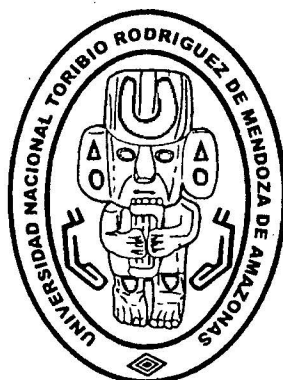


**UNIVERSIDAD NACIONAL  
"TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA"  
DE AMAZONAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES.  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO Y  
ADMINISTRACIÓN.**



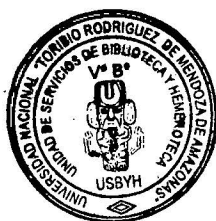
**"ANÁLISIS DE LA IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO  
KUÉLAP – GOCTA SEGÚN LA PERCEPCIÓN DE LOS  
VISITANTES, REGIÓN AMAZONAS 2013"**

**TESIS**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA: Bach: CYNTHIA CATHERINE LLAJA ALVARADO**

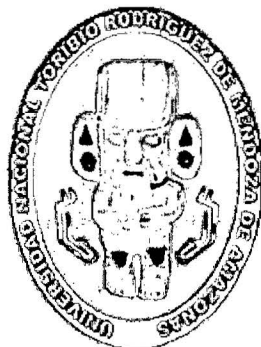
**ASESOR: AGUSTÍN TAMAYO BELTRÁN**



**CHACHAPOYAS – PERU  
2014**

**27 MAY 2015**

**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ  
DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**CARRERA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

**TESIS**

**“ANÁLISIS DE LA IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP –  
GOCTA SEGÚN LA PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES, REGIÓN  
AMAZONAS 2013”**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR: BACH. CYNTHIA CATHERINE LLAJA ALVARADO**

**ASESOR: AGUSTÍN TAMAYO BELTRÁN**

**JURADOS: PRESIDENTE: ECON. MANUEL ANTONIO MORANTE DÁVILA**

**SECRETARIO: MG. CARLOS ALBERTO HINOJOSA SALAZAR**

**VOCAL: DRA. MARITZA REVILLA BUELOTH**



**CHACHAPOYAS – AMAZONAS – PERÚ**

**2014**

**27 MAY 2015**

**DEDICO ESTE TRABAJO A:**

*A Dios por darme la vida, a mis queridos padres Doris y Miguel por estar siempre conmigo y porque son los que alegran mi vida, a mi mejor amigo y compañero de vida Mitchel quien comparte conmigo momentos inolvidables.*

## AGRADECIMIENTO

A la Licenciada Rocio Sánchez Chávez por el asesoramiento brindado en el diseño de la encuesta.

Al Señor José Llaja, Administrador del Hostal Chachapoyas Backpackers por el asesoramiento técnico referente a la realización de las encuestas a turistas extranjeros.

Al Señor Carlo Magno Inga Galoc, Administrador de la Agencia de viajes Amazon Expedition por su apoyo en el desplazamiento a los diferentes atractivos para la captación de los visitantes para realizar la encuesta.

Al Director Regional de Comercio Exterior y turismo, Licenciado Manuel Cabañas López por el apoyo en el proceso de validación de la encuesta.

A los docentes miembros del jurado por sus sabias observaciones que ayudaron a perfeccionar esta tesis.

A todos ellos. Gracias.



**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE  
MENDOZA DE AMAZONAS**

---

---



**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**PH. D. DR. HAB. VICENTE MARINO CASTAÑEDA CHÁVEZ.  
RECTOR**

**DR. JOSÉ ROBERTO NERVI CHACÓN.  
VICERRECTOR ACADÉMICO**

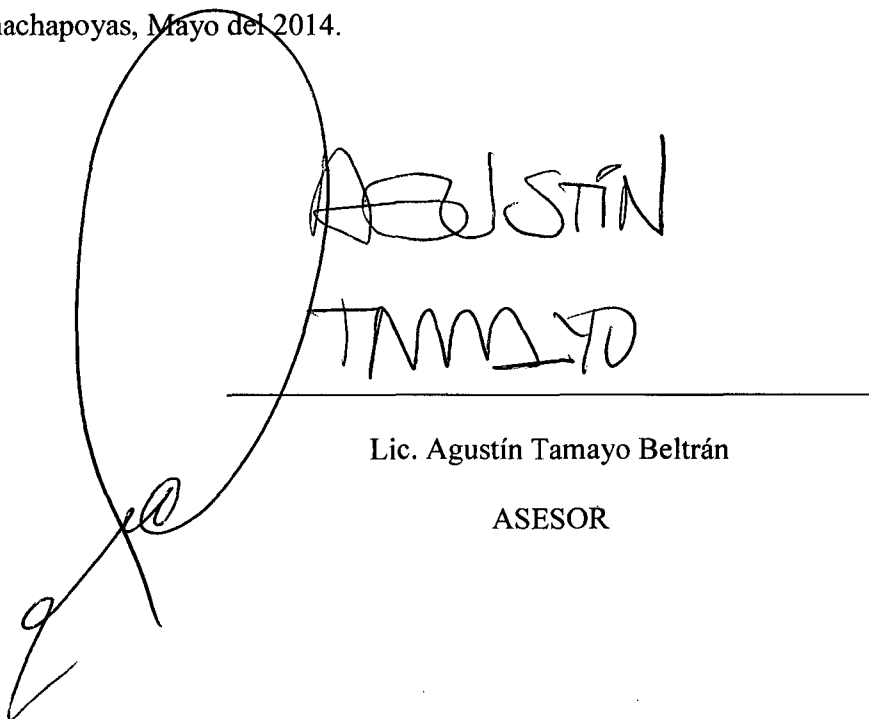
**DR. EVER SALOMÉ LÁZARO BAZÁN.  
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

**ABG. BARTON GERVASI SAJAMÍ LUNA  
DECANO DE LA FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES.**

**VISTO BUENO DEL ASESOR**

Conste por el presente documento que el informe de investigación de tesis: “ANÁLISIS DE LA IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP – GOCTA SEGÚN LA PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES, REGIÓN AMAZONAS 2013” presentado por la bachiller Cynthia Catherine Llaja Alvarado. Cumple con los estándares de fondo y forma que amerita su sustentación.

Chachapoyas, Mayo del 2014.



AGUSTÍN  
TAMAYO

---

Lic. Agustín Tamayo Beltrán

ASESOR

**JURADO**

**ECON. MANUEL ANTONIO MORANTE DÁVILA**  
**PRESIDENTE**

**MG. CARLOS ALBERTO HINOJOSA SALAZAR**  
**SECRETARIO**

**DRA. MARITZA REVILLA BUELOTH**  
**VOCAL**

## ÍNDICE

<b>RESUMEN.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>11</b>
2.1. Base Teórica.....	11
2.2. Antecedentes.....	17
2.3. Realidad Problemática.....	23
2.4. Hipótesis.....	26
2.5. Objetivos.....	26
<b>III. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>27</b>
3.1. Diseño de Contrastación de la Hipótesis.....	27
3.2. Diseño de la Investigación.....	27
3.3. Material de Estudio.....	27
3.4. Variables de Estudio.....	29
3.5. Métodos, técnicas, Instrumentos y Procedimientos.....	29
3.6. Análisis Estadísticos de Datos.....	30
<b>IV. RESULTADOS.....</b>	<b>31</b>
4.1. Diseño del Instrumento para el Análisis de la Imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta.....	31
4.2. Validación del Instrumento para el Análisis de la Imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta.....	46
4.3. Evaluación de la Imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta.....	56
<b>V. DISCUSIÓN.....</b>	<b>146</b>
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>149</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>151</b>
<b>VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>	<b>152</b>
<b>IX. ANEXOS.....</b>	<b>154</b>



## RESUMEN

El conocimiento de la imagen que el turista nacional y extranjero tiene respecto al destino turístico presenta importantes alcances que implica un buen trabajo de marketing; es por ello que para conocer la realidad en la que se encuentra la imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta fue necesario realizar un estudio de la imagen actual que posee ya que se tomó en cuenta que en la región Amazonas aún no se ha realizado un estudio de esta índole que posibilite conocer las expectativas y la relación que genera la demanda turística para con el destino.

El presente informe de tesis titulado “Análisis de la Imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta según la Percepción de los Visitantes, Región Amazonas 2013” tuvo como objetivo principal determinar la imagen del destino turístico, para ello se desarrolló dicho análisis en tres etapas: la primera etapa consistió en el diseño del instrumento que facilitó conocer la imagen del destino turístico y en este caso se seleccionó la encuesta personal con preguntas mixtas que dio información cuantitativa y cualitativa; la segunda etapa consistió en la validación de la encuesta que ayudó a ver el grado de fiabilidad del instrumento seleccionado, para ello fue sometido a juicio de un panel de expertos a fin de revisar cada ítem según su pertinencia; y por último la tercera etapa consistió en la evaluación de la imagen del destino turístico mediante la realización de la encuesta a los visitantes.

Fue un estudio de campo ya que las encuestas se aplicaron a aquellos visitantes que se encontraban en el Destino Turístico Kuélap – Gocta, que fueron mayores de 18 años y quienes llevaban al menos de uno a dos días en el destino. Su importancia radica en que servirá para futuras investigaciones y la elaboración de planes estratégicos de marketing que ayuden a desarrollar mejor el destino.

## ABSTRACT

Knowledge of the image that the domestic and foreign tourists have on the tourism destination has significant scope that involves a good job of marketing; is why for the reality that is the image of the destination Kuelap - Gocta was necessary to conduct a study of the current image that has since been taken into account in the Amazon region has not yet performed a of this kind it possible to identify the expectations and the relationship that generates tourism demand for the destination.

This thesis report entitled "Analysis of the Image of Tourist Destination Kuelap - Gocta according to the perception of visitors, Amazonas Region 2013" had as main objective to determine the image of the destination, to do such an analysis was conducted in three stages: first step was to design an instrument that facilitated know the image of the destination and the staff here was selected survey questions gave mixed quantitative and qualitative information; The second step was the validation of the survey that helped see the reliability of the selected instrument, for it was put on trial by a panel of experts to review each item according to their relevance; and finally the third stage involved the assessment of the destination image by performing the survey to visitors.

It was a field study because surveys visitors who were in the tourist destination were applied Kuelap - Gocta, who were older than 18 years and who had at least one to two days at the destination. Its importance lies in that will serve for future research and the development of strategic marketing plans to help develop better fate.

## I. INTRODUCCIÓN

La imagen de un destino turístico es importante porque depende mucho de los elementos invisibles que ésta proyecta, ayudando así a la selección y a la posterior visita del mismo. Se observa que en la promoción de destinos turísticos, uno de los pilares más importantes para poder establecer estrategias de marketing son los estudios que se realizan a la imagen de éstos, ya que implica medir la impresión global que se tiene de un destino, permite a la vez observar la notoriedad, características y atributos que lo hacen comparativo o competitivo ante otros destinos.

En los últimos años, la trascendencia de estos estudios se ha hecho muy importante ya que la imagen de los destinos turísticos juega un papel fundamental para establecer un impacto positivo en la mente del consumidor e incrementar las visitas a un determinado destino y por ende el desarrollo económico, social y cultural de cada región. De lo contrario si se forma un impacto negativo, es preciso un análisis minucioso de la imagen actual del destino turístico ya que se caracteriza por su complejidad y su carácter multidimensional.

En la región Amazonas, el destino turístico Kuélap – Gocta está siendo promocionado por el sector público y privado; sin embargo, esta promoción se está realizando empíricamente; por lo tanto no hay ningún sustento que indique que están encaminados correctamente, esto se evidencia en la no existencia de un estudio de la imagen del destino que ayude a trabajar la promoción turística y mediante este proceso proponer estrategias de marketing pertinentes con la realidad regional, de aquí la necesidad de empezar a desarrollar estudios que fundamenten las inversiones de promoción turística.

Además, al conocer cuál es la posición en la que se encuentra la imagen y al responder interrogantes servirá también como punto de partida para potenciar la demanda futura en virtud de la fidelización de los turistas. Finalmente, es necesario el presente estudio porque permitirá afrontar los problemas de promoción turística y servirá de base para formular la marca turística del destino.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. BASE TEÓRICA.

2.1.1. *Actividad Turística:* conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relaciona con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista, ya sean realizadas en el lugar de origen de un turista o en el de acogida. Por extensión, por actividad turística se entiende no solamente cualquier acción desarrollada por los agentes turísticos sino también por el propio turista, con el objetivo de satisfacer unas motivaciones o necesidades y realizar las acciones programadas en el tiempo libre vacacional (turismo de aventura, turismo cultural, turismo fluvial, entre otros). (Montaner, 1998.)

2.1.2. *Análisis de la imagen de un destino turístico:* Desde el punto de vista del Marketing, estudiar la imagen implica medir la impresión global que se tiene de una empresa, marca, producto o servicio. Estos estudios van a permitir abordar una serie de objetivos: evaluar la notoriedad espontánea (o sugerida), conocer las características y atributos que definen la imagen y que son importantes para los consumidores, discriminar cuáles son las características singulares del producto, determinar cuál es la mejor posición para la marca. (Abascal y Grande, 1994)

2.1.3. *Atractivo Turístico:* recurso turístico (monumento, paisaje, gastronomía, actividad cultural, deportiva, recreativa, etc.) que constituye la motivación turística desencadenada del movimiento o demanda turística hacia un lugar. Los atractivos turísticos pueden ser propios del lugar u originados a raíz de algún acontecimiento específico y singular. Entre los primeros destacan los parques nacionales, las fiestas tradicionales o los festivales de música, así como los atractivos urbanistas y arquitectónicos. Los segundos se refieren a eventos que no se presentan regularmente, lo que no significa que no pueda repetirse, sino que responden a un hecho concreto, por ejemplo un congreso científico, una asamblea política o un evento deportivo. (Montaner, 1998.)

**2.1.4. Ciclo de vida de los Destinos turísticos:** la hipótesis básica del ciclo de vida de los destinos es que el destino turístico, definido como una amalgama de productos, se desarrolla de forma análoga al ciclo de vida del producto.

- *Exploración*; la mayoría de destinos empezarán a recibir los turistas de forma no planificada, con solo un reducido número de turistas aventureros. Su gasto se dirigirá directamente a la economía local, aumentando su concienciación de los beneficios del turismo entre los residentes; es en definitiva la etapa de descubrimiento del destino.

- *Implicación*: es la implicación de los agentes locales en prestar servicios a los turistas, los residentes empezarán a ofrecer servicios para los turistas y con ello estimularán un incremento de la demanda al facilitar la llegada de los turistas. La característica principal de esta fase es que las llegadas de los turistas aumentarán rápidamente, los costes por cliente se reducirán debido probablemente a las economías de escala, los beneficios aumentarán y habrá un número creciente de turistas que imitarán a los exploradores iniciales.

- *Desarrollo*: es el periodo con la tasa de crecimiento más alta, tanto desde el punto de vista de la demanda como de la oferta.

- *Consolidación*: comienza tras un significativo periodo de crecimiento; el producto turístico se convertirá en más accesible al público, debido al mayor desarrollo y adaptación de las zonas turísticas a las necesidades del turista.

- *Estancamiento*: es la etapa más crítica porque desde este momento existe gran incertidumbre sobre el futuro del destino.

- *Post – estancamiento*: después de que el destino ha alcanzado el punto de estancamiento existen tres posibles alternativas: *Estabilización* (existe un intento de mantener el número de visitantes, el producto turístico no sufre cambios significativos), *Rejuvenecimiento* (el objetivo principal es mantener el número de visitantes y esto solo se puede hacer haciendo cambios en el producto), *Declive* (no se consigue un incremento o mantenimiento del número de turistas, la infraestructura deben ser rehabilitadas, el volumen de venta disminuirá, tendrán que reducir precios para mantener la cuota de mercado)

(Bigné, 2000)

**2.1.5. Demanda Turística:** Término económico que refleja la disposición de compra de un bien o servicio en función de su precio, o bien de la renta del sujeto. (Montaner, 1998.)

**2.1.6. Desarrollo Sostenible:** Tipo de desarrollo que satisface las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. (Jafari, 2000).

**2.1.7. Destino turístico:** Núcleo receptor de los flujos turísticos, dotado de oferta y recursos que confieren ciertos atractivos para demanda turística. (Montaner, 1998.)

Es un espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, infraestructura y servicios, con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos de planificación. Este espacio atrae a turistas con productos y servicios perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas por el turista. (Mincetur, 2012.)

Es un conjunto de recursos que generan una capacidad de atracción suficiente para inducir a un viajero a realizar los esfuerzos necesarios para desplazarse hasta él. (Ejarque, 2005)

Son combinaciones de productos turísticos, que ofrecen una experiencia integrada a los turistas. Se considera a los destinos turísticos como un área que presenta características reconocidas por los visitantes potenciales, las cuales justifican su consideración como entidad y atraen viajes al mismo, con independencia de las atracciones que existan en otras zonas. (Bigné, 2000)

**2.1.8. Estrategia:** es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión. En marketing dirigida a generar productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, con mayor efectividad que la competencia, a fin

de generar en el cliente lealtad hacia una empresa o una marca. (<http://es.wikipedia.org/wiki/estrategia>.)

**2.1.9. *Imagen de destino turístico:*** se define como la suma de creencias, ideas e impresiones que una persona tiene de éste. Representa la simplificación de un gran número de asociaciones derivadas de información recibida, como notas de prensa, noticias de televisión, películas de cine, entre otros. (Bigné, 2000)

Es una impresión general o el conjunto de impresiones individuales del turista sobre un determinado destino. La impresión global del turista se circunscribe a las principales cualidades del destino turístico. La imagen incluye la percepción personal de los múltiples componentes del destino turístico. (Femenía, 2011)

**2.1.10. *Importancia de la Imagen de Destino:*** en un mercado de consumo de masas la elección de un producto y su adquisición en detrimento de otro no dependen tanto de la utilidad de ese producto como de su imagen. Un comprador elige unos bienes y servicios sobre todo basándose en las sensaciones positivas que le crean y esas sensaciones derivan del mensaje que la imagen del producto es capaz de transmitir. Esta aproximación al consumo evidentemente es válida también para los destinos turísticos; hoy en día un destino turístico es también imagen, marca y notoriedad y por ello es fundamental trabajar intensamente en este aspecto si pretende ser competitivo. (Ejarque, 2005)

**2.1.11. *Percepción:*** Es la capacidad de recibir por medio de todos los sentidos, las imágenes, impresiones o sensaciones para conocer algo. También se puede definir como un proceso mediante el cual una persona, selecciona, organiza e interpreta los estímulos, para darle un significado a algo. Toda percepción incluye la búsqueda para obtener y procesar cualquier información. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Percepci%C3%B3n>)

Se define como percepción al proceso cognoscitivo a través del cual las personas son capaces de comprender su entorno y actuar en consecuencia a los impulsos que reciben; se trata de entender y organización los estímulos generados por el ambiente y darles un sentido. De este modo lo siguiente que hará el individuo será enviar una respuesta en consecuencia. Puede hacer mención también a un determinado conocimiento, a una idea o a la sensación interior que surge a raíz de una impresión material derivada de nuestros sentidos. (<http://definicion.de/percepcion/>)

**2.1.12. Promoción Turística:** Comunicar a los potenciales consumidores – turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas; en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino, visitarlo. (Ejarque, 2005)

Se refiere a los esfuerzos organizados, combinados de los organismos nacionales de turismo y/o de los negocios del sector turístico de una zona internacional, nacional o local para lograr el crecimiento del mismo mediante la maximización de la satisfacción de los turistas. De este modo, las organizaciones de turismo y las empresas esperan recibir los beneficios. (Acerenza, 2002)

**2.1.13. Proceso de Formación de la Imagen de un Destino:** La imagen de un destino se forma a través de un proceso perceptivo, constituyendo, por tanto, un concepto mental que se desarrolla sobre la base de una serie de impresiones resultantes de la exposición a múltiples fuentes de información, mayor en el caso del ámbito turístico. En el visitante se desarrolla esta imagen sin necesidad siquiera de haber visitado el destino, ya que a lo largo de su vida van acumulando información relacionada con factores históricos, políticos, económicos y sociales que van conformando su imagen sobre el susodicho destino. En definitiva, la información que se obtiene de un mensaje será la suma de todas las declaraciones relevantes que retiene el sujeto, tanto



provenientes de su interior, como del medio social en el que interactúa. (Ugarte, 2007)

**2.1.14. Turismo:** conjunto de técnicas y actividades encaminadas a traer y satisfacer las necesidades y motivaciones de los turistas en sus desplazamientos vacacionales. Por extensión, organización de los medios conducentes a facilitar estos viajes. De acuerdo con la nueva definición de la OMT. (Conferencia de Ottawa, 1993), por turismo se entiende el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocio y otros motivos, y no por motivos lucrativos. (Montaner, 1998).

**2.1.15. Turista:** Visitante temporal que permanece al menos 24 horas y menos de un año en el lugar de destino, distinto al de su lugar de residencia o entorno habitual (mismo país – turista nacional – otro país – turista internacional) donde efectúa una pernoctación como mínimo y no supera un año de estancia. Las finalidades de su viaje pueden ser por placer, distracción, vacaciones u otros, estudios religiosos, familiares, tránsito, etc.) (Montaner, 1998)

**2.1.16. Visitante:** es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario. (OMT, 2013)

## 2.2. ANTECEDENTES.

### 2.2.1. A Nivel Internacional.

*“Comparación de la imagen del destino turístico: Isla de Margarita. (Venezuela), por parte de los turistas nacionales e internacionales” (2009)*

desarrollada por la Licenciada Cristina Elena Marcano Lárez, al norte de Venezuela en el Mar Caribe y también perteneciente a este país se encuentra la Isla de Margarita, que desde los años ochenta fue conocida por el mercado internacional a raíz de las políticas de la moneda cambiaria, el cual consistió en la devaluación de la moneda nacional (bolívar) lo que generó que la Isla de Margarita se convirtiera en un destino muy económico para el mercado internacional, lo que en ese momento trajo como consecuencia la llegada de los primeros flujos de turistas canadienses. Fue así como sin que los margariteños se dieran cuenta, ya estaban con una cantidad de turistas en la isla, sin embargo ellos no se sentían preparados, pero comenzaron las construcciones de los hoteles, restaurantes y otros servicios al turismo.

Según el plan de marketing de la isla elaborado por el ente rector del turismo a nivel nacional como lo es en Perú el Ministerio de Turismo, afirmaba que el “sistema turístico venezolano presentaba en ese momento algunas debilidades preocupantes, tanto de carácter estructural como coyuntural. Entre las más significativas destacan: la carencia de una imagen clara, potente y diferenciada, debido a que la actividad turística en la isla surgió espontáneamente y no fue producto de actividades planificadas en el tiempo con objetivos específicos, trayendo como consecuencia la falta de una imagen de marca como destino. De allí surgió la necesidad de tener una imagen turística conocida, que luego se posicionó y finalmente logró la consolidación de este destino como uno de los mejores en el Caribe.

El objetivo principal de este trabajo fue analizar la Imagen Turística del Destino Isla de Margarita, desde el punto de vista tanto de los turistas nacionales como de extranjeros con el fin de comparar y establecer diferencias y semejanzas en las características de la misma.

Para ello esta investigación fue de carácter descriptivo, la cual presentó las opiniones de los turistas tanto nacionales como extranjeros sobre la imagen de la Isla de Margarita como destino turístico, también incluyó trabajo de campo, por cuanto los datos de los turistas fueron recogidos in situ. Se realizaron entrevistas no estructuradas a los diferentes organismos relacionados con la actividad turística de la Isla y se utilizó un cuestionario tipo encuesta como instrumento para la recolección de datos a los turistas.

El análisis de la encuesta a los turistas demostró la débil imagen del país bolivariano, dando como resultado la falta de un posicionamiento claro en la mente del consumidor. La imagen de Venezuela no está identificada con ningún concepto potente: las asociaciones más frecuentemente citadas - “playas” y “clima” – sólo son mencionadas por el 20% de los entrevistados. A pesar de que la mayoría de turistas muestran su satisfacción con su viaje a Venezuela, no sabían identificar ningún aspecto que destaque a la hora de definir los atributos con los que están más satisfechos.

La conclusión de este trabajo de acuerdo a los resultados del estudio son: no existen argumentos contundentes como para afirmar que la Isla de Margarita es considerada un destino turístico en el Caribe de sol y playa, pero que todavía no ha alcanzado prestigio internacional ya que los turistas internacionales consideran que hay mucha basura, poca información en el destino y quejas en algunos servicios turísticos.

***“Estudio de la Imagen de Destino Turístico y el Proceso Global de Satisfacción: Adopción de un Enfoque Integrador” (España, 2005)*** desarrollada por el Licenciado Héctor San Martín Gutiérrez, el objetivo global de este trabajo es el estudio de la imagen preconcebida del destino turístico y el proceso global de satisfacción del turista. Bajo este cometido se proponen otros objetivos más específicos tales como: Analizar la naturaleza de la imagen de destino turístico mediante la identificación de las distintas dimensiones que componen la imagen percibida a priori del destino

vacacional. Construir un modelo conceptual que integre la imagen preconcebida del destino turístico en el proceso global de satisfacción del turista. De esta forma, bajo una perspectiva cognitiva–afectiva, se pretende explicar el papel de la imagen en las etapas pre y postexperiencia turística, así como también las relaciones entre los distintos elementos del proceso global de satisfacción –juicios cognitivos, estados emocionales, satisfacción y lealtad del turista. Aportar un mayor conocimiento sobre la formación de la imagen, analizando la influencia que ejercen los factores estímulo y personales en la imagen preconcebida del destino turístico. Examinar la formación de las expectativas del turista identificando el peso que tienen la imagen de destino turístico, la experiencia pasada, la comunicación boca–oreja y la comunicación externa en la generación de las expectativas del individuo sobre su futura experiencia turística.

En las fases involucradas en el desarrollo de esta investigación, así como también el principal contenido de las mismas destacaron que la contrastación de las hipótesis establecidas se llevó a cabo mediante una investigación empírica de naturaleza tanto cualitativa como cuantitativa. La fase cualitativa se apoyó en varias reuniones de grupo y entrevistas en profundidad, garantizando un mejor desarrollo de la posterior fase cuantitativa. Esta última, se basó en la realización de un conjunto de encuestas personales, permitiendo la recopilación de un notable volumen de información que se sometió a diversos tratamientos estadísticos durante la fase de análisis.

El análisis descriptivo de las variables del modelo teórico se realizó segmentando la muestra. De este modo, se compararon las valoraciones de los turistas españoles y los turistas extranjeros para cada uno de los ítems definidos. Las diferencias entre las valoraciones medias de estos colectivos se contrastaron estadísticamente a través de la prueba T para muestras independientes.

Los resultados de esta Tesis Doctoral ponen de relieve un conjunto de implicaciones empresariales en torno a la promoción de los destinos y la gestión del proceso global de satisfacción del turista. En relación con la promoción, destacó inicialmente la identificación de las fortalezas y las debilidades de los destinos convirtiéndose en la principal preocupación para sus promotores. Las técnicas estructurada y no estructurada que midieron la imagen de destino en esta Tesis Doctoral fueron un instrumento muy útil para comprender los puntos fuertes y débiles del lugar en la mente de su público objetivo. Sobre la base de estos puntos, los responsables del destino debieron emprender un conjunto de acciones dirigidas a mantener sus fortalezas y a mejorar los atributos donde radicaban sus principales debilidades. Además, la utilización de ambas técnicas permitió identificar si la imagen que tenían realmente los turistas del destino coincidía o no con aquella que proyectaban sus promotores. La falta de concordancia entre las imágenes percibida y proyectada implicaría la necesidad de redefinir la estrategia de comunicación del destino turístico.

**“La Imagen del Destino Turístico La Habana. Diseño de un Instrumento de Medición” (Cuba, 2008)** desarrollada por la Licenciada Danay Bulnes Mann donde suscribe que La Habana, se encuentra en la provincia Ciudad de La Habana, capital de la República de Cuba. El destino turístico La Habana es un producto turístico eminentemente de ciudad, donde se realzan los valores patrimoniales, la cultura, el desarrollo científico en el campo de la medicina y la educación, los eventos e incentivos, la presencia del mar y su pueblo. Los principales mercados emisores de turistas al destino son: España, Italia, México, Francia, Alemania, Estados Unidos, Reino Unido y Canadá.

La inexistencia de un procedimiento estable y permanente para medir la imagen del destino La Habana, ha imposibilitado la realización de los análisis necesarios para mejorar la imagen percibida de este destino. Actualmente la Oficina de Turismo de La Habana e INFOTUR, la Dirección de Promoción y Comunicación y otras instancias del MINTUR; el Grupo SITA de la

Universidad de Oviedo; la Oficina Nacional de Estadísticas; el Instituto Nacional de Investigaciones Económicas, y el Centro de Estudios Turísticos (CETUR) de la Universidad de La Habana, realizaron anualmente un análisis de la demanda turística en La Habana donde, entre otras cosas, se estudia la imagen del destino turístico. Estos estudios se realizaron generalmente en los meses de junio y julio. Las zonas escogidas para la realización de la encuesta son: Aeropuerto “José Martí”, Playas del Este, Miramar, Vedado y Habana Colonial, por ser las zonas de mayor densidad de turistas y por haber centros de Información Turística (INFOTUR). Las encuestas que se aplicaron fueron en español, inglés, francés y alemán, pero a pesar de esto hubo la posibilidad de encuestar a turistas de cualquier nacionalidad.

Para el desarrollo de esta tesis se utilizaron los estudios de los años 2005 y 2006. Ya que sirven para dar una panorámica general del estado de la imagen del destino La Habana, percibida por los turistas de varios de sus principales mercados y algunos que se encuentran en desarrollo. La encuesta que se aplicó, a pesar de que tuvo como objetivo principal el estudio de la demanda turística en la capital, ciertas preguntas les permitió conocer el estado de algunas variables y dimensiones de la imagen del destino.

El resultado de estas encuestas arrojó que dentro de los aspectos que más valoran los turistas antes y después de visitar el destino, se encuentran la cultura, la historia, la seguridad, el pueblo y las playas. Es importante resaltar que estos elementos demostraron altos por cientos de satisfacción y de la existencia de una disconfirmación positiva, es decir, que el resultado percibido en las visitas estuvo en correspondencia con sus expectativas. A diferencia de esto, hay ciertos aspectos de la imagen del destino que no estuvieron acorde con sus expectativas, causando algunos altos niveles de insatisfacción, como es el caso de la relación calidad-precio, y la variedad y la calidad de la oferta comercial.

En conclusión, se abordaron los principales conceptos y fundamentos teóricos relacionados con la imagen de destino, la selección y la satisfacción de los turistas. Finalmente, los elementos que resultaron de mayor relevancia en el análisis de la imagen del destino turístico “La Habana” fueron, los valores histórico-culturales, la seguridad, y el carácter afable de la población, como fortalezas; y la mala relación calidad/precio, y la escasa variedad gastronómica y comercial, como debilidades.

### 2.2.2. A Nivel Nacional.

*“Identidad Competitiva y Desarrollo de Marca para la Ciudad de Arequipa” (2012, Documento de Gestión)*; realizado por los Licenciados en Turismo Otto Regalado, Carlos Berolatti, Gustavo Riesco y Roxana Martínez, donde hicieron un estudio que tuvo por objetivo evaluar la identidad competitiva de la ciudad de Arequipa y desarrollar una propuesta de marca ciudad. Con este propósito se hizo una serie de pasos como la revisión de los conceptos y los modelos existentes para el desarrollo de la marca ciudad; la determinación de la metodología más adecuada para explorar y describir las percepciones de los diversos grupos de interés sobre la identidad, la imagen y la identidad competitiva de la ciudad de Arequipa; la identificación del grupo de personas necesario para realizar el diagnóstico de la identidad competitiva y el desarrollo de la marca ciudad.

Se había recurrido también a la elaboración y el análisis de las Matrices de Evaluación de Factores Externos (EFE), Evaluación de Factores Internos (EFI) y Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) como herramientas de diagnóstico. El análisis de la ciudad incluyó el análisis interno y el análisis externo, a partir de los cuales se realiza luego el diagnóstico de la ciudad. El análisis interno considera el perfil de la ciudad, los elementos de identidad y la imagen actual de la ciudad.

El diagnóstico incluyó dos aspectos: la determinación de la imagen deseada, o aspiracional, y la elaboración de la matriz FODA; esto se realizó mediante

entrevistas a stakeholders y expertos, y de los resultados de las encuestas aplicadas a residentes, turistas y viajeros de negocios. Se trató de ver la visión preliminar que tiene la ciudad de su propio futuro, contrastada con aquella de los foráneos.

Se aplicó una encuesta a muestras seleccionadas de ciudadanos, visitantes por turismo y viajeros de negocios, con la finalidad de medir el valor de los componentes del hexágono de Anholt para ciudades. A partir de los resultados, cualitativos y cuantitativos, se procedió al análisis y el diagnóstico de la ciudad para determinar la identidad de la ciudad, la imagen actual y la imagen aspiracional, o visión de futuro.

En conclusión los diversos grupos de interés, asociaban a la ciudad con las palabras o las imágenes correspondientes a Arequipa como ciudad blanca y bonita, ciudad del Misti y volcanes, de campiña y paisajes, de historia y sillar.

### **2.2.3. A Nivel Local.**

En la región Amazonas, aún no se han realizado estudios de esta índole que puedan aportar a desarrollar adecuadamente el destino turístico Kuélap – Gocta. Es por ello que éste informe de tesis intenta ser un antecedente para futuras investigaciones y estudios que ayuden a crear y ejecutar planes de marketing acordes con la realidad del destino.

## **2.3. REALIDAD PROBLEMÁTICA.**

### **2.3.1. Planteamiento del Problema.**

La imagen de un destino turístico es importante porque depende mucho de los elementos invisibles que ésta proyecta, ayudando así a la selección y a la posterior visita del mismo. Se ha podido observar que en la promoción de destinos turísticos, uno de los pilares más importantes para poder establecer estrategias de marketing son los estudios que se realizan a la imagen de éstos, ya que ayudan a plantear objetivos que se acomodan a la realidad de cada



27 MAY 2015



destino y ayudan a direccionar el adecuado uso de la imagen como herramienta de marketing.

En los últimos años, la trascendencia de estos estudios se ha hecho muy importante ya que la imagen de los destinos turísticos juega un papel fundamental para establecer un impacto positivo en la mente del consumidor e incrementar las visitas a un determinado destino y por ende el desarrollo económico, social y cultural de cada región. De lo contrario si se forma un impacto negativo, para cambiar la imagen preconcebida es preciso el conocimiento y un análisis minucioso de la imagen actual del destino turístico ya que se caracteriza por su complejidad y su carácter multidimensional.

En la región Amazonas, el destino turístico Kuélap – Gocta está siendo promocionado por el sector público y privado; sin embargo, esta promoción se está realizando empíricamente; por lo tanto no hay ningún sustento que indique que están encaminados correctamente, esto se evidencia en la no existencia de un estudio de la imagen del destino que ayude a trabajar la promoción turística y mediante este proceso proponer estrategias de marketing pertinentes con la realidad regional, de aquí la necesidad de empezar a desarrollar estudios que fundamenten las inversiones de promoción turística.

Actualmente se ha hecho de lado los procedimientos que conlleva realizar la promoción de un destino turístico, ya sea por agilizar de algún modo el desarrollo de la actividad turística o por la falta de interés hacia temas que son de suma importancia que de hecho ayudan a organizar y direccionar mejor la construcción de una imagen sólida, independiente y que favorezca al destino; al observar esta problemática es que se plantea realizar un Estudio de la Imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta, aplicando instrumentos de evaluación de la imagen actual del destino.

