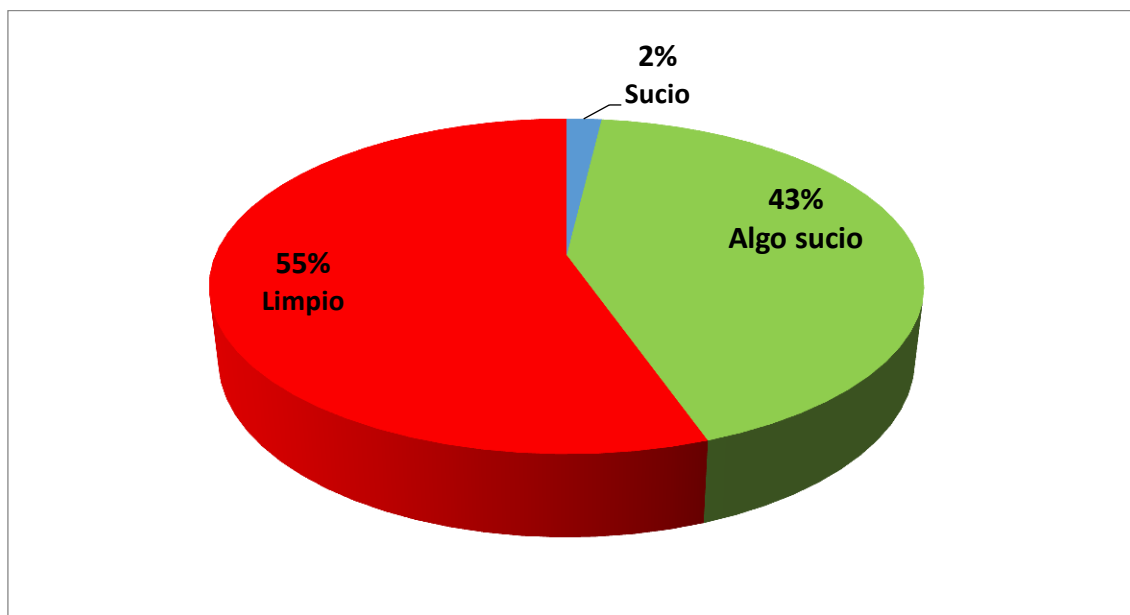
En el gráfico N° 34 se observa que el 55% de los turistas encuestados calificaron el Mariposario Pilpintuwasi como limpio. El 43% de los turistas encuestados calificaron el Mariposario Pilpintuwasi como algo sucio. Y por último el 2% de los turistas encuestados calificaron el Mariposario Pilpintuwasi como sucio. Obteniendo como mayor porcentaje al 55% de los turistas encuestados, quienes calificaron el Mariposario Pilpintuwasi como limpio.

Cuadro N° 17.2 Limpieza en el Mariposario Pilpintuwasi

Limpieza	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Sucio	7	2%
Algo sucio	159	43%
Limpio	206	55%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 34: Limpieza en el Mariposario Pilpintuwasi



Fuente: Cuadro N° 17.2

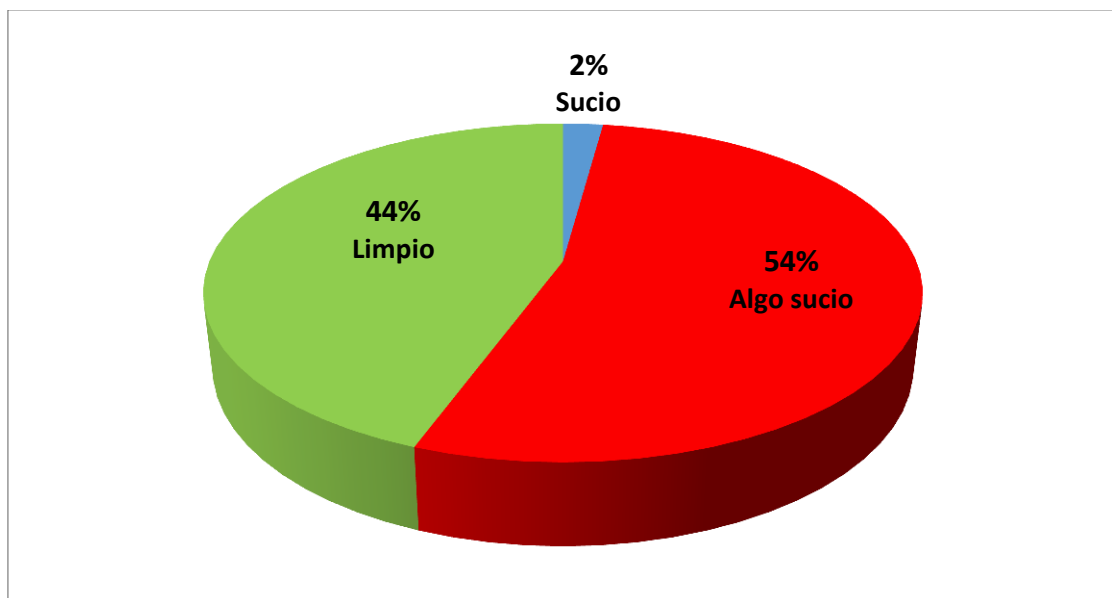
En el gráfico N° 35 se observa que el 54% de los turistas encuestados calificaron la Maloca de los Kukama como algo sucio. El 44% de los turistas encuestados calificaron la Maloca de los Kukama como limpio. Y por último el 2% de los turistas encuestados calificaron la Maloca de los Kukama como sucio. Obteniendo como mayor porcentaje al 54% de los turistas encuestados, quienes calificaron la Maloca de los Kukama como algo sucio.

Cuadro N° 17.3 Limpieza en la Maloca de los Kukama

Maloca de los Kukama		
Limpieza	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Sucio	8	2%
Algo sucio	199	54%
Limpio	165	44%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 35: Limpieza en la Maloca de los Kukama



