

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



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO**

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

**SATISFACCIÓN DEL TURISTA Y SU IMPACTO
ECONÓMICO EN EL CORREDOR TURÍSTICO NUEVO
TINGO, KUELAP, AMAZONAS, 2019**

Autora: Bach. Zoilita Torres López

Asesor: Mg. Franklin Omar Zavaleta Chavez Arroyo

Registro(.....)

CHACHAPOYAS – PERÚ

2021

DEDICATORIA

A mi familia por su apoyo constante durante todo el proceso de mi formación profesional, por haberme dado una de las cosas más valiosas: mi educación.

A todas las personas y amigos que me dieron su apoyo en algún momento de mi vida universitaria esperando que sea una buena profesional.

AGRADECIMIENTO

A docentes y administrativos de la Escuela Profesional de Administración en Turismo de la UNTRM por sus esfuerzos realizados en bien de nuestra formación profesional de calidad.

A mi asesor, Mg. **Franklin Omar Zavaleta Chavez Arroyo**, por todo su apoyo y sus alcances para la elaboración de la presente tesis.

A las autoridades y directivos encargados del corredor turístico Kuelap, por permitirme recolectar la información necesaria para el estudio

A los turistas nacionales y extranjeros, así como a los operadores turísticos, quienes me brindaron la información para la investigación, sin su aporte no hubiera sido posible desarrollar el estudio.

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Dr. Policarpio Chauca Valqui

Rector

Dr. Miguel Ángel Barrena Gurbillón

Vicerrector Académico

Dra. Flor Teresa García Huamán

Vicerrectora de Investigación

Mg. Ricardo Rafael Alva Cruz

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-K

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (X) / Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Satisfacción del Turista y Su Impacto Económico en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuyap, Amazonas 2019 del egresado Zoilita Torres López de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Escuela Profesional de Administración en Turismo de esta Casa Superior de Estudios.



El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 11 de Diciembre de 2020

Firma y nombre completo del Asesor

Mg. Franklin Omar Zavaleta
Chavez Arceyo

JURADO EVALUADOR

(Resolución de Decanato N° 067 -2019-UNTRM/FACEA)



.....
Mg. Ricardo Rafael Alva Cruz
PRESIDENTE



.....
Mg. Milena Leticia Weepiu Samekash
SECRETARIO



.....
Mg. Lynn Karin Mendoza Zuta
VOCAL

ANEXO 3-0**CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL**

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

Satisfacción del Turista y su Impacto Económico en el
corredor Turístico Nuevo Tingo, Requena, Amazonas, 2019.

presentada por el estudiante ()/egresado (X) Lailita Torres López
de la Escuela Profesional de Administración en Turismo

con correo electrónico institucional 43541636441@untrm.edu.pe

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- La citada Tesis tiene 25 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor ()/igual (X) al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 19 de enero del 2021


SECRETARIO


PRESIDENTE


VOCAL

OBSERVACIONES:

.....

.....



ANEXO 3-Q

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 18 de Diciembre del año 2020 siendo las 11:00 horas, el aspirante: Sóhila Torres López defiende en sesión pública presencial () / a distancia (X) la Tesis titulada: Satisfacción del turista y su Impacto Económico en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuntap, Amazonas 2019 teniendo como asesor a Mg. Franklin O. Zumbido Chaves Arco para obtener el Título Profesional de Administración en Turismo a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Mg. Ricardo Rafael Alva Cruz
Secretario: Mg. Milena Leticia Weppin Samkash
Vocal: Mg. Lynn Karina Mendoza Zita

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.



Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado (X) Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 12:45 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

[Signature]

SECRETARIO

[Signature]

VOCAL

[Signature]

PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

ÍNDICE O CONTENIDO GENERAL

| | |
|--|------|
| DEDICATORIA..... | ii |
| AGRADECIMIENTO..... | iii |
| AUTORIDADES UNIVERSITARIAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS..... | iv |
| VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL | v |
| JURADO EVALUADOR..... | vi |
| CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL..... | vii |
| ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL..... | viii |
| ÍNDICE O CONTENIDO GENERAL..... | ix |
| ÍNDICE DE TABLAS | x |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | xi |
| ÍNDICE DE ANEXOS | xii |
| RESUMEN | xiii |
| ABSTRACT | xiv |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 15 |
| II. MATERIAL Y MÉTODO..... | 21 |
| 2.1. Diseño de la investigación..... | 21 |
| 2.2. Universo, población y muestra..... | 21 |
| 2.3. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 23 |
| 2.4. Análisis de datos..... | 23 |
| III. RESULTADOS..... | 25 |
| IV. DISCUSIÓN..... | 47 |
| V. CONCLUSIONES..... | 56 |
| VI. RECOMENDACIONES..... | 58 |
| VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 60 |
| ANEXOS..... | 64 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | Pág. |
|------------------|---|------|
| Tabla 1: | Datos demográficos de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el corredor turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019. | 25 |
| Tabla 2: | Datos relevantes sobre el viaje de los turistas nacionales y extranjeros encuestados, Amazonas, 2019. | 27 |
| Tabla 3: | Lugares visitados por los turistas nacionales y extranjeros encuestados, Amazonas, 2019. | 29 |
| Tabla 4: | Datos relevantes sobre la visita realizada por los turistas nacionales y extranjeros al corredor turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019. | 31 |
| Tabla 5: | Satisfacción general sobre los servicios brindados en el complejo arqueológico de Kuelap en los turistas nacionales y extranjeros encuestados, 2019. | 33 |
| Tabla 6: | Satisfacción específica sobre los servicios brindados en el complejo arqueológico de Kuelap en los turistas nacionales y extranjeros encuestados, 2019. | 35 |
| Tabla 7: | Datos demográficos de los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019. | 37 |
| Tabla 8: | Ingreso económico mensual y actividades económicas realizadas por los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019. | 38 |
| Tabla 9: | Correlaciones entre la satisfacción de los turistas (nacional y extranjero) y las consideraciones sobre la actividad turística en los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019. | 41 |
| Tabla 10: | Impacto de la satisfacción de los turistas (nacional y extranjero) en las percepciones sobre la actividad turística en los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019. | 43 |
| Tabla 10: | Cambios en las actividades económicas relacionados al turismo según los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019. | 45 |

ÍNDICE DE FIGURAS

Pág.

| | | |
|-------------------|---|----|
| Figura 1: | Procedencia de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el corredor turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019. | 26 |
| Figura 2: | Datos relevantes sobre el viaje de los turistas nacionales y extranjeros encuestados, Amazonas, 2019. | 28 |
| Figura 3: | Lugares visitados por los turistas nacionales y extranjeros encuestados, Amazonas, 2019. | 29 |
| Figura 4: | Datos relevantes sobre la visita realizada por los turistas nacionales y extranjeros al corredor turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019. | 31 |
| Figura 5: | Satisfacción general sobre los servicios brindados en el complejo arqueológico de Kuelap en los turistas nacionales y extranjeros encuestados, 2019. | 33 |
| Figura 6: | Satisfacción específica sobre los servicios brindados en el complejo arqueológico de Kuelap en los turistas nacionales y extranjeros encuestados, 2019. | 36 |
| Figura 7: | Labores realizadas por los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019. | 37 |
| Figura 8: | Ingreso económico mensual de los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019. | 38 |
| Figura 9: | Consideraciones sobre la actividad turística por parte de los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019. | 42 |
| Figura 10: | Percepciones sobre la actividad turística en los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019. | 44 |
| Figura 11: | Cambios en las actividades económicas relacionados al turismo según los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019. | 45 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | | |
|------------------|--|----|
| Anexo 01; | Matriz de Consistencia..... | 65 |
| Anexo 02: | Operacionalización de variables | 66 |
| Anexo 03: | Encuesta de Satisfacción para Turistas..... | 67 |
| Anexo 04: | Encuesta para operadores turísticos..... | 69 |
| Anexo 05 | Tablas Anexas sobre el turista nacional..... | 72 |
| Anexo 06 | Tablas Anexas sobre el turista extranjero..... | 82 |
| Anexo 07 | Tablas Anexas sobre los operadores turísticos..... | 90 |

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue determinar la satisfacción del turista y su impacto económico en el corredor turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019. Para ello se realizó un estudio de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo correlacional, prospectivo transversal. La muestra estuvo constituida por 80 turistas nacionales, 71 turistas extranjeros y 53 operadores turísticos; los datos fueron recolectados utilizando la encuesta. Los resultados evidencian del 100 % de encuestados, la mayoría de turistas tanto nacionales y extranjeros estuvieron satisfechos con los servicios brindados en el complejo arqueológico de Kuelap (58.8 % y 53.5 % respectivamente), lo que se relacionó con un impacto económico positivo ($p < 0.05$). Con respecto al impacto económico positivo se pudo encontrar que la mayoría de operadores turísticos (50.9 %) utilizan su vivienda como negocio, y se dedican a diversas actividades económicas en el circuito turístico Kuelap (orientación turística, restaurante, hospedaje, transporte a caballo, artesanía y bodega) obteniendo ingresos económicos adicionales. Por tanto los operadores consideran que el turismo es un instrumento importante para el desarrollo ($p < 0.05$), es una actividad económica estacional ($p < 0.05$) y es un instrumento importante para el desarrollo local ($p < 0.05$), además los operadores turísticos consideran que la satisfacción del turista y el turismo ha mejorado el crecimiento económico de la comunidad. Se concluye que existe un buen nivel de satisfacción en la mayoría de turistas tanto nacionales como extranjeros, el cual se relaciona con un impacto económico positivo en el corredor turístico nuevo tingo, kuelap, amazonas, 2019