### 2.3.2. Formulación del Problema.

¿Cuál es la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta según la percepción de los visitantes, región Amazonas 2013?

### 2.3.3. Justificación del Problema.

El conocimiento de la imagen que el turista tiene respecto al destino turístico presenta importantes alcances; es así que algunos destinos generan una imagen negativa o al contrario una imagen positiva que favorece al destino y que es difícil de borrar de la mente de las personas.

Para conocer la realidad en la que se encuentra la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta es muy importante un estudio de la imagen percibida ya que debe tenerse en cuenta que en la región aún no se ha realizado un estudio de esta índole que posibilitaría conocer las expectativas y la relación que genera la demanda turística para con el destino.

Además, la imagen del destino es un tema de gran interés y preocupación porque en el proceso de promoción de un destino es fundamental saber qué imagen refleja ante la demanda para conocer la posición competitiva del mismo. Al conocer cuál es la posición en la que se encuentra la imagen y al responder interrogantes servirá también como punto de partida para potenciar la demanda futura en virtud de la fidelización de los turistas. Finalmente, es necesario el presente estudio porque permitirá afrontar los problemas de promoción turística y servirá de base para formular la marca turística del destino.

Además de lo antes ya mencionado, el proyecto de tesis se justifica por las siguientes razones:

✎ **Relevancia Social:** En la actualidad se ha observado que el estudio y análisis de la imagen de los destinos turísticos no solamente le sirven al marketing sino también se configura como una herramienta que permitirá mejorar el desarrollo de la actividad turística de forma integral y

participativa. Y teniendo en cuenta la realidad de la dinámica turística en la región Amazonas, el estudio contribuirá a unificar los esfuerzos de promoción que finalmente responderán a las cualidades que comunican la imagen del destino, lo cual se revertirá en todo el ámbito socio – territorial que abarca el destino.

≠ **Implicancias Prácticas:** El análisis que se pretende realizar es de vital importancia ya que ayudará a la identificación y evaluación de la situación actual de la imagen del destino Kuélap – Gocta para que posteriormente se proponga las estrategias a implementar de manera conjunta y así lograr un desarrollo acorde con lo que requiere la demanda.

## **2.4. HIPÓTESIS.**

El análisis de la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta, permite conocer la imagen que posee dicho destino y que es percibida por los visitantes; pudiéndose tomar como punto de partida para las medidas pertinentes y más acordes a la realidad que pueda desarrollar el ente rector del turismo en la región mediante estrategias de planificación y promoción turística.

## **2.5. OBJETIVOS.**

### **2.5.1. Objetivo General.**

- Determinar la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta según la percepción de los visitantes, región Amazonas 2013.

### **2.5.2. Objetivos Específicos.**

- Diseñar el instrumento para el análisis de la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta.
- Validar el instrumento seleccionado para el análisis de la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta.
- Evaluar la imagen actual del destino turístico Kuélap – Gocta.



destino turístico Kuélap – Gocta en el periodo Enero – Diciembre 2012 (Demanda Histórica), que en total suman 27 948 personas según el Libro de Registro.

**- Muestra:**

La muestra se obtuvo a partir de la fórmula de muestreo estratificado, cuyo resultado fue de 374 encuestas en total, siendo aplicadas 293 encuestas a turistas nacionales (78.37%) y 81 encuestas a turistas extranjeros (21.63%) que se realizaron en el mes de Febrero, Marzo y Abril del 2014. A continuación se observa la aplicación de la fórmula.

$$n_0 = \frac{N p q}{\left(\frac{E^2}{Z^2}(N - 1)\right) + p q}$$

Dónde:

N = Población finita

p = probabilidad de que el caso ocurra

q = probabilidad de que el caso no ocurra

e = error muestral

Z = nivel de confianza

$$n_0 = \frac{(27948)(0.5)(0.5)}{\left(\frac{(0.05)^2}{(1.96)^2}(27948 - 1)\right) + (0.5)(0.5)} = 379$$

Factor de Corrección:

$$n_1 = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} = 374 \text{ encuestas}$$

Entonces:

$$n_i = \frac{n N_i}{N}$$

Reemplazando:

- **Nacionales:** 21 902 --- 78.37%

$$n_i = \frac{374 * 21\ 902}{27\ 948} = 293 \text{ encuestas}$$

- **Extranjeros:** 6 046 --- 21.63%

$$n_i = \frac{374 * 6\ 046}{27\ 948} = 81 \text{ encuestas}$$

### 3.4. Variables de Estudio.

*Variable Independiente:*

Percepción de los visitantes.

*Variable Dependiente:*

Imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta.

### 3.5. Métodos, Técnicas, Instrumentos y Procedimientos.

#### 3.5.1. Métodos.

- Método Descriptivo; sirvió para tener conocimiento y redactar la realidad tal como se presentó, según los resultados que se obtuvieron de la realización de las encuestas a los visitantes.
- Método Inductivo; los procedimientos inductivos que se utilizaron en la ejecución del presente proyecto son: la observación directa al realizar las encuestas el cual permitió obtener datos cualitativos que ayudaron a conocer y analizar la situación actual de la imagen del destino turístico Kuelap – Gocta.
- Método Deductivo: Se analizó y se interpretó la información recopilada en el trabajo de campo mediante las encuestas.
- Método Analítico: que permitió contrastar la hipótesis.

#### 3.5.2. Técnicas.

- Observación Directa, al realizar las encuestas a los visitantes.

- Observación Indirecta, a través de las imágenes y fotografías tomadas en las diferentes etapas de esta investigación (Validación de encuesta y realización de la encuesta).
- Análisis de Documentos, a través de los datos que arrojaron las encuestas.
- Focus Group, para la validación del instrumento para el análisis de la imagen del destino turístico Kuélap- Gocta.
- Encuesta; aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el destino turístico Kuelap – Gocta.

### **3.5.3. Instrumentos.**

- Fichas textuales y bibliográficas; que posibilitará el análisis del dato obtenido y realizar la comparación respectiva con la teoría revisada por la comprobación de la hipótesis.
- Entrevistas
- Cámara fotográfica; con la finalidad de captar imágenes elocuentes y fidedignas del trabajo de investigación.
- Guía de Entrevistas; para orientarse y seguir un orden sistemático de las entrevistas que se considere pertinente realizar en el trabajo de campo.

### **3.6. Análisis Estadísticos de los Datos.**

Los datos estadísticos se procesaron con el Software Microsoft Office Excel 2007; obteniéndose tablas de distribución de frecuencias, gráficos y tablas de doble entrada. Este análisis permitió detallar qué imagen perciben los visitantes del destino turístico Kuélap – Gocta en su permanencia en el mismo.

El informe de la investigación se realizó con el Software Microsoft Word 2007; que permite desarrollar un a uno los objetivos de la misma.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Diseño del Instrumento para el Análisis de la Imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta.

#### 4.1.1. Tipo de Instrumento.

Para llevar a cabo este trabajo se ha seleccionado la encuesta personal con preguntas mixtas, en términos generales la encuesta se define como un documento que ha de ser contestado por el público objetivo de la población estadística en estudio que recoge una serie de preguntas relativas a un ámbito concreto con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos (Femenía, 2010); para el presente caso: la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta percibida por los visitantes.

A través de la encuesta se obtiene información cuantitativa y cualitativa que ayudará a definir la imagen del destino turístico ya que mediante la experiencia y permanencia en éste el visitante emitirá opiniones y se conocerá cómo entiende el destino.

Asimismo, toda encuesta para su aplicación requiere de algunas técnicas que permitan su formalidad y sustento, es por ello que para la presente investigación la encuesta se basa en 02 técnicas tales como:

*a) Técnica estructurada:* También conocida como aproximación multi- atributo, se basa en la utilización de un conjunto de atributos relevantes del destino que son fijados de antemano por el investigador. Los atributos pueden definirse a través de estudios previos y complementarse mediante los resultados obtenidos en entrevistas, encuestas y/o focus group (Perelló, 2004). Estos atributos son valorados por los individuos tanto con experiencia previa como aquellos que solo disponen de información del destino a través de AA.VV, amigos y/o familiares, publicidad e Internet, a través de una escala previamente definida. En la utilización de esta técnica de medición de la imagen de destino, se emplean características tangibles vinculadas a los recursos turísticos del destino (Ruiz, Olarte e Iglesias,



1999), como atributos de naturaleza afectiva (Baloglu y McCleary, 1999; Kim y Richardson, 2003).

En primer lugar, se utiliza la técnica estructurada ya que resulta especialmente adecuada para medir la percepción de los atributos cognitivos y atributos afectivos que posee el destino, desde un punto de vista simple hasta lo más complejo y psicológico, esto ayuda a dar un panorama general de la imagen del destino turístico y permite ver en qué medida tiene trascendencia la promoción actual que se le da al mismo.

<b>TÉCNICA ESTRUCTURADA</b>	
<i>Atributos Cognitivos</i>	<i>Atributos Afectivos</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Flora y fauna:</i> por las especies endémicas que posee el destino.</li> <li>▪ <i>Recursos turísticos:</i> por la riqueza natural, histórica y arqueológica representada en los paisajes, cataratas, lagunas, cavernas, monumentos históricos, museos, entre otros.</li> <li>▪ <i>Habitantes:</i> por la amabilidad y hospitalidad de la población.</li> <li>▪ <i>Aventura:</i> el visitante puede vivir una experiencia única en el destino.</li> <li>▪ <i>Tranquilidad y seguridad:</i> a comparación de otros destinos es aún un factor que existe y es favorable en este destino.</li> <li>▪ <i>Servicios turísticos:</i> Contamos con servicios turísticos que son ofrecidos al turista y es fundamental para la actividad turística.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Positivos:</i> (contento, encantado, impresionado, sorprendido); se ha priorizado éstos atributos ya que son los que resumen y demuestran la satisfacción del visitante en el destino.</li> <li>▪ <i>Negativos:</i> (aburrido, descontento, desilusionado, enfadado); se ha priorizado éstos atributos ya que son los que resumen y demuestran el desagrado del visitante en el destino.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

**b) Técnica no estructurada:** La utilización de técnicas no estructuradas permite examinar la naturaleza compleja de la imagen de destino (Perelló, 2006). Se basa en la realización de libres descripciones acerca del destino que se obtienen generalmente mediante la formulación de preguntas abiertas. En la medida en que dicha técnica permite al individuo describir libremente sus impresiones acerca del lugar, se constituye como una metodología especialmente útil para medir los componentes holístico y único de la imagen percibida de un destino (Echtner y Ritchie, 1993).

Y en segundo lugar, se utiliza la técnica no estructurada ya que ayuda a conocer las dimensiones que el turista considera verdaderamente importantes y relevantes para formar la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta porque recoge todas las impresiones del individuo sobre el destino de una manera fidedigna y con sus propias expresiones, sin ser influenciados por agentes externos.

#### **4.1.2. Objetivo del Instrumento.**

El objetivo principal de este instrumento es:

Identificar el estado de algunas variables y dimensiones de la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta, recolectando datos acerca de la experiencia en el destino, la lealtad como predisposición a la visita y a la recomendación, la satisfacción con los servicios prestados a los visitantes, entre otros.

#### **4.1.3. Justificación del Instrumento Seleccionado.**

La inexistencia de un procedimiento estable y permanente para medir la imagen del destino Kuélap – Gocta, ha imposibilitado la realización de los análisis necesarios para mejorar la imagen percibida de este destino. Es por ello que se ha visto la necesidad de seleccionar un instrumento que permita recoger la opinión de los visitantes (turistas nacionales y extranjeros) al destino turístico Kuélap – Gocta de una manera directa y fácil entre encuestador y encuestado, además que se caracterice por su comodidad: la encuesta. Éste instrumento brinda ventajas tales como:

- *Flexibilidad:* el encuestador en un determinado momento puede pedir al encuestado que se extienda en alguna pregunta concreta, si lo considera oportuno.
- *Elevado índice de respuesta:* se obtiene mayor cooperación que con otros tipos de encuesta, ya que el encuestador se identifica, hace una breve introducción del tema a investigar y un factor importante es que la mayor parte de las preguntas son cerradas permitiendo mayor fluidez y rapidez al encuestar.
- *Existe poca influencia de terceras personas en las respuestas:* se plasma lo que el encuestado piensa y opina (pregunta – respuesta) y dichas respuestas suelen ser espontáneas y sinceras.
- *Permite obtener datos a través de la observación:* el encuestador mientras formula las preguntas va observando gestos, señas (comunicación no verbal). (Moreno, Gutiérrez y Coronado, 2005). Además el investigador será quien aplique la encuesta por lo que permitirá ir más allá de una simple respuesta.

#### 4.1.4. Construcción del Instrumento.

Para la elaboración de la encuesta se utiliza un cuestionario con preguntas mixtas (*Ver Anexo N°02*) ya que es la combinación de preguntas cerradas (alternativas fijas, para obtener información sobre los hechos y se utilizan para temas muy bien definidos) con preguntas abiertas (permite al encuestado responder con sus propias palabras y conocer los sentimientos, opiniones y experiencias generales), que generan en éste tipo de estudios mayor información para ser analizada y va de acuerdo a los objetivos de la investigación. (Femenía, 2010)

Para poder medir la imagen de destino a través de éste cuestionario es necesario dividirlo en tres partes bien diferenciadas entre sí:

- ✓ *Parte I*, contiene las variables socio demográficas que contribuyen a la clasificación de la muestra y recolecta variables tales como la permanencia en el destino y la duración de la misma; permite valorar la

opinión del visitante de acuerdo a la permanencia y justifica la sinceridad de las posteriores respuestas.

- ✓ **Parte II**, recoge un conjunto de variables anteriores a la experiencia turística, tales como la imagen percibida a priori del destino turístico, las expectativas o las motivaciones que primaron en la elección del destino, las fuentes de información que sirvieron de soporte para la decisión de viaje, entre otras.
- ✓ **Parte III**, incluye variables post – experiencia turística, entre las que se destacan la satisfacción de las expectativas, las emociones y la lealtad del turista para con el destino; que permite observar si la promoción turística que se realiza va acorde con la realidad vivida en la permanencia del visitante.

Donde se plantean las siguientes preguntas:

- La encuesta inicia con los Datos Sociodemográficos del encuestado, tales como el género, edad, ocupación, país y región; que al juicio de la autora son los que más influyen en la formación de la imagen de destino turístico.
- La pregunta N° 01: *¿Cuántos días ha permanecido en el destino turístico Kuélap – Gocta?*
  - a) De 1 a 2 días
  - b) De 3 a 4 días
  - c) De 5 a 7 días
  - d) De 8 días a más

Es necesaria para conocer el promedio de días de la estadía del visitante que permitirá medir el nivel de fiabilidad de los datos aportados por los encuestados.

- La pregunta N° 02: *¿Ha visitado anteriormente el destino turístico Kuélap – Gocta?*

- a) Si
- b) No

Evalúa la experiencia pasada (en caso de existir), tomándolo como un factor generador de familiaridad y expectativas del turista con el destino.

- La pregunta N° 03: *¿Cuántas veces ha viajado usted al destino turístico Kuélap – Gocta?*

- a) 1 vez
- b) 2 veces
- c) 3 veces
- d) Más de 3 veces

Permite ver la fidelización de los clientes para con el destino y el número aproximado de veces en que ha regresado al mismo.

- La pregunta N° 04: *¿Qué imagen tenía usted del destino turístico Kuélap – Gocta antes de conocerlo?*

- a) Lugar ecológico
- b) Lugar histórico cultural
- c) Lugar de descanso
- d) Lugar de negocios
- e) Lugar de diversión
- f) Lugar familiar
- g) Lugar de tradiciones religiosas
- h) Otra (especificar): \_\_\_\_\_

Permite conocer la imagen previa a la visita ya que mide los atributos cognitivos y los atributos afectivos que el visitante le atribuye al destino, además es importante para ver si se logran satisfacer las expectativas de dichas personas.

- La pregunta N° 05: *¿Cuál era la expectativa que tenía del destino turístico Kuélap – Gocta antes de llegar a este lugar?*

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Regular
- d) Malo
- e) Pésimo

Permite saber si las expectativas que poseía antes de la visita al destino eran positivas o negativas, ayudará también a medir la satisfacción de dichas expectativas o en caso todo caso demostrar si cambió la percepción de la imagen según la experiencia en el destino.

- La pregunta N° 06: *¿Ha oído en algún momento de amigos, familiares y/o conocidos información del destino turístico Kuélap – Gocta?*

- a) Si
- b) No

Permite establecer si existió comunicación externa de parientes cercanos que influyó en la decisión de visita al destino.

- La pregunta N° 07: *¿Le recomendaron visitar el destino?*

- a) Si
- b) No

Complementa a la pregunta N° 6, ya que permite conocer la influencia positiva o negativa que brinda la comunicación externa.

- La pregunta N° 08: *Indique otras fuentes a través de las cuales ha recibido información sobre el destino turístico Kuélap – Gocta.*

- a) Publicidad en medios masivos (prensa, radio, televisión)
- b) Material impreso (Guías turísticas, folletería)
- c) Internet (Página web, blogs, correos electrónicos, redes sociales)
- d) Agencia de Viajes

Ayuda a establecer otras fuentes de información formadoras la imagen previa del destino y es importante ya que se verá qué medio predomina para la promoción del destino.

- La pregunta N° 09: En general, *¿Cómo valora la información que ha recibido del destino turístico Kuélap – Gocta a través de las diferentes fuentes? (1= Muy negativo, 2= Negativo, 3= Regular, 4= Positivo, 5= Muy positivo)*

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Enfoca y permite al encuestado evaluar y estimar que tan positivo o que tan negativo fueron las fuentes de información antes mencionadas, de esta manera también podemos deducir la fiabilidad de las mismas.

- La pregunta N° 10: *Indique por favor, la importancia que ha concedido a cada una de las siguientes razones para realizar el viaje al destino turístico Kuelap – Gocta. (1= Muy poco importante, 2= Poco importante, 3=Importante, 4= Muy importante, 5= Realmente importante)*

Descansar/relajarme para aliviar el estrés	1	2	3	4	5
Escapar de la rutina diaria	1	2	3	4	5
Conocer nuevos lugares	1	2	3	4	5
Conocer su entorno natural y estar en contacto con este	1	2	3	4	5
Conocer su patrimonio Histórico cultural	1	2	3	4	5
Integrarme en la vida y las actividades de la gente local	1	2	3	4	5
Disfrutar del tiempo libre con mi familia y/o amigos	1	2	3	4	5
Buscar aventuras (senderismo, montañismo)	1	2	3	4	5
Buscar entretenimiento y diversión	1	2	3	4	5
Estar en contacto directo con la naturaleza	1	2	3	4	5

Permite conocer las principales motivaciones que ayudaron para que los visitantes tomen la decisión de elegir éste destino; se ha delimitado algunas razones que el encuestado puede valorar según su criterio desde lo que considera muy importante o lo que considera muy poco importante; esto apoyara el objetivo de establecer las particularidades que posee el destino.

- La pregunta N° 11: *¿Cuál es la ubicación geográfica que le otorga al Destino Turístico Kuélap – Gocta?*
  - a) Costa
  - b) Sierra
  - c) Ceja de Selva
  - d) Selva

Permite dar un panorama general de cómo está ubicado geográficamente el destino y dará un indicio de la imagen geográfica que se proyecta en los diferentes materiales promocionales y a través de los medios de comunicación.

- La pregunta N° 12: *Teniendo en cuenta su estadía actual en el destino turístico Kuélap – Gocta, indique en qué medida los siguientes aspectos son mejor, igual o peor de lo que esperaba. (1= Mucho peor de lo que esperaba, 2= Peor de lo que esperaba, 3= Exactamente lo que esperaba, 4= Mejor de lo que esperaba, 5= Mucho mejor de lo que esperaba)*

El atractivo de su entorno natural (paisajes, flora, fauna, cataratas, lagunas, cavernas)	1	2	3	4	5
Los atributos del destino (tranquilidad, hospitalidad, limpieza y seguridad)	1	2	3	4	5
Interés de su patrimonio cultural (monumentos históricos, museos, costumbres, festividades)	1	2	3	4	5
Calidad del servicio turístico del alojamiento	1	2	3	4	5
Calidad del servicio turístico de los restaurantes	1	2	3	4	5
Calidad del servicio turístico de las agencias de viajes	1	2	3	4	5



Calidad del servicio de guiado	1	2	3	4	5
Calidad del servicio del transporte terrestre	1	2	3	4	5
Infraestructura Vial	1	2	3	4	5
Facilidades turísticas (señalética, conectividad interna)	1	2	3	4	5
Su experiencia en general	1	2	3	4	5

Permite establecer si las expectativas en cuanto a planta turística, el atractivo, accesibilidad y seguridad han sido satisfechas según el criterio de evaluación del encuestado; al mismo tiempo éstas ayudan conocer las debilidades que aún no permiten crear una imagen sólida y una satisfacción integral al visitante.

- La pregunta N° 13: *Indique por favor 03 características que usted le atribuye al destino turístico Kuélap – Gocta.*

Permite conocer las particularidades que hacen distinto y único al destino y que los turistas le atribuyen, es fundamental porque al saber qué imagen refleja ante el visitante se podrá plantear más adelante estrategias que ayuden a fidelizar a los visitantes, de esta manera se creará una imagen sólida de acuerdo a las expectativas y preferencias de cada persona.

- La pregunta N° 14: *¿Qué atracciones y características considera únicas o distintivas del destino turístico Kuélap – Gocta?*

Permite medir qué hace único o distinto al Destino Turístico Kuélap – Gocta según la valoración de los visitantes; se realiza la pregunta abierta ya que trata de medir los afectos de cada encuestado que plasmados con sus propias palabras podrán demostrar qué es lo que les impresionó, además ayuda principalmente como herramienta para los posteriores proyectos de promoción turística.

- La pregunta N° 15: *Indique por favor con qué frecuencia ha experimentado las siguientes emociones positivas y negativas durante*

*su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta. (1= Nunca, 2= Casi nunca, 3= A veces, 4= Casi siempre, 5= Siempre)*

Contento	1	2	3	4	5
Encantado	1	2	3	4	5
Impresionado	1	2	3	4	5
Sorprendido	1	2	3	4	5

Aburrido	1	2	3	4	5
Descontento	1	2	3	4	5
Desilusionado	1	2	3	4	5
Enfadado	1	2	3	4	5

Permite medir las emociones que primaron y sobresalieron ante todo, desde su llegada al destino hasta el fin de su estadía. Sobre todo brindará respuestas importantes para conocer la parte psicológica del visitante (turistas nacionales y extranjeros) y que también es importante en la formación de la imagen del destino.

- La pregunta N° 16: *Indique por favor, la opinión que tiene respecto a su experiencia actual en el destino turístico Kuélap – Gocta. (1= Total desacuerdo, 2= Desacuerdo, 3= Ni de acuerdo y ni desacuerdo, 4= De acuerdo, 5= Total de acuerdo)*

He disfrutado durante mi estancia actual en el destino Turístico Kuelap – Gocta.	1	2	3	4	5
Mi elección del destino Turístico Kuelap – Gocta fue acertada.	1	2	3	4	5
Estoy satisfecho con mi experiencia actual en el destino Turístico Kuelap – Gocta.	1	2	3	4	5
Kuélap – Gocta es el destino turístico que yo necesitaba.	1	2	3	4	5

Permite medir el nivel de satisfacción del visitante de un modo integral ya que ayuda a establecer si la promoción turística que se realiza está de acuerdo a la realidad vivida por el visitante.

- La pregunta N° 17: *Indique, por favor, la probabilidad que concede a las siguientes intenciones. (1= Muy improbable, 2= Improbable, 3= Ni improbable ni probable, 4= Probable, 5= Muy probable)*

Intentaré volver al destino Kuelap – Gocta en los próximos años.	1	2	3	4	5
Tras mi experiencia actual, creo que visitaré de nuevo el destino turístico Kuélap – Gocta en el futuro.	1	2	3	4	5
Animaré a mis familiares y amigos a que visiten en algún momento el destino turístico Kuélap – Gocta.	1	2	3	4	5
Recomendaría el destino turístico Kuélap – Gocta si alguien me pidiera consejo.	1	2	3	4	5

Permite medir el compromiso o lealtad del visitante con el destino ya que se plantea la posibilidad de volver a visitarlo o de que recomienden a familiares, amigos o conocidos visitar el destino.

#### 4.1.5. Escala de Medición del Instrumento.

El diseño de la encuesta que se propone, está basado en ejemplos de encuestas que se han realizado a visitantes de otros destinos turísticos de países europeos y de Centro América. El diseño de esta encuesta tiene en cuenta las condiciones y características del destino turístico Kuélap – Gocta y utiliza una escala Likert o Diferencial Semántico de Cinco Posiciones ya que en la mayoría de las investigaciones, cuando se evalúan actitudes y opiniones se suele utilizar la escala de Likert.

- ❖ **La Escala de Likert:** Es una escala psicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios y es la escala de uso más amplio en encuestas para la investigación, principalmente en ciencias sociales. (Sánchez, 1998)
- ❖ **Para la elaboración de la escala Likert:** es necesario tener en cuenta que es un método de escala bipolar que mide tanto el grado positivo como neutral y negativo de cada enunciado. Al ser una escala que mide actitudes, es importante que pueda aceptar que los visitantes tendrán

actitudes favorables, desfavorables o neutras a las preguntas y situaciones que se planteen con respecto al destino turístico, lo cual es perfectamente normal en términos de información porque permitirá tener más detalles de la imagen del destino turístico Kuélap - Gocta.

❖ **Escala de Valores:** La escala de Likert es de nivel ordinal y se caracteriza por ubicar una serie de frases seleccionadas en una escala con grados de acuerdo/desacuerdo. Estas frases, a las que es sometido el entrevistado, están organizadas en recuadros y tienen un mismo esquema de reacción, permitiendo que el entrevistado aprenda rápidamente el sistema de respuestas. (Sánchez, 1998). Normalmente hay 5 posibles respuestas o niveles de acuerdo o desacuerdo; en la presente investigación se tomará en cuenta 5 niveles posibles de respuesta de la siguiente manera:

Para la pregunta N° 9 (En general, *¿Cómo valora la información que ha recibido del destino turístico Kuélap – Gocta a través de las diferentes fuentes?*) se utilizará la siguiente escala:

1	Muy Negativo
2	Negativo
3	Regular
4	Positivo
5	Muy Positivo

Para la pregunta N° 10 (*Indique por favor, la importancia que ha concedido a cada una de las siguientes razones para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta.*) se utilizará la siguiente escala:

1	Muy poco importante
2	Poco importante
3	Importante
4	Muy importante
5	Realmente importante

Para la pregunta N° 12 (*Teniendo en cuenta su estadía actual en el destino turístico Kuélap – Gocta, indique en qué medida los siguientes aspectos son mejor, igual o peor de lo que esperaba.*) se utilizará la siguiente escala:

1	Mucho peor de lo que esperaba
2	Peor de lo que esperaba
3	Exactamente lo que esperaba
4	Mejor de lo que esperaba
5	Mucho mejor de lo que esperaba

Para la pregunta N° 15 (*Indique por favor, con qué frecuencia ha experimentado las siguientes emociones positivas y negativas durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta.*) se utilizará la siguiente escala:

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

Para la pregunta N° 16 (*Indique por favor, la opinión que tiene respecto a su experiencia actual en el destino turístico Kuélap – Gocta.*) se utilizará la siguiente escala:

1	Total desacuerdo
2	Desacuerdo
3	Ni de acuerdo ni desacuerdo
4	De acuerdo
5	Total de acuerdo

Para la pregunta N° 17 (*Indique, por favor, la probabilidad que concede a las siguientes intenciones*) se utilizará la siguiente escala:

1	Muy improbable
2	Improbable
3	Ni improbable ni probable
4	Probable
5	Muy probable

❖ **Ventajas:** La principal ventaja que tiene este método es que todos los sujetos coinciden y comparten el orden de las expresiones. Esto se debe a que el mismo Likert (psicólogo creador de esta escala) procuró dotar a los grados de la escala con una relación de muy fácil comprensión para el entrevistado.

#### 4.1.6. Público Objetivo.

Con el objetivo de realizar un estudio fiable, se debe proceder a definir bien el público objetivo; para ello la población está conformada por el 100% de turistas que visitaron el Complejo Arqueológico Kuélap en el periodo Enero – Diciembre 2012 (Demanda Histórica), que en total suman 27 948 personas según el Libro de Registro; por lo tanto la muestra que representa el público objetivo para esta investigación es tomada a partir de la fórmula de muestreo estratificado, cuyo resultado fue de 374 encuestas en total, el cual se subdivide en:

- Turistas extranjeros: Quienes serán un total de 81 encuestados.
- Turistas nacionales: Quienes serán un total de 293 encuestados.

Se toma dicha muestra porque el Complejo Arqueológico Kuélap se configura como el atractivo más importante del destino turístico Kuélap – Gocta, además es la única fuente de datos confiable en la región Amazonas.

Los visitantes encuestados deberán ser aquellos que se encuentren en un momento dado en el destino turístico Kuélap – Gocta, que sean mayores de 18 años y que lleven al menos de uno a dos días en el destino.

#### **4.1.7. Espacio de Aplicación.**

La encuesta será aplicada a los visitantes que se encuentren en el destino turístico Kuélap – Gocta, destino que abarca todo el valle del Alto Uctubamba involucrando así a las provincias de Bongará, Luya y Chachapoyas desde el sector Pedro Ruiz hasta Leymebamba (*Ver Anexo N°01*); los cuales serán captados en Agencias de Viajes, hospedajes, restaurantes y en las oficinas de información turística ya que esto facilitará y aminorará el tiempo para tomar las encuestas.

#### **4.2. Validación del Instrumento para el Análisis de la Imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta.**

Como en toda investigación los instrumentos de medición deben cumplir con condiciones mínimas de validez y confiabilidad, a partir de la selección y diseño de la encuesta que permite analizar la imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta se procedió a validar el instrumento mediante juicio de expertos. Según Ruiz (1998), la validez de instrumentos de recolección de datos se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir, ya que se evalúa evidencias relacionadas con el contenido y el criterio.

El instrumento fue sometido a juicio de un panel de expertos, a fin de revisar los ítems según su pertinencia, descartando aquellos que no conlleven al análisis del destino turístico; el instrumento debía ser validado por lo menos por tres (03) especialistas como mínimo. Para ello se realizó una reunión en la cual se tenía que exponer el tipo de instrumento seleccionado para la investigación, el propósito del instrumento, las ventajas que ofrecía, las partes en las que estaba dividida y el número de preguntas, la escala de medición que se iba a utilizar, el público objetivo y el espacio de aplicación de la encuesta.

##### **4.2.1. Selección de Expertos.**

Para realizar la selección de expertos para la validación del instrumento se tomó en cuenta a aquellas personas que se mantienen trabajando en la

actividad turística, la mayoría representantes de instituciones, asociaciones y empresas que tengan contacto diario con la realidad que se plantea investigar; entre ellos: representantes de la Dirección Regional de Comercio Exterior y turismo, licenciados en turismo y presidentes de las principales Asociaciones de Turismo.

#### 4.2.2. Invitación para Reunión de Validación del Instrumento para el Análisis de la Imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta.

Para llevar a cabo la reunión de validación, se emitió una Carta Múltiple dirigida a los catorce (14) expertos seleccionados (*Ver anexos N° 03 y N° 04*), se adjuntó la encuesta para que con anticipación pueda ser revisado y de esta manera los invitados tuviesen una noción de lo que se iba a investigar; días posteriores se pasó a recibir las confirmación de asistencia de los expertos. Los invitados fueron:

NOMBRE	CARGO	INSTITUCIÓN
Manuel Cabañas López	Director Regional	DIRCETUR Amazonas
Freddy Manolo Gómez López	Director de Turismo	DIRCETUR Amazonas
Antonio Serván Picón	Presidente	CARETUR Amazonas
Rocio Sánchez Chávez	Supervisora	iPerú Chachapoyas
Mario Torrejón Arellanos	Presidente	AHORA
Oscar Von Bischoffshausen	Presidente	ADOTUR
Manuel Abanto Zegarra	Presidente	AGOTUR
Maritza Revilla Bueloth	Decano	UNTRM - Amazonas
José Llaja Soplín	Vicepresidente	AGOTUR
Carlo Magno Inga Galoc	Administrador	Agencia de Viajes Amazon Expedition
Beatriz Triozon	Asesora Internacional en Turismo Rural	Programa de Desarrollo Rural Sostenible



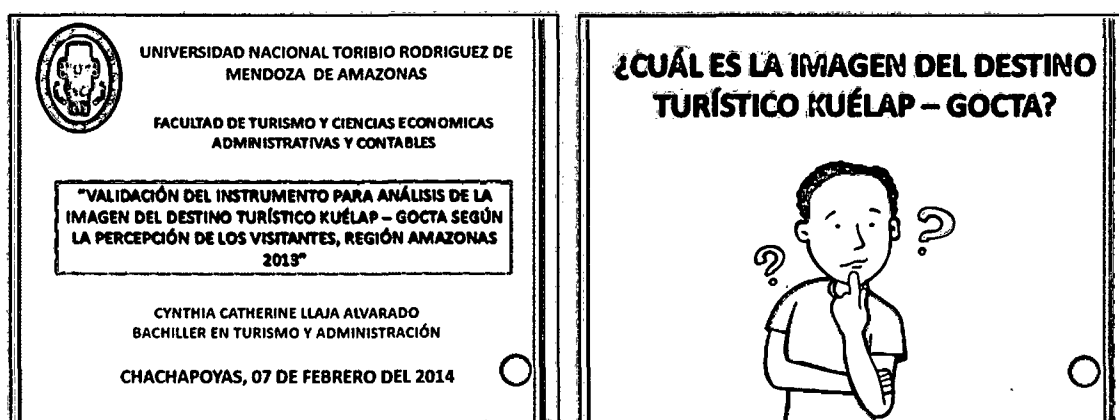
<b>Lynn Karin Mendoza Zuta</b>	Directora de Escuela Profesional de Turismo	UNTRM - Amazonas
<b>Luis Lenin Servan Poquioma</b>	Decano	Colegio de Licenciados en Turismo de Amazonas

Fuente: Elaboración propia.

La reunión se acordó realizarla el viernes 07 de febrero del 2014 a las 04:00 en punto de la tarde en las instalaciones del Museo Étnico Religioso e Histórico de Santa Ana de la ciudad de Chachapoyas.

#### 4.2.3. Reunión de Validación del Instrumento para el Análisis de la Imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta.

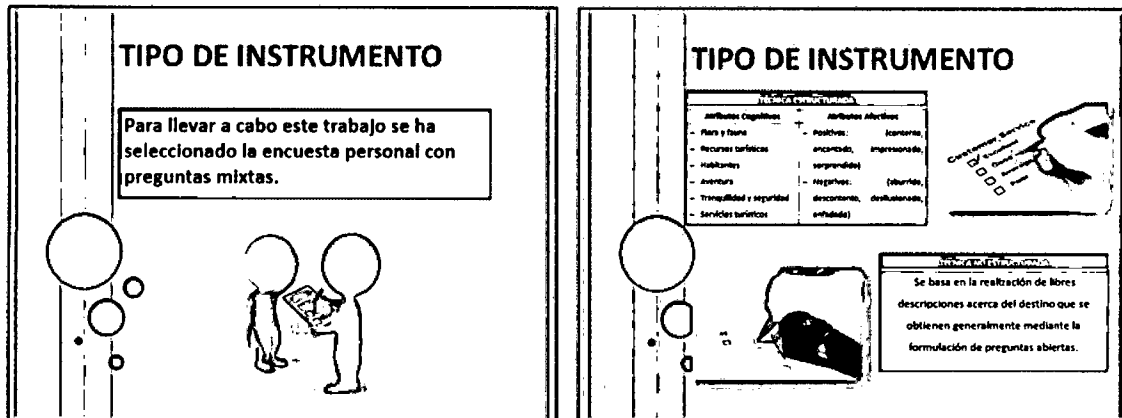
Reunidos los expertos en la fecha, hora y lugar indicado; la reunión se inició brindándoles a cada uno una carpeta con las diapositivas impresas que se iban a exponer y una hoja donde podían anotar sus opiniones y sugerencias que al finalizar iban a ser recogidas para poder escribir el acta correspondiente, seguidamente se dio el saludo respectivo a los presentes y se empezó a explicar el motivo de la reunión, como se muestra a continuación:



Fuente: Elaboración propia.