Fuente: Cuadro N° 17.3

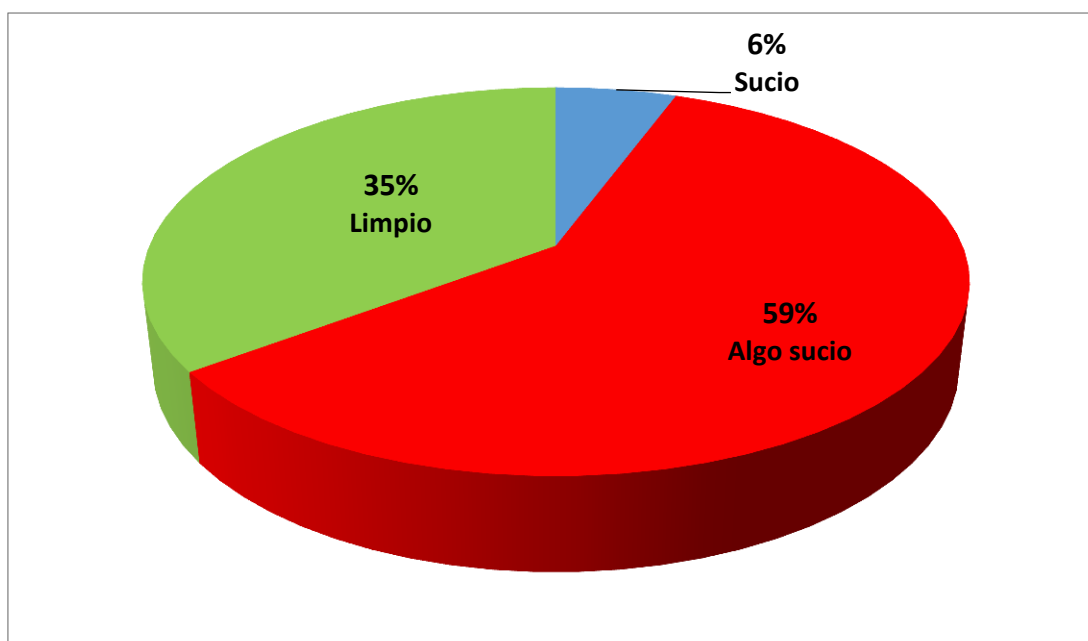
En el gráfico N° 36 se observa que el 59% de los turistas encuestados calificaron la Finca como algo sucio. El 35% de los turistas encuestados calificaron la Finca como limpio. Y por último el 6% de los turistas encuestados calificaron la Finca como sucio. Obteniendo como mayor porcentaje al 59% de los turistas encuestados, quienes calificaron la Finca como algo sucio.

Cuadro N° 17.4 Limpieza en la Finca

Limpieza	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Sucio	21	6%
Algo sucio	220	59%
Limpio	131	35%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 36: Limpieza en la Finca



Fuente: Cuadro N° 17.4

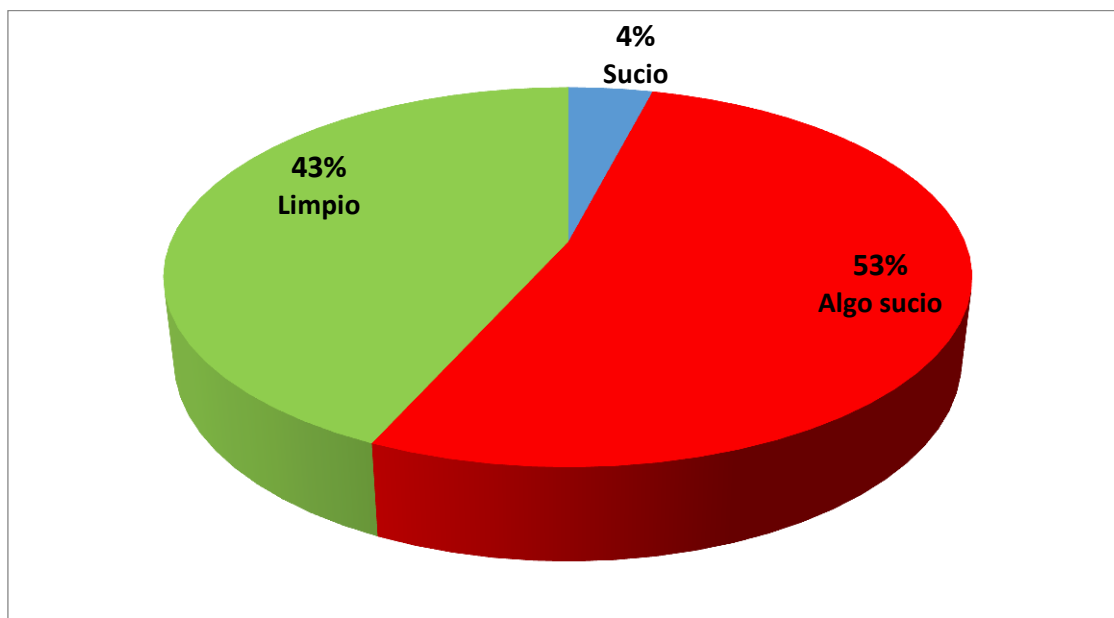
En el gráfico N° 37 se observa que el 53% de los turistas encuestados calificaron la Tarrilla como algo sucio. El 43% de los turistas encuestados calificaron la Tarrilla como limpio. Y por último el 4% de los turistas encuestados calificaron la Tarrilla como sucio. Obteniendo como mayor porcentaje al 53% de los turistas encuestados, quienes calificaron la Tarrilla como algo sucio.

Cuadro N° 17.5 Limpieza en la Tarrilla

Limpieza	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
Sucio	15	4%
Algo sucio	196	53%
Limpio	161	43%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 37: Limpieza en la Tarrilla



Fuente: Cuadro N° 17.5

En el gráfico N° 38 se observa que el 91% de los turistas encuestados dijeron que el Mariposario Pilpintuwasi cuenta con servicios higiénicos. Mientras que, el 9% dijeron que el Mariposario Pilpintuwasi no cuenta con servicios higiénicos.

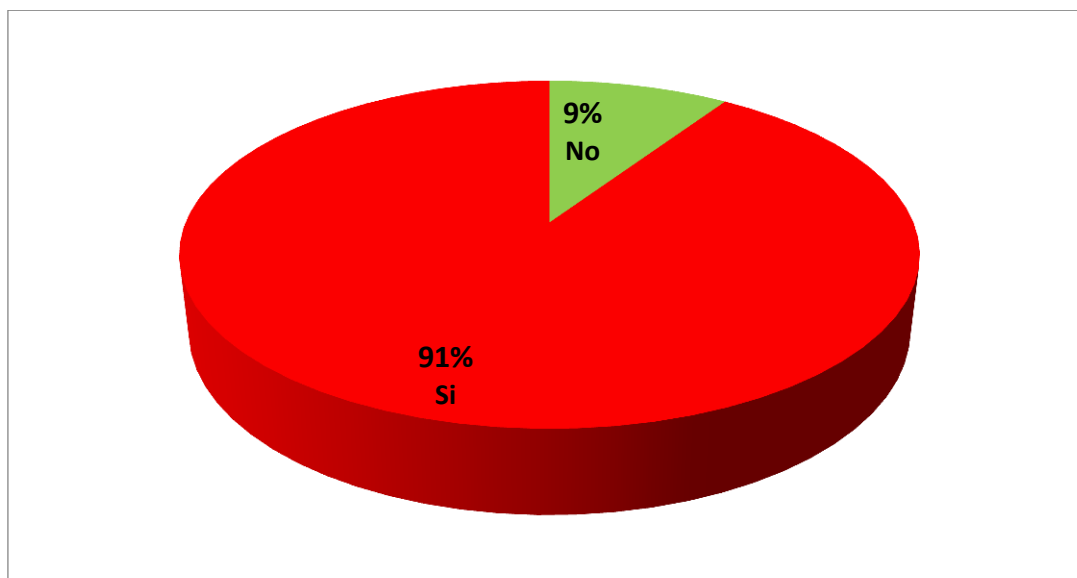
Cuadro N° 18 Servicios higiénicos en los establecimientos turísticos