Palabras claves: satisfacción, turista, impacto económico

ABSTRACT

The objective of the research was to determine tourist satisfaction and its economic impact in the Nuevo Tingo tourist corridor, Kuelap, Amazonas, 2019. For this, a study with a quantitative approach, correlational descriptive level, cross-sectional prospective was carried out. The sample consisted of 80 national tourists, 71 foreign tourists and 53 tour operators; data was collected using the survey. The results show 100% of respondents, the majority of tourists, both national and foreign, were satisfied with the services provided in the archaeological complex of Kuelap (58.8% and 53.5% respectively), which was related to a positive economic impact ($p < 0.05$). Regarding the positive economic impact, it was found that the majority of tour operators (50.9%) use their home as a business, and are engaged in various economic activities in the Kuelap tourist circuit (tourist orientation, restaurant, accommodation, horse transport, crafts and winery) obtaining additional economic income. Therefore, the operators consider that tourism is an important instrument for development ($p < 0.05$), it is a seasonal economic activity ($p < 0.05$) and it is an important instrument for local development ($p < 0.05$), in addition to the tour operators consider that tourist satisfaction and tourism has improved the economic growth of the community. It is concluded that there is a good level of satisfaction in the majority of both national and foreign tourists, which is related to a positive economic impact in the new tourist corridor tingo, kuelap, amazonas, 2019

Keywords: *satisfaction, tourist, economic impact*

I. INTRODUCCIÓN

Las actividades turísticas a nivel mundial tienen impactos y efectos significativos en las economías nacionales y locales. El turismo es una actividad muy importante para los países, pues permite un crecimiento en la economía, tanto por la creación de puestos de trabajo como por el aumento del producto bruto interno (Gonzales & Huanca, 2018, p. 19). En las últimas décadas el turismo se ha constituido en una de las actividades económicas que ha generado mayores expectativas, tanto a nivel de los gobiernos como de la población. Sistemas económicos de diferentes latitudes y países en diversos niveles de desarrollo ponen especial énfasis en el desarrollo del turismo, tratando de satisfacer las necesidades y demandas de los turistas (Tinoco, 2003, p. 8).

En ese sentido la evaluación de la satisfacción del turista constituye uno de los campos más prolíficos y efervescentes de la investigación turística, por el carácter abstracto y multidimensional instrumentado. La evaluación de la satisfacción turística ha evolucionado paulatinamente, de un parámetro periférico de poca trascendencia a un indicador clave para medir la competitividad de la oferta turística, sobre todo a escala local y regional (Bringas & Toudert, 2016, p. 12). La atención prestada en la literatura a la satisfacción del cliente durante los últimos años ha sido muy alta, dada la importancia de este concepto, que es entendido como un antecedente de la fidelidad del cliente, e incluso del éxito de la actividad turística en la economía (Moreno, Celis & Aguiar, 2002, p. 14).

Como se sabe el turismo representa una alternativa de desarrollo económico para cualquier economía. Se trata además de una actividad con un importante efecto multiplicador en la economía de los países en donde se desarrolla. Precisamente al desarrollarse la actividad turística se generan una serie de impactos. Los impactos económicos se originan tanto por el gasto turístico como por el desarrollo de la actividad turística (efecto multiplicador). Entre los principales impactos positivos que genera el turismo se puede mencionar su contribución a la generación de empleos; empleo directo (hoteles, restaurantes, agencias de viaje), empleo indirecto (taxistas, recepcionistas, mozos) También su conexión con otros sectores empresariales, como construcción, comercio y servicios en general (Tinoco, 2003, p. 9).

El sector turismo es hoy en día uno de los que tienen crecimiento sostenido en el mundo. Según el informe sobre el Panorama del Turismo Internacional de 2015, elaborado por la Organización Mundial del Turismo – OMT, el número de personas que viajaban por ocio se ha multiplicado considerablemente: en 1950 eran 25 millones de viajeros y en el 2015 llegaron a 1 184 millones. Es decir que el porcentaje de viajeros pasó del 1% al 16% de la población mundial, generando una dinamización en este importante sector económico a nivel global (PENTUR, 2016, p. 14).

Para el caso de las Américas, se estima que los arribos alcanzarán los 199 millones para el año 2020 y los 248 millones para el año 2030. Mientras que en Sudamérica se registrarán alrededor de 58 millones de llegadas de turistas internacionales, abarcando el 3,2% de la cuota del mercado mundial para el 2030, cifra superior a la registrada en el 2010: 2,5% (OMT, 2014, citado en PENTUR, 2016, p. 14). La investigación económica de la actividad turística aborda los impactos económicos que genera el gasto de los visitantes en el destino turístico. La contribución al PBI y la generación de empleo han sustentado la tesis de que el turismo genera desarrollo (Varisco, 2008, p. 24).