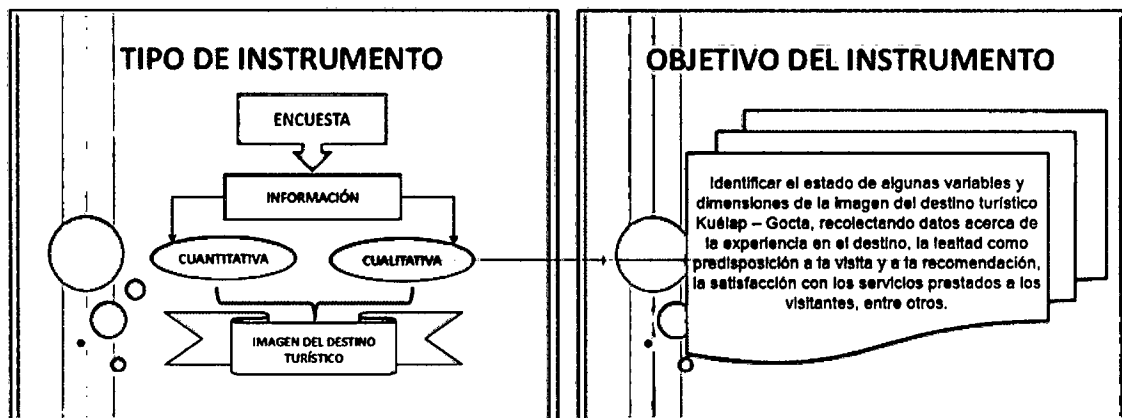
Se explicó a los presentes que la reunión a la cual habían sido convocados era por motivo de que se estaba llevando a cabo una investigación en manera de tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Turismo y

Administración, donde el tema central es el Análisis de la imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta. Se le preguntó a cada uno cuál era la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta y se les comentó que aún no existe este tipo de estudio en la región por lo que se vio la necesidad de realizar y desarrollar el tema.



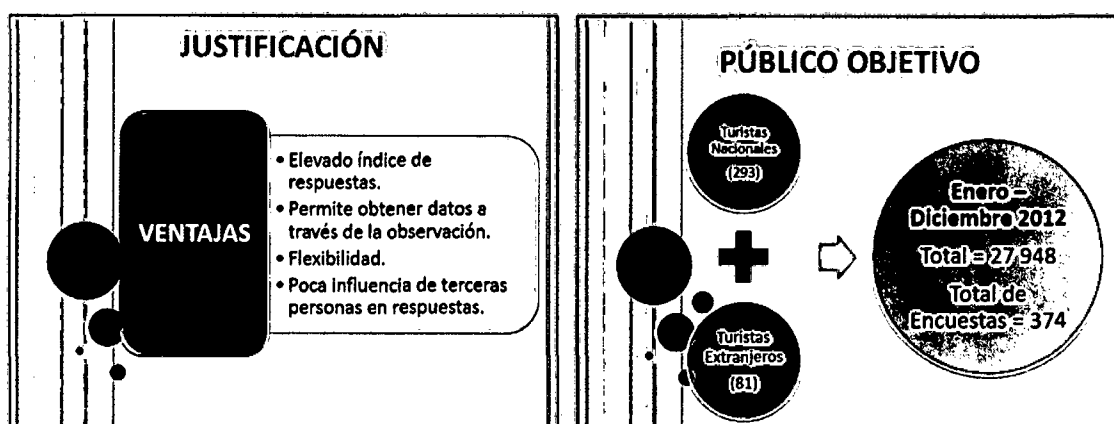
Fuente: Elaboración propia.

Seguidamente se mencionó que para llevar a cabo este trabajo se ha seleccionado la encuesta personal con preguntas mixtas ya que combina la Técnica Estructurada y la Técnica No Estructurada.



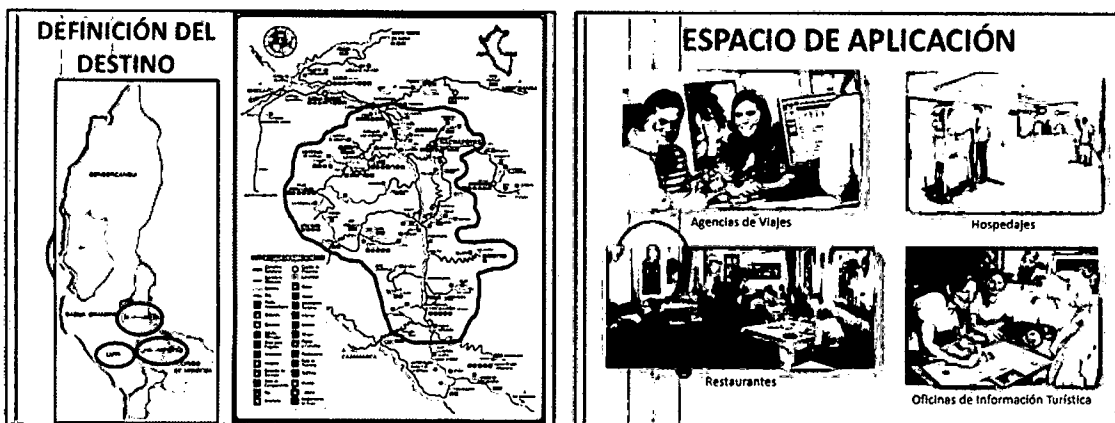
Fuente: Elaboración propia.

Se sustentó que la encuesta facilita información tanto cuantitativa y cualitativa que permitirá saber y analizar la imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta. Además el objetivo principal del instrumento es: Identificar el estado de algunas variables y dimensiones de la imagen del destino turístico, recolectando datos acerca de la experiencia en el destino, entre otros.



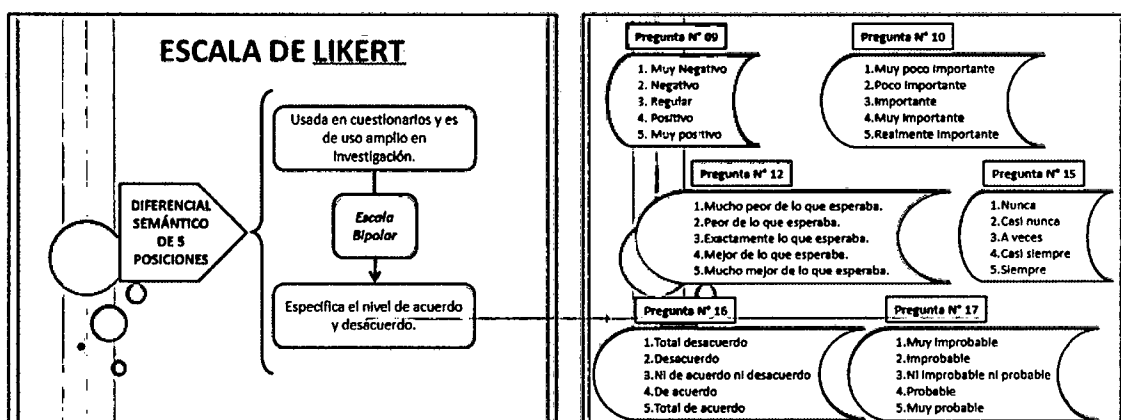
Fuente: Elaboración propia.

Se mencionó las ventajas que brinda la utilización de la encuesta como instrumento para la investigación, en los cuales se resaltó que al utilizar la encuesta hay un elevado índice de respuestas, permite obtener datos a través de la observación, es flexible y existe poca influencia de terceras personas en las respuestas. Asimismo se explicó que el público objetivo serían turistas nacionales y turistas extranjeros que permanecen en el destino turístico más de dos días para que de esta manera la información sea más precisa y fidedigna.



Fuente: Elaboración propia.

Se determinó que el destino abarca todo el valle del Alto Uctubamba involucrando así a las provincias de Bongará, Luya y Chachapoyas desde el sector Pedro Ruiz hasta Leymebamba, se mencionó que las encuestas que se aplicarán son en español, sin embargo pueden ser aplicadas a turistas de cualquier nacionalidad. Se les explicó que los turistas serían captados en Agencias de Viajes, hospedajes, restaurantes y en oficinas de información turística ya que esto facilitaría y aminoraría el tiempo para tomar las encuestas.



Fuente: Elaboración propia.

Con estas diapositivas se explicó que la Escala que se iba a utilizar en la encuesta es la de Likert, llamada también Diferencial Semántico de cinco posiciones ya que se usa frecuentemente en este tipo de investigaciones y que especifica el nivel de acuerdo y desacuerdo de una persona. Se especificó a

los presentes que preguntas se planteaban con esta escala, dentro de las cuales se encuentran las preguntas 09, 10, 12, 15, 16 y 17.

CONSTRUCCIÓN DEL INSTRUMENTO	
<b>I PARTE</b>	• Contiene las variables socio demográficas.
<b>II PARTE</b>	• Recoge el conjunto de variables anteriores a la experiencia turística.
<b>III PARTE</b>	• Incluye variables post – experiencia turística.

I PARTE	
CONOCER EL PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	
<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Género: _____</li> <li>&gt; Edad: _____</li> <li>&gt; Ocupación: _____</li> <li>&gt; País de procedencia: _____</li> <li>Ciudad _____</li> </ul>	<p>1. ¿Cuántos días ha permanecido en el destino turístico Kuélap – Gocta?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) De 1 a 2 días</li> <li>b) De 3 a 4 días</li> <li>c) De 5 a 7 días</li> <li>d) De 8 días a más</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la construcción del instrumento se mencionó las tres partes en las que se ha dividido la encuesta; la I Parte contiene las variables socio demográficas, la II Parte contiene el conjunto de variables anteriores a la experiencia turística del visitante y la II Parte incluye variables después de la experiencia turística. Seguidamente se expuso una a una las preguntas del cuestionario, la primera pregunta dará datos sobre la permanencia, especificando los días que pasan los turistas en el destino.

I PARTE	
CONOCER EL PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	
<p>2. ¿Ha visitado anteriormente el destino turístico Kuélap – Gocta?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Si</li> <li>b) No</li> </ul>	<p>3. ¿Cuántas veces ha viajado usted al destino turístico Kuélap – Gocta?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) 1 vez</li> <li>b) 2 veces</li> <li>c) 3 veces</li> <li>d) Más de 3 veces</li> </ul>

II PARTE	
CONOCER SUS OPINIONES DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP – GOCTA "ANTES DE REALIZAR ESTE VIAJE"	
<p>4. ¿Qué imagen tenía usted del destino turístico Kuélap – Gocta antes de conocerlo? (Marcar solo una opción)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Lugar ecológico</li> <li>b) Lugar histórico cultural</li> <li>c) Lugar de descanso</li> <li>d) Lugar de negocios</li> <li>e) Lugar familiar</li> <li>f) Lugar de tradiciones religiosas</li> <li>g) Otra (específica): _____</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia.

En la segunda y tercera pregunta se les explicó que servían para ver la fidelización del visitante con el destino; en la pregunta cuatro perteneciente a

la segunda parte se les indicó que trata de dar a conocer cuál es la imagen preconcebida que tiene el visitante del destino y que facilitaría más adelante para hacer una comparación de la imagen antes de conocer el destino y después de conocer el destino.

**II PARTE** CONOCER SUS OPINIONES DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP – GOCTA "ANTES DE REALIZAR ESTE VIAJE"

5. ¿Cuál era la expectativa que tenía del destino turístico Kuélap – Gocta antes de llegar a este lugar?

a) Excelente  
b) Buena  
c) Regular  
d) Malo  
e) Pésimo

6. ¿Ha oído en algún momento de amigos, familiares y/o conocidos información del destino turístico Kuélap – Gocta?

a) Si  
b) No

**II PARTE** CONOCER SUS OPINIONES DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP – GOCTA "ANTES DE REALIZAR ESTE VIAJE"

7. ¿Le recomendaron visitar el destino?

a) Si  
b) No

8. Indique otras fuentes a través de las cuales ha recibido información sobre el destino turístico Kuélap – Gocta.

a) Publicidad en medios masivos (prensa, radio, televisión)  
b) Material impreso (Guías turísticas, folletería)  
c) Internet (Página web, blogs, correos electrónicos, redes sociales)  
d) Agencia de Viajes

Fuente: Elaboración propia.

En las siguientes preguntas se explicó que se trata de analizar la información que recibió el visitante de personas cercanas a su entorno y si hubo recomendación en los comentarios que tomó, además se hace que el visitante indique otras fuentes de información por las cuales supo del destino turístico.

**II PARTE** CONOCER SUS OPINIONES DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP – GOCTA "ANTES DE REALIZAR ESTE VIAJE"

9. En general, ¿Cómo valora la información que ha recibido del destino turístico Kuélap – Gocta a través de las diferentes fuentes? (1= Muy negativo, 2= Negativo, 3=Regular, 4= Positivo, 5= Muy positivo)

1 | 2 | 3 | 4 | 5

**II PARTE** CONOCER SUS OPINIONES DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP – GOCTA "ANTES DE REALIZAR ESTE VIAJE"

10. Indique por favor, la importancia que ha concedido a cada una de las siguientes razones para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta. (1= Muy poco importante, 2= Poco importante, 3=Importante, 4= Muy importante, 5= Realmente importante)

Descansar/relajarse para aliviar el estrés	1	2	3	4	5
Escapar de la rutina diaria	1	2	3	4	5
Conocer nuevos lugares	1	2	3	4	5
Conocer su entorno natural y estar en contacto con este	1	2	3	4	5
Conocer su patrimonio Histórico cultural	1	2	3	4	5
Integrarme en la vida y las actividades de la gente local	1	2	3	4	5
Disfrutar del tiempo libre con mi familia y/o amigos	1	2	3	4	5
Buscar aventuras (senderismo, montañismo)	1	2	3	4	5
Buscar entretenimiento y diversión	1	2	3	4	5
Estar en contacto directo con la naturaleza	1	2	3	4	5

Fuente: Elaboración propia.

Se explicó a los presentes que la pregunta 09 trata de que el visitante de un valor a la información en general que recibió de las diferentes fuentes para

saber si es positivo o negativo. Por otro se lado comentó la pregunta 10 dará un la razón más poderosa por la que el visitante decide visitar el destino turístico Kuélap – Gocta.

**III PARTE**

**CONOCER SUS OPINIONES DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP – GOCTA TENIENDO EN CUENTA "SU ESTANCIA ACTUAL"**

11. ¿Cuál es la ubicación geográfica que le otorga al Destino Turístico Kuélap – Gocta?

a) Costa  
b) Sierra  
c) Ceja de Selva  
d) Selva

**III PARTE**

**CONOCER SUS OPINIONES DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP – GOCTA TENIENDO EN CUENTA "SU ESTANCIA ACTUAL"**

12. Teniendo en cuenta su estadía actual en el destino turístico Kuélap Gocta, indique en qué medida los siguientes aspectos son mejor, igual o peor de lo que esperaba (1= Mucho peor de lo que esperaba, 2= Peor de lo que esperaba, 3= Exactamente lo que esperaba, 4= Mejor de lo que esperaba, 5= Mucho mejor de lo que esperaba)

El atractivo de su entorno natural (paisajes, flora, fauna, cascadas, lagunas, cavernas)	1	2	3	4	5
Los atributos del destino (tranquilidad, hospitalidad, limpieza y seguridad)	1	2	3	4	5
Interés de su patrimonio cultural (monumentos, hitos, museos, costumbres, festividades)	1	2	3	4	5
Calidad del servicio turístico del alojamiento	1	2	3	4	5
Calidad del servicio turístico de los restaurantes	1	2	3	4	5
Calidad del servicio turístico de las agencias de viajes	1	2	3	4	5
Calidad del servicio de guiado	1	2	3	4	5
Calidad del servicio del transporte terrestre	1	2	3	4	5
Infraestructura Vial	1	2	3	4	5
Facilidades turísticas (señalética, conectividad interna)	1	2	3	4	5
Su experiencia en general	1	2	3	4	5

Fuente: Elaboración propia.

Seguidamente se expuso la tercera parte en donde la pregunta 11 tratará de conocer qué ubicación geográfica tiene el destino turístico para el visitante, además se mencionó que la pregunta 12 trataba de saber en la experiencia actual del visitante cómo califica cualitativamente los servicios turísticos del destino.

**III PARTE**

**CONOCER SUS OPINIONES DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP – GOCTA TENIENDO EN CUENTA "SU ESTANCIA ACTUAL"**

13. Indique por favor tres (03) características que usted le atribuye al destino turístico Kuélap – Gocta:

◆ .....

◆ .....

◆ .....

14. ¿Qué atracciones y características considera únicas o distintivas del destino turístico Kuélap – Gocta?

• .....

• .....

• .....

• .....

**III PARTE**

**CONOCER SUS OPINIONES DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP – GOCTA TENIENDO EN CUENTA "SU ESTANCIA ACTUAL"**

15. Indique por favor con qué frecuencia ha experimentado las siguientes emociones positivas y negativas durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta (1= Nunca, 2= Casi nunca, 3= A veces, 4= Casi siempre, 5= Siempre):

Contento	1	2	3	4	5	Aburrido	1	2	3	4	5
Enchantado	1	2	3	4	5	Descontento	1	2	3	4	5
Impresionado	1	2	3	4	5	Desilusionado	1	2	3	4	5
Sorprendido	1	2	3	4	5	Enfadado	1	2	3	4	5

Fuente: Elaboración propia.

Luego se explicó que la pregunta 13 y 14 son claves en la encuesta ya que con ellas se conoce las características comparativas y características únicas

que posee el destino turístico. Por otro lado la pregunta 15 demostraría las emociones positivas y negativas del visitante durante su estancia.

**III PARTE**

**CONOCER SUS OPINIONES DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP – GOCTA TENIENDO EN CUENTA "SU ESTANCIA ACTUAL"**

16. Indique por favor, la opinión que tiene respecto a su experiencia actual en el destino turístico Kuélap – Gocta. (1= Total desacuerdo, 2= Desacuerdo, 3= Ni de acuerdo ni desacuerdo, 4= De acuerdo, 5= Total de acuerdo)

He disfrutado durante mi estancia actual en el destino Turístico Kuélap – Gocta.	1	2	3	4	5
Mi elección del destino Turístico Kuélap – Gocta fue acertada.	1	2	3	4	5
Estoy satisfecho con mi experiencia actual en el destino Turístico Kuélap – Gocta.	1	2	3	4	5
Kuélap – Gocta es el destino turístico que yo necesitaba.	1	2	3	4	5

**III PARTE**

**CONOCER SUS OPINIONES DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP – GOCTA TENIENDO EN CUENTA "SU ESTANCIA ACTUAL"**

17. Indique, por favor, la probabilidad que concede a las siguientes intenciones (1= Muy improbable, 2=Improbable, 3=Ni improbable ni probable, 4=Probable, 5=Muy probable)

Intentaré volver al destino Kuélap – Gocta en los próximos años.	1	2	3	4	5
Tras mi experiencia actual, creo que visitaré de nuevo el destino turístico Kuélap – Gocta en el futuro.	1	2	3	4	5
Animaré a mis familiares y amigos a que visiten en algún momento el destino turístico Kuélap – Gocta.	1	2	3	4	5
Recomendaré el destino turístico Kuélap – Gocta si alguien me pidiere consejo.	1	2	3	4	5

Fuente: Elaboración propia.

Se sustentaron las dos últimas preguntas 16 y 17 que sirven para conocer visitas futuras al destino o si recomendarían a familiares, amigos y conocidos, es decir, se sabrá la fidelización del visitante con el destino.

Al terminar de exponer el contenido y sustento del instrumento se pasó a la fase de preguntas y sugerencias, donde cada experto daba su punto de vista y para terminar la reunión se recogió las hojas de sugerencias. Finalmente minutos después se procedió a leer y firmar el Acta de Validación donde se concluía que después de haber sometido a juicio de un panel de expertos el instrumento para analizar la imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta, por unanimidad es validado (Ver Anexos N° 05 y N° 06). En días posteriores se procedió a realizar las encuestas a los visitantes.



### 4.3. Evaluación de la Imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta.

#### 4.3.1. Encuesta Realizada a Turistas Extranjeros.

Teniendo en cuenta las encuestas aplicadas a los 81 turistas extranjeros según muestra, los resultados son los siguientes:

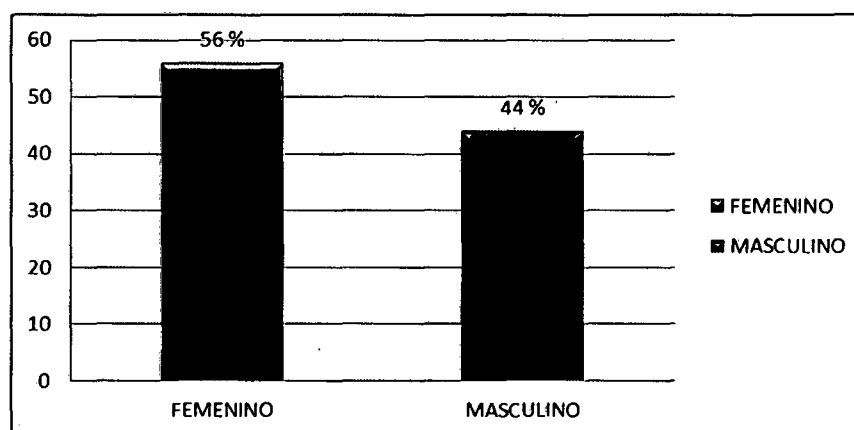
**Tabla N° 01: Género**

Género	Fi	Fi%
Femenino	45	56%
Masculino	36	44%
Total	81	100%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 01: Género**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el Gráfico N° 01 se observa de las personas encuestadas: el 56% pertenecen al género femenino y el 44% pertenecen al género masculino. Sin embargo, varones y mujeres han tenido predisposición para contestar las preguntas de la encuesta.

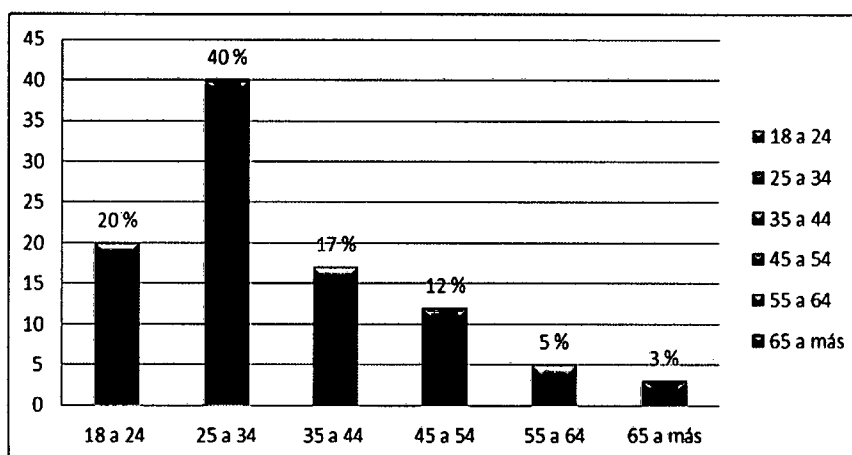
**Tabla N° 02: Edad**

Edades	Fi	Fi%
18 a 24	16	20%
25 a 34	35	43%
35 a 44	14	17%
45 a 54	10	12%
55 a 64	4	5%
65 a más	2	3%
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 02: Edad**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 02 se observa de las personas encuestadas: el 20% están entre las edades de 18 a 24 años que en casi en su totalidad son estudiantes que visitan el destino en vacaciones; el 40% están entre las edades de 25 a 34 años ya que es el segmento que más visita el destino turístico Kuélap – Gocta, además es el segmento más asequible y predispuesto a responder las interrogantes de la encuesta; el 17% están entre las edades de 35 a 44 años, son aquellos turistas que visitan los lugares principales del destino; el 12% están entre las edades de 45 a 54 años que suelen ser aquellos turistas que viajan por cuenta propia y buscan lugares naturales; el 5% están entre las

edades de 55 a 64 años y el 3% están entre las edades de 65 años a más, estos dos últimos segmentos son de menor incidencia debido a que está conformado por personas que visitan lugares cercanos, que les brinden facilidades turísticas y que no demanden mucho esfuerzo físico.

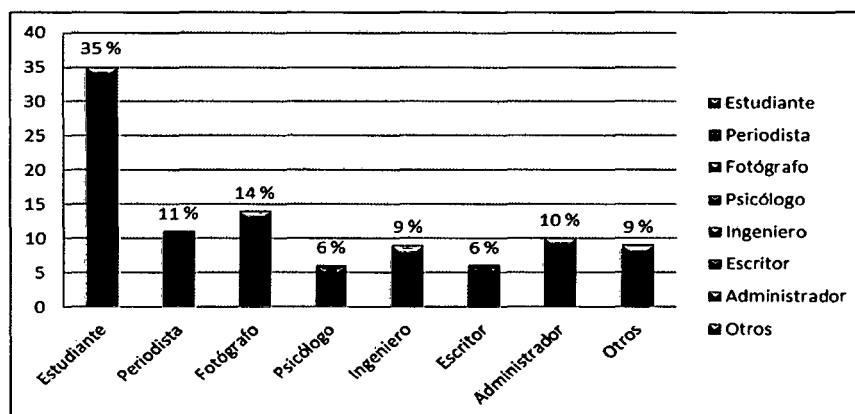
**Tabla N° 03: Ocupación**

Ocupación	Fi	Fi%
<b>Estudiante</b>	28	35%
<b>Periodista</b>	9	11%
<b>Fotógrafos</b>	12	14%
<b>Psicólogo</b>	5	6%
<b>Ingeniero</b>	7	9%
<b>Escritor</b>	5	6%
<b>Administrador</b>	8	10%
<b>Otros</b>	7	9%
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 03: Ocupación**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 03 se puede apreciar de las personas encuestadas: el 35% representa a Estudiantes, segmento que más visita el destino turístico Kuélap – Gocta, además es el segmento que disfruta de las Rutas de Trekking y opta

por viajar por cuenta propia; el 11% representa a Periodistas que están en busca de nuevos destinos en el norte del Perú; el 14% representa a Fotógrafos que optan visitar el destino turístico Kuélap – Gocta por la amplia variedad de flora y fauna; el 6% representa a Psicólogos que ven al destino como una opción para relajarse; el 9% representa a Ingenieros quienes ven al destino como un destino tranquilo y llamativo por su peculiar clima; el 6% representa a Escritores quienes usualmente tienen blogs de viajeros en internet o en otros casos son aquellos que realizan publicaciones sobre destinos que poseen riqueza arqueológica y natural como el destino turístico Kuélap – Gocta; el 10% representa a Administradores que son aquellos turistas que visitan el destino turístico en compañía de familiares y optan por usar los servicios de las agencias de viajes; el 9% representa a otras profesiones como enfermero, artesano, niñera, geólogo y jubilado, este segmento visita el destino turístico Kuélap – Gocta como complemento a su viaje a destinos de la Selva o destinos de la Costa Norte del Perú ya que lo consideran como nuevo.

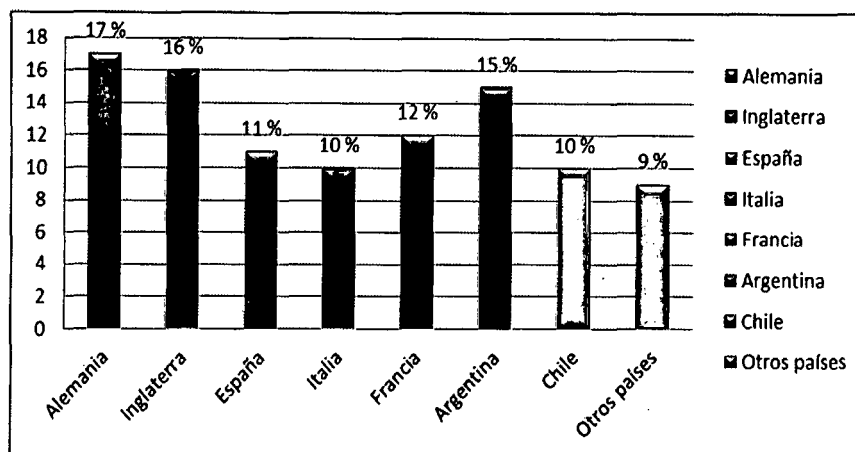
**Tabla N° 04: País de procedencia**

País	Fi	Fi%
<b>Alemania</b>	14	17%
<b>Inglaterra</b>	13	16%
<b>España</b>	9	11%
<b>Italia</b>	8	10%
<b>Francia</b>	10	12%
<b>Argentina</b>	12	15%
<b>Chile</b>	8	10%
<b>Otros países</b>	7	9%
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 04: País de procedencia**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 04 se puede apreciar de las personas encuestadas: el 17% representa a las personas procedentes de Alemania; el 16% representa a las personas procedentes de Inglaterra; el 11% representa a las personas procedentes de España; el 10% representa a las personas procedentes de Italia; el 12% representa a las personas procedentes de Francia; el 15% representa a las personas procedentes de Argentina; el 10% representa a las personas procedentes de Chile; el 9% representa a las personas procedentes de otros países (Canadá, Bélgica, Estados Unidos, Holanda, Australia, Polonia y Suiza). Se observa el notorio crecimiento de visitantes procedentes de países europeos, esto se debe a que son personas que prefieren las caminatas y las Rutas de Trekking y ven como una buena opción visitar el destino turístico Kuélap – Gocta ya que les ofrece posibilidades para realizar sus viajes por cuenta propia, además estos visitantes se caracterizan por informarse acerca del destino antes de visitarlo; en los intervalos de menor porcentaje se encuentran los países de América Latina y otros países europeos, son aquellos turistas que llegan al destino por primera vez y algunos son personas que visitan el destino como complemento de viaje ya que les sirve como punto de conexión para ir a Ecuador y a la Selva del Perú.

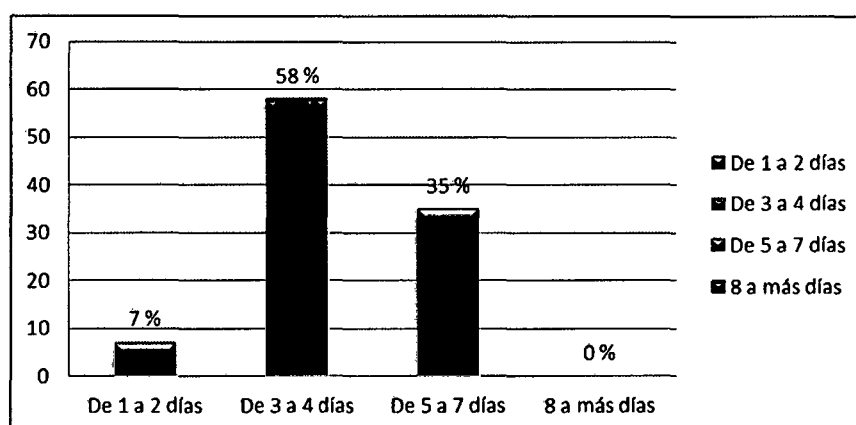
**Tabla N° 05: Permanencia de Turistas Extranjeros en el destino turístico Kuélap – Gocta.**

Permanencia	Fi	Fi%
De 1 a 2 días	6	7%
De 3 a 4 días	47	58%
De 5 a 7 días	28	35%
De 8 días a más	-	-
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 05: Permanencia de Turistas Extranjeros en el destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 05 se puede apreciar de las personas encuestadas: el 7% representa a las personas cuya permanencia en el destino es de 1 a 2 días ya que dichos turistas toman al destino como punto de conexión hacia otras regiones como San Martín, Loreto, Cajamarca o incluso países como Ecuador, por otro lado prefieren visitar solo los atractivos principales porque muchos al llegar al destino turístico Kuélap – Gocta cuentan con pocos días para disfrutar de toda la variedad ofrece el mismo; el 58% representa a las personas cuya permanencia en el destino es de 3 a 4 días ya que para visitar los principales atractivos turísticos del destino turístico Kuélap – Gocta tales como la Zona Arqueológica Monumental Kuélap, Catarata Gocta, Sarcófagos

de Karajía y Cavernas de Quiocta toman un día cada uno así sean visitados por cuenta propia o mediante los servicios de una agencia de viajes; el 35% representa a las personas cuya permanencia en el destino es de 5 a 7 días debido a que son aquellos turistas que han rentado un automóvil o una moto para movilizarse en nuestro país, además se caracterizan por tomarse más tiempo para visitar con tranquilidad los atractivos turísticos y prefieren los atractivos naturales donde puedan realizar largas caminatas y donde puedan acampar.

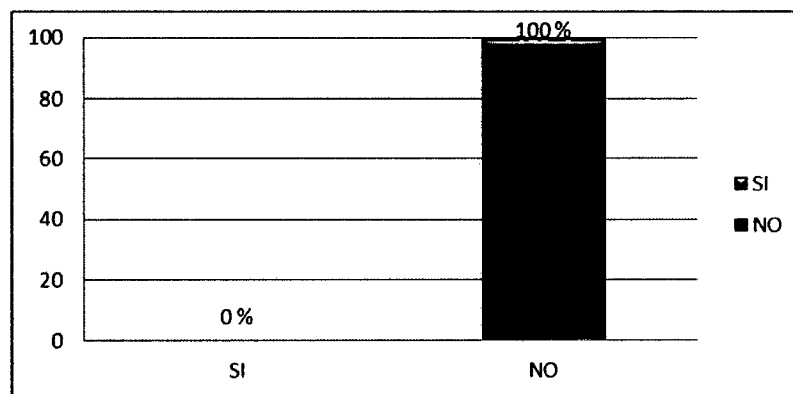
**Tabla N° 06: Visitas anteriores de Turistas Extranjeros al destino turístico Kuélap – Gocta.**

Visitas anteriores	Fi	Fi%
SI	0	0%
NO	81	100%
Total	81	100%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 06: Visitas anteriores de Turistas Extranjeros al destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 06 se observa de la población encuestada: El 100% representa a las personas que no visitaron anteriormente el destino ya que para los turistas extranjeros el destino es nuevo y al mismo tiempo la mayoría

de turistas extranjeros tratan de visitar los principales atractivos turísticos en la primera visita y ya no regresan.