Cuadro N° 18.1 Servicios higiénicos en el Mariposario Pilpintuwasi

Servicios Higiénicos	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
No	35	9%
Si	337	91%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 38: Servicios Higiénicos en el Mariposario Pilpintuwasi



Fuente: Cuadro N° 18.1

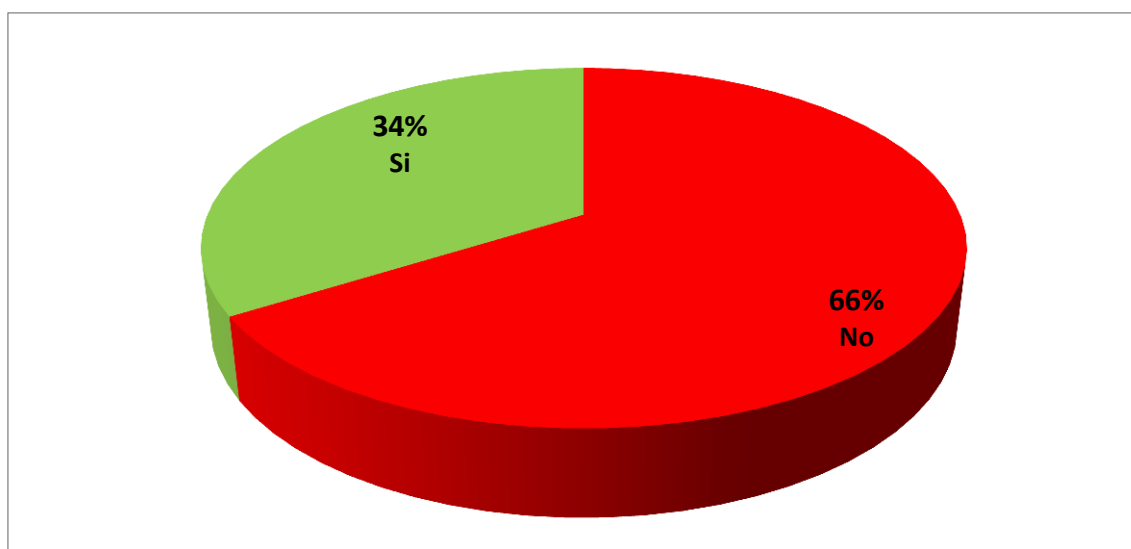
En el gráfico N° 39 se observa que el 66% de los turistas encuestados dijeron que la Maloca de los Kukama no cuenta con servicios higiénicos. Mientras que, el 34% dijeron que la Maloca de los Kukama si cuenta con servicios higiénicos.

Cuadro N° 18.2 Servicios higiénicos en la Maloca de los Kukama

Servicios Higiénicos	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
No	246	66%
Si	126	34%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 39: Servicios Higiénicos en la Maloca de los Kukama



Fuente: Cuadro N° 18.2

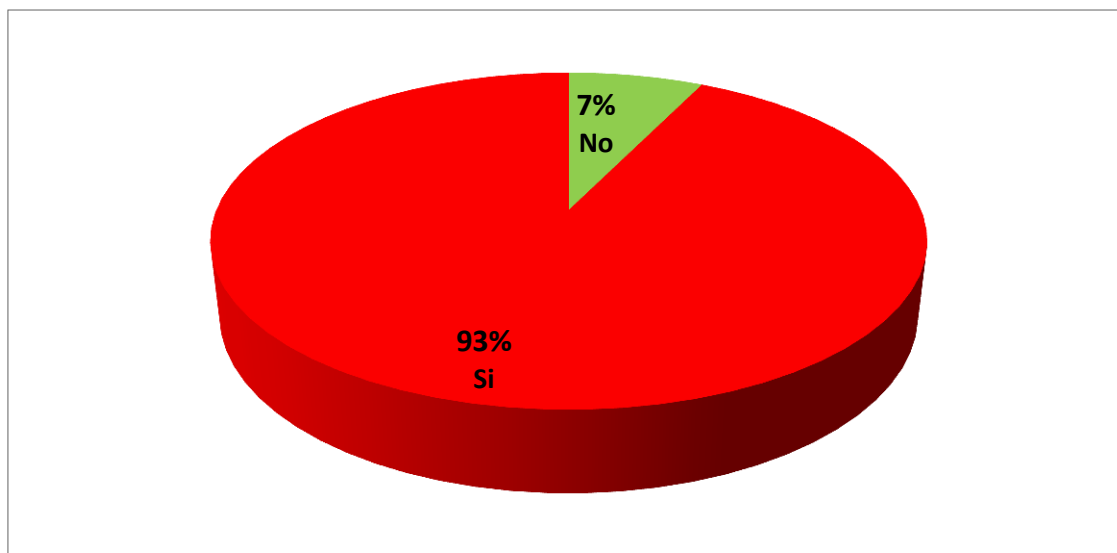
En el gráfico N° 40 se observa que el 93% de los turistas encuestados dijeron que la Finca si cuenta con servicios higiénicos. Mientras que, el 7% dijeron que la Finca no cuenta con servicios higiénicos.

Cuadro N° 18.3 Servicios higiénicos en la Finca

Servicios Higiénicos	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
No	27	7%
Si	345	93%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 40: Servicios Higiénicos en la Finca



Fuente: Cuadro N° 18.3

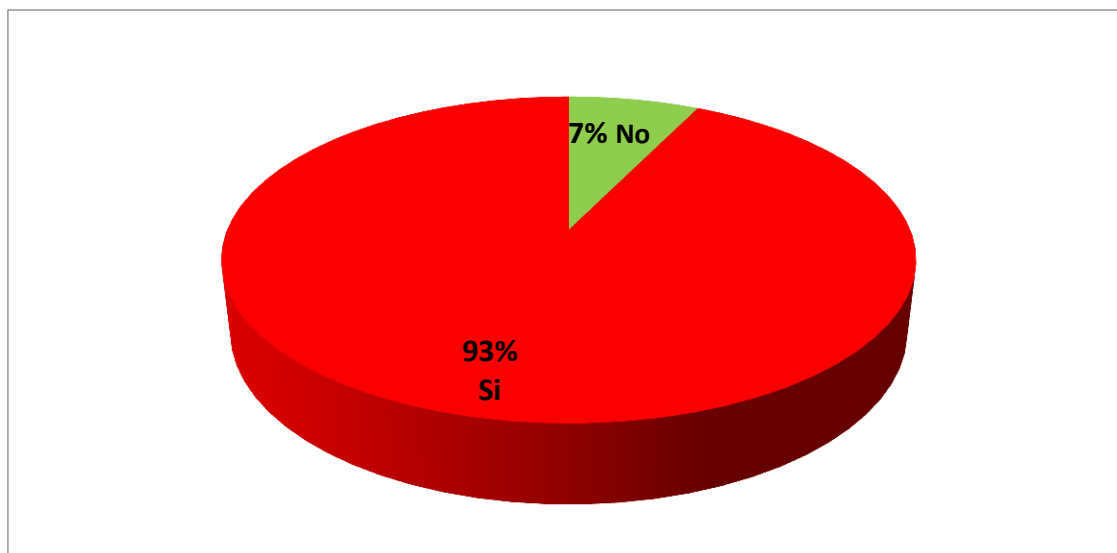
En el gráfico N° 41 se observa que el 93% de los turistas encuestados dijeron que la Tarrilla si cuenta con servicios higiénicos. Mientras que, el 7% dijeron que la Tarrilla no cuenta con servicios higiénicos.