Actualmente el turismo es desarrollado en muchos países y tomado como una actividad económica de primer orden llegando a ser el principal sustento de la economía de muchos de ellos. En el caso del Perú, este cuenta con los suficientes recursos para poder desarrollar una actividad turística muy diversa en torno a ellos (Cruz, 2006, p. 17).

El turismo es hoy en día una actividad tan importante para la economía del país caracterizado por la gran demanda y su alta capacidad para el crecimiento. En la actualidad, el turismo está dirigido a la satisfacción que genera el realizar actividades nuevas que acogen todo tipo de gustos, preferencias y necesidades. El nivel de satisfacción (97%) y el grado de recomendación del Perú (82%) son bastantes alentadores (Vela et al, 2018, p. 23). El Perú cuenta con un gran potencial al disponer de un gran patrimonio natural y cultural, pero que se ve opacado precisamente por esa gestión y la relativa lentitud en la adecuación de la oferta de servicios turísticos como hospedajes, restaurantes, puertos, agencias, rutas y demás servicios colaterales, ante una creciente demanda (Gonzales & Huanca, 2018, p. 24).

El turismo constituye una de las actividades con mayor crecimiento y futuro en la economía peruana, pues representa ingresos netos por más de 920 millones de dólares (9% de las exportaciones). Asimismo, esta actividad también genera beneficios indirectos en otras áreas de la economía (multiplicador del ingreso en turismo), dependiendo del gasto de los turistas en otros sectores (Pasquel & Delgado, 2010, p. 32). Es así que El turismo se ha convertido en un sector que contribuye al desarrollo de los países y es un factor preponderante en la lucha contra la pobreza porque es altamente generador de empleo (PENTUR, 2016, p. 5).

Se han realizado diversos estudios que centran su análisis en medir la relación entre el crecimiento turístico y el crecimiento económico de un país. Sin embargo, pocos estudios han medido los efectos reales que tiene esta actividad en la economía local. Considerando que es importante analizar y cuantificar el impacto del turismo sobre el ingreso, el gasto y probabilidad de pobreza de los hogares ubicados dentro de distritos turísticos en el Perú (Meza, 2014. p.13).

El turismo es uno de los mayores motores de la economía, y además también lo fue durante la década de los setenta, gracias a la generación de empleo, la modernización de infraestructura y el impulso a otras industrias como la construcción. Al mismo tiempo, además de los bien acogidos impactos positivos, pasada esta década también empezaron a conocerse algunos negativos. Ejemplo de ello, la generación estacional de empleo, y con personal poco calificado, modificaciones de infraestructura según prioridades del turista y no de la localidad, entre otros. Tomando esto en cuenta se descubrió que el turismo no solo debe beneficiar al turista, sino debe desarrollarse junto con la localidad, o destino, y contribuir al crecimiento del mismo y beneficio de los pobladores locales, cuidando su medio ambiente, tradiciones, y cultura (Alva, 2016, p.18).

El destino final de los turistas generalmente son lugares ubicados en el interior del país, que se caracterizan por poseer un elevado stock de capital natural o histórico-monumental. Junto a ello, generalmente coexisten comunidades locales con altos niveles de pobreza. Sus escasos ingresos están relacionados con el empleo precario en actividades de autoconsumo principalmente. En ese sentido, la preocupación de

organismos internacionales y gobiernos es aprovechar al máximo las posibilidades del desarrollo turístico con miras a erradicar la pobreza en dichos lugares (Pasquel & Delgado, 2010, p. 13).

Un informe señala que la contribución total de viajes y turismo significó el 10.1 % del PBI peruano en 2015 y las proyecciones indican que para el 2026 se tendría un 11.4 % con respecto al PBI. A su vez, la actividad turística logró la generación de 390,500 puestos de trabajo en 2015 (2.5% del total de empleo); esta cifra considera los empleos directamente relacionados al turismo (hoteles, agencias de viajes, aerolíneas, servicios de transportes relacionados, restaurantes y afines) (Córdova, K. et al. 2017, p. 32).

La región Amazonas cuenta con un gran potencial turístico que a pesar de la poca acción articulada de las autoridades por brindar mejores servicios a los visitantes la afluencia ha ido aumentando año a año. De todos los centros turísticos de la región se ha visto que la ciudadela de Kuélap es la razón principal por la cual los turistas llegan a Amazonas. La implementación del primer teleférico en el Perú ha concitado la atención de todos los ciudadanos del país y turistas extranjeros, lo cual potencia el atractivo del lugar turístico de Kuélap (Neira et al. 2017, p. 24).

A nivel de Amazonas, un estudio realizado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo sobre el nivel de satisfacción del turista nacional y extranjero encontró que el 83 % y 84.3 % estuvieron satisfechos con la visita a Amazonas (Araujo, 2019, p.15). En cuanto al impacto económico regional de la actividad turística no se ha encontrado información actualizada y completa sobre los aspectos en estudio.