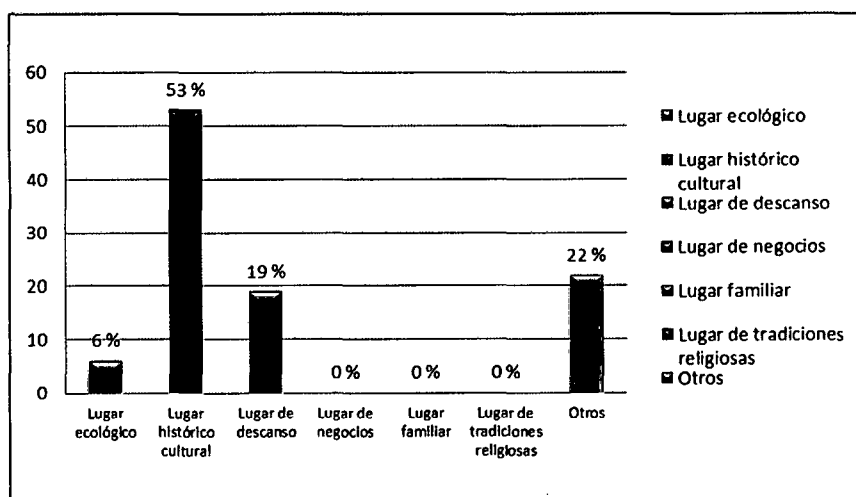
**Tabla N° 07: Imagen que tenía el Turista Extranjero del destino turístico Kuélap – Gocta antes de conocerlo.**

Imagen del destino antes de conocerlo	Fi	Fi%
Lugar ecológico	5	6%
Lugar histórico cultural	43	53%
Lugar de descanso	15	19%
Lugar de negocios	0	0%
Lugar familiar	0	0%
Lugar de tradiciones religiosas	0	0%
Otros	18	22%
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 07: Imagen que tenía el Turista Extranjero del destino turístico Kuélap – Gocta antes de conocerlo.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 07 se observa de la población encuestada: el 6% representa a las personas que antes de conocer el destino turístico Kuélap – Gocta tenían



la imagen de Lugar Ecológico ya que muchos turistas extranjeros creen que el destino turístico está ubicado en la región Selva; el 53% representa a las personas que antes de conocer el destino turístico Kuélap – Gocta tenían la imagen de Lugar Histórico Cultural, es el intervalo de mayor porcentaje ya que según la opinión de los encuestados la mayoría llegan al destino sólo para visitar el principal atractivo: Zona arqueológica Monumental Kuélap, debido a la información que reciben en los diferentes medios de comunicación comentan más acerca de las zonas arqueológicas y patrón arquitectónico propios de la cultura Chachapoya; el 19% representa a las personas que antes de conocer el destino turístico Kuélap – Gocta tenían la imagen de Lugar de Descanso ya que según los encuestados es uno de los mejores destinos que ofrecen tranquilidad y seguridad al visitante, lo cual ayuda a relajarse y a visitar los diferentes atractivos sin necesidad de preocuparse por la integridad física; el 22% representa a las personas que antes de conocer el destino turístico Kuélap – Gocta tenían Otra imagen diferente a las propuestas en la encuesta tales como: Lugar Natural, Lugar Paisajístico ya que los encuestados afirman que el destino posee atractivos turísticos arqueológicos que se hacen una muy buena amalgama con la naturaleza y hacen único al destino.

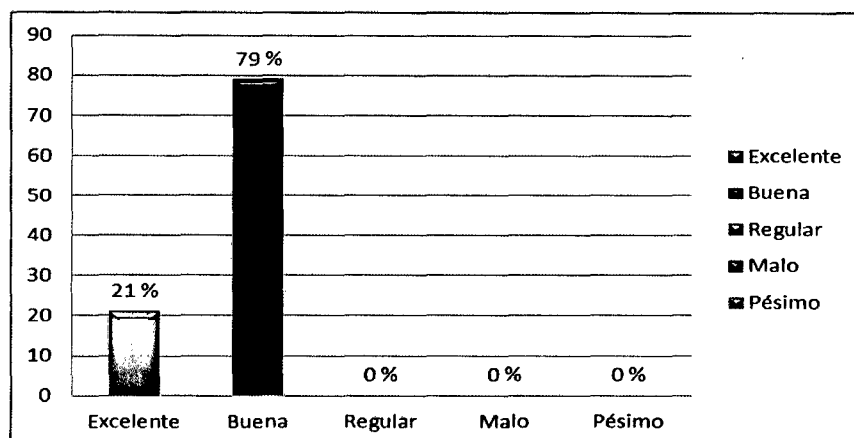
**Tabla N° 08: Expectativa que tenía el Turista Extranjero del destino turístico Kuélap – Gocta antes de llegar.**

Expectativas	Fi	Fi%
<b>Excelente</b>	17	21%
<b>Buena</b>	64	79%
<b>Regular</b>	0	0%
<b>Malo</b>	0	0%
<b>Pésimo</b>	0	0%
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 08: Expectativa que tenía el Turista Extranjero del destino turístico Kuélap – Gocta antes de llegar.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 08 se observa de la población encuestada: el 21% representa a las personas que antes de conocer el destino turístico Kuélap – Gocta tenían una Excelente expectativa del mismo debido a que la información que han recibido les describe el rico patrimonio cultural y natural que posee y de las facilidades que existen para visitar cada atractivo; el 79% representa a las personas que antes de conocer el destino turístico Kuélap – Gocta tenían una Buena expectativa del mismo ya que afirman que han buscado información, la misma que lo describe como un destino tranquilo, de diversos paisajes y de gente acogedora.

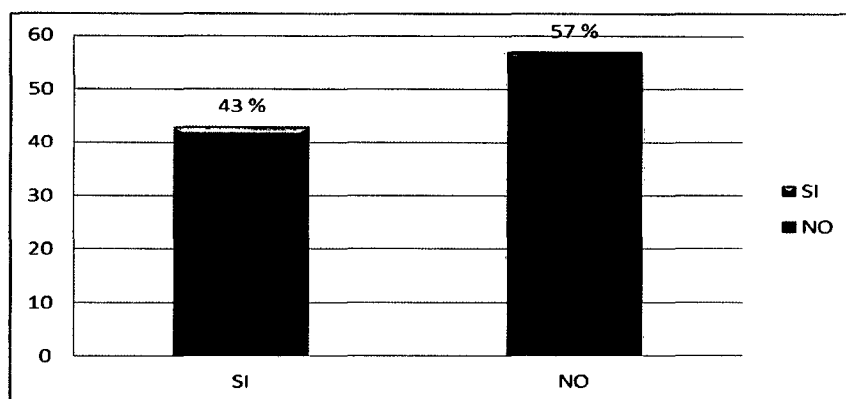
**Tabla N° 09: Turistas Extranjeros que han oído en algún momento de amigos, familiares y/o conocidos información del destino turístico Kuélap – Gocta.**

Información del destino	Fi	Fi%
SI	35	43%
NO	46	57%
Total	81	100%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 09: Turistas Extranjeros que han oído en algún momento de amigos, familiares y/o conocidos información del destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 09 se observa de la población encuestada: el 43% representa a las personas que afirman haber oído en algún momento de amigos, familiares y/o conocidos información del destino turístico Kuélap – Gocta debido a que suelen buscar opiniones de terceros que ya han estado en el destino para tomar una decisión de viaje, aunque también suelen viajar por cuenta propia son aquellas personas que buscan visitar lugares nuevos y que tengan abundante naturaleza; el 57% representa a las personas que afirman no haber oído en algún momento de amigos, familiares y/o conocidos información del destino turístico Kuélap – Gocta debido a que por iniciativa personal buscan información acerca de nuevos lugares diferentes a los del sur del Perú y son aquellos que disfrutan viajar por cuenta propia.

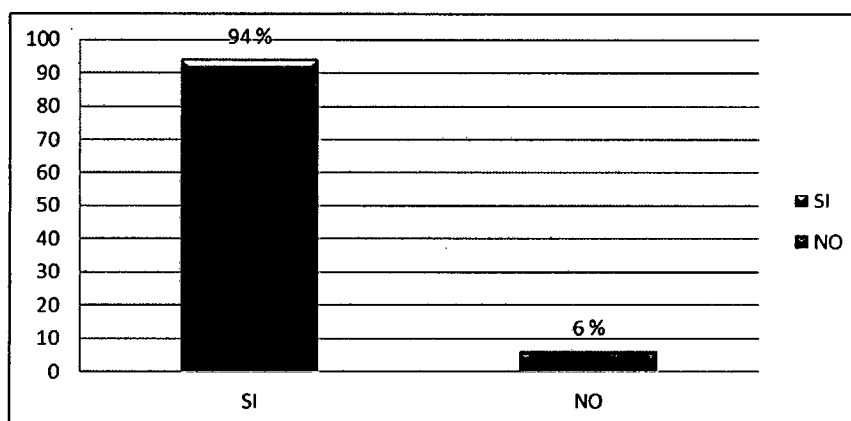
**Tabla N° 10: Turistas Extranjeros a quienes les recomendaron visitar el destino turístico Kuélap – Gocta.**

	Fi	Fi%
SI	33	94%
NO	2	6%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 10: Turistas Extranjeros a quienes les recomendaron visitar el destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 10 se observa de las 35 personas que recibieron información de amigos, familiares y/o conocidos: al 94% si les recomendaron visitar el destino turístico Kuélap – Gocta ya que prefieren la recomendación de personas cercanas como familiares o amigos antes de tomar la decisión de viaje, de esta manera se aseguran que el lugar a visitar es de su completo agrado o es el lugar que buscan; por otro lado al 6% no les recomendaron visitar el destino turístico Kuélap – Gocta ya que fue la primera vez que lo conocieron estando ya en el Perú.

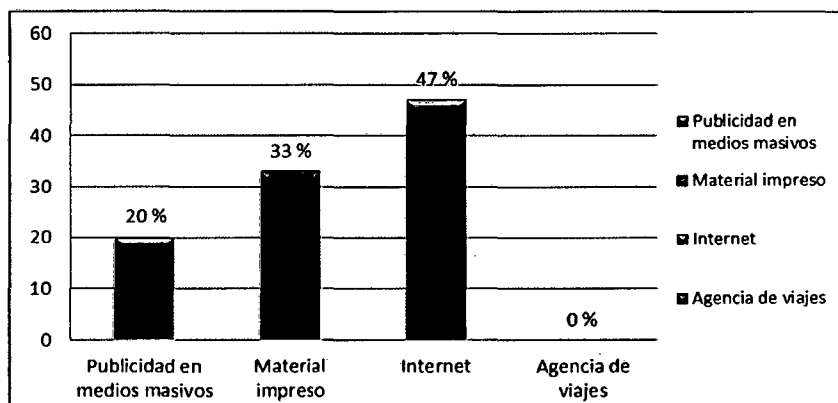
**Tabla N° 11: Otras fuentes a través de las cuales el Turista Extranjero ha recibido información sobre el destino turístico Kuélap – Gocta.**

Otras fuentes	Fi	Fi%
Publicidad en medios masivos	16	20%
Material impreso	27	33%
Internet	38	47%
Agencia de viajes	0	0%
Total	81	100%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 11: Otras fuentes a través de las cuales el Turista Extranjero ha recibido información sobre el destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 11 se observa de la población encuestada: el 20% representa a las personas que indicaron como otra fuente a través de la cual ha recibido información sobre el destino turístico Kuélap – Gocta a la Publicidad en medios masivos tales como televisión y prensa mediante spots publicitarios y/o reportajes; el 33% representa a las personas que indicaron como otra fuente a través de la cual ha recibido información sobre el destino turístico Kuélap – Gocta al Material impreso mediante guías turísticas y folletería distribuidas en su país; un 47% representa a las personas que indicaron como otra fuente a través de la cual ha recibido información sobre el destino turístico Kuélap – Gocta a Internet ya sea mediante blogs de viajeros, redes sociales y páginas web.

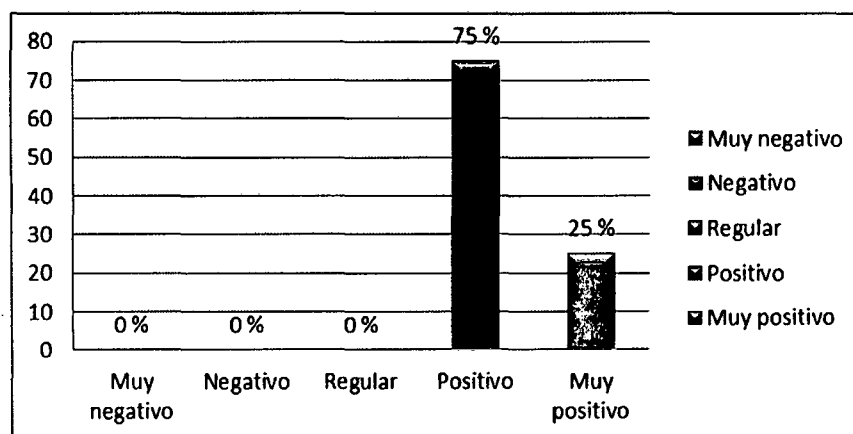
**Tabla N° 12: Valoración de la información recibida por los turistas extranjeros a través de las diferentes fuentes acerca destino turístico Kuélap – Gocta.**

	Fi	Fi%
<b>Muy negativo</b>	0	0%
<b>Negativo</b>	0	0%
<b>Regular</b>	0	0%
<b>Positivo</b>	61	75%
<b>Muy positivo</b>	20	25%
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 12: Valoración de la información recibida por los turistas extranjeros a través de las diferentes fuentes acerca destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 12 se observa de la población encuestada: el 75% representa a las personas que indican como Positiva la información recibida del destino turístico Kuélap – Gocta a través de las diferentes fuentes; el 25% representa a las personas que indican como Muy Positiva la información recibida del destino turístico Kuélap – Gocta a través de las diferentes fuentes. Los visitantes que indican como Positiva y Muy Positiva la información recibida

acerca del destino se debe a que tomaron recomendaciones de visitar el destino por su seguridad, tranquilidad, gente amable y la variedad de atractivos que posee, además según su opinión es un destino que no está muy repleto de turistas y pueden ser disfrutados en su totalidad.

**Tabla N° 13: Importancia concedida por los Turistas Extranjeros a las siguientes razones para realizar el viaje al destino turístico Kuelap – Gocta.**

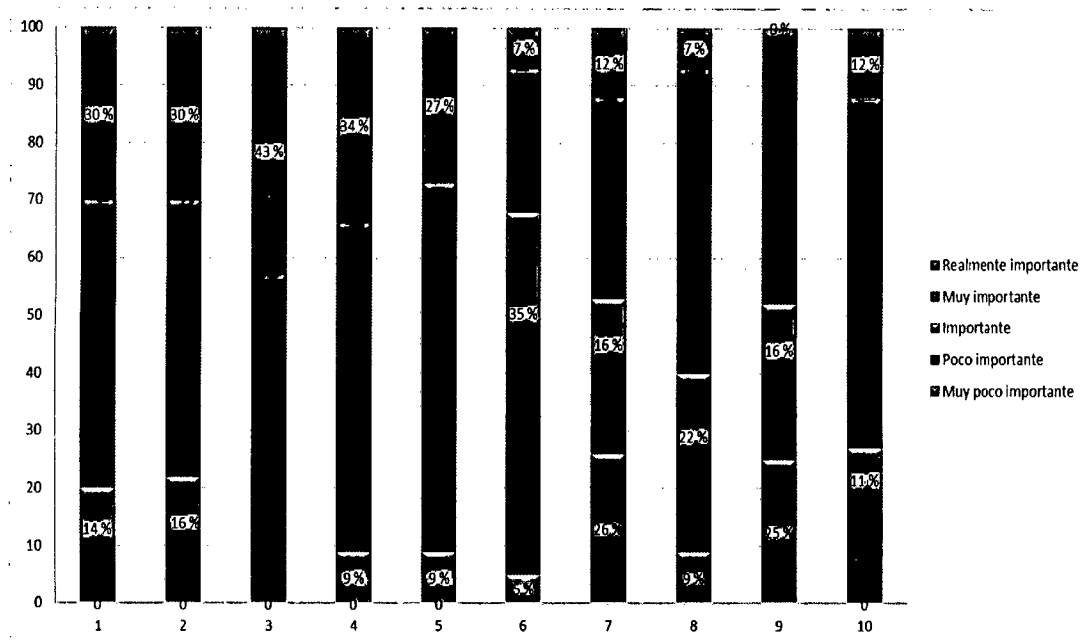
Cód.	Razones para realizar el viaje al destino turístico Kuelap – Gocta	Fi					F%				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Descansar/relajarme para aliviar el estrés	0	5	11	41	24	0%	6%	14%	50%	30%
2	Escapar de la rutina diaria	0	5	13	39	24	0%	6%	16%	48%	30%
3	Conocer nuevos lugares	0	0	0	46	35	0%	0%	0%	57%	43%
4	Conocer su entorno natural y estar en contacto con este	0	0	7	46	28	0%	0%	9%	57%	34%
5	Conocer su patrimonio Histórico cultural	0	0	7	52	22	0%	0%	9%	64%	27%
6	Integrarme en la vida y las actividades de la gente local	4	23	28	20	6	5%	28%	35%	25%	7%
7	Disfrutar del tiempo libre con mi familia y/o amigos	21	9	13	28	10	26%	11%	16%	35%	12%
8	Buscar aventuras (senderismo, montañismo)	7	7	18	43	6	9%	9%	22%	53%	7%
9	Buscar entretenimiento y diversión	20	9	13	39	0	25%	11%	16%	48%	0%
10	Estar en contacto directo con la naturaleza	0	13	9	49	10	0%	16%	11%	61%	12%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.



**Gráfico N° 13: Importancia concedida por los Turistas Extranjeros a las siguientes razones para realizar el viaje al destino turístico Kuelap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 13 se observa de la población encuestada lo siguiente:

- Descansar/relajarme para aliviar el estrés: El 6% representa a las personas que indican como Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta ya que según su opinión consideran al destino como un buen lugar para realizar caminatas o trekking más que para descansar o aliviar del estrés; el 14% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 50% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 30% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en estos tres últimos enunciados en los que el turista considera de mucha importancia la razón de descansar/relajarse es porque indican que el destino Kuélap – Gocta es el ideal para dejar de lado el bullicio de las ciudades ya que están en contacto directo con la abundante naturaleza que posee.
  
- 02. Escapar de la rutina diaria: El 6% representa a las personas que indican como Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta ya que son aquellos turistas que aún son estudiantes, ven como razón primordial el conocer nuevos lugares y normalmente viajan con amigos; el 16% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 48% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 30% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en estos tres últimos enunciados en los que el turista considera como Importante, Muy importante y Realmente importante la razón de escapar de la rutina diaria se debe a que consideran que el destino es diferente a los demás que existen en el Perú debido a que no hay aglomeración de personas en los atractivos como en

otros lugares, cada lugar puede ser disfrutado solo en compañía de la naturaleza con tranquilidad y en su totalidad.

- 03. Conocer nuevos lugares: El 57% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta debido a que consideran al destino turístico Kuélap – Gocta como nuevo y por lo tanto está casi en su estado natural; el 43% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta debido a que también consideran al destino turístico Kuélap – Gocta como nuevo.
  
- 04. Conocer su entorno natural y estar en contacto con este: El 9% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 57% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 34% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en este caso los turistas coincidieron en indicar que consideran al destino turístico Kuélap – Gocta como uno de los destinos más diversos porque ofrece una gama de lugares diferentes ricos en flora y fauna endémicas que pueden ser observados sin ningún problema y además conserva su belleza paisajística.
  
- 05. Conocer su patrimonio histórico cultural: El 9% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 64% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 27% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en este caso los turistas coinciden en indicar que han recibido información acerca de los diferentes sitios arqueológicos e históricos y sobre arquitectura propia de la cultura Chachapoya que atrae visitar el patrimonio cultural del destino.

- 06. Integramme en la vida y las actividades de la gente local: El 5% representa a las personas que indican como Muy Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 28% representa a las personas que indican como Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en estos dos casos en los que el turista considera de poca importancia esta razón para visitar el destino turístico se debe a que son aquellos turistas que visitan solo los atractivos principales por cuenta propia sin deseo de compartir actividades con la gente local. Por otro lado el 35% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 25% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 7% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en este caso los turistas que indicaron como Importante, Muy importante y Realmente importante la razón de visitar el destino turístico para integrarse en la vida y las actividades de la gente local han coincidido en indicar que al visitar los diferentes atractivos turísticos ven una oportunidad para poder realizar actividades con los pobladores y es una experiencia diferente a las ya ofrecidas en otros países debido a la gente hospitalaria y amable que los atiende.

- 07. Disfrutar del tiempo libre con mi familia y/o amigos: El 26% representa a las personas que indican como Muy Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 11% representa a las personas que indican como Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en estos dos casos en los que el turista considera de poca importancia esta razón para visitar el destino turístico se debe a que son aquellos turistas que visitan el destino sin compañía de familiares o amigos, les gusta acampar, prefieren las rutas de trekking o realizar pequeñas caminatas. Por otro lado el 16% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino

turístico Kuélap – Gocta; el 35% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 12% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en este caso los turistas que indican como Importante, Muy importante y Realmente importante la razón de visitar el destino turístico para disfrutar del tiempo libre con familia y/o amigos han coincidido en indicar que disfrutan viajar por cuenta propia y acompañados, en algunos casos viajan con casas rodantes y son quienes permanecen más tiempo en el destino.

- 08. Buscar aventuras (senderismo, montañismo): El 9% representa a las personas que indican como Muy Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 9% representa a las personas que indican como Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en estos dos casos en los que el turista considera de poca importancia esta razón para visitar el destino turístico se debe a que son aquellos turistas que pertenecen a la tercera edad, son los que buscan facilidades turísticas y visitan los atractivos principales. Por otro lado el 22% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 53% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 7% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en este caso los turistas que indicaron como Importante, Muy importante y Realmente importante la razón de visitar el destino turístico para buscar aventuras han coincidido en indicar que prefieren las rutas de trekking, caminatas cortas, zonas donde acampar y lugares que no son tan visitados, son aquellos turistas que buscan solo aventura, frecuentemente viajan con grupos de amigos, utilizan algunos servicios turísticos en los cuales no tengan que gastar mucho dinero y

usualmente no usan el servicio de las agencias de viajes para la visita a los diferentes atractivos turísticos.

- 09. Buscar entretenimiento y diversión: El 25% representa a las personas que indican como Muy Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 11% representa a las personas que indican como Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en estos dos casos en los que el turista considera de poca importancia esta razón para visitar el destino turístico se debe a que son aquellos turistas que prefieren visitar los lugares principales del destino, no están dispuestos a realizar deportes de aventura o actividades que impliquen riesgos y son los que cuentan con poco presupuesto para sus gastos. Por otro lado el 16% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 48% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en este caso los turistas que indicaron como Importante y Muy importante la razón de visitar el destino turístico para buscar entretenimiento y diversión han coincidido en indicar que para ellos es importante la recreación mediante deportes de aventura, actividades que impliquen adrenalina y buscan lugares en donde estén en contacto con la naturaleza.

- 10. Estar en contacto directo con la naturaleza: El 16% representa a las personas que indican como Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en este caso en los que el turista considera de poca importancia esta razón para visitar el destino turístico se debe a que manifiestan que prefieren visitar lugares arqueológicos de gran valor histórico que les ayuden a comprender y conocer la cultura que se desarrolló en el ámbito del destino turístico Kuélap – Gocta. Por otro lado el 11% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 61% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje

al destino turístico Kuélap – Gocta; el 12% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en este caso los turistas que indicaron como Importante, Muy importante y Realmente Importante la razón de visitar el destino turístico para estar en contacto directo con la naturaleza coinciden en indicar que para ellos es importante visitar lugares donde se puede apreciar tanto flora y fauna en su hábitat natural para disfrutar de la naturaleza y olvidarse del bullicio de las ciudades.

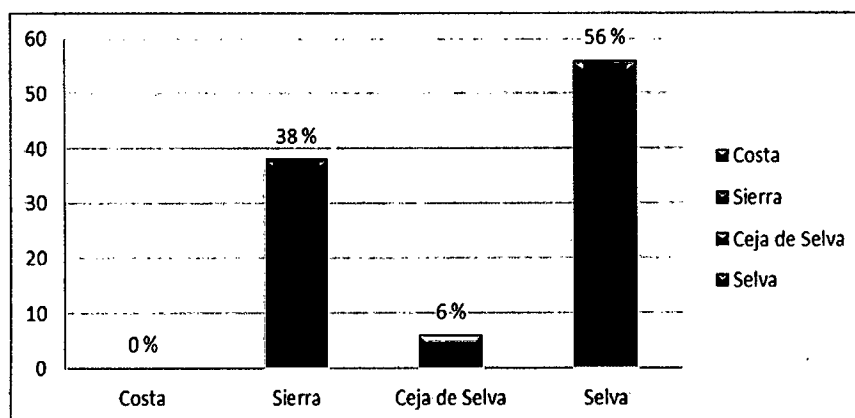
**Tabla N° 14: Ubicación geográfica que le otorga el Turista Extranjero al Destino Turístico Kuélap – Gocta.**

Ubicación geográfica	Fi	Fi%
Costa	0	0%
Sierra	31	38%
Ceja de Selva	5	6%
Selva	45	56%
Total	81	100%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 14: Ubicación geográfica que le otorga el Turista Extranjero al Destino Turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 14 se observa de la población encuestada: el 38% representa a las personas que indican que la Ubicación Geográfica del destino Kuélap – Gocta es la Sierra ya que consideran que el clima del destino es parecido a otros lugares de la Sierra del país; el 6% representa a las personas que indican que la Ubicación Geográfica del destino Kuélap – Gocta es Ceja de Selva ya que opinan que antes de la visita al destino consultan la ubicación y otros datos de importancia en las oficinas de información turística donde consideran que la información es fidedigna; el 56% representa a las personas que indican que la Ubicación Geográfica del destino Kuélap – Gocta es la Selva ya que consideran que la información que reciben de las diferentes fuentes ofertan y promocionan al destino dentro de los destinos de la Selva Norte del país.



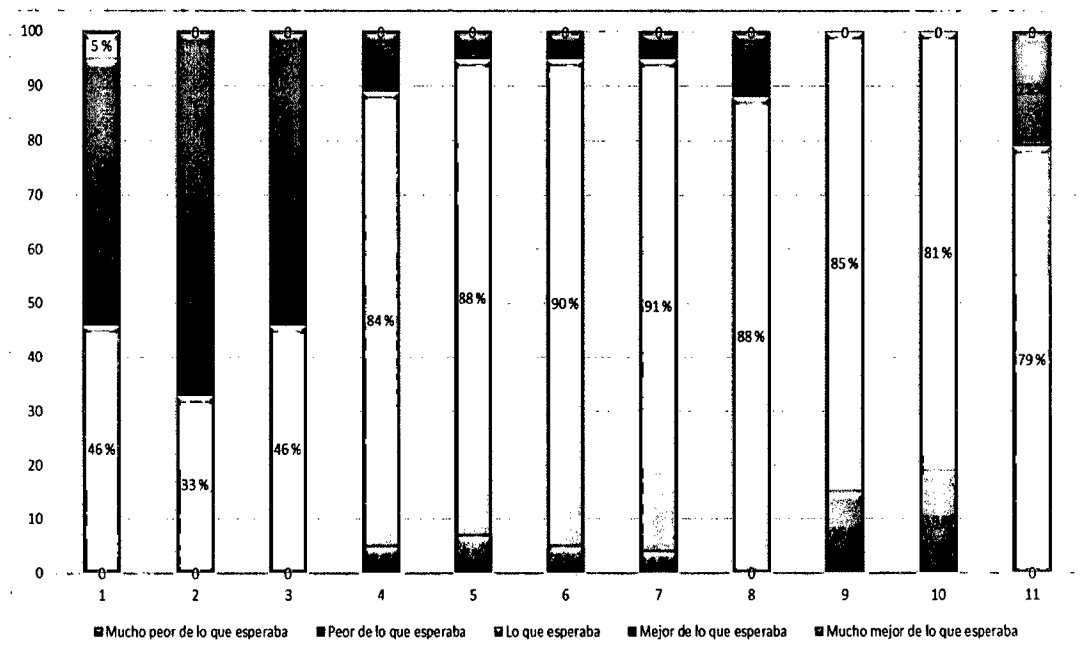
**Tabla N° 15: Aspectos que son mejor, igual o peor de que esperaba en el Destino Turístico Kuélap – Gocta según el Turista Extranjero.**

N°	Aspectos	Fi					F%				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Atractivo en su entorno natural	0	0	37	40	4	0%	0%	46%	49%	5%
2	Atributos del destino	0	0	27	54	0	0%	0%	33%	67%	0%
3	Patrimonio cultural	0	0	37	44	0	0%	0%	46%	54%	0%
4	Alojamiento	0	4	68	9	0	0%	5%	84%	11%	0%
5	Restaurantes	0	6	71	4	0	0%	7%	88%	5%	0%
6	Agencia de viajes	0	4	73	4	0	0%	5%	90%	5%	0%
7	Transporte	0	3	74	4	0	0%	4%	91%	5%	0%
8	Guiado	0	0	71	10	0	0%	0%	88%	12%	0%
9	Infraestructura vial	0	12	69	0	0	0%	15%	85%	0%	0%
10	Facilidades turísticas	0	15	66	0	0	0%	19%	81%	0%	0%
11	Experiencia en general	0	0	64	17	0	0%	0%	79%	21%	0%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 15: Aspectos que son mejor, igual o peor de que esperaba en el Destino Turístico Kuélap – Gocta según el Turista Extranjero.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 15 se observa de la población encuestada lo siguiente:

- Atractivo en su entorno natural: El 46% representa a las personas que indican sobre el Atractivo en su entorno natural como Exactamente lo que esperaba ya que consideran que el destino tiene una variedad de atractivos que hacen una muy buena amalgama entre lo arqueológico y natural y que pueden ser visitados sin necesidad de una agencia de viajes; por otro lado, el 49% representa a las personas que indican sobre el Atractivo en su entorno natural como Mejor de lo que esperaba; el 5% representa a las personas que indica sobre el Atractivo en su entorno natural como Mucho mejor de lo que esperaba, en estos dos últimos casos los turistas coinciden en opinar que el atractivo en su entorno natural es mejor y mucho mejor de lo que esperaban ya que afirman que la belleza paisajística es incomparable y los lugares naturales guardan sus caprichosas formas y forman parte del hábitat de especies endémicas y son características que hacen único al destino turístico.
  
- Atributos del destino: El 33% representa a las personas que indican sobre los Atributos del destino como Exactamente lo que esperaba debido a que ya habían encontrado información que les daba a conocer la tranquilidad, hospitalidad y seguridad del destino; el 67% representa a las personas que indican sobre los Atributos del destino como Mejor de lo que esperaba, debido a que les sorprende y atrae la hospitalidad de la gente, la seguridad que aún predomina en el destino y sobre todo la tranquilidad que perciben y que en otros destinos ya no notan.
  
- Patrimonio cultural: El 46% representa a las personas que indican sobre el Patrimonio cultural como Exactamente lo que esperaba ya que tienen conocimiento del patrimonio cultural del destino, además son aquellos turistas que están interesados en zonas arqueológicas; el 54% representa a las personas que indican sobre el Patrimonio cultural como Mejor de lo que esperaba debido a que no se imaginaban la gran variedad de atractivos culturales y la complejidad de las construcciones que posee cada lugar que se puede visitar en el destino turístico.

- Servicio de alojamiento: El 5% representa a las personas que indican sobre el Servicio de alojamiento como Peor de lo que esperaba ya que en los establecimientos de hospedaje en los que permanecieron hay ciertas deficiencias como la falta de agua caliente y en otros casos el trato de los trabajadores no es cortés; el 84% representa a las personas que indican sobre el Servicio de alojamiento como Exactamente lo que esperaba ya que han recibido un buen servicio, el trato de los recepcionistas y demás personas que laboran en este servicio fue amable, afirman que las habitaciones están implementadas con confortables servicios como teléfono, agua caliente y en otros casos cuentan con cocina y hacen de la experiencia más satisfactoria; el 11% representa a las personas que indican sobre el Servicio de alojamiento como Mejor de lo que esperaba ya que el personal de estos establecimientos siempre buscan la comodidad de los turistas limpiando los dormitorios, poniendo frazadas limpias, servicio a la habitación eficiente y la amabilidad siempre primo en el servicio.
  
- Servicio de restaurante: El 7% representa a las personas que indican sobre el Servicio de restaurante como Peor de lo que esperaba debido a que el servicio en cuanto al tiempo que se toman en tomar la orden y en servir el plato que a su opinión era muy prolongado y en otros casos no encontraban lo que la carta del menú refiere; el 88% representa a las personas que indican sobre el Servicio de restaurante como Exactamente lo que esperaba ya que el servicio está de acuerdo a las expectativas que tienen los turistas antes de visitar el destino, tanto en la variedad en la carta y el menú, la buena sazón y la cortesía de los meseros; el 5% representa a las personas que indican sobre Mejor de lo que esperaba ya que sobrepasaron las expectativas que tenían antes de visitar al destino, mencionan haber encontrado variedad sobre todo en los cafés que ofrecen incluso menú vegetariano que son los preferidos para los turistas extranjeros.
  
- Servicio de agencia de viajes: El 5% representa a las personas que indican sobre el Servicio de Agencia de viajes como Peor de lo que esperaba debido a que al contratar una agencia de viajes no recibieron el trato que esperaban,

no cumplieron con los horarios de partida y hay inconvenientes en cuanto a los guías que orientan en español e inglés al mismo tiempo porque no sienten que sean un servicio personalizado; el 90% representa a las personas que indican sobre el Servicio de Agencia de viajes como Exactamente lo que esperaba ya que han recibido un servicio como el que esperaban, guardando siempre la puntualidad, la organización de los viajes y que los guías estén preparados; el 5% representa a las personas que indican sobre el Servicio de Agencias de viajes como Mejor de lo que esperaba específicamente los que se dedican exclusivamente a turismo receptivo ya que reciben un servicio especializado y en al realizar trekking van con todo los equipamientos que son necesarios para estos viajes.

- Servicio de transporte: El 4% representa a las personas que indican sobre el Servicio de transporte como Peor de lo que esperaban debido a que según su opinión en el transporte interprovincial existen algunas deficiencias como el cambio de horario que se resume en que el pasajero tiene que esperar mucho para poder ir a su destino, el personal que labora no cuida al pasajero y llenan los vehículos excesivamente con personas o carga; el 91% representa a las personas que indican sobre el Servicio de transporte como Exactamente lo que esperaban ya que los servicios que se ofertan son los que se brindan a bordo; los servicios higiénicos permanecen limpios, el personal que labora es amable y se cumplen los horarios sin retrasos; el 5% representa a las personas que indican sobre el Servicio de transporte como Mejor de lo que esperaban ya que según los turistas el servicio es excelente, el personal que labora y atiende es amable, siempre está pendiente de las necesidades del pasajero y no hay aglomeración de pasajeros ni carga.

- Servicio de guiado: El 88% representa a las personas que indican sobre el Servicio de guiado como Exactamente lo que esperaban ya que los guías están capacitados para responder las inquietudes de los turistas y aclaran las dudas de manera rápida; el 12% representa a las personas que indican sobre el Servicio de guiado como Mejor de lo que esperaba ya que aparte de

orientarlos los guías se preocupan por la integridad física, les dan tiempo para disfrutar toda la belleza de los lugares que visitan y les dan seguridad.

- Infraestructura vial: El 15% representa a las personas que indican sobre la Infraestructura vial como Peor de lo que esperaban ya que la infraestructura vial que conecta a los pueblos y comunidades no es muy buena y falta limpiarlas; el 85% representa a las personas que indican sobre la Infraestructura vial como Exactamente lo que esperaban debido a que han observado que las principales vías de acceso aún se conservan limpias, a pesar de las lluvias hay maquinaria que mantiene la carretera ante cualquier percance.
- Facilidades turísticas: El 19% representa a las personas que indican sobre las Facilidades turísticas como Peor de lo que esperaban debido a que para realizar las rutas de trekking ha sido necesario para ellos pagar un guía u orientador turístico ya que no encuentran señalética o no se venden mapas que les ayuden a realizar el recorrido por cuenta propia, además existe pocos establecimientos bancarios y financieros donde el turista pueda realizar sus transacciones y escoger los diversos tipos de tasas y tarifas por sus operaciones, finalmente no encuentran establecimientos como supermercados, cines, centros comerciales y otros donde puedan recrearse al momento en que tienen libre después de sus viajes a los diferentes lugares del destino turístico; el 81% representa a las personas que indican sobre las Facilidades turísticas como Exactamente lo que esperaban ya que encuentran servicios básicos en los lugares que visitan dentro del destino turístico Kuélap – Gocta, siempre hay un lugar donde las personas les orienten o encuentran donde quedarse a dormir, además hay transporte continuo a los principales lugares que desean visitar.
- Experiencia en general: El 79% representa a las personas que indican sobre la Experiencia en general en el destino turístico Kuélap – Gocta como Exactamente lo que esperaban ya que han encontrado los servicios básicos que ellos necesitan, además a pesar de algunas falencias según su opinión el

destino es agradable por la calidez de las personas, la particularidad de los recursos turísticos, la seguridad y tranquilidad que han encontrado en el destino; el 21% representa a las personas que indican sobre la Experiencia en general en el destino turístico Kuélap – Gocta como Mejor de lo que esperaban debido a que han podido vivir experiencias únicas específicamente en las rutas de trekking, ya que van conociendo a las personas de los diferentes poblados, conocen la arquitectura de cada lugar y sobre todo consideran singular el variado clima del destino.