Cuadro N° 18.4 Servicios higiénicos en la Tarrilla

Servicios Higiénicos	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
No	27	7%
Si	345	93%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 41: Servicios Higiénicos en la Tarrilla



Fuente: Cuadro N° 18.4

En el gráfico N° 42 se observa que el 84% de los turistas encuestados dijeron que han visualizado contenedores de basura en el Mariposario Pilpintuwasi. Mientras que, el 16% dijeron que han visualizado contenedores de basura en el Mariposario Pilpintuwasi.

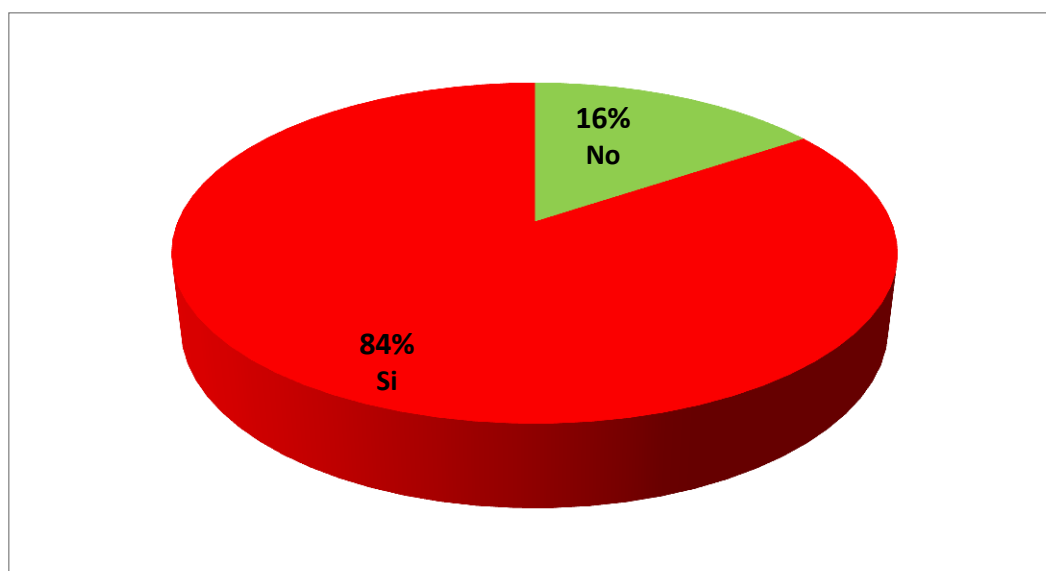
Cuadro N° 19 Contenedores de basura en los establecimientos turísticos

Cuadro N° 19.1 Contenedores de basura en el Mariposario Pilpintuwasi

Servicios Higiénicos	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
No	58	16%
Si	314	84%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 42: Contenedores de basura en el Mariposario Pilpintuwasi



Fuente: Cuadro N° 19.1

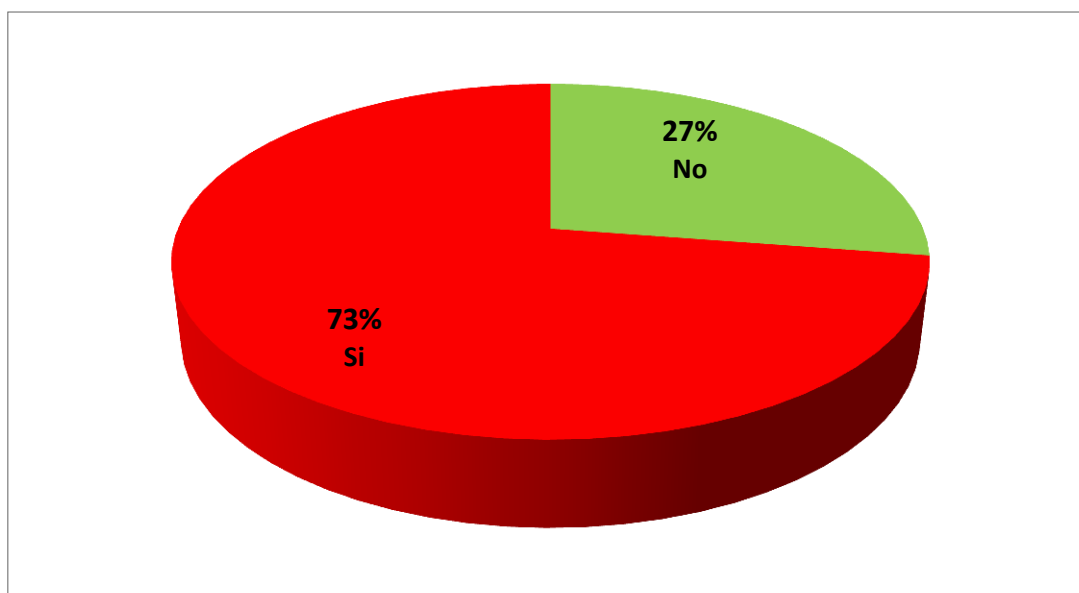
En el gráfico N° 43 se observa que el 73% de los turistas encuestados dijeron que han visualizado contenedores de basura en la Maloca de los Kukama. Mientras que, el 27% dijeron que no han visualizado contenedores de basura en la Maloca de los Kukama.