Por tanto, considerando la problemática descrita anteriormente se planteó como problema de investigación: ¿Cuál es la satisfacción del turista y su impacto económico en el corredor turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019?, y como objetivo general: determinar la satisfacción del turista y su impacto económico en el corredor turístico en estudio. La hipótesis de investigación considerada en la investigación fue: la satisfacción del turista y su impacto económico en el corredor turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019 es positivo.

Como antecedentes de estudio se consideraron investigaciones realizadas tanto en el contexto internacional, nacional y local. Por ejemplo en el contexto internacional se encontraron las siguientes investigaciones: Olague (2015) en México, cuyos resultados evidenciaron buenos niveles de satisfacción en turistas que visitaban la ciudad de Monterrey; por otra parte, dichos turistas estarían dispuestos a mantenerse leales siempre y cuando sus expectativas se cumplan y la actividad turística se traduzca en derrama económica y una mejor imagen pública de la ciudad. Por otro lado, una investigación realizada por la Universidad Autónoma de Yucatán (2013) sobre el nivel de satisfacción del turista que visita la ciudad de Mérida, se encontró que en general el turista se encuentra satisfecho con los servicios que se ofrece en los distintos establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad, sin embargo la calidad en el servicio se puede mejorar.

Con respecto a los antecedentes nacionales PROMPERÚ (2017) realizó diversos informes en base a investigaciones, en donde se señala que existe en promedio un nivel de satisfacción regular de los turistas que visitan nuestro país, siendo mayor en algunos destinos turísticos y menor en otros, además los turistas sugieren mejorar los servicios y acceso a los atractivos turísticos del país, así como la seguridad. Otro estudio realizado por Sotelo (2017) evidencia que los visitantes del Museo de Arqueología de Arequipa presentaban un nivel bueno de satisfacción. Por otro lado Bustinza (2017) en un estudio realizado en la comunidad de Piscacucho distrito de Ollantaytambo respecto a la satisfacción de los turistas que visitan el Camino Inca, se encontró que los visitantes tanto nacionales y extranjeros se sienten satisfechos con la experiencia vivida, además los operadores turísticos y autoridades consideran que la actividad turística impacta positivamente en la comunidad. Además se concluyó que, en el aspecto económico, el turismo está generando oportunidades de trabajo. Otros estudios realizados por Gonzales & Huanca (2018) en Cusco evidencian que la actividad turística tiene un impacto positivo en distintos sectores económicos en la región del Cusco. De igual manera Delgado (2015) en la Libertad encontró que el turismo creció en ese año y contribuyó al crecimiento económico de la región. A nivel de Amazonas un estudio de MINCETUR (2017) evidenció una satisfacción de regular a buena en los destinos turísticos de la región.

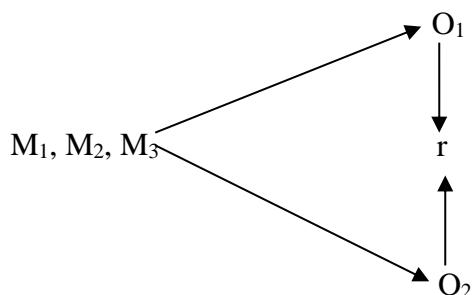
Considerando la problemática y antecedentes revisados, se presenta en los siguientes capítulos: Capítulo II: los materiales y métodos donde se especifica el tipo de estudio y diseño de investigación, asimismo la población, muestra y muestreo realizado en el estudio, además los métodos, técnicas e instrumentos de investigación y la forma como se analizaron los resultados. En el Capítulo III: se abordan los resultados del estudio organizados en tablas y figuras referidas a las variables y dimensiones de estudio. En la capítulo IV: se desarrolla la discusión realizada con los antecedentes de estudio encontrados y la bibliografía referida al tema de investigación. Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones arribadas en el presente estudio.

II. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo y diseño de investigación

El estudio fue de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo correlacional, tipo prospectivo, transversal. El diseño de estudio fue no experimental descriptivo correlacional.

Diseño de investigación: fue el siguiente:



Dónde:

M₁: Turistas nacionales

M₂: Turistas extranjeros

M₃: Operadores turísticos

O₁: Observación de la variable satisfacción del turista

O₂: Observación de la variable impacto económico

r: relación de variables.

2.2. Población, muestra, muestreo:

Población

P1: 91 661 turistas nacionales que visitaron Kuelap de Enero a diciembre del 2019,

P2: 18 407 turistas extranjeros que visitaron Kuelap de Enero a diciembre del 2019,

P3: 53 personas divididas entre orientadores turísticos, arrieros, propietarios de establecimientos de hospedaje, restaurante, y artesanos.