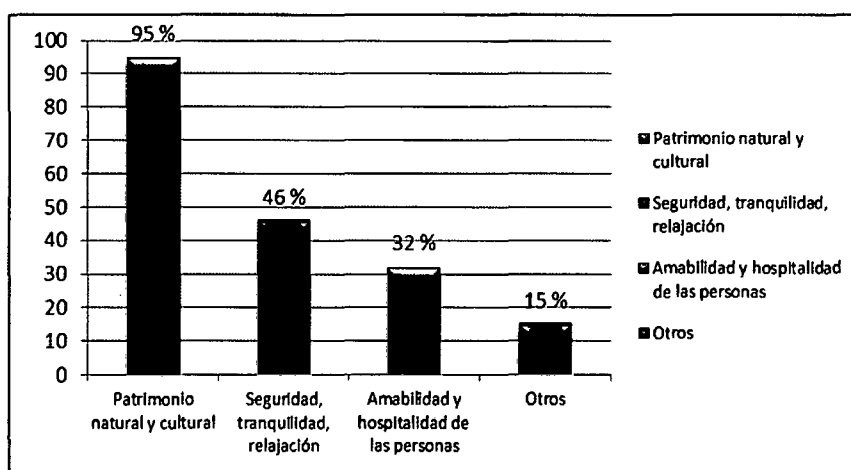
**Tabla N° 16: Características que le atribuye el Turista Extranjero al destino turístico Kuélap – Gocta.**

Características	Fi	Fi%
<b>Patrimonio Natural y Cultural</b>	77	95%
<b>Seguridad/tranquilidad/Relajación</b>	37	46%
<b>Amabilidad y hospitalidad de las personas</b>	26	32%
<b>Otros</b>	12	15%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 16: Características que le atribuye el Turista Extranjero al destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 16 se observa de la población encuestada: el 95% representa a las personas que han descrito características del destino que se relacionan con el Patrimonio Natural y Cultural tales como: Espacio de belleza natural, lugar de grandiosos monumentos, lugar de impresionantes vistas, paisajes únicos y exuberantes, construcciones impresionantes, lugar de flora y fauna endémicas, lugar de cultura e historia impresionante; por otro lado el 46% representa a las personas que han descrito características del destino que se relacionan con la Seguridad/ Tranquilidad/ Relajación tales como: Lugar seguro, lugar de relajación, lugar tranquilo y acogedor, lugar de descanso y recreación; el 32% representa a las personas que han descrito características del destino que se relacionan con la Amabilidad y hospitalidad de las personas tales como: lugar de gente hospitalaria y servicial, lugar de gente amable; finalmente el 15% representa a las personas que han descrito características del destino que se relacionan con Otros aspectos tales como el buen servicio en oficina de información turística, gastronomía exquisita y clima agradable.

**Tabla N° 17: Atracciones y características consideradas únicas o distintivas según el Turista Extranjero.**

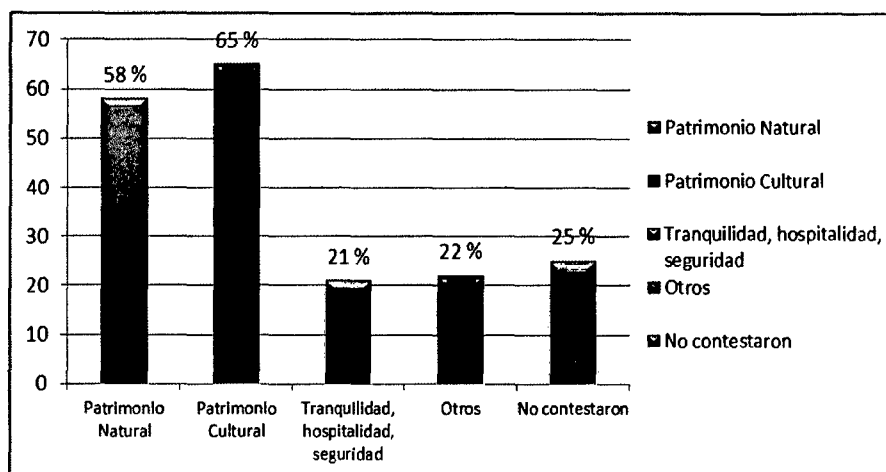
Características únicas	Fi	Fi%
<b>Patrimonio Natural</b>	47	58%
<b>Patrimonio Cultural</b>	53	65%
<b>Tranquilidad, hospitalidad, seguridad</b>	17	21%
<b>Otros</b>	18	22%
<b>No contestaron</b>	20	25%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.



**Gráfico N° 17: Atracciones y características consideradas únicas o distintivas según el Turista Extranjero.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 17 se observa de la población encuestada: el 58% representa a las personas que han descrito características únicas del destino que se relacionan con el Patrimonio Natural tales como: la conservación del entorno natural, paisajes abundantes, flora y fauna única; por otro lado el 65% representa a las personas que han descrito características únicas del destino que se relacionan con la Patrimonio Cultural tales como: accesibilidad a los atractivos, variedad de atractivos, la ubicación en lugares altos de los lugares funerarios y otros, arquitectura de las casas y casonas del destino; el 21% representa a las personas que han descrito características únicas del destino que se relacionan con la Tranquilidad, hospitalidad, seguridad tales como: tranquilidad y la seguridad del destino, hospitalidad de la gente; el 22% representa a las personas que han descrito características únicas del destino que se relacionan con Otros aspectos tales como: el clima variado del destino; finalmente el 25% representa a las personas que no han descrito y/o contestado características únicas del destino.

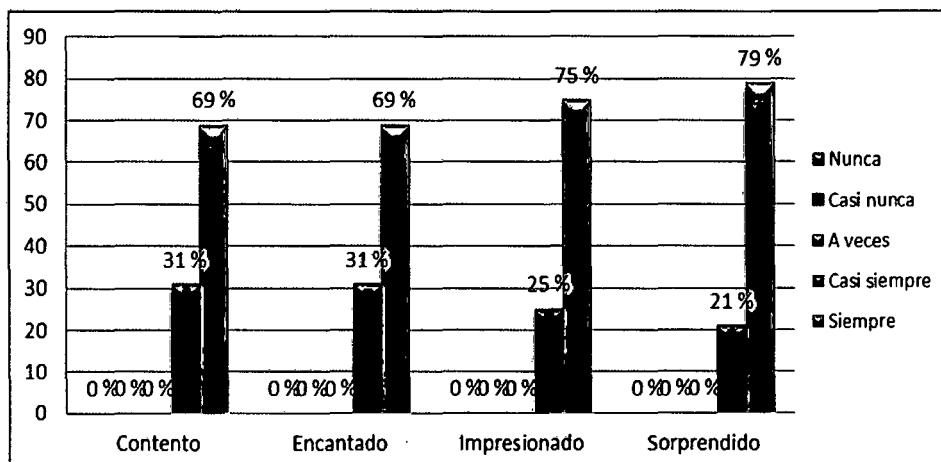
**Tabla N° 18.1: Frecuencia con la que ha experimentado el Turista Extranjero emociones positivas durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta.**

Emociones Positivas	Fi					Fi%				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<b>Contento</b>	0	0	0	25	56	0%	0%	0%	31%	69%
<b>Encantado</b>	0	0	0	25	56	0%	0%	0%	31%	69%
<b>Impresionado</b>	0	0	0	20	61	0%	0%	0%	25%	75%
<b>Sorprendido</b>	0	0	0	17	64	0%	0%	0%	21%	79%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 18.1: Frecuencia con la que ha experimentado el Turista Extranjero emociones positivas durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 18.1 se observa de la población encuestada:

- Contento: El 31% representa a las personas que han indicado haber experimentado Casi Siempre estar contentos durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta; el 69% representa a las personas que han indicado haber experimentado Siempre estar contentos durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta. En ambos casos los turistas han coincidido en indicar que han experimentado esta emoción debido a que han

logrado recorrer los principales atractivos turísticos del destino y de esta manera conocer más acerca de la cultura que se ha desarrollado en el mismo, además indican que han podido vivir aventuras únicas al realizar caminatas o trekking.

- Encantado: El 31% representa a las personas que han indicado haber experimentado Casi Siempre estar encantado durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta; el 69% representa a las personas que han indicado haber experimentado Siempre estar encantados durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta. En ambos casos los turistas han coincidido en indicar que han experimentado esta emoción debido a que han podido estar en contacto con la naturaleza y con los pobladores de los diferentes lugares que han visitado dentro del destino turístico, llevándose gratos recuerdos de la abundante flora y fauna y de las personas que muy gentilmente les ayudaban a orientarse.
- Impresionado: El 25% representa a las personas que han indicado haber experimentado Casi Siempre estar impresionado durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta; el 75% representa a las personas que han indicado haber experimentado Siempre estar impresionado durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta. En ambos casos los turistas han coincidido en indicar que han experimentado esta emoción debido a que el destino guarda lugares con una arquitectura única, les llama la atención la accesibilidad que pudieron tener los ancestros para colocar sus viviendas y habitaciones funerarias en zonas donde actualmente es muy difícil acceder o en otros casos no se tiene acceso, pero que pueden ser disfrutados a distancia.
- Sorprendido: El 21% representa a las personas que han indicado haber experimentado Casi Siempre estar sorprendido positivamente durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta; el 79% representa a las personas que han indicado haber experimentado Siempre estar sorprendido positivamente durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta. En

ambos casos los turistas han coincidido en indicar que han experimentado esta emoción debido a la variedad de atractivos naturales y culturales que posee el destino, además les sorprende y llama la atención cómo podían vivir los pobladores de todos estos lugares ya que al parecer se adecuaban a pesar del clima variado y lo alto de los lugares donde decidían permanecer.

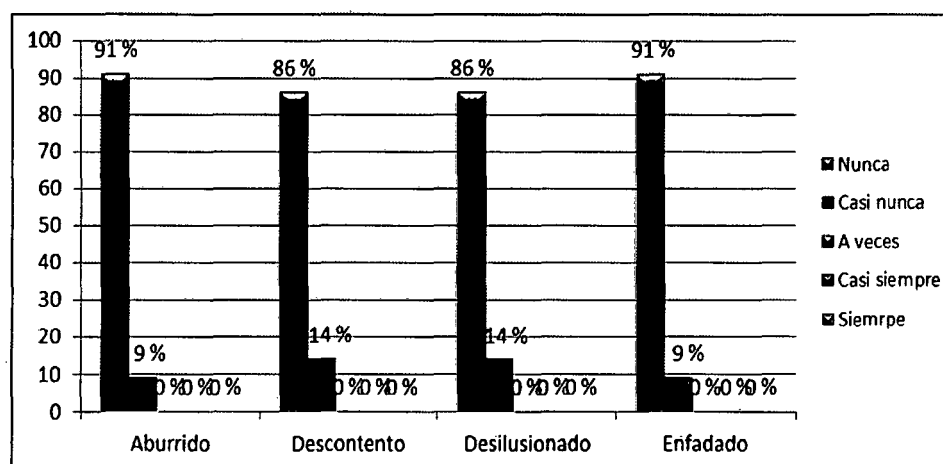
**Tabla N° 18.2: Frecuencia con la que ha experimentado el Turista Extranjero emociones negativas durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta.**

Emociones Negativas	Fi					Fi%				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<b>Aburrido</b>	74	7	0	0	0	91%	9%	0%	0%	0%
<b>Descontento</b>	70	11	0	0	0	86%	14%	0%	0%	0%
<b>Desilusionado</b>	70	11	0	0	0	86%	14%	0%	0%	0%
<b>Enfadado</b>	74	7	0	0	0	91%	9%	0%	0%	0%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Cuadro N° 18.2: Frecuencia con la que ha experimentado el Turista Extranjero emociones negativas durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 18.2 se observa de la población encuestada:

- Aburrido: El 91% representa a las personas que han indicado Nunca haber experimentado estar aburridos durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta; el 9% representa a las personas que han indicado Casi Nunca haber experimentado estar aburridos durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta. En ambos casos los turistas han coincidido en indicar que casi nunca o nunca han experimentado esta emoción debido a que durante la estadía siempre encontraban actividades por hacer o lugares que visitar, a veces deseaban ver algunos eventos culturales en su tiempo libre, sin embargo, encontraban divertido recorrer los lugares cercanos y que no demanden mucho tiempo.
  
- Descontento: El 86% representa a las personas que han indicado Nunca haber experimentado estar descontentos durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta; el 14% representa a las personas que han indicado Casi Nunca haber experimentado estar descontentos durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta. En ambos casos los turistas han coincidido en indicar que casi nunca o nunca han experimentado esta emoción debido a que sus expectativas han sido satisfechas casi en su totalidad, solo sintieron esta emoción al no ser atendidos adecuadamente en algún servicio turístico en especial, sin embargo en cuanto a los atractivos se sienten muy contentos porque según su opinión han conocido muchos lugares y la riqueza cultural que estos poseen.
  
- Desilusionado: El 86% representa a las personas que han indicado Nunca haber experimentado estar desilusionados durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta; el 14% representa a las personas que han indicado Casi Nunca haber experimentado estar desilusionados durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta. En ambos casos los turistas han coincidido en indicar que casi nunca o nunca han experimentado esta emoción debido a que la experiencia ha sido única y con frecuencia experimentaban satisfacción a sus necesidades y deseos.

- Enfadado: El 91% representa a las personas que han indicado Nunca haber experimentado estar enfadados durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta; el 9% representa a las personas que han indicado Casi Nunca haber experimentado estar enfadados durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta. En ambos casos los turistas han coincidido en indicar que casi nunca o nunca han experimentado esta emoción debido a que a pesar de algunas falencias en los servicios turísticos, al final siempre encontraban algo que contrarrestaba algún mal momento que pudieran haber vivido.

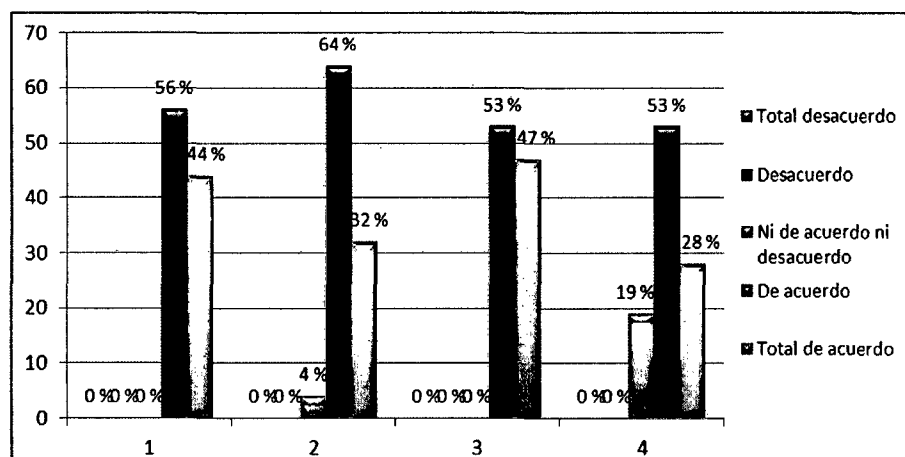
**Tabla N° 19: Opinión que tiene el Turista Extranjero respecto a su experiencia actual en el destino turístico Kuélap – Gocta.**

Cod.		Fi					Fi%				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	He disfrutado durante mi estancia actual en el destino Turístico Kuelap – Gocta.	0	0	0	45	36	0%	0%	0%	56%	44%
2	Mi elección del destino Turístico Kuelap – Gocta fue acertada.	0	0	3	52	26	0%	0%	4%	64%	32%
3	Estoy satisfecho con mi experiencia actual en el destino Turístico Kuelap – Gocta.	0	0	0	43	38	0%	0%	0%	53%	47%
4	Kuélap – Gocta es el destino turístico que yo necesitaba.	0	0	15	43	23	0%	0%	19%	53%	28%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 19: Opinión que tiene el Turista Extranjero respecto a su experiencia actual en el destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 19 se observa de la población encuestada:

- He disfrutado durante mi estancia actual en el destino Turístico Kuelap – Gocta: El 56% representa a las personas que han indicado estar De acuerdo con este enunciado; el 44% representa a las personas que han indicado estar en Total de acuerdo con este enunciado. En los dos casos los turistas coinciden en indicar que han disfrutado durante la estancia en el destino debido a que para ellos es uno de los lugares con la oferta turística más diversa, los servicios turísticos son buenos y el ambiente natural es propicio para salir de la rutina.
- Mi elección del destino Turístico Kuelap – Gocta fue acertada: El 4% representa a las personas que han indicado estar Ni de acuerdo ni desacuerdo con este enunciado debido a que la elección del destino fue porque era punto de conexión hacia otros destinos del norte y no era su prioridad quedarse mucho tiempo en el destino turístico Kuélap – Gocta; por otro lado el 64% representa a las personas que han indicado estar De acuerdo con este enunciado; el 32% representa a las personas que han indicado estar en Total de acuerdo con este enunciado. En estos dos últimos casos en los que el turista indica estar de acuerdo o en total de acuerdo con el enunciado opinan que la elección que hicieron para visitar

el destino fue acertada porque buscaban un lugar donde puedan compartir con la gente local, disfrutar de atractivos naturales y culturales, estar tranquilos y seguros y finalmente visitar y conocer muchos lugares nuevos.

- Estoy satisfecho con mi experiencia actual en el destino Turístico Kuelap – Gocta: El 53% representa a las personas que han indicado estar De acuerdo con este enunciado; el 47% representa a las personas que han indicado estar en Total de acuerdo con este enunciado. En los dos casos los turistas coinciden en indicar que están satisfechos con la experiencia actual en el destino turístico Kuélap – Gocta debido a que para ellos ha sido única e incomparable, el destino turístico les ofrece otras alternativas como rutas de trekking que pueden visitar por su cuenta o con agencia de viajes sin temor a perderse y sin poner en peligro su integridad física, además mencionan la particularidad de la arquitectura propia de los atractivos y que marcan la diferencia de los demás destinos del país.

- Kuélap – Gocta es el destino turístico que yo necesitaba: El 19% representa a las personas que han indicado estar Ni de acuerdo ni desacuerdo con este enunciado ya que son aquellos turista que eligieron el destino como complemento a su viaje por el Perú, acotan que el destino es interesante pero no necesariamente es el que necesitaban ya que buscaban lugares con mucho más bosque o lugares que estén ubicados netamente en la selva; por otro lado el 53% representa a las personas que han indicado estar De acuerdo con este enunciado; el 28% representa a las personas que han indicado estar en Total de acuerdo con este enunciado. En estos dos últimos casos en los que el turista indica estar de acuerdo o en total de acuerdo con el enunciado opinan que el destino Kuélap – Gocta es el destino turístico que necesitaban debido a que la calidez de la gente les ha hecho sentir que están en casa a pesar de que no estaban en su país de origen, los atractivos naturales y culturales cada uno con su flora y fauna propia y su patrón arquitectónico diferente a otros destinos y finalmente la seguridad que brinda el destino que les permite relajarse completamente sin preocuparse más que en disfrutar de su viaje.



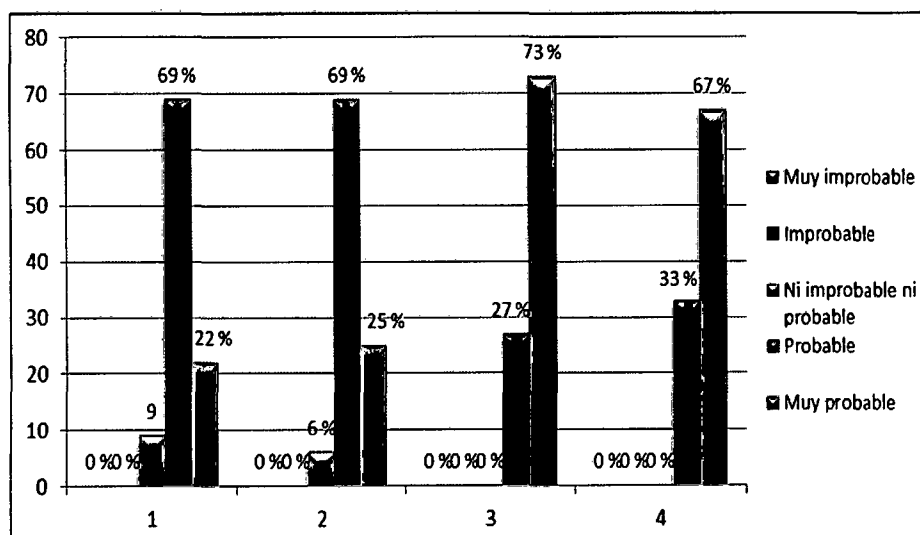
**Tabla N° 20: Probabilidad que concede el Turista Extranjero a las siguientes intenciones.**

Cod.	Intenciones	Fi					Fi%				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Intentaré volver al destino Kuelap – Gocta en los próximos años.	0	0	7	56	18	0%	0%	9%	69%	22%
2	Tras mi experiencia actual, creo que visitaré de nuevo el destino turístico Kuélap – Gocta en el futuro.	0	0	5	56	20	0%	0%	6%	69%	25%
3	Animaré a mis familiares y amigos a que visiten en algún momento el destino turístico Kuélap – Gocta.	0	0	0	22	59	0%	0%	0%	27%	73%
4	Recomendaría el destino turístico Kuélap – Gocta si alguien me pidiera consejo.	0	0	0	27	54	0%	0%	0%	33%	67%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 20: Probabilidad que concede el Turista Extranjero a las siguientes intenciones.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 20 se observa de la población encuestada:

- El 9% representa a las personas que han indicado Ni improbable ni probable intentar volver al destino turístico Kuélap – Gocta en los próximos años debido a que desean visitar aún otros países de América Latina para poder ver si en el futuro pueden realizar nuevamente la visita al destino; por otro lado el 69% representa a las personas que han indicado Probable intentar volver al destino turístico Kuélap – Gocta en los próximos años y de la misma manera el 22% representa a las personas que han indicado Muy Probable esta intención debido a que en ambos casos los turistas coinciden en afirmar que intentarán volver al destino turístico Kuélap – Gocta acompañados con sus familiares y amigos ya que el destino es uno de los más diversos y con mucha naturaleza, tiene riqueza arqueológica y es uno de los pocos destinos que aún guarda su patrón arquitectónico.
  
- El 6% representa a las personas que han indicado Ni improbable ni probable visitar de nuevo el destino turístico Kuélap – Gocta tras la experiencia actual debido a que aún son estudiantes, sin embargo no descartan volver en un futuro a largo plazo; por otro lado el 69% representa a las personas que han indicado Probable visitar de nuevo el destino turístico Kuélap – Gocta tras la experiencia actual y de la misma manera el 25% representa a las personas que han indicado Muy Probable esta intención debido a que en ambos casos los turistas coinciden en afirmar que si piensan visitar de nuevo el destino debido a que la experiencia que vivieron ha sido una de las más interesantes en nuestro país y que si fuera posible traerían a sus familiares para que conozcan todo lo que les ofrece el destino.
  
- El 27% representa a las personas que han indicado Probable animar a sus familiares y amigos a que visiten en algún momento el destino turístico Kuelap – Gocta y de la misma manera el 73% representa a las personas que han indicado Muy Probable esta intención debido a que en ambos casos los turistas coinciden en afirmar que si animarían a familiares y amigos visitar en algún momento el destino turístico Kuélap – Gocta ya que es un destino nuevo, que brinda facilidades turísticas para viajar por cuenta propia o en

viajes organizados, además el destino es seguro y sirve para salir de la rutina.

- El 33% representa a las personas que han indicado Probable recomendar el destino turístico Kuélap – Gocta si alguien les pidiera consejo y de la misma manera el 67% representa a las personas que han indicado Muy Probable esta intención debido a que en ambos casos los turistas coinciden en afirmar que sin dudarlo recomendarían el destino porque les pareció el más interesante del Perú y diferente a los otros ya que puede ser disfrutado en su totalidad sin aglomeración de turistas en los atractivos.

#### 4.3.2. Encuestas Realizadas a Turistas Nacionales.

Teniendo en cuenta las encuestas aplicadas a los 293 turistas nacionales según muestra, los resultados son los siguientes:

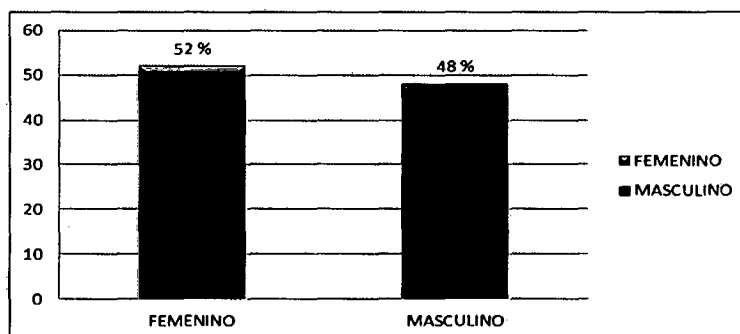
**Tabla N° 21: Género**

Género	Fi	Fi%
<b>Femenino</b>	153	52%
<b>Masculino</b>	140	48%
<b>Total</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 21: Género**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el Gráfico N° 01 se observa de las personas encuestadas: el 52% pertenecen al género femenino y el 48% pertenecen al género masculino. Sin embargo, varones y mujeres han tenido predisposición para contestar las preguntas de la encuesta.

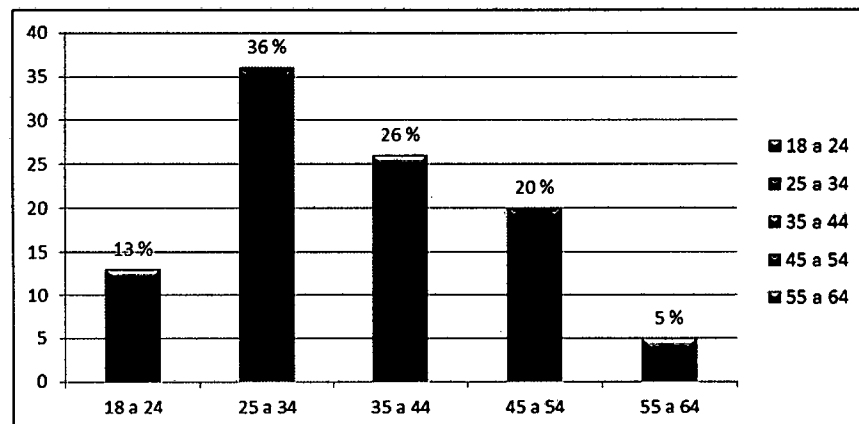
**Tabla N° 22: Edad**

Edades	Fi	Fi%
18 a 24	38	13%
25 a 34	106	36%
35 a 44	75	26%
45 a 54	58	20%
55 a 64	16	5%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 22: Edad**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 02 se observa de las personas encuestadas: el 13% están entre las edades de 18 a 24 años que en casi en su totalidad son estudiantes que visitan el destino ya sea por motivo de estudio o por vacaciones y frecuentemente están acompañados por grupo de amigos; el 36% están entre las edades de 25 a 34 años representa al segmento que más visita el destino

turístico Kuélap – Gocta, además es el más asequible y predispuesto a responder las interrogantes de la encuesta; el 26% están entre las edades de 35 a 44 años y está conformado por las personas que vienen a trabajar en algunos proyectos y de paso visitan los lugares principales del destino debido a que disponen de poco tiempo para visitar todo lo que el destino ofrece; el 20% están entre las edades de 45 a 54 años que suelen ser aquellos turistas que frecuentemente usan los servicios de las agencias de viajes y prefieren los sitios arqueológicos y el 5% están entre las edades de 55 a 64 años y representa al segmento conformado por personas mayores que visitan lugares cercanos, con agencias de viajes y donde no demanden mucho esfuerzo físico.

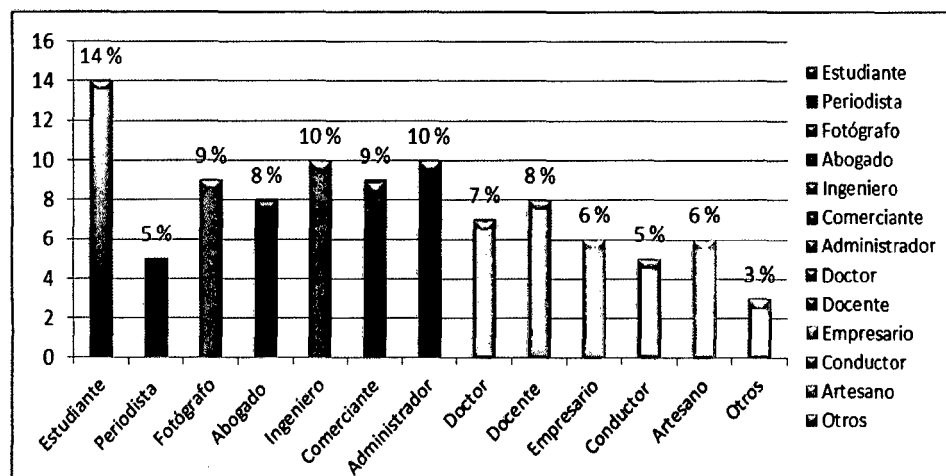
**Tabla N° 23: Ocupación**

Ocupación	Fi	Fi%
<b>Estudiante</b>	40	14%
<b>Periodista</b>	15	5%
<b>Fotógrafo</b>	25	9%
<b>Abogado</b>	24	8%
<b>Ingeniero</b>	30	10%
<b>Comerciante</b>	25	9%
<b>Administrador</b>	30	10%
<b>Doctor</b>	22	7%
<b>Docente</b>	24	8%
<b>Empresario</b>	18	6%
<b>Conductor</b>	14	5%
<b>Artesano</b>	16	6%
<b>Otros</b>	10	3%
<b>Total</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 23: Ocupación**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 03 se puede apreciar de las personas encuestadas: el 14% representa a Estudiantes, segmento que visita el destino turístico Kuélap – Gocta por la variedad de atractivos turísticos arqueológicos para realizar y complementar trabajos que les delegan en la universidad; el 5% representa a Periodistas quienes realizan trabajos como reportajes o notas para la televisión nacional y así dar a conocer nuevos destinos del Perú; el 9% representa a Fotógrafos quienes optan visitar el destino turístico Kuélap – Gocta por la amplia variedad de flora y fauna y los paisajes que posee; el 8% representa a Abogados y el 10% representa a Ingenieros quienes coinciden en indicar que les llama la atención la tranquilidad del destino y su clima variado; el 9% representa a Comerciantes quienes vienen por negocios ya sea de café, arroz u otros productos de pan llevar y que se dan un tiempo para visitar los principales atractivos turísticos del destino; el 10% representa a Administradores que son aquellos turistas que visitan el destino turístico en compañía de familiares o amigos y frecuentemente cuentan con movilidad propia; el 7% representa a Doctores quienes visitan el destino como complemento de viaje o como conexión hacia atractivos de la Selva; el 8% representa a Docentes quienes realizan un viaje de reconocimiento para que más adelante puedan realizar la visita con sus estudiantes; el 6% representa a Empresarios quienes realizan estudios de mercado para invertir y establecer

nuevos negocios en el futuro; el 5% representa a Conductores y el 6% representa a Artesanos quienes coinciden en indicar que les gusta el destino ya que al conducir por las carreteras pueden disfrutar de hermosos paisajes; el 3% representa a Otras profesiones como: veterinarios, contadores, topógrafos, arquitectos, chefs y arqueólogos, este segmento visita el destino turístico Kuélap – Gocta como complemento a su viaje ya que luego se dirigen a la Selva.

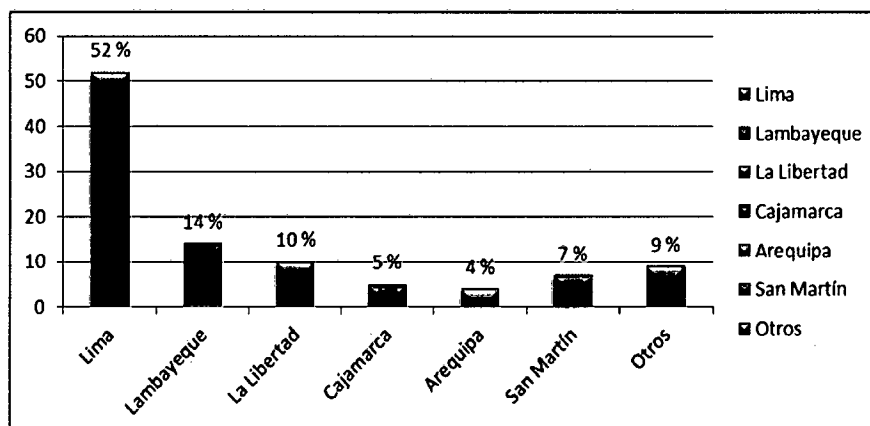
**Tabla N° 24: Región de procedencia**

Región	Fi	Fi%
<b>Lima</b>	151	52%
<b>Lambayeque</b>	42	14%
<b>La Libertad</b>	28	10%
<b>Cajamarca</b>	15	5%
<b>Arequipa</b>	12	4%
<b>San Martín</b>	19	7%
<b>Otros</b>	26	9%
<b>Total</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 24: Región de procedencia**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 04 se puede apreciar de las personas encuestadas: el 52% representa a las personas procedentes de la región Lima; el 14% representa a las personas procedentes de la región Lambayeque; el 10% representa a las personas procedentes de la región La Libertad; el 5% representa a las personas procedentes de la región Cajamarca; el 4% representa a las personas procedentes de la región Arequipa; el 7% representa a las personas procedentes de la región San Martín; el 9% representa a las personas procedentes de Otras regiones (Loreto, Cusco, Puno, Piura, Moquegua, Huánuco, Ancash, Ica y Junín). El intervalo de mayor porcentaje es el que pertenece a los visitantes procedentes de la región Lima, debido a que son personas que se han informado acerca del destino turístico, de la riqueza natural y arqueológica en diferentes fuentes de información, además son aquellas que eligen las promociones que las agencias de viajes ofrecen durante todo el año, aunque muchos de ellos prefieren el destino turístico Kuélap – Gocta porque les ofrece posibilidades para realizar sus viajes por cuenta propia.