Cuadro N° 19.2 Contenedores de basura en la Maloca de los Kukama

Servicios Higiénicos	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
No	102	27%
Si	270	73%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 43: Contenedores de basura en la Maloca de los Kukama



Fuente: Cuadro N° 19.2

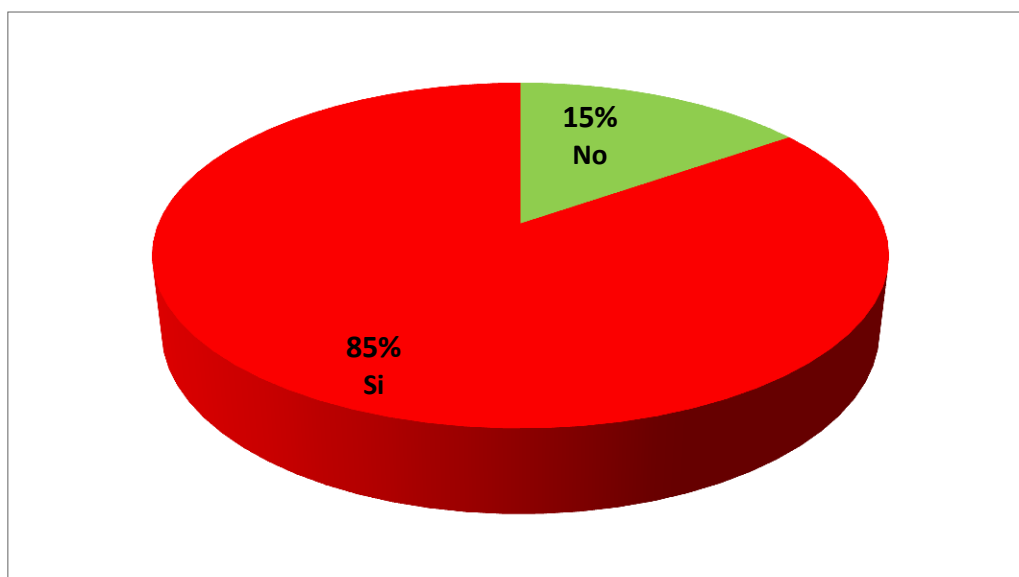
En el gráfico N° 44 se observa que el 85% de los turistas encuestados dijeron que han visualizado contenedores de basura en la Finca. Mientras que, el 15% dijeron que no han visualizado contenedores de basura en la Finca.

Cuadro N° 19.3 Contenedores de basura en la Finca

Servicios Higiénicos	N° de turistas	Porcentaje %
No	57	15%
Si	315	85%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 44: Contenedores de basura en la Finca



Fuente: Cuadro N° 19.3

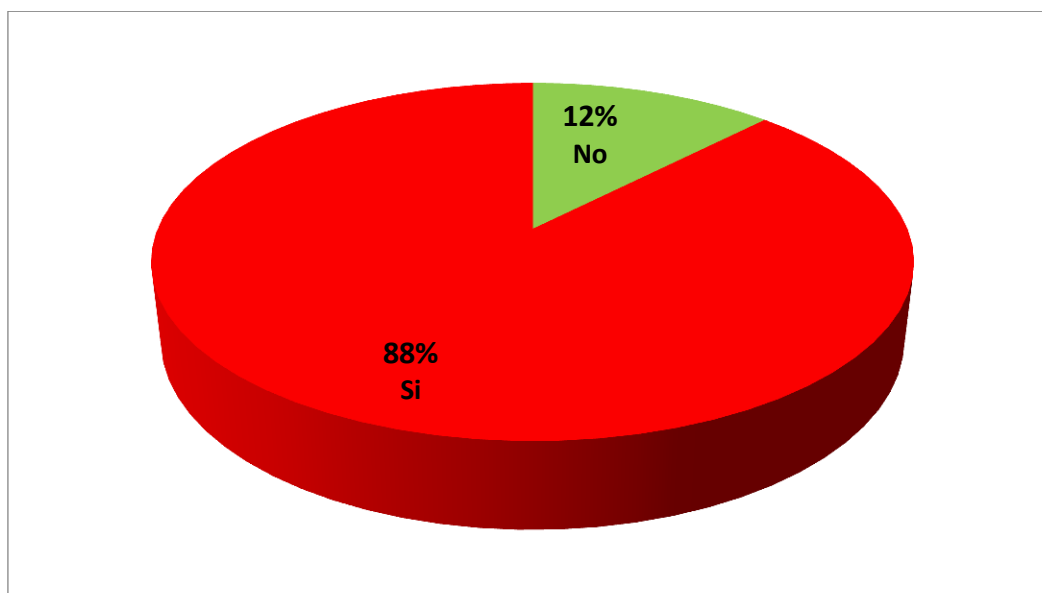
En el gráfico N° 45 se observa que el 88% de los turistas encuestados dijeron que han visualizado contenedores de basura en la Tanrilla. Mientras que, el 12% dijeron que no han visualizado contenedores de basura en la Tanrilla.

Cuadro N° 19.4 Contenedores de basura en la Tanrilla

Servicios Higiénicos	Cantidad de turistas	Porcentaje (%)
No	46	12%
Si	326	88%
TOTAL	372	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en el centro poblado de Padrecocha, año 2019.

Gráfico N° 45: Contenedores de basura en la Tanrilla



Fuente: Cuadro N° 19.1

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

(Condori & Huaman, 2017), en su tesis titulada *Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los turistas extranjeros respecto al servicio en los baños termales de Coporaque, Arequipa, 2017*. Concluyen que, la influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los turistas extranjeros respecto al servicio en los baños termales de Coporaque es positiva y significativa, debido a factores como la presentación correcta de los elementos tangibles, la confianza generada por el personal, la atención personalizada y la seguridad que proyecta el ambiente y servicios, por lo tanto es importante brindar un servicio de calidad que supere las expectativas del turista.

En la presente investigación sobre *Análisis de la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019*. Concluyó que, respecto a la atención del personal brindada dentro de los establecimientos turísticos, la mayoría de turistas lo calificó como “regular”, lo que significa que el personal tiene que mejorar el trato, la cortesía y la disponibilidad de respuesta a la exigencia e interés del turista.

Los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha son en su mayoría peruanos, seguido de estadounidenses y españoles, y el atractivo principal es visitar el Mariposario Pilpintuwasi y la Maloca de los Kukama como segunda opción de visita. La Finca y La Tanrilla son lugares de esparcimiento para cualquier tipo de turista que desee pasar un momento agradable en las instalaciones de dichos lugares.