Criterios de inclusión

- Turistas que acepten participar en la investigación
- Turistas que hayan visitado Kuelap
- Operadores turísticos que acepten participar en la investigación

Criterios de exclusión

- Turistas y operadores que no desearon participar en la investigación.

Muestra:

La muestra será establecida mediante el muestreo aleatorio simple donde la fórmula es:

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

Dónde:

n= tamaño de la muestra.

Z= nivel de confianza

P= variabilidad positiva

q= variabilidad negativa

N= Tamaño de la población

e= precisión o error

M1: Aplicando la formula se tomará en su totalidad a 73 turistas nacionales que visitan kuelap.

$$n = \frac{(51\ 578)(1.96)^2 (0.96)(0.04)}{(0.05)^2(51\ 453 - 1) + (1.96)^2 (0.95) (0.05)} = 79.3 = \mathbf{80}$$

M2: Aplicando la formula se tomará en su totalidad a 73 turistas extranjeros que visitan kuelap.

$$n = \frac{(51\ 329)(1.96)^2 (0.96)(0.04)}{(0.05)^2(51\ 453 - 1) + (1.96)^2 (0.95) (0.05)} = 70.7 = \mathbf{71}$$

M3: 53 personas divididas entre orientadores turísticos, arrieros, propietarios de establecimientos de hospedaje, restaurante, y artesanos.

Muestreo:

El tipo de muestreo considerado fue el muestreo aleatorio simple para los turistas y no probabilístico por conveniencia para los operadores turísticos.

2.3. Métodos de investigación, técnicas e instrumentos de recolección de datos:**2.3.1. Técnicas:**

- Se utilizó la técnica del cuestionario
- Análisis Documental: Teniendo como fuentes a libros, guías, manuales, artículos, revistas, tesis.

2.3.2. Instrumentos de recolección de datos:

Para obtener la información se utilizó como instrumento: el cuestionario, el cual está compuesto por un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios y así alcanzar los objetivos del estudio. El cuestionario contiene preguntas “cerradas”, mediante interrogantes con alternativas u opciones de respuesta que han sido delimitadas previamente, es decir, se presentó a los encuestados las posibilidades de respuesta y ellos se han circunscrito a éstas. El cuestionario permitió estandarizar y uniformizar la información para las variables en estudio.

Para la variable satisfacción del turista se utilizó la encuesta de satisfacción y para el impacto económico la encuesta a los operadores turísticos, el cual recogió información sobre el cambio en los aspectos económicos.

2.4. Análisis de datos:

Los resultados obtenidos en el trabajo de campo mediante el uso de técnicas como la encuesta, el fichaje y la entrevista fueron procesados en una segunda etapa de gabinete, transformándolos en investigación estadística y en tablas cualitativas de información, para posteriormente a través del método analítico determinar el nivel de satisfacción, analizar impactos y posteriormente establecer la influencia de la satisfacción del turista en el impacto económico.

La información recolectada fue procesada con ayuda del software SPSS versión 20.0 y la hoja de cálculo Excel 2013; con un 95 % de nivel de confianza y 5 % de margen de error para la elaboración de la base estadística y su representación en gráficos que permitan una interpretación y análisis. En cuanto al análisis estadístico para determinar relación de variables se utilizó la estadística inferencial mediante pruebas de correlación: ji cuadrado.