**Tabla N° 25: Permanencia de Turistas Nacionales en el destino turístico Kuélap – Gocta.**

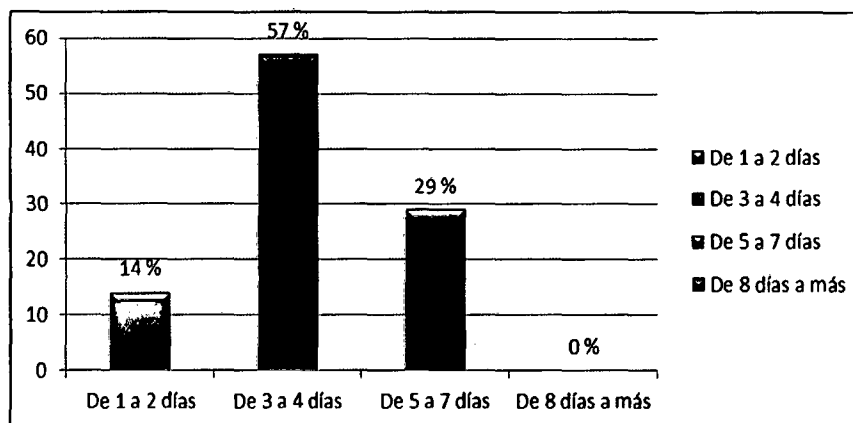
Permanencia	Fi	Fi%
<b>De 1 a 2 días</b>	41	14%
<b>De 3 a 4 días</b>	168	57%
<b>De 5 a 7 días</b>	84	29%
<b>De 8 días a más</b>	-	-
<b>Total</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.



**Gráfico N° 25: Permanencia de Turistas Nacionales en el destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 05 se puede apreciar de las personas encuestadas: el 14% representa a las personas cuya permanencia en el destino es de 1 a 2 días ya que dichos turistas toman al destino como punto de conexión hacia otras regiones de la Selva e incluso a países como Ecuador, por otro lado cabe mencionar que por esta razón los turistas prefieren visitar solo los atractivos principales ya que cuentan con pocos días; el 57% representa a las personas cuya permanencia en el destino es de 3 a 4 días ya que los turistas visitan los principales atractivos turísticos del destino turístico Kuélap – Gocta que normalmente toman un día cada uno así sean visitados por cuenta propia o mediante los servicios de una agencia de viajes; el 29% representa a las personas cuya permanencia en el destino es de 5 a 7 días debido a que son aquellos turistas que tienen movilidad propia y cuentan con muchos días disponibles para visitar el destino, además se caracterizan principalmente porque visitan exclusivamente el destino turístico Kuélap – Gocta sin deseo de visitar otro destino del Nororiente peruano.

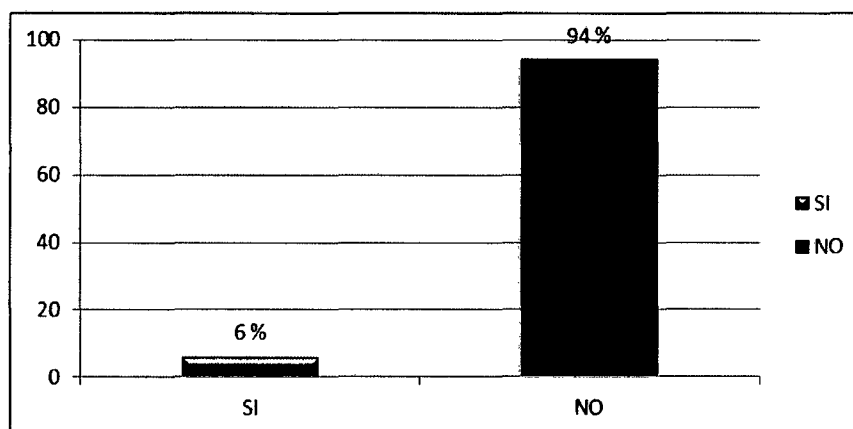
**Tabla N° 26: Visitas anteriores de Turistas Nacionales al destino turístico Kuélap – Gocta.**

Visitas anteriores	Fi	Fi%
SI	17	6%
NO	276	94%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 26: Visitas anteriores de Turistas Nacionales al destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 06 se observa de la población encuestada: el 6% representa a las personas que visitaron anteriormente el destino turístico Kuélap – Gocta debido a que en su primera visita lo hicieron por trabajo y no lograron recorrerlo con tranquilidad, de esta manera deciden regresar acompañados con familiares; el 94% representa a las personas que no visitaron anteriormente el destino ya que la mayoría no ha tenido disponible muchos días para viajar, sin embargo estos turistas afirman que aprovechan los feriados largos ya que les permite visitar el destino con más tranquilidad y disfrutar de los diferentes atractivos turísticos.

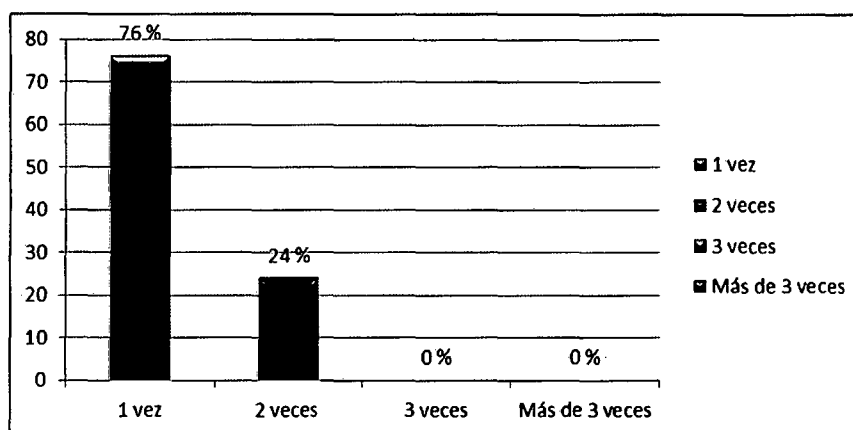
**Tabla N° 27: Veces que han viajado los Turistas Nacionales al destino turístico Kuélap – Gocta.**

Veces que ha viajado	Fi	Fi%
1 vez	13	76%
2 veces	4	24%
3 veces	0	0%
Más de 3 veces	0	0%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 27: Veces que han viajado los Turistas Nacionales al destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 07 se observa de la población que indica haber visitado anteriormente el destino turístico Kuélap – Gocta lo siguiente: el 76% ha viajado al destino turístico una vez; por otro el 24% ha viajado al destino turístico dos veces.

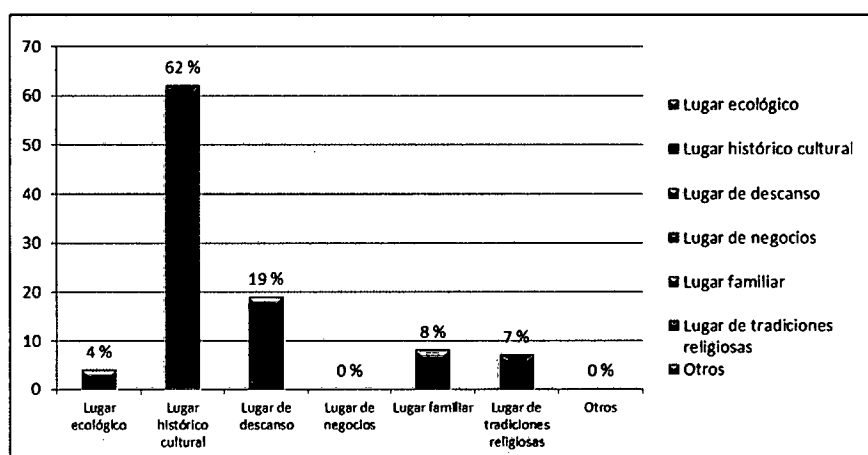
**Tabla N° 28: Imagen que tenía el Turista Nacional del destino turístico Kuélap – Gocta antes de conocerlo.**

Imagen del destino antes de conocerlo	Fi	Fi%
Lugar ecológico	13	4%
Lugar histórico cultural	181	62%
Lugar de descanso	56	19%
Lugar de negocios	0	0%
Lugar familiar	24	8%
Lugar de tradiciones religiosas	19	7%
Otros	0	0%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 28: Imagen que tenía el Turista Nacional del destino turístico Kuélap – Gocta antes de conocerlo.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 08 se observa de la población encuestada: el 4% representa a las personas que antes de conocer el destino turístico Kuélap – Gocta tenían la imagen de Lugar Ecológico ya que muchos turistas nacionales creen que en el destino se practica el turismo rural comunitario por la vasta naturaleza que posee y las comunidades cercanas que se encuentran alrededor de un atractivo turístico; el 62% representa a las personas que antes de conocer el destino

turístico Kuélap – Gocta tenían la imagen de Lugar Histórico Cultural, es el intervalo de mayor porcentaje ya que según la opinión de los encuestados la mayoría llegan al destino para visitar las diferentes zonas arqueológicas; el 19% representa a las personas que antes de conocer el destino turístico Kuélap – Gocta tenían la imagen de Lugar de Descanso ya que según su opinión de los turistas predomina la tranquilidad y seguridad, factores importantes para la relajación y descanso; el 8% representa a las personas que antes de conocer el destino turístico Kuélap – Gocta tenían la imagen de Lugar Familiar debido a que pueden disfrutar de los atractivos en compañía de familiares; el 7% representa a las personas que antes de conocer el destino turístico Kuélap – Gocta tenían la imagen de Lugar de Tradiciones Religiosas debido a que el destino es visitado por el fervor religioso que se demuestra mediante las fiestas patronales de la Virgen Asunta (Chachapoyas), el Señor de Gualamita (Luya) y San Nicolás (Rodríguez de Mendoza).

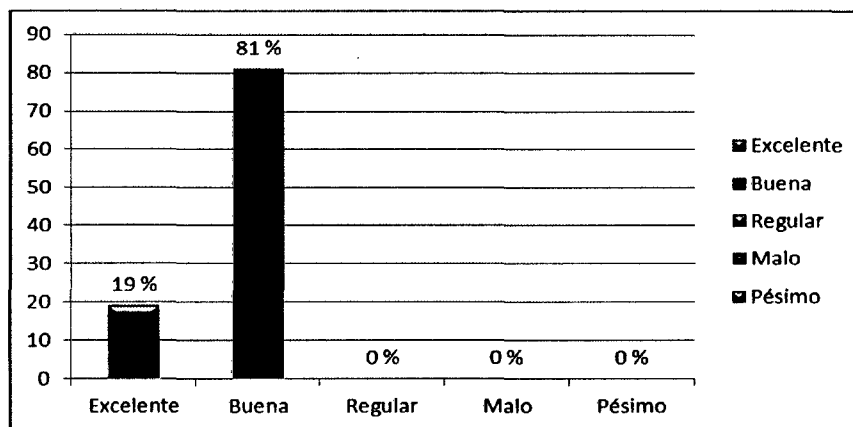
**Tabla N° 29: Expectativa que tenía el Turista Nacional del destino turístico Kuélap – Gocta antes de llegar.**

Expectativas	Fi	Fi%
<b>Excelente</b>	55	19%
<b>Buena</b>	238	81%
<b>Regular</b>	0	0%
<b>Malo</b>	0	0%
<b>Pésimo</b>	0	0%
<b>Total</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 29: Expectativa que tenía el Turista Nacional del destino turístico Kuélap – Gocta antes de llegar.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 09 se observa de la población encuestada: el 19% representa a las personas que antes de conocer el destino turístico Kuélap – Gocta tenían una Excelente expectativa del mismo; el 81% representa a las personas que antes de conocer el destino turístico Kuélap – Gocta tenían una Buena expectativa del mismo. En ambos casos los turistas coinciden en afirmar que han buscado información, donde lo describen como un destino con atractivos diversos, una amplia cultura y con facilidades turísticas.

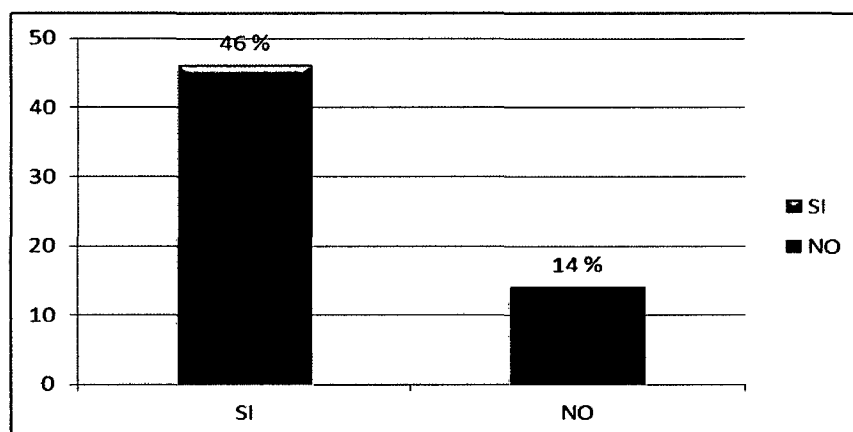
**Tabla N° 30: Turistas Nacionales que han oído en algún momento de amigos, familiares y/o conocidos información del destino turístico Kuélap – Gocta.**

Información del destino	Fi	Fi%
SI	252	46%
NO	41	14%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 30: Turistas Nacionales que han oído en algún momento de amigos, familiares y/o conocidos información del destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 10 se observa de la población encuestada: el 46% representa a las personas que afirman haber oído en algún momento de amigos, familiares y/o conocidos información del destino turístico Kuélap – Gocta debido ya que suelen buscar opiniones de terceros que ya han permanecido en el destino para decidir visitarlo; el 14% representa a las personas que afirman no haber oído en algún momento de amigos, familiares y/o conocidos información del destino turístico Kuélap – Gocta debido a que por reiteradas ocasiones han visto reportajes y documentales acerca del destino y deciden conocerlo.

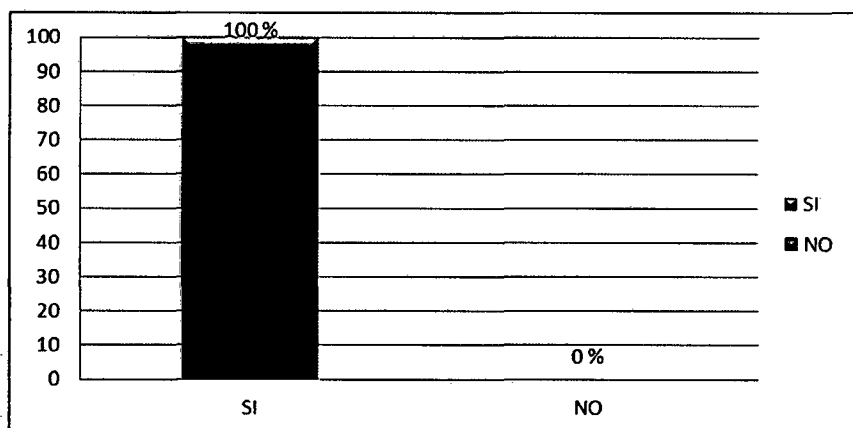
**Tabla N° 31: Turistas Nacionales a quienes les recomendaron visitar el destino turístico Kuélap – Gocta.**

	Fi	Fi%
<b>SI</b>	<b>252</b>	<b>100%</b>
<b>NO</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 31: Turistas Nacionales a quienes les recomendaron visitar el destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 11 se observa de las 252 personas que recibieron información de amigos, familiares y/o conocidos: al 100% si les recomendaron visitar el destino turístico Kuélap – Gocta debido a que desean conocer un panorama general que les ayude a decidirse viajar.

**Tabla N° 32: Otras fuentes a través de las cuales el Turista Nacional ha recibido información sobre el destino turístico Kuélap – Gocta.**

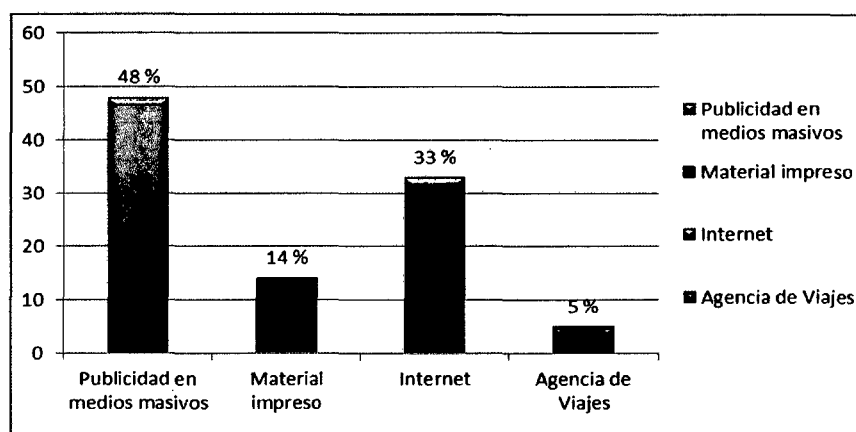
Otras fuentes	Fi	Fi%
Publicidad en medios masivos	140	48%
Material impreso	42	14%
Internet	97	33%
Agencia de Viajes	14	5%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.



**Gráfico N° 32: Otras fuentes a través de las cuales el Turista Nacional ha recibido información sobre el destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 12 se observa de la población encuestada: el 48% representa a las personas que indicaron como otra fuente a través de la cual ha recibido información sobre el destino turístico Kuélap – Gocta a la Publicidad en medios masivos tales como televisión y prensa mediante reportajes, documentales y propagandas; el 14% representa a las personas que indicaron como otra fuente a través de la cual ha recibido información sobre el destino turístico Kuélap – Gocta al Material impreso mediante folletería distribuidas en ferias y eventos turísticos en sus respectivas regiones; un 33% representa a las personas que indicaron como otra fuente a través de la cual ha recibido información sobre el destino turístico Kuélap – Gocta a Internet mediante redes sociales y páginas web; el 5% representa a las personas que indicaron como otra fuente a través de la cual ha recibido información sobre el destino turístico Kuélap – Gocta a las Agencias de viajes mediante sus promociones y ofertas.

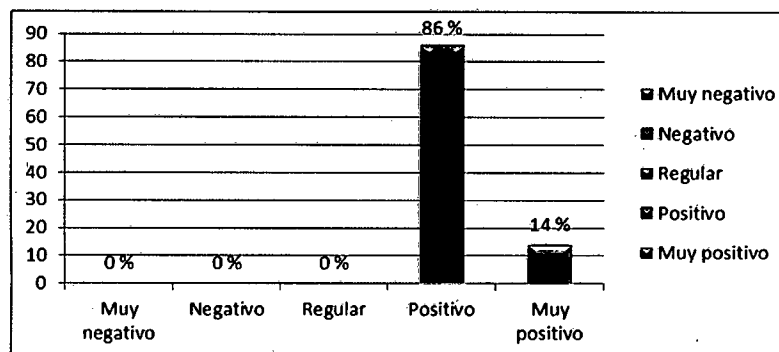
**Tabla N° 33: Valoración de la información recibida de las diferentes fuentes por los Turistas Nacionales acerca destino turístico Kuélap – Gocta.**

	Fi	Fi%
<b>Muy negativo</b>	0	0%
<b>Negativo</b>	0	0%
<b>Regular</b>	0	0%
<b>Positivo</b>	252	86%
<b>Muy positivo</b>	41	14%
<b>Total</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 33: Valoración de la información recibida de las diferentes fuentes por los Turistas Nacionales acerca destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 13 se observa de la población encuestada: el 86% representa a las personas que indican como Positiva la información recibida del destino turístico Kuélap – Gocta a través de las diferentes fuentes; el 14% representa a las personas que indican como Muy Positiva la información recibida del destino turístico Kuélap – Gocta a través de las diferentes fuentes. Los visitantes que indican como Positiva y Muy Positiva la información recibida acerca del destino coinciden en indicar que en las recomendaciones de visitar el destino predominaron los comentarios acerca de la seguridad y tranquilidad que posee.

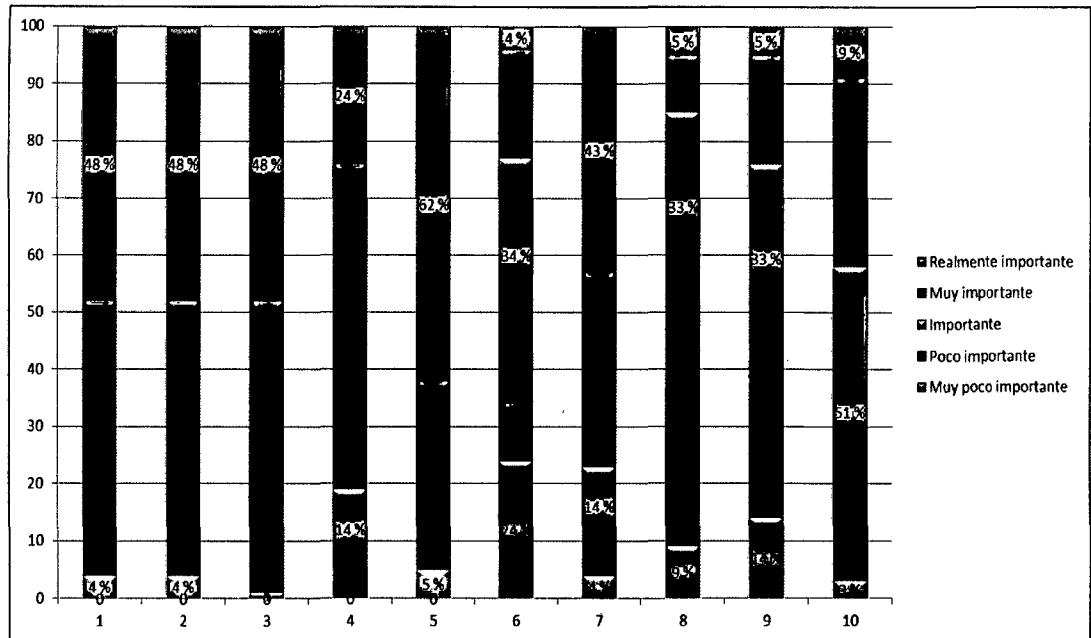
**Tabla N° 34: Importancia concedida por los Turistas Nacionales a las siguientes razones para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta.**

Cod.	Razones para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta	Fi					Fi%				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Descansar/relajarme para aliviar el estrés	0	0	13	140	140	0%	0%	4%	48%	48%
2	Escapar de la rutina diaria	0	0	13	140	140	0%	0%	4%	48%	48%
3	Conocer nuevos lugares	0	0	3	150	140	0%	0%	1%	51%	48%
4	Conocer su entorno natural y estar en contacto con este	0	14	41	168	70	0%	5%	14%	57%	24%
5	Conocer su patrimonio Histórico cultural	0	0	14	98	181	0%	0%	5%	33%	62%
6	Integrarme en la vida y las actividades de la gente local	70	56	98	56	13	24%	19%	34%	19%	4%
7	Disfrutar del tiempo libre con mi familia y/o amigos	13	14	41	99	126	4%	5%	14%	34%	43%
8	Buscar aventuras (senderismo, montañismo)	27	126	98	28	14	9%	43%	33%	10%	5%
9	Buscar entretenimiento y diversión	41	84	98	56	14	14%	29%	33%	19%	5%
10	Estar en contacto directo con la naturaleza	8	12	150	96	27	3%	4%	51%	33%	9%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 34: Importancia concedida por los Turistas Nacionales a las siguientes razones para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 14 se observa de la población encuestada lo siguiente:

- 01. Descansar/relajarme para aliviar el estrés: El 4% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 48% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 48% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en estos tres enunciados en los que el turista considera de mucha importancia la razón de descansar/relajarse se debe a que indican que el destino Kuélap – Gocta es uno de los pocos que les brinda tranquilidad y seguridad que les permite aliviar el estrés de una manera completa.
  
- 02. Escapar de la rutina diaria: El 4% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 48% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 48% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en estos tres enunciados los turistas coinciden en indicar que este destino es el ideal para escapar de la rutina porque puede ser visitado con familiares, amigos o en pareja sin necesidad de preocuparse por la seguridad e integridad física, visitando y disfrutando en su totalidad los atractivos naturales y culturales.
  
- 03. Conocer nuevos lugares: El 1% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 51% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 48% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en estos tres enunciados los turistas coinciden en indicar que conocer nuevos lugares es una razón importante debido a que el destino les ofrece

una variedad de atractivos diferentes a los que ofrecen los destinos del sur del país.

- 04. Conocer su entorno natural y estar en contacto con este: El 5% representa a las personas que indican como Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 14% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 57% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 24% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en este caso los turistas coinciden en indicar que consideran al destino turístico Kuélap – Gocta como uno de los destinos más diversos y que por esta razón pueden estar en contacto directo con la naturaleza sin necesidad de ir muy lejos ni gastar demasiado.
  
- 05. Conocer su patrimonio histórico cultural: El 5% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 33% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 62% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en este caso los turistas coinciden en indicar que conocen la importancia que tiene la cultura desarrollada en esta parte del Perú y conocen la riqueza del patrimonio histórico cultural por lo que deciden visitarlo.
  
- 06. Integrarme en la vida y las actividades de la gente local: El 24% representa a las personas que indican como Muy Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 19% representa a las personas que indican como Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en estos dos casos en los que el turista considera de poca importancia esta razón para visitar el destino

turístico se debe a que son aquellos turistas que visitan solo los atractivos principales mediante agencias de viajes que no desarrollan este tipo de turismo (turismo rural comunitario) lo cual no les permite compartir algunas actividades con la gente local. Por otro lado el 34% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 19% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 4% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en este caso los turistas han coincidido en indicar que al visitar los diferentes atractivos turísticos les interesa compartir con la gente local ya que así pueden compartir experiencias, conocimientos y así conocer un poco la manera de vivir de las personas que permanecen en el destino.

- 07. Disfrutar del tiempo libre con mi familia y/o amigos: El 4% representa a las personas que indican como Muy Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 5% representa a las personas que indican como Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en estos dos casos los turistas consideran de poca importancia esta razón para visitar el destino turístico ya que son aquellos que visitan el destino por razones de trabajo sin compañía de familiares o amigos y de paso visitan los principales atractivos turístico del destino. Por otro lado el 14% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 34% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 43% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en este caso los turistas han coincidido en indicar que disfrutan viajar en compañía de familiares y/o amigos ya que aprovechan los feriados largos o las vacaciones donde toda la familia y los amigos cuentan con tiempo libre para viajar y permanecer más tiempo en el destino.

- 08. Buscar aventuras (senderismo, montañismo): El 9% representa a las personas que indican como Muy Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 43% representa a las personas que indican como Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en estos dos casos en los que el turista considera de poca importancia esta razón para visitar el destino turístico se debe a que son aquellos turistas visitan los atractivos principales con movilidad propia o mediante los servicios de las agencias de viajes. Por otro lado el 33% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 10% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 5% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en este caso los turistas que indicaron como Importante, Muy importante y Realmente importante la razón de visitar el destino turístico para buscar aventuras han coincidido en indicar que prefieren las caminatas cortas donde puedan ver naturaleza, además son jóvenes que viajan con grupos de amigos.
- 09. Buscar entretenimiento y diversión: El 14% representa a las personas que indican como Muy Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 29% representa a las personas que indican como Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en estos dos casos en los que el turista considera de poca importancia esta razón para visitar el destino turístico se debe a que son aquellos turistas que prefieren básicamente conocer los atractivos del destino, son los que cuentan con poco presupuesto para sus gastos. Por otro lado el 33% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 19% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 5% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el



viaje al destino turístico Kuélap – Gocta, en este caso los turistas han coincidido en indicar que para ellos es importante buscar lugares en donde estén en contacto con la naturaleza, poder realizar caminatas con la familia y divertirse conociendo nuevos lugares.

- 10. Estar en contacto directo con la naturaleza: El 3% representa a las personas que indican como Muy Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; 4% representa a las personas que indican como Poco Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en este caso en los que el turista considera de poca importancia esta razón para visitar el destino turístico se debe a que indican que prefieren los sitios arqueológicos con facilidades para llegar y así conocer cómo se desarrolló la cultura Chachapoya en gran parte del destino. Por otro lado el 51% representa a las personas que indican como Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 33% representa a las personas que indican como Muy Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; el 9% representa a las personas que indican como Realmente Importante esta razón para realizar el viaje al destino turístico Kuélap – Gocta; en este caso los turistas que indicaron como Importante, Muy importante y Realmente Importante la razón de visitar el destino turístico para estar en contacto directo con la naturaleza coinciden en indicar que prefieren visitar lugares con mucha naturaleza para salir de la vida agitada de la ciudad y relajarse.

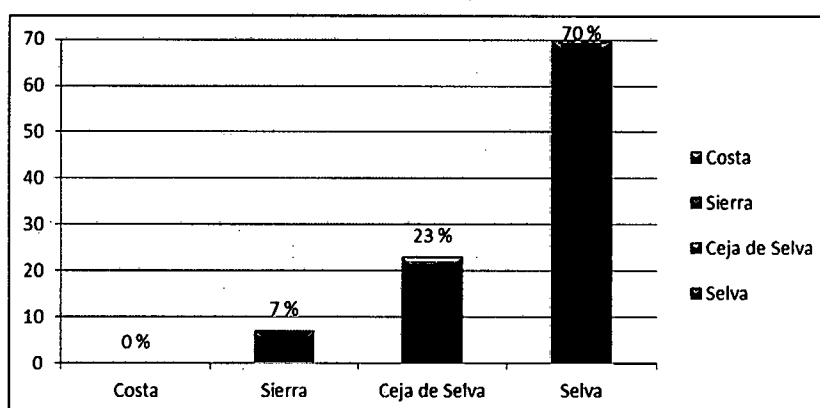
**Tabla N° 35: Ubicación geográfica que le otorga el Turista Nacional al Destino Turístico Kuélap – Gocta.**

Ubicación geográfica	Fi	Fi%
Costa	0	0%
Sierra	20	7%
Ceja de Selva	67	23%
Selva	206	70%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 35: Ubicación geográfica que le otorga el Turista Nacional al Destino Turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 15 se observa de la población encuestada: el 7% representa a las personas que indican que la Ubicación Geográfica del destino turístico Kuélap – Gocta es la Sierra ya que según su opinión el clima es parecido a otros lugares de la sierra del Perú; el 23% representa a las personas que indican que la Ubicación Geográfica del destino turístico Kuélap – Gocta es Ceja de Selva ya que opinan que tienen familiares, amigos y conocidos que son propios del destino turístico quienes se encargan de aclarar la verdadera ubicación geográfica del destino turístico, indican también que algunos documentales mencionan la Ceja de Selva como la ubicación geográfica del destino; el 70% representa a las personas que indican que la Ubicación

Geográfica del destino Kuélap – Gocta es la Selva debido a que gran parte del destino turístico posee grandes áreas naturales con bosques, flora y fauna que les da un indicio de que se encuentran en la selva.

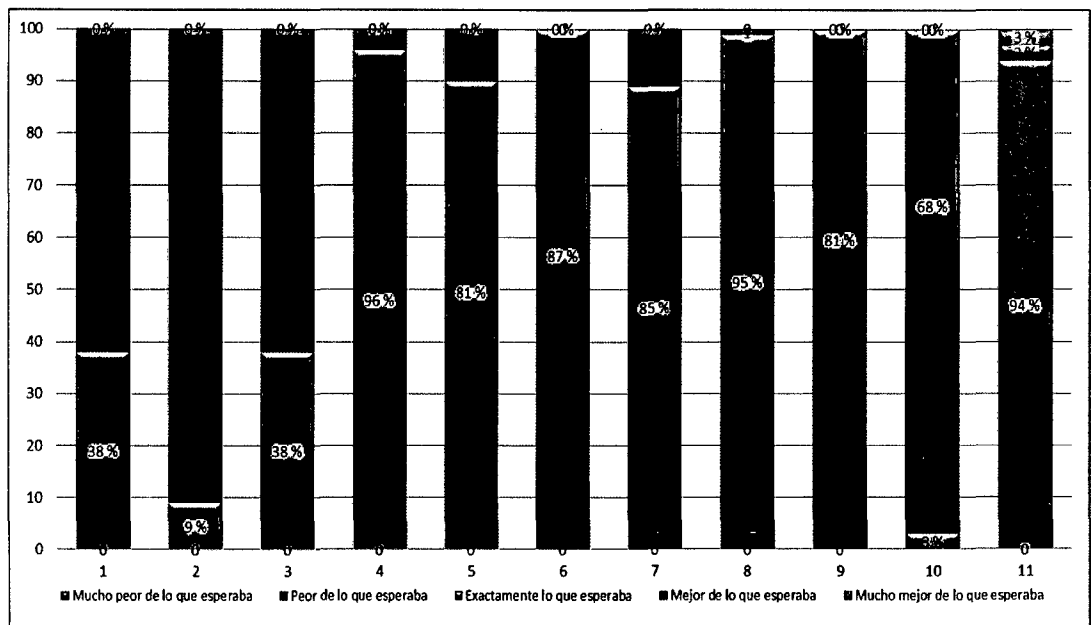
**Tabla N° 36: Aspectos del destino turístico Kuélap – Gocta que son mejor, igual o peor de que esperaba según el Turista Nacional.**

Cod.	Aspectos	Fi					Fi%				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Atractivo en su entorno natural	0	0	112	181	0	0%	0%	38%	62%	0%
2	Atributos del destino	0	0	27	266	0	0%	0%	9%	91%	0%
3	Patrimonio cultural	0	0	112	181	0	0%	0%	38%	62%	0%
4	Alojamiento	0	0	280	13	0	0%	0%	96%	4%	0%
5	Restaurantes	0	26	237	30	0	0%	9%	81%	10%	0%
6	Agencia de viajes	0	38	255	0	0	0%	13%	87%	0%	0%
7	Transporte	0	12	248	33	0	0%	4%	85%	11%	0%
8	Guiado	0	12	279	2	0	0%	4%	95%	1%	0%
9	Infraestructura vial	0	55	238	0	0	0%	19%	81%	0%	0%
10	Facilidades turísticas	9	84	200	0	0	3%	29%	68%	0%	0%
11	Experiencia en general	0	0	275	10	8	0%	0%	94%	3%	3%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 36: Aspectos del destino turístico Kuélap – Gocta que son mejor, igual o peor de que esperaba según el Turista Nacional.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 16 se observa de la población encuestada lo siguiente:

- Atractivo en su entorno natural: El 38% representa a las personas que indican sobre el Atractivo en su entorno natural como Exactamente lo que esperaba ya que consideran que el destino tiene una variedad de atractivos que aún se encuentran sin demasiada intervención de la mano del hombre para su conservación sino más bien se observan tal cual lo dejaron los antepasados; por otro lado, el 62% representa a las personas que indican sobre el Atractivo en su entorno natural como Mejor de lo que esperaba ya que los turistas opinan que observan los atractivos muy bien conservados sin daño alguno a su entorno natural y es el factor que hace más atractivo al destino.
  
- Atributos del destino: El 9% representa a las personas que indican sobre los Atributos del destino como Exactamente lo que esperaba debido a que ya habían recibido información de familiares y amigos sobre la hospitalidad de las personas, la tranquilidad y seguridad del destino; el 91% representa a las personas que indican sobre los Atributos del destino como Mejor de lo que esperaba debido a que la tranquilidad y seguridad del destino aún no se pierde a diferencia de otros destino del sur que ya son visitados por turistas nacionales y extranjeros y que no les permite visitar y disfrutar en calma los diferentes atractivos.
  
- Patrimonio cultural: El 38% representa a las personas que indican sobre el Patrimonio cultural como Exactamente lo que esperaba ya que por medio de la publicidad y las redes sociales tenían conocimiento del patrimonio cultural del destino; el 62% representa a las personas que indican sobre el Patrimonio cultural como Mejor de lo que esperaba debido a que al permanecer en el destino conocieron la riqueza cultural y la variedad de atractivos turísticos en todo el territorio del destino.
  
- Servicio de alojamiento: El 96% representa a las personas que indican sobre el Servicio de alojamiento como Exactamente lo que esperaba ya que el servicio ha sido bueno, afirman que las habitaciones están implementadas

con confortables servicios como teléfono, agua caliente que hacen de la experiencia más satisfactoria; el 10% representa a las personas que indican sobre el Servicio de alojamiento como Mejor de lo que esperaba ya que sintieron confort y un servicio amable por parte los trabajadores que laboraban en los hospedajes.