CONCLUSIONES

1. Respecto a la calidad de los servicios, se concluye:
 - a. En cuanto a si el turista recibió información turística antes de visitar Padrecocha, el 18% de turistas manifestó no haber recibido ninguna información, esto significa que más del 80% sí recibió información turística antes de visitar la zona. En cuanto a la utilidad de la información, la mayoría de turistas manifestó que la información recibida fue “más o menos útil”, debido a que la información brindada al turista no es actualizada permanentemente o muchas veces no es específica en cuanto al lugar que visitará, esto se refleja en que el 59% de turistas calificó la información recibida como “regular”.
 - b. Con relación al precio pagado por el servicio, la mayoría de turistas calificó al transporte fluvial, alimentos y bebidas y a los establecimientos turísticos como “precio regular”, debido a que manifestaron que el precio podría mejorar si se adaptara al nivel real de innovación de los servicios que ofrecen. Por ejemplo, más del 60% de turistas considera que el servicio del transporte fluvial es “nada innovador”, y los establecimientos turísticos “algo innovadores”, esto sería diferente si se dedicaran a indagar qué es lo que necesita el turista en su experiencia de viaje, qué es lo que busca y como superar sus expectativas.
2. Respecto al nivel de satisfacción, se concluye:
 - c. Respecto a la atención del personal brindada dentro de los establecimientos turísticos, la mayoría de turistas lo calificó como “regular”, lo que significa que el personal tiene que mejorar el trato, la cortesía y la disponibilidad de respuesta a la exigencia e interés del turista.
 - d. En cuanto a la seguridad, la mayoría de turistas calificó el transporte fluvial, el centro poblado y los establecimientos turísticos como “algo seguros”, debido a que manifestaron que muchos servicios de transporte no cuentan con equipos de seguridad y la infraestructura adecuada y

sobre todo no existen puestos de vigilancia para resguardar y velar por la seguridad no solo del poblador sino también del visitante

- e. Más del 40% de turistas calificó tanto el transporte fluvial como los establecimientos turísticos como “algo sucios”, evidenciando de esta manera que se necesita mejorar las condiciones de higiene, se debe solicitar al personal que mantenga limpio y ordenado los servicios higiénicos, y sobre todo incrementar la frecuencia de limpieza del lugar.

RECOMENDACIONES

1. Respecto a la calidad de los servicios, se recomienda:
 - a. Implementación de puestos de información y asistencia al turista en Bellavista Nanay, debido a que es uno de los principales puntos de partida hacia los diversos lugares turísticos de la ciudad. Estos también deben contar con herramientas para medir la satisfacción de la información que recibe el turista, como es la encuesta, para poder identificar en qué aspectos mejorar al momento de informar al turista, cómo desea ser atendido, y que detallada debe ser la información que brindamos. Dentro de esto abarca la disponibilidad de ofrecer folletos, mapas y material audiovisual de los lugares turísticos a visitar en varios idiomas.
 - b. Los prestadores de servicios turísticos deben preocuparse por escuchar al turista, identificar sus necesidades, sus sugerencias, responder rápidamente a sus quejas, evaluar de forma crítica anteriores experiencias de los turistas para conocer a fondo los problemas que se puedan encontrar y buscar las formas de mejorar. Para esto es necesario que las autoridades o entidades competentes organicen constantes charlas de capacitación e instrucción en cómo brindar un servicio innovador al turista, a través de valores agregados a los mismos.
2. Respecto al nivel de satisfacción, se recomienda:
 - c. Hoy en día el turista es cada vez más exigente, y se siente bien cuando el servicio cumple con sus expectativas, para ello el precio pagado por estos servicios debe ir de acuerdo al nivel de innovación. La atención es un factor clave para superar las expectativas del turista, desde una grata sonrisa, un saludo de bienvenida, trato amable, hasta obsequios de cortesía al finalizar su visita logran que un turista se lleve una buena impresión. Aquí nuevamente radica la capacitación del personal, se debe reforzar sus capacidades y valores como el respeto, honestidad y empatía para hacerlos sentir como en casa y deseen volver a visitarnos.

- d. La seguridad es un aspecto muy importante a la hora de brindar un servicio de calidad al turista por lo tanto los prestadores de servicio de transporte fluvial deben tener la infraestructura adecuada, implementar equipos de seguridad como botiquines, bengalas, extintores, chalecos salvavidas, para proteger al turista de posibles incidentes en el transcurso de su viaje. Por lo tanto es necesario crear puestos de vigilancia a fin de garantizar la seguridad del turista.
- e. La limpieza es importante para cualquier sector, sobre todo para el turismo, es un elemento de valoración y marca la diferencia para el turista, por ende es necesario brindar un lugar que vaya de acuerdo a los estándares de higiene que ellos exigen, se debe contar con servicios higiénicos que sean constantemente implementados con materiales de limpieza, mantener las áreas de visita impecables y sobre todo contar siempre con contenedores de basura, a esto se adiciona la señalización, es una herramienta que ayuda a informar al turista sobre lo que ofrece el lugar turístico para la higiene.
- f. La construcción del puente Nanay ¹, que cruzará sobre el río del mismo nombre beneficiará no solo a la ciudadanía, al permitir mejor fluidez comercial y mejor transitabilidad, sino también generará un aproximado de 400 puestos de trabajo para obreros, operarios y profesionales. Sin embargo, esto también causará un impacto negativo en el medio ambiente debido al consumo de recursos, el empleo de combustibles y materia prima que no se recuperará y riesgos de invasiones en las áreas laterales de la carretera. Se plantea que la Municipalidad Distrital respectiva, desarrolle un crecimiento urbano basado en un plan a mediano plazo, promoviendo viviendas saludables y al alcance de la economía de las personas, coordinando el financiamiento con los programas de vivienda del gobierno nacional.

¹ Inició en el año 2014 y unirá las localidades de Bellavista y Mazán en el distrito de Punchana.

BIBLIOGRAFÍA

- Alianza por el Agua. (2007). *Anuario sobre el acceso a agua potable y saneamiento en Centroamérica*. Zaragoza - España: Alianza por el agua.
- Álvarez, T. (1995). *La calidad de servicio para la conquista del cliente*. Salamanca - España.
- Asencio, L., & Murillo, E. (2014). *Calidad de servicio en el complejo turístico "La Hacienda" - Huancayo - 2012*. Huancayo - Perú.
- CALTUR. (2005). Plan Nacional de Calidad Turística del Perú. *CALTUR*, 7.
- Carrasco, S. (2013). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. España: Ediciones Paraninfo.
- COHRE, WaterAid, COSUDE, & UN-HABITAT. (2008). *Saneamiento: un imperativo de derechos humanos*. (WaterAid, COSUDE, & UN-HABITAT, Edits.) Ginebra - Suiza: COHRE.
- Condori, R., & Huaman, B. (2017). *Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los turistas extranjeros respecto al servicio en los baños termales de Coporaque, Arequipa, 2017*. Arequipa - Perú.
- DIRCETUR. (2009). *Manual de calidad para información y promoción turística*. Cusco - Perú: UNIGRAF CUSCO S.R.L.
- Estrada, W. (2007). *Servicio y Atención al cliente*. Lima, Perú.
- García, J. (2015). *Calidad de servicio turístico y satisfacción del turista que visita el distrito de Pachacámac, 2015*. Lima - Perú.
- Gotlieb, J., Grewal, D., & Brown, S. (1994). *Consumer satisfaction and perceived quality: complementary or divergent constructs? Journal of Applied Psychology*.
- Jones, T., & Sasser, W. (1995). Why Satisfied Customers Defect . *Harvard Business Review "On Point"*.
- Kotler , P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Education.
- Kotler, P. (2008). *Dirección de Mercadotecnia Análisis, Planeación, Implementación y Control*. USA: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Prentice Hall Mexico.
- MINCETUR. (2018). *Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje*