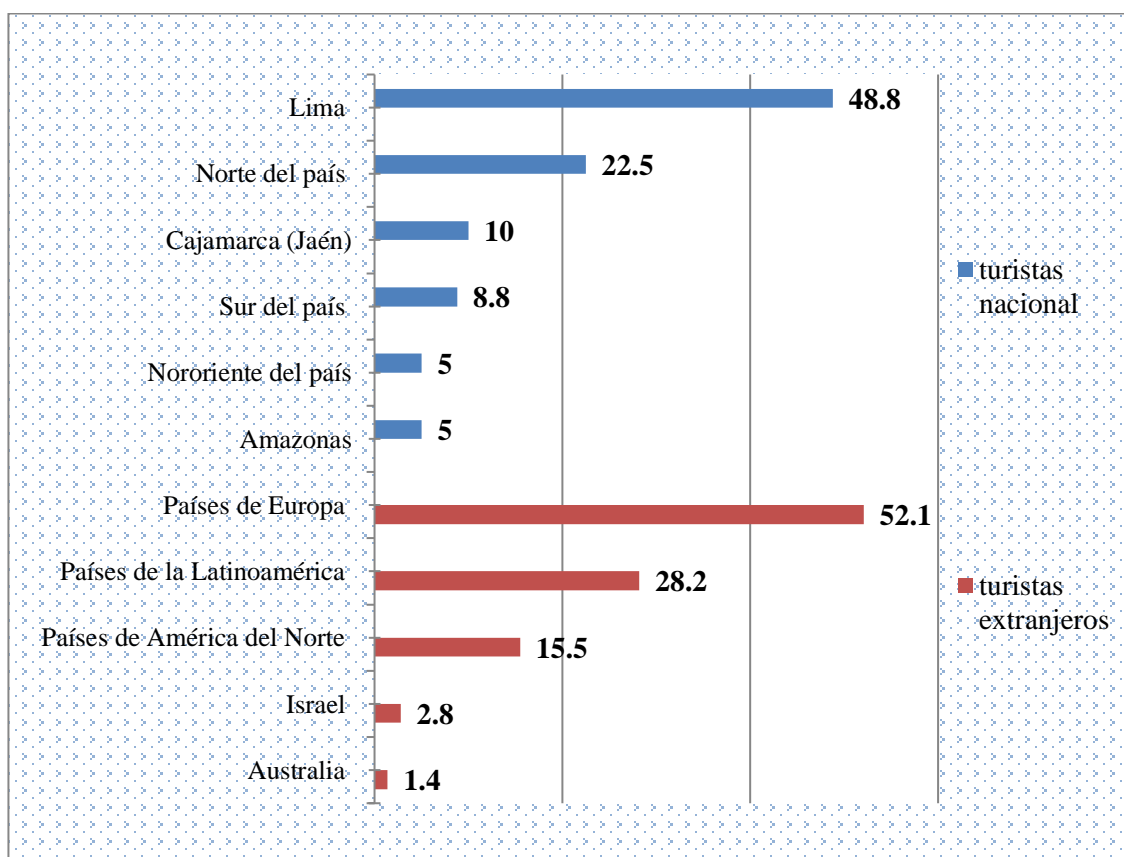
III. RESULTADOS

Tabla 01: Datos demográficos de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el corredor turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019.

| <i>Edad</i> | <i>Turistas nacionales</i> | | <i>Turistas extranjeros</i> | |
|--|----------------------------|----------|-----------------------------|----------|
| | <i>fi</i> | <i>%</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| De 4 a 9 años | 1 | 1.3 | 1 | 1.4 |
| De 10 a 14 años | 6 | 7.5 | 2 | 2.8 |
| De 15 a 17 años | 5 | 6.3 | 1 | 1.4 |
| De 18 a 24 años | 13 | 16.3 | 23 | 32.4 |
| De 25 a 30 años | 7 | 8.8 | 15 | 21.1 |
| De 31 a 40 años | 23 | 28.8 | 14 | 19.7 |
| De 41 a 50 años | 18 | 22.5 | 9 | 12.7 |
| De 51 a 64 años | 7 | 8.8 | 6 | 8.5 |
| Total | 80 | 100 | 71 | 100 |
| <i>Sexo</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| Masculino | 38 | 47.5 | 31 | 43.7 |
| Femenino | 42 | 52.5 | 40 | 56.3 |
| Total | 80 | 100 | 71 | 100 |
| <i>Procedencia/residencia habitual</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| Lima | 39 | 48.8 | | |
| Norte del país | 18 | 22.5 | | |
| Cajamarca (Jaén) | 8 | 10 | | |
| Sur del país | 7 | 8.8 | | |
| Nororiente del país | 4 | 5 | | |
| Amazonas | 4 | 5 | | |
| Países de Europa | | | 37 | 52.1 |
| Países de la Latinoamérica | | | 20 | 28.2 |
| Países de América del Norte | | | 11 | 15.5 |
| Israel | | | 2 | 2.8 |
| Australia | | | 1 | 1.4 |
| Total | 80 | 100 | 71 | 100 |

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada

Figura 01: Procedencia de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el corredor turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019.