- Servicio de restaurante: El 9% representa a las personas que indican sobre el Servicio de restaurante como Peor de lo que esperaba debido a que en muchas ocasiones los turistas no encontraban lo que la carta del menú refiere y los precios eran muy elevados para el mal servicio que estaban recibiendo; el 81% representa a las personas que indican sobre el Servicio de restaurante como Exactamente lo que esperaba ya que a su opinión estaba muy acorde a sus expectativas la variedad en la carta y el menú, la buena sazón y la cortesía de los meseros; el 10% representa a las personas que indican sobre Mejor de lo que esperaba ya que mencionan haber encontrado variedad sobre todo en los restaurantes de comida regional y los cafés.
- Servicio de agencia de viajes: El 13% representa a las personas que indican sobre el Servicio de Agencia de viajes como Peor de lo que esperaba debido muchas veces no cumplieron con los horarios de partida y hay inconvenientes en cuanto a los guías que orientan en español e inglés al mismo tiempo porque no sienten que sean un servicio personalizado; el 87% representa a las personas que indican sobre el Servicio de Agencia de viajes como Exactamente lo que esperaba ya que la organización de los viajes ha sido buena en cuanto al cumplimiento de los horarios y a los guías que están preparados para responder cualquier inquietud y salvaguardar la integridad física de cada turista.
- Servicio de transporte: El 4% representa a las personas que indican sobre el Servicio de transporte como Peor de lo que esperaban debido a que existen algunas deficiencias en el transporte interprovincial como el cambio de horario de partida de las combis o colectivos, el personal que labora no

cuida al pasajero y llenan los vehículos excesivamente con personas o carga; el 85% representa a las personas que indican sobre el Servicio de transporte como Exactamente lo que esperaban ya que los servicios que se ofertan son los que se brindan a bordo; los servicios higiénicos permanecen limpios, el personal que labora es amable y se cumplen los horarios sin retrasos; el 11% representa a las personas que indican sobre el Servicio de transporte como Mejor de lo que esperaban ya que según los turistas el servicio es excelente, sobre todo en el transporte a otras regiones, el personal que labora y atiende es amable, siempre está pendiente de las necesidades del pasajero y no hay aglomeración de pasajeros ni carga.

- Servicio de guiado: El 4% representa a las personas que indican sobre el Servicio de guiado como Peor de lo que esperaban debido a que al momento en el que guían lo realizan en español y en inglés y no se separa a los turistas nacionales de los turistas extranjeros, de esta manera incomoda a ambos segmentos; el 95% representa a las personas que indican sobre el Servicio de guiado como Exactamente lo que esperaban ya que los guías están capacitados para responder las inquietudes de los turistas y aclaran las dudas de manera rápida; el 1% representa a las personas que indican sobre el Servicio de guiado como Mejor de lo que esperaba ya que aparte de orientarlos los guías se preocupan por la integridad física, les dan tiempo para disfrutar toda la belleza de los lugares que visitan y les dan seguridad.
- Infraestructura vial: El 19% representa a las personas que indican sobre la Infraestructura vial como Peor de lo que esperaban ya que según su opinión la infraestructura vial que conecta a los pueblos y comunidades no es muy buena por causa de las lluvias y la falta de limpieza; el 81% representa a las personas que indican sobre la Infraestructura vial como Exactamente lo que esperaban debido a que han observado que las principales vías que conectan hacia otras regiones se conservan limpias, a pesar de las lluvias hay maquinaria que mantiene la carretera ante cualquier percance.



- Facilidades turísticas: El 3% representa a las personas que indican sobre las Facilidades turísticas como Mucho peor de lo que esperaban debido a que según su opinión en algunos casos la señalética que se ha colocado en varios puntos del destino ya están despintados, desgastados y no son los adecuado para orientarse, además los caminos hacia algunos atractivos no están bien demarcados y los turistas mencionan que algunas veces se han perdido por causa de ello; el 29% representa a las personas que indican sobre las Facilidades turísticas como Peor de lo que esperaban debido a que según su opinión para realizar las caminatas a los principales atractivos turísticos se les obliga a pagar un guía u orientador turístico, detalle que mencionan no se realiza en otros destinos turísticos, además existe pocos establecimientos bancarios y financieros donde el turista pueda realizar sus transacciones y escoger los diversos tipos de tasas y tarifas por sus operaciones, finalmente no encuentran establecimientos como supermercados, cines, centros comerciales y otros donde puedan recrearse al momento en que tienen tiempo libre después de sus viajes a los diferentes lugares del destino turístico; el 68% representa a las personas que indican sobre las Facilidades turísticas como Exactamente lo que esperaban ya que encuentran servicios básicos en los diferentes lugares que visitan, hay personas que les orientan, además hay transporte continuo a los principales lugares que desean visitar.
  
- Experiencia en general: El 94% representa a las personas que indican sobre la Experiencia en general en el destino turístico Kuélap – Gocta como Exactamente lo que esperaban ya que han encontrado los servicios básicos que ellos necesitan, además a pesar de algunas falencias según su opinión el destino es agradable por la calidez de las personas, la particularidad de los recursos turísticos, la seguridad y tranquilidad que han encontrado en el destino; el 3% representa a las personas que indican sobre la Experiencia en general en el destino turístico Kuélap – Gocta como Mejor de lo que esperaban debido a que han podido vivir experiencias únicas en compañía de familiares y amigos, a la vez han podido conocer a las personas de los

diferentes poblados y compartir experiencias de vida y sobre todo consideran único el variado clima del destino.

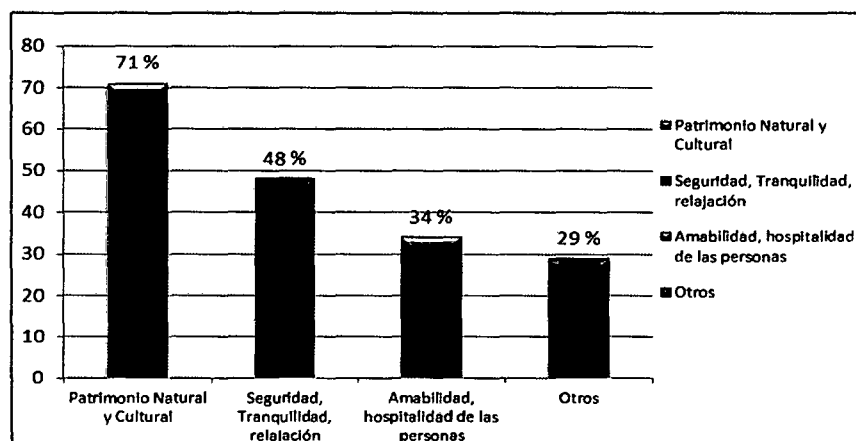
**Tabla N° 37: Características que le atribuye el Turista Nacional al destino turístico Kuélap – Gocta.**

Características	Fi	Fi%
<b>Patrimonio Natural y Cultural</b>	208	71%
<b>Seguridad/tranquilidad/Relajación</b>	140	48%
<b>Amabilidad, hospitalidad de las personas</b>	98	34%
<b>Otros</b>	84	29%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 37: Características que le atribuye el Turista Nacional al destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 17 se observa de la población encuestada: el 71% representa a las personas que han descrito características del destino que se relacionan con el Patrimonio Natural y Cultural tales como: Lugar de imponentes monumentos arqueológicos, Lugar histórico natural, lugar de bellos paisajes, lugar de naturaleza, lugar de riqueza arqueológica, lugar de flora y fauna sorprendente, lugar de construcciones únicas; por otro lado el 48% representa a las personas que han descrito características del destino que se relacionan

con la Seguridad/ Tranquilidad/ Relajación tales como: Lugar seguro, lugar de relajación, lugar tranquilo y acogedor; el 34% representa a las personas que han descrito características del destino que se relacionan con la Amabilidad y hospitalidad de las personas tales como: lugar de gente agradable, lugar de gente hospitalaria y servicial; finalmente el 29% representa a las personas que han descrito características del destino que se relacionan con Otros aspectos tales como gastronomía exquisita y clima agradable.

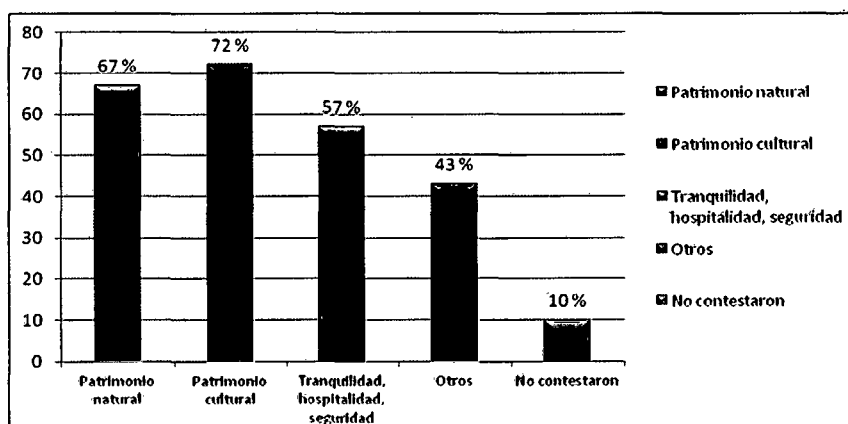
**Tabla N° 38: Atracciones y características consideradas únicas o distintivas según el Turista Nacional.**

Características únicas	N°	%
<b>Patrimonio Natural</b>	196	67%
<b>Patrimonio Cultural</b>	210	72%
<b>Tranquilidad, hospitalidad, seguridad</b>	168	57%
<b>Otros</b>	126	43%
<b>No contestaron</b>	28	10%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 38: Atracciones y características consideradas únicas o distintivas según el Turista Nacional.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 18 se observa de la población encuestada: el 67% representa a las personas que han descrito características únicas del destino que se relacionan con el Patrimonio Natural tales como: sincronización entre edificaciones y el medio natural, variedad de paisajes; por otro lado el 72% representa a las personas que han descrito características únicas del destino que se relacionan con la Patrimonio Cultural tales como: patrón arquitectónico, variedad de atractivos, la ubicación en lugares altos de los lugares funerarios; el 57% representa a las personas que han descrito características únicas del destino que se relacionan con la Tranquilidad, hospitalidad, seguridad tales como: tranquilidad y la seguridad del destino, hospitalidad de la gente; el 22% representa a las personas que han descrito características únicas del destino que se relacionan con Otros aspectos tales como: el clima variado del destino, ubicación geográfica; finalmente el 10% representa a las personas que no han descrito y/o contestado características únicas del destino.

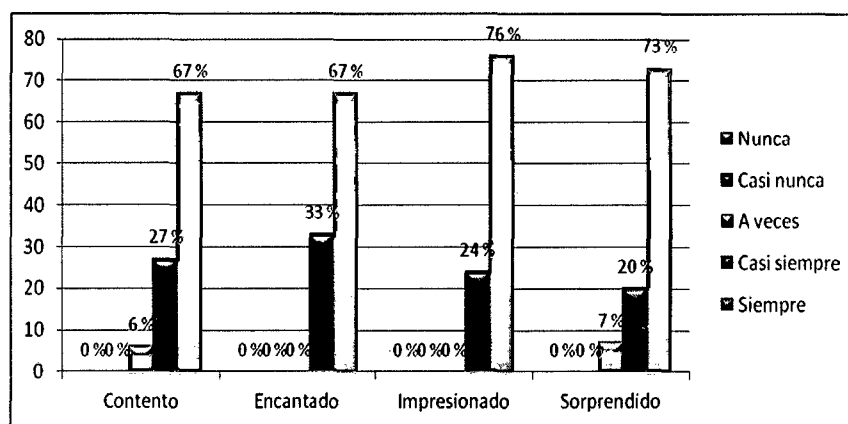
**Tabla N° 39.1: Frecuencia con la que ha experimentado el Turista Nacional emociones positivas durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta.**

Emociones Positivas	Fi					Fi%				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<b>Contento</b>	0	0	17	80	196	0%	0%	6%	27%	67%
<b>Encantado</b>	0	0	0	98	197	0%	0%	0%	33%	67%
<b>Impresionado</b>	0	0	0	70	223	0%	0%	0%	24%	76%
<b>Sorprendido</b>	0	0	20	60	213	0%	0%	7%	20%	73%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 39.1: Frecuencia con la que ha experimentado el Turista Nacional emociones positivas durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 19.1 se observa de la población encuestada:

- Contento: El 6% representa a las personas que han indicado haber experimentado A veces estar contentos durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta debido a que hubieron algunas falencias en los servicios turísticos que hicieron que se sintieran no muy contentos en determinados momentos. Por otro lado el 27% representa a las personas que han indicado haber experimentado Casi Siempre estar contentos durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta; el 67% representa a las personas que han indicado haber experimentado Siempre estar contentos durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta. En ambos casos los turistas han coincidido en indicar que han experimentado esta emoción debido a que han logrado recorrer los principales atractivos turísticos del destino y de esta manera conocer más lugares y conocer acerca de la cultura que se ha desarrollado en el mismo.
- Encantado: El 33% representa a las personas que han indicado haber experimentado Casi Siempre estar encantado durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta; el 67% representa a las personas que han indicado haber experimentado Siempre estar encantados durante su estancia

en el destino turístico Kuélap – Gocta. En ambos casos los turistas han coincidido en indicar que han experimentado esta emoción debido a que han podido estar en contacto con los pobladores de los diferentes lugares que han visitado dentro del destino turístico, llevándose gratos recuerdos las personas que muy gentilmente les ayudaban a orientarse.

- Impresionado: El 24% representa a las personas que han indicado haber experimentado Casi Siempre estar impresionado durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta; el 76% representa a las personas que han indicado haber experimentado Siempre estar impresionado durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta. En ambos casos los turistas han coincidido en indicar que han experimentado esta emoción debido a que el destino guarda lugares con una arquitectura única diferentes a las que ya vieron el destinos del sur, les llama la atención la difícil tarea que pudieron tener los ancestros para colocar sus viviendas y habitaciones funerarias en zonas donde actualmente es muy difícil acceder pero que pueden ser disfrutados a distancia.
- Sorprendido: El 7% representa a las personas que han indicado haber experimentado A veces estar sorprendido positivamente durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta debido a que solo pudieron visitar algunos atractivos porque estaban de paso por el destino. Por otro lado el 21% representa a las personas que han indicado haber experimentado Casi Siempre estar sorprendido positivamente durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta; el 79% representa a las personas que han indicado haber experimentado Siempre estar sorprendido positivamente durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta. En ambos casos los turistas han coincidido en indicar que han experimentado esta emoción debido a la variedad de atractivos naturales y culturales que posee el destino.

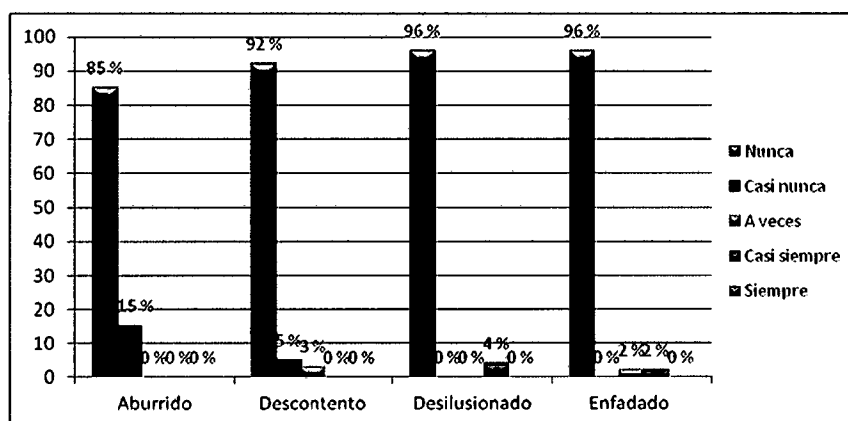
**Tabla N° 39.2: Frecuencia con la que ha experimentado el turista Nacional emociones negativas durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta.**

Emociones Negativas	Fi					Fi%				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<b>Aburrido</b>	250	43	0	0	0	85%	15%	0%	0%	0%
<b>Descontento</b>	268	15	10	0	0	92%	5%	3%	0%	0%
<b>Desilusionado</b>	280	0	0	13	0	96%	0%	0%	4%	0%
<b>Enfadado</b>	280	0	7	5	0	96%	0%	2%	2%	0%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Cuadro N° 39.2: Frecuencia con la que ha experimentado el turista Nacional emociones negativas durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 19.2 se observa de la población encuestada:

- Aburrido: El 85% representa a las personas que han indicado Nunca haber experimentado estar aburridos durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta; el 15% representa a las personas que han indicado Casi Nunca haber experimentado estar aburridos durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta. En ambos casos los turistas han coincidido en indicar que casi nunca o nunca han experimentado esta emoción debido a que durante la estancia en el destino han encontrado lugares que visitar y

actividades por hacer como ir de compras en las tiendas de artesanía para llevarse algún recuerdo del destino, además disfrutaban los paseos a lugares cercanos y que no demanden mucho tiempo.

- Descontento: El 92% representa a las personas que han indicado Nunca haber experimentado estar descontentos durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta; el 5% representa a las personas que han indicado Casi Nunca haber experimentado estar descontentos durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta; en ambos casos los turistas han coincidido en indicar que casi nunca o nunca han experimentado esta emoción debido a que en la mayoría de veces se han sentido contentos con las experiencias que han vivido en el destino, en cuanto a los atractivos se sienten muy contentos porque han conocido muchos lugares y la riqueza cultural y natural que estos poseen. Por otro lado el 3% representa a las personas que han indicado A veces haber experimentado estar descontentos durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta debido a que solo sintieron esta emoción al no ser atendidos adecuadamente en algún servicio turístico en especial.
- Desilusionado: El 96% representa a las personas que han indicado Nunca haber experimentado estar desilusionados durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta ya que los turistas indican que no han experimentado esta emoción debido a que la experiencia ha sido única y con frecuencia experimentaban satisfacción y pensaban algún día regresar; por otro lado el 4% representa a las personas que han indicado Casi siempre haber experimentado estar desilusionados durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta porque fueron aquellos turistas que en sus tiempos libres buscaban más actividades que puedan hacer o lugares a donde ir como cines o supermercados.
- Enfadado: El 96% representa a las personas que han indicado Nunca haber experimentado estar enfadados durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta debido a que afirman que no ha habido motivo para que



sintieran enfado, al contrario han sentido plenitud y placer al estar en un lugar que les brinda seguridad y confort; el 2% representa a las personas que han indicado A veces haber experimentado estar enfadados durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta debido a que a pesar de algunas falencias en los servicios turísticos, al final siempre encontraban algo que contrarrestaba algún mal momento que pudieran haber vivido; y el 2% representa a las personas que han indicado Casi siempre haber experimentado estar enfadados durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta debido a que en algunos casos han recibido una mala atención por parte de personal de los servicios turísticos que usaron, mayormente de agencias de viajes y restaurantes.

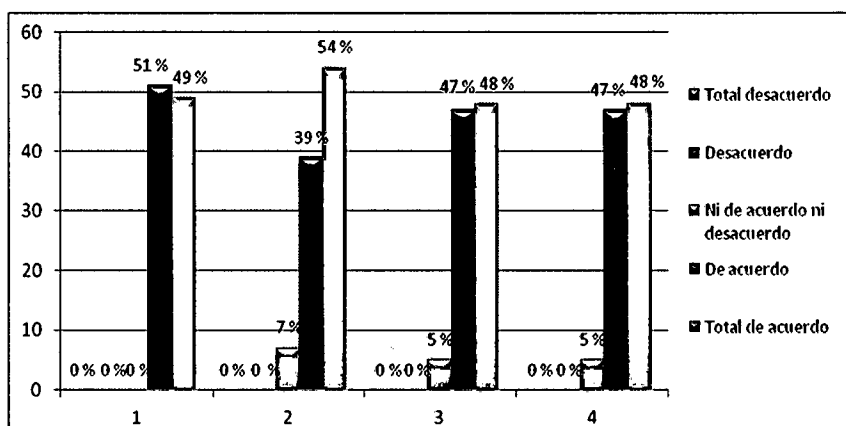
**Tabla N° 40: Opinión que tiene el Turista Nacional respecto a su experiencia actual en el destino turístico Kuélap – Gocta.**

Cod.		Fi					Fi%				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	He disfrutado durante mi estancia actual en el destino Turístico Kuelap – Gocta.	0	0	0	150	143	0%	0%	0%	51%	49%
2	Mi elección del destino Turístico Kuelap – Gocta fue acertada.	0	0	20	113	160	0%	0%	7%	39%	54%
3	Estoy satisfecho con mi experiencia actual en el destino Turístico Kuelap – Gocta.	0	0	15	138	140	0%	0%	5%	47%	48%
4	Kuélap – Gocta es el destino turístico que yo necesitaba.	0	0	14	138	141	0%	0%	5%	47%	48%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 40: Opinión que tiene el Turista Nacional respecto a su experiencia actual en el destino turístico Kuélap – Gocta.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 20 se observa de la población encuestada:

- He disfrutado durante mi estancia actual en el destino Turístico Kuelap – Gocta: El 51% representa a las personas que han indicado estar De acuerdo con este enunciado; el 49% representa a las personas que han indicado estar Totalmente de acuerdo con este enunciado. En los dos casos los turistas coinciden en indicar que han disfrutado durante la estancia en el destino debido a que para ellos es uno de los lugares con mucha diversidad de atractivos naturales y culturales, los servicios turísticos son buenos y la seguridad y tranquilidad que existe es propicio para salir de la rutina.
- Mi elección del destino Turístico Kuelap – Gocta fue acertada: El 7% representa a las personas que han indicado estar Ni de acuerdo ni desacuerdo con este enunciado debido a que la elección del destino no fue de manera directa, más bien lo eligieron por ser punto de conexión hacia otros destinos del norte y no era prioridad quedarse mucho tiempo en el destino turístico Kuélap – Gocta. Por otro lado el 39% representa a las personas que han indicado estar De acuerdo con este enunciado; el 54% representa a las personas que han indicado estar Totalmente de acuerdo con este enunciado. En estos dos últimos casos en los que el turista indica estar de acuerdo o en total de acuerdo con el enunciado opinan que la elección

que hicieron para visitar el destino fue acertada ya que según su opinión su prioridad era visitar un lugar donde puedan disfrutar de atractivos naturales y culturales, estar tranquilos y seguros y finalmente visitar y conocer muchos lugares nuevos.

- Estoy satisfecho con mi experiencia actual en el destino Turístico Kuelap – Gocta: El 5% representa a las personas que han indicado estar Ni de acuerdo ni desacuerdo con este enunciado debido a que solo permanecieron dos días y no han podido disfrutar del destino con tranquilidad. Por otro lado el 47% representa a las personas que han indicado estar De acuerdo con este enunciado; el 48% representa a las personas que han indicado estar Totalmente de acuerdo con este enunciado, en los dos casos en los que los turistas opinan estar de acuerdo y totalmente de acuerdo en indicar que están satisfechos con la experiencia actual en el destino turístico Kuélap – Gocta se debe a que el destino turístico les ofrece otras alternativas como caminatas cortas y lugares cercanos que pueden visitar por su cuenta o con agencia de viajes sin temor a perderse y sin poner en peligro su integridad física.
- Kuélap – Gocta es el destino turístico que yo necesitaba: El 5% representa a las personas que han indicado estar Ni de acuerdo ni desacuerdo con este enunciado ya que son aquellos turistas que eligieron el destino como complemento a su viaje por el Perú. Por otro lado el 47% representa a las personas que han indicado estar De acuerdo con este enunciado; el 48% representa a las personas que han indicado estar en Totalmente de acuerdo con este enunciado, en estos dos últimos casos en los que el turista indica estar de acuerdo o en total acuerdo con el enunciado opinan que el destino Kuélap – Gocta es el indicado para las personas que buscan tranquilidad y relajación, además les atrae por la calidez de la gente, los atractivos naturales y culturales que posee y el patrón arquitectónico diferente a otros destinos.

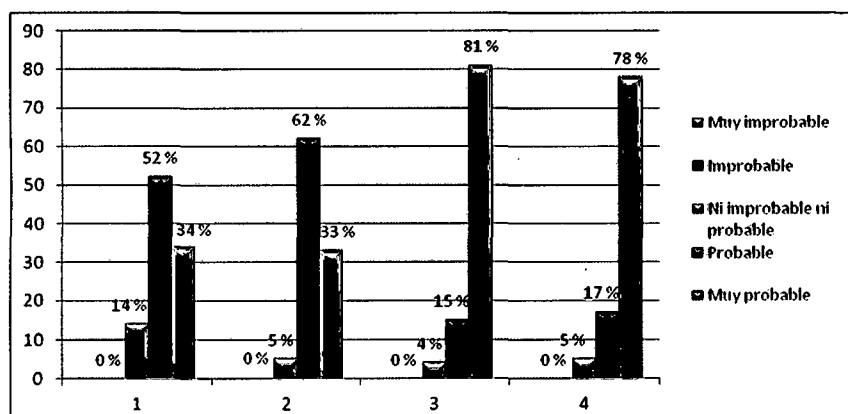
**Tabla N° 41: Probabilidad que concede el Turista Nacional a las siguientes intenciones.**

Cod.	Intenciones	Fi					Fi%				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Intentaré volver al destino Kuelap – Gocta en los próximos años.	0	0	42	153	98	0%	0%	14%	52%	34%
2	Tras mi experiencia actual, creo que visitaré de nuevo el destino turístico Kuélap – Gocta en el futuro.	0	0	15	182	96	0%	0%	5%	62%	33%
3	Animaré a mis familiares y amigos a que visiten en algún momento el destino turístico Kuélap – Gocta.	0	0	13	44	236	0%	0%	4%	15%	81%
4	Recomendaría el destino turístico Kuélap – Gocta si alguien me pidiera consejo.	0	0	14	50	229	0%	0%	5%	17%	78%

Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

**Gráfico N° 41: Probabilidad que concede el Turista Nacional a las siguientes intenciones.**



Fuente: Encuesta.

Elaboración propia.

En el gráfico N° 20 se observa de la población encuestada:

- El 14% representa a las personas que han indicado Ni improbable ni probable intentar volver al destino turístico Kuélap – Gocta en los próximos años debido a que desean visitar aún otros lugares del Perú para poder ver si en el futuro pueden realizar nuevamente la visita al destino; por otro lado el 52% representa a las personas que han indicado Probable intentar volver al destino turístico Kuélap – Gocta en los próximos años y de la misma manera el 34% representa a las personas que han indicado Muy Probable esta intención debido a que en ambos casos los turistas coinciden en afirmar que intentarán volver al destino turístico Kuélap – Gocta acompañados con sus familiares ya que en su primera visita muchos han visitado el destino por motivos laborales y el destino les parece uno de los más diversos y es uno de los pocos destinos que aún guarda su patrón arquitectónico y de esta manera es una buena alternativa para ser visitado con más tranquilidad en el futuro.
- El 5% representa a las personas que han indicado Ni improbable ni probable visitar de nuevo el destino turístico Kuélap – Gocta tras la experiencia actual debido a que este porcentaje lo conforman las personas que son estudiantes, sin embargo no descartan planear un próximo viaje en un futuro a largo plazo; por otro lado el 62% representa a las personas que han indicado Probable visitar de nuevo el destino turístico Kuélap – Gocta tras la experiencia actual y de la misma manera el 33% representa a las personas que han indicado Muy Probable esta intención debido a que en ambos casos los turistas coinciden en afirmar que si piensan visitar de nuevo el destino debido a que la experiencia que vivieron ha sido muy agradable.
- El 4% representa a las personas que han indicado Ni improbable ni probable animar a sus familiares y amigos a que visiten en algún momento el destino turístico Kuelap – Gocta ya que opinan que tendrían que conocer más sobre el destino para poder recomendarlo debido a que solo estaban de paso por el destino; el 15% representa a las personas que han indicado Probable animar a sus familiares y amigos a que visiten en algún momento el destino

turístico Kuelap – Gocta y de la misma manera el 81% representa a las personas que han indicado Muy Probable esta intención debido a que en ambos casos los turistas coinciden en afirmar que si animarían a familiares y amigos visitar en algún momento el destino turístico Kuélap – Gocta ya que es un destino nuevo, que brinda facilidades turísticas, es un destino seguro, sirve para salir de la rutina y puede ser disfrutado en familia.

- El 5% representa a las personas que han indicado Ni improbable ni probable recomendar el destino turístico Kuélap – Gocta si alguien les pidiera consejo ya que solo permanecieron uno o dos días en el destino y no lo conocen bien para recomendarlo. El 17% representa a las personas que han indicado Probable recomendar el destino turístico Kuélap – Gocta si alguien les pidiera consejo y de la misma manera el 78% representa a las personas que han indicado Muy Probable esta intención debido a que en ambos casos los turistas coinciden en afirmar que sin dudarlo recomendarían el destino porque es un destino que no tiene a turistas aglomerados en los atractivos turísticos, de esta manera pueden ser disfrutados con tranquilidad y están en contacto directo con la historia y la naturaleza.

**4.3.3. Cuadro Comparativo de la Imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta Según la Percepción de los Visitantes.**

Para realizar el análisis final de la imagen actual del Destino Turístico Kuélap – Gocta se realizó un cuadro comparativo donde se pueda apreciar la percepción tanto del Turista Extranjero como del Turista Nacional de la siguiente manera:

	<b>Turista Nacional</b>	<b>Turista Extranjero</b>
<b>Perfil Sociodemográfico</b>	<p>De los turistas nacionales que visitan el destino turístico Kuélap – Gocta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alrededor del 52% corresponde al sexo femenino y el 48% corresponde al sexo masculino.</li> <li>- El 36% se encuentra entre los 25 a los 34 años y solamente el 5% corresponde a los turistas que se encuentran entre los 55 a los 64 años.</li> <li>- Con respecto a su ocupación destacan los estudiantes (14%), ingenieros (10%), administradores (10%) y fotógrafos (9%).</li> <li>- Los principales mercados emisores de turismo interno del destino son las regiones de Lima (52%), Lambayeque (14%) y La Libertad (10%).</li> <li>- La permanencia de los turistas nacionales en el destino turístico es de 3 a 4 días (54%).</li> <li>- De los turistas nacionales que visitan el Destino</li> </ul>	<p>De los turistas extranjeros que visitan el destino turístico Kuélap – Gocta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alrededor del 56% corresponde al sexo femenino y el 44% corresponde al sexo masculino.</li> <li>- El 43% se encuentran entre los 25 a los 34 años y solamente el 3% corresponde a los turistas con 65 años a más.</li> <li>- Con respecto a su ocupación destacan los estudiantes (35%), fotógrafos (14%) y periodistas (11%).</li> <li>- Los principales mercados emisores de turismo receptivo del destino son los países de Alemania (17%), Inglaterra (16%), Argentina (15%), Francia (12%) y España (11%).</li> <li>- La permanencia de los turistas extranjeros en el destino turístico es de 3 a 4 días (58%).</li> <li>- De los turistas extranjeros que visitan el Destino</li> </ul>

	Turístico, casi en su totalidad lo hacen por primera vez; solo el 6% si lo ha visitado anteriormente de una a dos veces.	Turístico, en su totalidad lo hacen por primera vez.
<b>"Antes de Realizar el Viaje"</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La imagen que tiene la mayoría del destino turístico antes de conocerlo es de: "Lugar Histórico – Cultural" (62%) y pocos tienen la imagen de "Lugar Ecológico" (4%).</li> <li>- En cuanto a la expectativa que tenían del Destino Turístico antes de llegar a conocerlos era Buena (81%).</li> <li>- El 14% de turistas nacionales no han recibido información de amigos, familiares y/o conocidos acerca del Destino turístico; por otro lado el 46% corresponde a aquellos turistas que si han recibido información de amigos, familiares y/o conocidos acerca del Destino Turístico y que en su totalidad les han recomendado visitarlo.</li> <li>- Otras fuentes de información de las cuales han recibido información acerca del Destino turístico están: Publicidad en Medios Masivos (48%), Internet (33%), Material Impreso (14%) y Agencias de Viajes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La imagen que tiene la mayoría del destino turístico antes de conocerlo es de: "Lugar Histórico – Cultural" (53%) y pocos tienen la imagen de Lugar Ecológico (6%).</li> <li>- En cuanto a la expectativa que tenían del Destino Turístico antes de llegar a conocerlo era Buena (79%).</li> <li>- El 57% de turistas extranjeros no han recibido información de amigos, familiares y/o conocidos acerca del Destino Turístico; por otro lado el 43% corresponde a aquellos turistas que si han recibido información de amigos, familiares y/o conocidos acerca del Destino Turístico y que en su mayoría les han recomendado visitarlo.</li> <li>- Otras fuentes de información de las cuales han recibido información acerca del Destino turístico están: el Internet (47%), Material Impreso (33%) y Publicidad en Medios Masivos (20%).</li> </ul>



	<p>(5%).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- En general, la información recibida por los turistas nacionales a través de las diferentes fuentes de información ha sido Positiva.</li> <li>- Las principales razones por las que deciden realizar el viaje al Destino Turístico son: Conocer su patrimonio histórico cultural, Descansar, relajarse para aliviar el estrés y conocer nuevos lugares.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En general, la información recibida por los turistas extranjeros a través de las diferentes fuentes de información ha sido Positiva.</li> <li>- Las principales razones por las que deciden realizar el viaje al Destino Turístico son: Conocer nuevos lugares, conocer el patrimonio histórico – cultural y estar en contacto con la naturaleza.</li> </ul>
<p><b>“Estancia Actual”</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En su mayoría, la ubicación geográfica que le otorga al Destino Turístico es la Selva (74%).</li> <li>- En su estadía, los aspectos del Destino Turístico que cuentan con deficiencias según el turista nacional son: Facilidades Turísticas, Infraestructura Vial, Servicio de Agencias de Viajes y Servicio de Restaurantes; por otro lado los aspectos que destacan son: Atractivo en su entorno natural, Atributos del destino y Patrimonio Cultural.</li> <li>- Las características más resaltantes que le atribuye al Destino Turístico son con respecto al Patrimonio Natural y Cultural, la Seguridad, Tranquilidad, la Relajación la Amabilidad y hospitalidad de las</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En su mayoría, la ubicación geográfica que le otorga al Destino Turístico es la Selva (56%).</li> <li>- En su estadía, los aspectos del Destino Turístico que cuentan con deficiencias según el turista extranjero son: Infraestructura Vial y Facilidades Turísticas; por otro lado los aspectos que destacan son: Atributos del Destino, Patrimonio Cultural que posee y Atractivo en su entorno natural.</li> <li>- Las características más resaltantes que le atribuye al Destino turístico son con respecto al Patrimonio Natural y Cultural, la Seguridad, Tranquilidad, la Relajación, la Amabilidad y hospitalidad de las personas.</li> </ul>

	<p>personas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- En su mayoría consideran como características y atracciones únicas al Patrimonio Cultural y Natural.</li> <li>- Durante su estancia en el Destino Turístico han experimentado Siempre haber estado Impresionados y sorprendidos con lo que conocían. Por otro lado, hay una minoría quienes han experimentado a veces estar desilusionados y enfadados debido a la deficiencia en algunos servicios turísticos.</li> <li>- Según la experiencia turística que han tenido en el Destino turístico la mayoría indica que "La elección del Destino Turístico fue acertada y haber disfrutado el viaje y la experiencia vivida en el destino".</li> <li>- En su mayoría indican que es muy probable "Animar a sus familiares y amigos a que visiten en algún momento el Destino turístico y que lo recomendarían si alguien les pidiera consejo".</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En su mayoría consideran como características y atracciones únicas al Patrimonio Cultural y Natural.</li> <li>- Durante su estancia en el Destino turístico han experimentado casi siempre haber estado sorprendidos e impresionados con la riqueza cultural y natural que existe. Por otro lado, hay una minoría quienes han experimentado a veces estar aburridos y descontentos porque no encontraban actividades para realizar en su tiempo libre.</li> <li>- Según la experiencia turística que han tenido en el Destino Turístico la mayoría indica "Haber estado satisfecho y haber disfrutado el viaje y la experiencia vivida en el destino".</li> <li>- En su mayoría indican que es muy probable "Recomendar el Destino Turístico si alguien les pidiera consejo y que a su vez animarían a familiares y amigos a visitarlo".</li> </ul>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia.