- Ministerio de Transportes y Comunicaciones. Loreto: *Construcción de Puente Nanay iniciará antes de fin de año*. Lima - Perú. Recuperado de <https://www.pvn.gob.pe/noticias/loreto-construccion-de-puente-nanay-iniciara-antes-de-fin-de-ano/>.
- Montalvan, E. C. (2018). *Análisis de la calidad del servicio de las empresas de servicio turístico de la ciudad de Frías, año 2016*. Piura - Perú.
- OMT. (2016). *Turismo accesible para todos: una oportunidad a nuestro alcance*. Madrid - España: OMT.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. *Journal of Marketing*, 50.
- Quispe, J. (2017). *Evaluación de la calidad de los servicios turísticos con el modelo ruralqual en la isla de Amantani 2015*. Puno, Perú.
- Rengifo, A., & Choclote, C. (2017). *“Calidad del servicio en los albergues turísticos de la ciudad de Iquitos y su impacto en la percepción de los turistas”*. Iquitos - Perú.
- Ruiz, E. E. (2012). *Organización del servicio de información turística local. HOTI0108*. Antequera - España: IC Editorial.
- Superintendencia Nacional de Migraciones. (2018). *Portal Institucional, Sistema de información Estadística de Turismo*.
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en servicio*. Liderazgo 21.
- Vavra, T. (2003). *Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000*. Madrid - España: FC Editorial.

ANEXO 01: ENCUESTA PARA TURISTAS NACIONALES.

Buenos días/ Buenas tardes, me encuentro realizando una encuesta para “Analizar la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019”, para lo cual solicito su colaboración a usted responder las siguientes preguntas.

INFORMACIÓN GENERAL:

1. Género: a. Masculino ☐ 1 b. Femenino ☐ 2
2. Nacionalidad: _____
3. Edad: a. 18 - 25 ☐ 1 b. 26 - 35 ☐ 2 c. 36 - 45 ☐ 3 d. 46 – a más ☐ 4

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

4. ¿Usted ha recibido información turística antes de visitar Padrecocha?

- a. Ninguna información ☐ 1 b. Alguna información ☐ 2 c. Mucha información ☐ 3

**Si la respuesta fue «ninguna información», pasar a la pregunta número 7.*

5. ¿La información recibida ha sido útil?

- a. Nada útil ☐ 1 b. Más o menos útil ☐ 2 c. Muy útil ☐ 3

6. ¿Cómo califica la información recibida?

- a. Deficiente ☐ 1 b. Regular ☐ 2 c. Buena ☐ 3

7. Expresar su opinión con el precio pagado en los siguientes aspectos:

	Caro	Regular	Barato
Transporte fluvial	1	2	3
Alimentos y bebidas	1	2	3
Pago de ingreso al Mariposario Pilpintuwasi.	1	2	3
Pago de ingreso a la Maloca de los Kukama #2	1	2	3
Pago de ingreso a La Finca	1	2	3
Pago de ingreso a La Tanrilla	1	2	3

8. ¿Considera usted que los servicios turísticos son innovadores?

	Nada innovador	Algo innovador	Muy innovador
Transporte fluvial	1	2	3
Mariposario Pilpintuwasi	1	2	3
Maloca de los Kukama #2	1	2	3
La Finca	1	2	3
La Tanrilla	1	2	3

9. ¿El servicio turístico cumplió con sus expectativas?

	No	Si
Mariposario Pilpintuwasi	1	2
Maloca de los Kukama #2	1	2
La Finca	1	2
La Tanrilla	1	2

10.- ¿Cómo califica el transporte fluvial hacia Padrecocha?

a. Deficiente ☐ 1 b. Regular ☐ 2 c. Bueno ☐ 3

11.- ¿Considera usted que existe seguridad en el transporte fluvial, el centro poblado y los establecimientos turísticos?

	Ninguna seguridad	Alguna seguridad	Mucha seguridad
Transporte fluvial	1	2	3
Centro poblado	1	2	3
Mariposario Pilpintuwasi	1	2	3
Maloca de los Kukama #2	1	2	3
La Finca	1	2	3
La Tanrilla	1	2	3

12.- Cómo califica la atención del personal en los siguientes establecimientos turísticos:

	Mala	Regular	Buena
Mariposario Pilpintuwasi	1	2	3
Maloca de los Kukama #2	1	2	3
La Finca	1	2	3
La Tanrilla	1	2	3

13.- Como califica la limpieza en lo siguiente:

	Sucio	Algo sucio	Limpio
Transporte fluvial	1	2	3
Mariposario Pilpintuwasi	1	2	3
Maloca de los Kukama #2	1	2	3
La Finca	1	2	3
La Tanrilla	1	2	3

14.- ¿Los establecimientos turísticos visitados cuentan con servicios higiénicos?

	No	Si
Mariposario Pilpintuwasi	1	2
Maloca de los Kukama #2	1	2
La Finca	1	2
La Tanrilla	1	2

15.- ¿Usted ha visualizado contenedores de basura en:

	No	Si
Mariposario Pilpintuwasi	1	2
Maloca de los Kukama #2	1	2
La Finca	1	2
La Tanrilla	1	2

ANEXO 02: ENCUESTA PARA TURISTAS EXTRANJEROS.

Good morning / Good afternoon, I have a survey to "Analyze the quality of tourist services and the level of satisfaction of tourists visiting the populated centre of Padrecocha, year 2019", for which I request your cooperation if you answer the following questions.

GENERAL INFORMATION:

1. Gender: a. Male ☐ 1 b. Female ☐ 2
2. Nationality: _____
3. Age: a. 18 - 25 ☐ 1 b. 26 - 35 ☐ 2 c. 36 - 45 ☐ 3 d. 46 – or more ☐ 4

SPECIFIC INFORMATION:

4. Did you receive tourist information before you visited Padrecocha?

- a. Any information ☐ 1 b. Some information ☐ 2 c. Lots of information ☐ 3

*** If the answer was "any information", go to the question number 7**

5. The information received has been useful?

- a. Any useful ☐ 1 b. Sort of useful ☐ 2 c. Very useful ☐ 3

6. How do you rate the information received?

- a. Deficient ☐ 1 b. Regular ☐ 2 c. Good ☐ 3

7. Express your opinion with the price paid in the following aspects:

	Expensive	Regular	Cheap
River transport	1	2	3
Food and drinks	1	2	3
Entrance feeal: Pilpintuwasi Butterfly Farm	1	2	3
Entrance feeal: Maloca de los Kukama #2	1	2	3
Entrance feeal: La Finca	1	2	3
Entrance feeal: La Tanrilla	1	2	3

8.-Do you consider that tourism services are innovative?

	Nothing innovative	Sort of innovative	Very innovative
Transporte fluvial	1	2	3
Pilpintuwasi Butterfly Farm	1	2	3
Maloca de los Kukama #2	1	2	3
La Finca	1	2	3
La Tanrilla	1	2	3

9.-The tourist service satisfied your expectations?

	No	Yes
Pilpintuwasi Butterfly Farm	1	2
Maloca de los Kukama #2	1	2
La Finca	1	2
La Tanrilla	1	2

10.-How do you rate the fluvial transport to Padrecocha?

a. Deficient ☐ 1 b. Regular ☐ 2 c. Good ☐ 3

11.-Do you consider that the river transport, the populated centre and tourist establishments are safe?

	Isn't safe	Sort of safe	Very safe
<i>River transport</i>	1	2	3
<i>Populated centre</i>	1	2	3
<i>Pilpintuwasi Butterfly Farm</i>	1	2	3
<i>Maloca de los Kukama #2</i>	1	2	3
<i>La Finca</i>	1	2	3
<i>La Tanrilla</i>	1	2	3

12.-How do you rate the customer service in the following tourist places:

	Deficient	Regular	Good
<i>Pilpintuwasi Butterfly Farm</i>	1	2	3
<i>Maloca de los Kukama #2</i>	1	2	3
<i>La Finca</i>	1	2	3
<i>La Tanrilla</i>	1	2	3

13. -How do you rate the cleaning in the following:

	Dirty	Sort of dirty	Clean
<i>River transport</i>	1	2	3
<i>Pilpintuwasi Butterfly Farm</i>	1	2	3
<i>Maloca de los Kukama #2</i>	1	2	3
<i>La Finca</i>	1	2	3
<i>La Tanrilla</i>	1	2	3

14. -Does the tourist establishments have restroom services?

	No	Yes
<i>Pilpintuwasi Butterfly Farm</i>	1	2
<i>Maloca de los Kukama #2</i>	1	2
<i>La Finca</i>	1	2
<i>La Tanrilla</i>	1	2

15. -Have you seen garbage containers in the following establishments:

	No	Yes
<i>Pilpintuwasi Butterfly Farm</i>	1	2
<i>Maloca de los Kukama #2</i>	1	2
<i>La Finca</i>	1	2
<i>La Tanrilla</i>	1	2

ANEXO 03: Matriz de consistencia.

Título: “Análisis de la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019”.

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores	Índices
General. ¿Cómo es la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019?	General. Analizar la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019	General. Si existe relación entre la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019	INDEPENDIENTE (X) Calidad de los servicios turísticos	1. Información turística 2. Calidad del servicio turístico ofertado.	1.1. Recepción de información. 1.2. Utilidad de la información. 1.3 Calificación de información. 2.1 Precio del servicio. 2.2 Innovación del servicio. 2.3 Expectativas del servicio.
Específicos. ¿Cuál es la percepción que tienen los turistas sobre la calidad de los servicios turísticos ofertados en el centro poblado de Padrecocha año 2019? ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019?	Específicos. Analizar la percepción que tienen los turistas sobre la calidad de los servicios turísticos ofertados en el centro poblado de Padrecocha, año 2019. Determinar el nivel de satisfacción del turista que visita el centro poblado de Padrecocha, año 2019.	Específicos. Se observa alta percepción que tienen los turistas sobre la calidad de los servicios turísticos ofertados en el centro poblado de Padrecocha, año 2019. Se observa bajo el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019.	DEPENDIENTE (Y) Nivel de satisfacción del turista	3. Accesibilidad del destino 4. Atención al turista 5. Saneamiento	3.1. Transporte turístico. 3.2 Seguridad turística 4.1. Atención y calidad del servicio. 5.1. Limpieza. 5.2. Contenedores.

Anexo 04: Fotos de las encuestas realizadas a los turistas en el centro poblado de Padrecocha.

Puerto de Padrecocha



Centro poblado de Padrecocha



La Finca



La Tarrilla

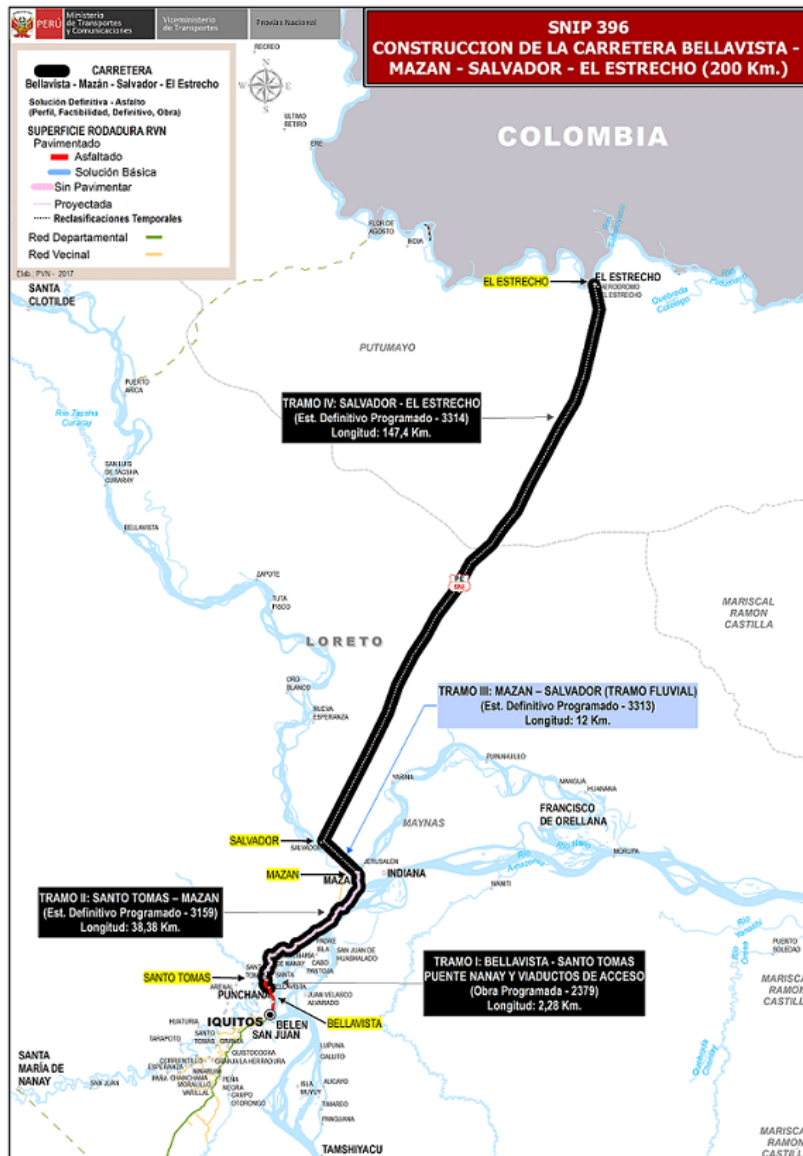


Artesanía



Encuesta a los turistas en los diferentes establecimientos





Mapa de la construcción del puente Nanay