## V. DISCUSIÓN

En la presente tesis se investigó la Imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta Según la Percepción de los Visitantes, región Amazonas 2013, para ello se realizó una segmentación de los visitantes en Turistas Nacionales y Turistas Extranjeros, tomando como referencia el Libro de Registro de la Zona Monumental de Kuélap que es el atractivo principal del destino.

De acuerdo con los resultados encontrados en esta investigación se puede decir que hay una correlación entre la percepción que posee el Turista Nacional y la percepción que posee el Turista Extranjero acerca del Destino Turístico; lo que demuestra que los turistas nacionales y extranjeros tienen una imagen positiva antes de realizar su viaje y mantienen esa percepción al conocer el destino ya que en su mayoría opinan haber encontrado lo que esperaban en el destino y de esta manera haber disfrutado de la experiencia turística vivida.

El perfil demográfico del Turista Nacional que visita el Destino Turístico Kuélap – Gocta se caracteriza principalmente por ser un segmento adulto – joven (de 25 a 34 años), que en su mayoría son estudiantes y titulados de carreras que les facilita desenvolverse independientemente; además la mayoría son personas que viajan desde regiones como Lima, Lambayeque y La Libertad por lo tanto su estadía promedio es de 3 a 4 días y casi en su totalidad visitan el destino turístico por primera vez. El perfil demográfico del Turista Extranjero que visita el Destino Turístico Kuélap – Gocta se caracteriza por ser un segmento netamente adulto – joven (de 25 a 34 años), donde predomina la visita de personas del sexo femenino, que en su mayoría son estudiantes, fotógrafos y periodistas que están en busca de nuevos destinos; además se observa un notorio interés en el destino de personas oriundas de Europa, específicamente de países como Alemania, Inglaterra, Francia y España, su permanencia promedio es de 3 a 4 días y en su totalidad visitan el destino turístico por primera vez.

Se puede deducir que la imagen que poseen los turistas nacionales y los turistas extranjeros acerca del Destino Turístico Kuélap – Gocta antes de realizar el viaje es de “Lugar Histórico – Cultural” y que por lo tanto ambos segmentos también concuerdan en

opinar que la expectativa que tenían acerca del destino era Buena. En cuanto a la recomendación de amigos, familiares y otras fuentes; se puede decir que los turistas nacionales son los que si reciben información y recomendación acerca de visitar el destino mientras que los turistas extranjeros son aquellas personas que buscan información por cuenta propia principalmente de internet y por lo tanto no reciben recomendación de visitar el destino; finalmente se puede señalar que la principal razón de los turistas nacionales para realizar el viaje al Destino es Conocer nuevos lugares y conocer el patrimonio histórico – cultural, en cambio los turistas extranjeros priorizan estar en contacto con la naturaleza para tomar su decisión de viaje.

Además, se puede señalar que cuando el turista nacional y extranjero ya se encuentra en su estadía actual erróneamente ubican al destino en la región Selva y creen a su vez que el destino forma parte de la Región San Martín. Ambos segmentos también concuerdan en señalar que hay ciertas deficiencias en los Servicios Turísticos y en lo que concierne a Facilidades Turísticas dentro de un atractivo, sin embargo ambos segmentos destacan los atributos y el patrimonio que posee el destino.

En cuanto a las características y atracciones únicas que consideran ambos segmentos son el Patrimonio Cultural y Natural; en este caso ha habido turistas que no señalaron algo único del destino ya que lo comparan con otros destinos turísticos más desarrollados y con productos bien definidos, lo que indica que aún no se ha podido fidelizar la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta en ambos segmentos. En su mayoría los turistas nacionales y turistas extranjeros indican haber experimentado sentimientos positivos (sorprendidos e impresionados) al vivenciar experiencias únicas que solo el este destino les ofreció y que además lo recomendarían a familiares, amigos y/o conocidos.

El análisis de la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta descubre deficiencias y limitaciones que aún posee, puesto que ya tiene una imagen Positiva percibida por los visitantes se puede observar que aún no está consolidada y mucho menos fidelizada en los segmentos estudiados, en su libro *Destinos Turísticos de Éxito* el autor Ejarque habla de la importancia de la imagen de destino como “las sensaciones positivas que le crean a un visitante”, sensaciones que derivan un mensaje y que el destino es capaz de transmitir.

Es fundamental trabajar intensamente en este aspecto si se pretende ofertar un destino turístico competitivo, ya que como lo dice el autor Ugarte la imagen de un destino se forma a través de un proceso perceptivo y que por tanto es un concepto mental resultante de la exposición de múltiples fuentes de información. Consecuentemente es necesario que aparte del análisis de la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta se realice por parte del ente rector del turismo en la región (Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas) un estudio de mercado, una evaluación a la oferta y puesta en valor de muchos atractivos que existen a lo largo del destino para que después se puedan elaborar y ejecutar planes de marketing que hagan competitivo al destino, de esta manera se hará ordenada y concienzudamente el trabajo de promoción del destino y se logrará fidelizar tanto a turistas nacionales como a turistas extranjeros y reforzar la integración de todos los involucrados en la actividad turística y la población en general para mejorar lo que viene realizando hasta el día de hoy el ente rector.

## VI. CONCLUSIONES

- ✓ En conclusión, la imagen del Destino turístico Kuélap – Gocta percibida por los visitantes es Positiva, ya que ambos segmentos resaltan la belleza natural y cultural del destino que ven como característica única y competitiva ante otros destinos del Perú.
- ✓ A pesar de tener una noción acerca de la Imagen del Destino turístico Kuélap – Gocta, no existe aún una imagen turística consolidada del Destino turístico que fidelice a los turistas nacionales y a los turistas extranjeros.
- ✓ A través del análisis de la imagen del destino turístico basado en tres (03) etapas: diseño, validación del instrumento y evaluación de la imagen del destino, fue posible conocer cuál es la imagen actual del destino turístico según la percepción de los visitantes.
- ✓ Para el análisis de la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta se tomó como referencia encuestas realizadas en países como España y Cuba con la finalidad de facilitar el recojo de información en campo.
- ✓ Las facilidades turísticas y los servicios turísticos son factores que se tiene que mejorar actualmente para poder dar una imagen Buena y Positiva del Destino ya que se busca ser competitivos y brindar productos y servicios de calidad.
- ✓ El estudio de la imagen de un destino turístico permite abordar una serie de factores tales como la notoriedad, características y atributos del mismo que permiten plantear planes de marketing más acordes a la realidad.
- ✓ La composición de la demanda turística del destino Turístico Kuélap – Gocta tiene como principales mercados emisores a los países de Alemania, Inglaterra, Argentina, Francia y España; y en el mercado nacional a las regiones de Lima, Lambayeque y La Libertad.

- ✓ Se logró diseñar una encuesta con todas las variables y dimensiones necesarias para la evaluación íntegra de la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta.
- ✓ Los actores que intervienen en la formación del destino turístico (prestadores de servicios, comunidades, gobierno regional y local) utilizarán los medios de comunicación como instrumento para la difusión de la imagen positiva del destino.

## VII. RECOMENDACIONES

- ✓ La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas debe realizar estudios anuales de la imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta para conocer como se está percibiendo el destino por parte de los turistas nacionales y de los turistas extranjeros.
- ✓ El Gobierno Regional Amazonas a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo debe realizar actividades de integración con todos los involucrados en la actividad turística (prestadores de servicio, comunidades y gobiernos locales) con el fin de lograr una buena identificación con el desarrollo de la actividad turística del destino.
- ✓ Establecer una alianza estratégica entre la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas y PROMPERÚ para ejecutar un plan de promoción y publicidad que sea acorde a la realidad y de esta manera orientar a los principales mercados emisores de turismo a nivel mundial a que visiten el destino turístico Kuélap – Gocta.
- ✓ Las comunidades, los prestadores de servicios y el Gobierno Regional mediante la Dirección Regional de Cultura y la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas deberán trabajar en equipo para la conservación y preservación de los recursos y atractivos turísticos del destino turístico con el fin de dar una buena imagen en cuanto a atributos del destino se refiere.
- ✓ Estimular al personal que labora en los servicios turísticos públicos y privados para ofrecer un servicio personalizado y de alta calidad a los turistas nacionales y extranjeros.
- ✓ Utilizar encuestas de forma sistemática, estable y permanente por parte de las entidades y empresas públicas y privadas encargadas de la promoción y comercialización de los atractivos turísticos en la región para que ayude a desarrollar un destino turístico de una manera sostenible y competitiva.



## VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### 8.1. Libros:

- Abascal, E. y Grande, I. 1994. *Aplicaciones de Investigación Comercial*. Madrid: Esic.
- Acerenza, M. A. 2002. *Promoción Turística*. (6º Ed.). México: Trillas.
- Baloglu, S. y McCleary, K.W. 1999. *Un modelo de Formación de la Imagen de Destinos*. Madrid: Annals of Tourism Research.
- Bigné Alcañiz, E., Font Aulet X. y Andreu Simó L. 2000. *Marketing de Destinos Turísticos; Análisis y Estrategias de Desarrollo*. Madrid: Esic.
- Echtner, C.M. y Ritchie, J.R.B. 1993. *La Medida de la Imagen de Destino: Una Valoración Empírica*. España: Journal of Travel Research.
- Ejarque J. 2005. *Destinos Turísticos de Éxito; Diseño, Creación, Gestión y Marketing*. Madrid: Pirámide.
- Femenía M. O. 2011. *La Imagen de un Destino Turístico como Herramienta de Marketing*. España: Grupo Eumednet.
- Jafari J. 2000. *Enciclopedia del Turismo*. España: Síntesis.
- Montaner M. J. 1998. *Diccionario de Turismo*. España: Síntesis.
- MINCETUR. 2012. *Plan Estratégico Nacional de Turismo*. Perú: GMC Digital.
- Perelló, J.L. 2006. *La Imagen del Destino Turístico en el Proceso Global de Satisfacción del Consumidor*. Ciudad de La Habana, Cuba: CETUR
- Regalado, O.; Berolatti, C.; Martínez R. y Riesco, G. 2012. *Identidad Competitiva y Desarrollo de Marca para la ciudad de Arequipa*. (1º Ed.). Perú: ESAN.
- Ruiz, A.V.; Olarte, R. e Iglesias, V. 1999. *Evaluación de los Destinos Turísticos en Función de su Valor de Marca*. Valladolid: Universidad de España.
- Ruiz, C. 1998. *Instrumentos de Investigación Educativa*. Venezuela: Barquisimeto, CIDEG.
- Sánchez, F. 1998. *Psicología Social*. Madrid: McGraw-Hill.

## 8.2. Tesis:

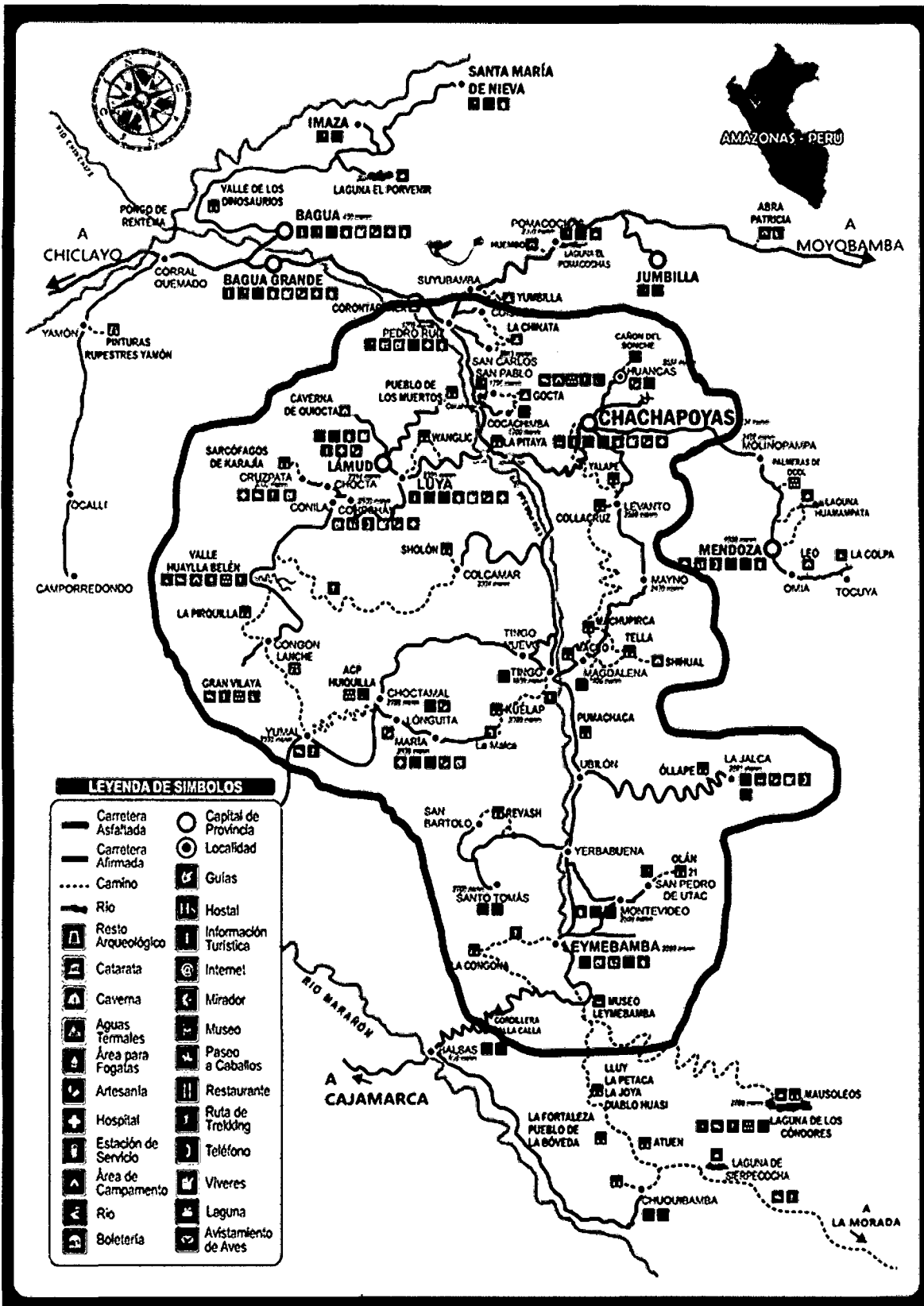
- Bulnes Mann, Danay M. 2008. *La Imagen del Destino Turístico La Habana. Diseño de un Instrumento de Medición*. La Habana, Cuba. Universidad de la Habana Centro de Estudios Turísticos. Tesis Licenciatura en Turismo.
- Marcano Lárez, Cristina Elena. 2009. *Comparación de la Imagen del Destino Turístico: Isla de Margarita. (Venezuela), por Parte de los Turistas Nacionales e Internacionales*. Venezuela. Universidad de Oriente. Tesis Doctoral sobre Gestión y Desarrollo Sostenible del Turismo.
- Martín Gutiérrez, Héctor. 2005. *Estudio de la Imagen de Destino Turístico y el Proceso Global de Satisfacción: Adopción de un Enfoque Integrador*. Santander, España. Universidad de Cantabria. Tesis Doctoral.
- Perelló, J.L. 2004. *El Mercado Turístico de EE.UU para Cuba. Estudio de segmentación*. Ciudad de La Habana, Cuba. Universidad de la Habana. Tesis de Maestría en Gestión Turística.
- Xoán Ugarte, Otero. 2007. *Imagen y Posicionamiento de Galicia como Destino turístico a nivel Nacional e Internacional*. España. Universidad de Santiago de Compostela. Tesis Doctoral.

## 8.3. Sitios en Red:

- Wikipedia, La Enciclopedia Libre. *Definición de estrategia*. Acceso el 25 de Agosto del 2013, disponible en: <http://es.Wikipedia.org/wiki/estrategia>
- Wikipedia, La Enciclopedia Libre. *Definición de Percepción*. Acceso el 21 de Agosto del 2013, disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Percepci%C3%B3n>
- Definición de. *Definición de Percepción*. Acceso el 26 de Agosto del 2013, disponible en: <http://definicion.de/percepcion/>
- Organización Mundial del Turismo. *Entender el Turismo: Glosario Básico*. Acceso el 21 de Agosto del 2013, disponible en: <http://Media.Unwto.Org/Es/Content/Entender-El-Turismo-Glosario-Basico>

# IX. ANEXOS

ANEXO N° 01: Delimitación del Destino Turístico Kuélap – Gocta.



**ANEXO N° 02: Encuesta.**

**“ANÁLISIS DE LA IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP – GOCTA SEGÚN LA PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES, REGIÓN AMAZONAS 2013”**

**PARTE I: CONOCER EL PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO**

Género: 

F	M
---	---

Edad:

Ocupación: \_\_\_\_\_

País de procedencia: \_\_\_\_\_

Ciudad \_\_\_\_\_

**Marque con un aspa (X):**

**1. ¿Cuántos días ha permanecido en el destino turístico Kuélap – Gocta?**

- a) De 1 a 2 días
- b) De 3 a 4 días
- c) De 5 a 7 días
- d) De 8 días a más

**2. ¿Ha visitado anteriormente el destino turístico Kuélap – Gocta?**

- a) Si
- b) No (Pasar a la pregunta N° 4)

**3. ¿Cuántas veces ha viajado usted al destino turístico Kuélap – Gocta?**

- a) 1 vez
- b) 2 veces
- c) 3 veces
- d) Más de 3 veces

**PARTE II: CONOCER SUS OPINIONES DEL DESTINO TURÍSTICO  
KUÉLAP – GOCTA “ANTES DE REALIZAR ESTE VIAJE”**

4. ¿Qué imagen tenía usted del destino turístico Kuélap – Gocta antes de conocerlo? (Marcar solo una opción)
- a) Lugar ecológico
  - b) Lugar histórico cultural
  - c) Lugar de descanso
  - d) Lugar de negocios
  - e) Lugar familiar
  - f) Lugar de tradiciones religiosas
  - g) Otra (específica): \_\_\_\_\_
5. ¿Cuál era la expectativa que tenía del destino turístico Kuélap – Gocta antes de llegar a este lugar?
- a) Excelente
  - b) Buena
  - c) Regular
  - d) Malo
  - e) Pésimo
6. ¿Ha oído en algún momento de amigos, familiares y/o conocidos información del destino turístico Kuélap – Gocta?
- a) Si
  - b) No (Pasar a la pregunta N° 8)
7. ¿Le recomendaron visitar el destino?
- a) Si
  - b) No

**8. Indique otras fuentes a través de las cuales ha recibido información sobre el destino turístico Kuélap – Gocta. (Marcar solo una opción)**

- a) Publicidad en medios masivos (prensa, radio, televisión)
- b) Material impreso (Guías turísticas, folletería)
- c) Internet (Página web, blogs, correos electrónicos, redes sociales)
- d) Agencia de Viajes

**9. En general, ¿Cómo valora la información que ha recibido del destino turístico Kuélap – Gocta a través de las diferentes fuentes? (1= Muy negativo, 2= Negativo, 3= Regular, 4= Positivo, 5= Muy positivo)**

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

**10. Indique por favor, la importancia que ha concedido a cada una de las siguientes razones para realizar el viaje al destino turístico Kuelap – Gocta. (1= Muy poco importante, 2= Poco importante, 3=Importante, 4= Muy importante, 5= Realmente importante)**

Descansar/relajarme para aliviar el estrés	1	2	3	4	5
Escapar de la rutina diaria	1	2	3	4	5
Conocer nuevos lugares	1	2	3	4	5
Conocer su entorno natural y estar en contacto con este	1	2	3	4	5
Conocer su patrimonio Histórico cultural	1	2	3	4	5
Integrarme en la vida y las actividades de la gente local	1	2	3	4	5
Disfrutar del tiempo libre con mi familia y/o amigos	1	2	3	4	5
Buscar aventuras (senderismo, montañismo)	1	2	3	4	5
Buscar entretenimiento y diversión	1	2	3	4	5
Estar en contacto directo con la naturaleza	1	2	3	4	5

**PARTE III: CONOCER SUS OPINIONES DEL DESTINO TURÍSTICO  
KUÉLAP – GOCTA TENIENDO EN CUENTA “SU ESTANCIA ACTUAL”**

11. ¿Cuál es la ubicación geográfica que le otorga al Destino Turístico Kuélap – Gocta?
- a) Costa
  - b) Sierra
  - c) Ceja de Selva
  - d) Selva
12. Teniendo en cuenta su estadía actual en el destino turístico Kuélap – Gocta, indique en qué medida los siguientes aspectos son mejor, igual o peor de lo que esperaba (1= Mucho peor de lo que esperaba, 2= Peor de lo que esperaba, 3= Exactamente lo que esperaba, 4= Mejor de lo que esperaba, 5= Mucho mejor de lo que esperaba)

El atractivo de su entorno natural (paisajes, flora, fauna, cataratas, lagunas)	1	2	3	4	5
Los atributos del destino (tranquilidad, hospitalidad, limpieza y seguridad)	1	2	3	4	5
Interés de su patrimonio cultural (monumentos históricos, museos, etc.)	1	2	3	4	5
Calidad del servicio turístico del alojamiento	1	2	3	4	5
Calidad del servicio turístico de los restaurantes	1	2	3	4	5
Calidad del servicio turístico de las agencias de viajes	1	2	3	4	5
Calidad del servicio de guiado	1	2	3	4	5
Calidad del servicio del transporte terrestre	1	2	3	4	5
Infraestructura Vial	1	2	3	4	5
Facilidades turísticas (señalética, conectividad interna)	1	2	3	4	5
Su experiencia en general	1	2	3	4	5



13. Indique por favor tres (03) características que usted le atribuye al destino turístico Kuélap – Gocta:

- \_\_\_\_\_  
 - \_\_\_\_\_  
 - \_\_\_\_\_

14. ¿Qué atracciones y características considera únicas o distintivas del destino turístico Kuélap – Gocta?

- \_\_\_\_\_  
 - \_\_\_\_\_  
 - \_\_\_\_\_  
 - \_\_\_\_\_  
 - \_\_\_\_\_

15. Indique por favor con qué frecuencia ha experimentado las siguientes emociones positivas y negativas durante su estancia en el destino turístico Kuélap – Gocta (1= Nunca, 2= Casi nunca, 3= A veces, 4= Casi siempre, 5= Siempre):

Contento	1	2	3	4	5
Encantado	1	2	3	4	5
Impresionado	1	2	3	4	5
Sorprendido	1	2	3	4	5

Aburrido	1	2	3	4	5
Descontento	1	2	3	4	5
Desilusionado	1	2	3	4	5
Enfadado	1	2	3	4	5

16. Indique por favor, la opinión que tiene respecto a su experiencia actual en el destino turístico Kuélap – Gocta. (1= Total desacuerdo, 2= Desacuerdo, 3= Ni de acuerdo y ni desacuerdo, 4= De acuerdo, 5= Total de acuerdo)

He disfrutado durante mi estancia actual en el destino Turístico Kuelap – Gocta.	1	2	3	4	5
Mi elección del destino Turístico Kuelap – Gocta fue acertada.	1	2	3	4	5

Estoy satisfecho con mi experiencia actual en el destino Turístico Kuelap – Gocta.	1	2	3	4	5
Kuélap – Gocta es el destino turístico que yo necesitaba.	1	2	3	4	5

- 17. Indique, por favor, la probabilidad que concede a las siguientes intenciones (1= Muy improbable, 2= Improbable, 3= Ni improbable ni probable, 4= Probable, 5= Muy probable)**

Intentaré volver al destino Kuelap – Gocta en los próximos años.	1	2	3	4	5
Tras mi experiencia actual, creo que visitaré de nuevo el destino turístico Kuélap – Gocta en el futuro.	1	2	3	4	5
Animaré a mis familiares y amigos a que visiten en algún momento el destino turístico Kuélap – Gocta.	1	2	3	4	5
Recomendaría el destino turístico Kuélap – Gocta si alguien me pidiera consejo.	1	2	3	4	5

**GRACIAS.**

**ANEXO N° 03: Carta Múltiple enviada a los expertos para validación del instrumento para Análisis de la Imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta.**

*"Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático"*

**CARTA MÚLTIPLE N° 01 – 2014/CCLA**

Chachapoyas, 28 de Enero del 2014.

**Señor(es):**

**CARGO**

**Presente.-**

**Asunto : Invitación a Reunión para la Validación de Instrumento de Investigación**

De mi mayor consideración:

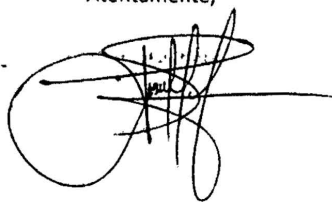
Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo y al mismo tiempo hacer de su conocimiento que por motivo de estar desarrollando la Tesis titulada: **"ANÁLISIS DE LA IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP – GOCTA SEGÚN LA PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES, REGIÓN AMAZONAS 2013"** para obtener el Título Profesional de Licenciada en Turismo y Administración en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, invito a usted a la Reunión para la Validación del Instrumento que permitirá conocer la imagen del destino turístico a partir de la percepción de los turistas nacionales y extranjeros. Adjunto al presente el instrumento para su conocimiento y familiarización respectiva.

Dicha reunión se llevará a cabo el día **07 de Febrero** a las **16:00 horas**, en las instalaciones del **Museo Étnico Religioso e Histórico de Santa Ana** ubicado en el Jirón Santa Ana N° 1054.

Agradeceré confirmar su asistencia y en el caso de que usted no pueda participar, le pido por favor pueda delegar a una persona que lo represente; su confirmación lo puede realizar comunicándose al 989461357 o al correo electrónico: [cynthiallaja@hotmail.com](mailto:cynthiallaja@hotmail.com), espero contar con su participación.

Agradeciendo la atención a la presente, me despido de usted, no sin antes reiterarle las muestras de mi especial estima.

Atentamente,



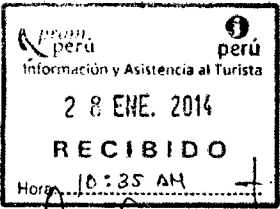
  
\_\_\_\_\_  
**CYNTHIA LLAJA ALVARADO**  
Bach. Turismo y Administración

  
**AMAZON EXPEDITION**  
Turismo S.A.S.

28/01/14

Jr. Salamanca N° 1023  
Teléfono: (041) 47-8080  
[cynthiallaja@hotmail.com](mailto:cynthiallaja@hotmail.com)

**ANEXO N° 04: Recepción de Carta Múltiple enviada a los expertos para validación del instrumento para Análisis de la Imagen del Destino Turístico Kuélap – Gocta**



*[Signature]*  
Beatriz Triozon -  
24/01/14

*[Signature]*  
MARIO TORRES RAMIREZ -  
978121875.

*[Signature]*  
MANUEL AGANTO P.  
pate. ABOOTUR-A

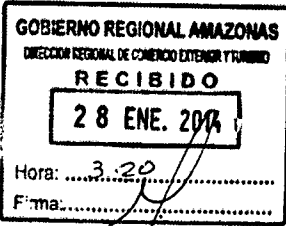
*[Signature]*  
Luz K. Mendoza Zata -  
Escuela de Turismo  
UNTRM-A.

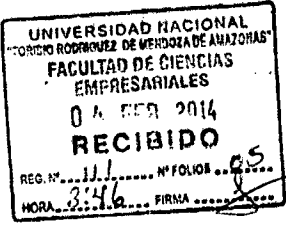
*[Signature]*  
F. MANOLO GOMEZ  
DIRECTOR  
28-01-2014.

*[Signature]*  
LITS MENDOZA RODRIGUEZ  
Lic. en Turismo y Gestión  
SECRETARÍA  
CLTA. 0001

*[Signature]*  
Oscar von Bischoffshausen P.  
Gerente General  
CLOUDFOREST EXPEDITIONS S.R.L.

*[Signature]*  
Antonio Serviz P.  
CAPE TUR/AMAZONAS





**ANEXO N° 05: Acta de Validación del Instrumento.**

*“Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático”*

**ACTA DE REUNIÓN DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO PARA EL ANÁLISIS DE LA IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP – GOCTA SEGÚN LA PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES, REGIÓN AMAZONAS 2013.**

En el distrito de Chachapoyas, provincia de Chachapoyas, región Amazonas; siendo las cuatro de la tarde del día Viernes siete de Febrero del año Dos Mil Catorce, reunidos en el auditorio del Museo Étnico Religioso e Histórico de Santa Ana el Director de Turismo de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR Amazonas Lic. Manuel Cabañas López; el presidente de la Cámara Regional de Turismo – CARETUR Amazonas Sr. Antonio Serván Picón; la Supervisora de la Oficina de Información Turística – iPerú Chachapoyas Lic. Rocio Sánchez Chávez; un representante de las Agencias de Viajes Sr. Carlo Magno Inga Galoc; la representante de la Asociación de Operadores Turísticos – ADOTUR Amazonas Sra. Milagros Olazábal Meza; el presidente de la Asociación de Guías Oficiales de Turismo – AGOTUR Amazonas Sr. Manuel Abanto Zegarra; el vicepresidente de la Asociación de Guías Oficiales de Turismo – AGOTUR Amazonas Sr. José Llaja Soplín; un representante de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas – Carrera Profesional de Turismo y Administración Lic. Agustín Tamayo Beltrán; el decano del Colegio de Licenciados en Turismo de Amazonas Lic. Luis Lenin Serván Poquioma con la finalidad de realizar la Validación del instrumento para el Análisis de la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta según la percepción de los visitantes.

**PRIMERO.**- La Señorita Bachiller Cynthia Catherine Llaja Alvarado dio su saludo a los presentes y luego expuso las razones del estudio que está realizando y explicó el porqué de la elección del instrumento (encuesta) para llevar a cabo su investigación, detallando una a una las premisas que en él aparecen.

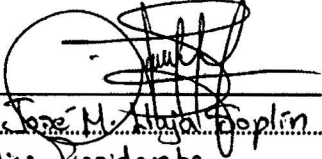

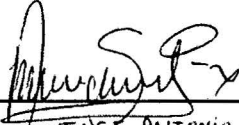
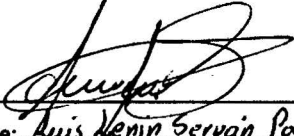
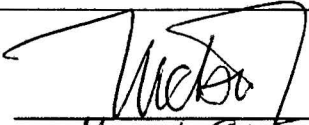
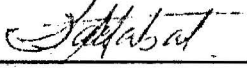


**SEGUNDO**.- Se procedió a la participación democrática de cada uno de los presentes, quienes dieron sus opiniones y sugerencias con respecto al instrumento de investigación que en seguida se detallan:

–Aparte de los lugares ya mencionados para realizar las encuestas (agencias de viajes, hospedajes, restaurantes y oficinas de información turística), la Sra. Milagros Olazábal recomendó considerar también los terminales de transporte terrestre para la aplicación de encuestas.

–El Sr. José Llaja recomendó tener tino y saber abordar al turista para realizar las encuestas en menor tiempo y sin aburrirlos.

**TERCERO**.- Finalmente todos los presentes acordaron validar por unanimidad el instrumento (encuesta) para dicha investigación. No habiendo otro punto que tratar se dio por finalizada la reunión, siendo las Seis en punto de la tarde del mismo día y fecha; se realizó la lectura correspondiente del acta y se procedió a firmar.

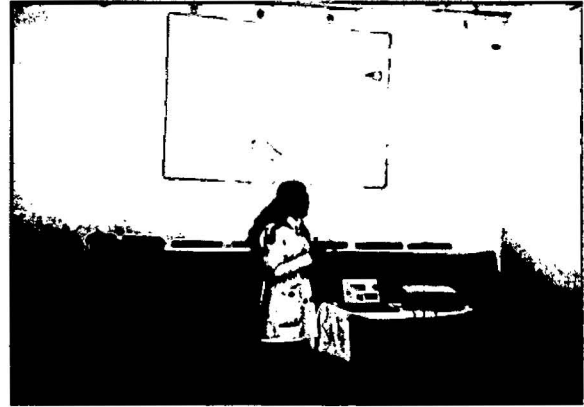
**ANEXO 06: Firmas del Acta de Validación de Parte de los Expertos.**

 Nombre: <u>José M. Alcala Doplin</u> Cargo: <u>Vice Presidente</u> Institución: <u>AGOTUR - A.</u>	 Nombre: <u>Carlo Hugo Inga Galoc</u> Cargo: <u>GERENTE</u> Institución: <u>Amazon Expedition</u>
 Nombre: <u>JOSE ANTONIO SERVÁN P.</u> Cargo: <u>PRESIDENTE</u> Institución: <u>CARETUR - AMAZONAS</u>	 Nombre: <u>Luis Lenin Serván Pequirma</u> Cargo: <u>Docente del Colegio de Inmigrantes en Turismo - Amazonas</u> Institución:
 Nombre: <u>Manuel Cobinas Lopez</u> Cargo: <u>DIRECTOR</u> Institución: <u>DIRETUR AMAZONAS</u>	 Nombre: <u>Milagros Olazábal Meza</u> Cargo: <u>Administradora</u> Institución: <u>Cloudforest Expeditions</u>
 Nombre: <u>MANUEL ASANTO REGARRA</u> Cargo: <u>Patte. AGOOTUR - A</u> Institución: <u>AGOOTUR - A</u>	<p><b>PAGAME BELTRAN</b></p> Nombre: <u>Agustín Tamayo Beltrán</u> Cargo: <u>Docente UNTRM - A</u> Institución: <u>Universidad Texeño Rod. de Mendoza</u>
 Nombre: <u>Rocío Sánchez Chávez</u> Cargo: <u>Supervisora</u> Institución: <u>Perú Chachapoyas</u>	Nombre: ..... Cargo: ..... Institución: .....

# FOTOGRAFÍAS



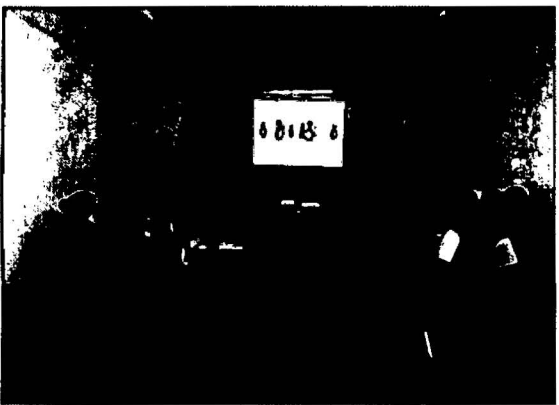
**PROCESO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO PARA EL ANÁLISIS DE LA IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO KUÉLAP – GOCTA.**



Exposición acerca del instrumento a utilizar para el análisis de la imagen del Destino turístico Kuélap – Gocta ante los expertos para su validación.



Explicación de la organización de la encuesta a utilizar para el análisis de la imagen del destino turístico Kuélap – Gocta.



Recepción de sugerencias de mejora para la encuesta.



Realización de las encuestas a Turistas Nacionales en el Parador turístico Kuélap.



Realización de las encuestas a Turistas Nacionales en un restaurante del distrito de María.



Realización de la encuesta a una Turista Extranjera en un restaurante del distrito de María.



Realización de la encuesta a un Turista Extranjero en idioma inglés en el hostel Chachapoyas Backpackers.