Fuente: tabla 01

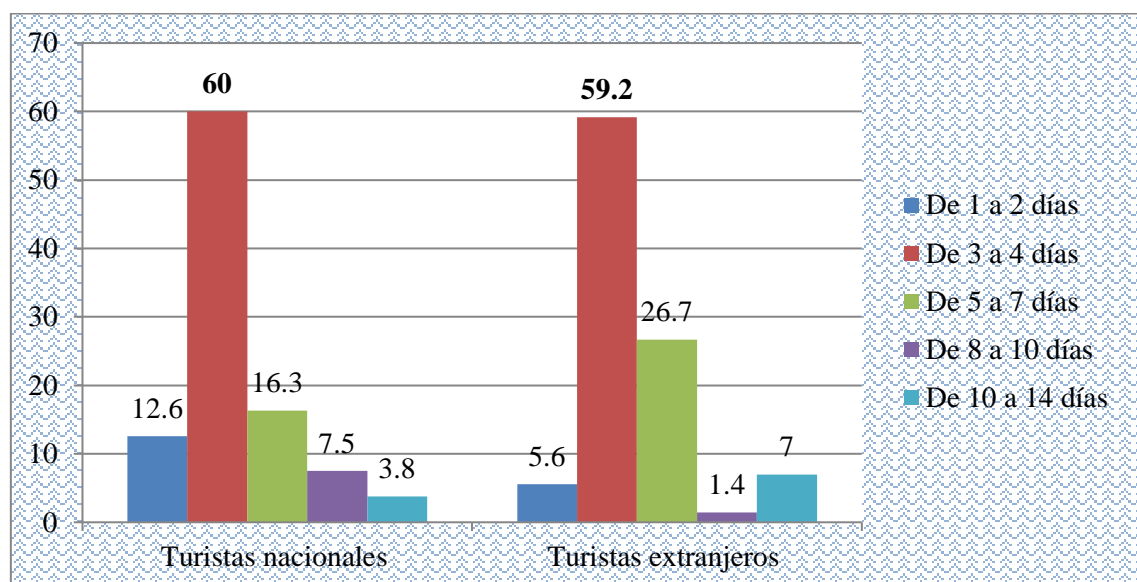
En la tabla y figura 01 se observan los datos demográficos de los turistas nacionales y extranjeros encuestados, es así que del 100 % (80) de turistas nacionales, la mayor proporción tiene entre 31 a 40 años de edad (28.8 %); en cambio en los turistas extranjeros del 100 % (71), la mayor proporción tiene entre 18 a 24 años (32.4 %). Se observa importantes proporciones en las edades de 18 a 50 años en ambos grupos. No se observó ningún adulto mayor. En cuanto al sexo, el 52.5 % (42) de los turistas nacionales es femenino y el 47.5 % (14) masculino; en el caso de los turistas extranjeros el 56.3 % (40) es de sexo femenino y el 43.7 % (31) es masculino. Respecto a la procedencia de los turistas de los turistas nacionales, la mayor proporción procede de Lima (48.8 %), seguido de ciudades del norte del país (22.5 %), Cajamarca (Jaén) (10 %), ciudades del sur del país (8.8 %), nororiente del país (5 %), Amazonas (5 %). Con respecto a los turistas extranjeros, la mayor proporción procede de países de Europa (52.1 %), países de la Latinoamérica (28.2 %), países de América del Norte (15.5 %), Israel (2.8 %) y Australia (1.4 %).

Tabla 02: Datos relevantes sobre el viaje de los turistas nacionales y extranjeros encuestados, Amazonas, 2019.

| <i>Duración del viaje en días</i> | <i>Turistas nacionales</i> | | <i>Turistas extranjeros</i> | |
|--|----------------------------|----------|-----------------------------|----------|
| | <i>fi</i> | <i>%</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| De 1 a 2 días | 10 | 12.6 | 4 | 5.6 |
| De 3 a 4 días | 48 | 60 | 42 | 59.2 |
| De 5 a 7 días | 13 | 16.3 | 19 | 26.7 |
| De 8 a 10 días | 6 | 7.5 | 1 | 1.4 |
| De 10 a 14 días | 3 | 3.8 | 5 | 7 |
| Total | 80 | 100 | 71 | 100 |
| <i>Número de integrantes que realizan el viaje</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| Viaja solo | 2 | 2.5 | 8 | 11.3 |
| De 2 a 3 integrantes | 47 | 58.8 | 39 | 54.9 |
| De 4 a más | 31 | 38.8 | 24 | 33.8 |
| Total | 80 | 100 | 71 | 100 |
| <i>Forma de acceso a la ciudad de Chachapoyas</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| Ingreso directo con vuelo Lima - Chachapoyas | 6 | 7.5 | 11 | 15.5 |
| Ingreso con vuelo Lima Tarapoto – Tarapoto - Chachapoyas | 3 | 3.8 | 2 | 2.8 |
| Ingreso por Tarapoto en vuelo y de ahí en transporte terrestre | 6 | 7.5 | 10 | 14.1 |
| Ingreso por Jaén en vuelo y de ahí en transporte terrestre | 15 | 18.8 | 13 | 18.3 |
| Ingreso por Chiclayo en vuelo y de ahí en transporte terrestre | 6 | 7.5 | 22 | 31 |
| Ingreso en transporte terrestre desde su lugar de origen | 44 | 55 | 13 | 18.3 |
| Total | 80 | 100 | 71 | 100 |
| <i>Gasto diario promedio por persona</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| De 100 a 200 soles | 47 | 58.8 | 16 | 22.5 |
| De 201 a 300 soles | 17 | 21.3 | 43 | 60.6 |
| De 301 a 400 soles | 6 | 7.5 | 12 | 16.9 |
| De 401 soles a más | 10 | 12.5 | 0 | 0 |
| Total | 80 | 100 | 71 | 100 |

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada

Figura 02: Duración del viaje realizado por los turistas nacionales y extranjeros encuestados a la región Amazonas, 2019.



Fuente: tabla 02

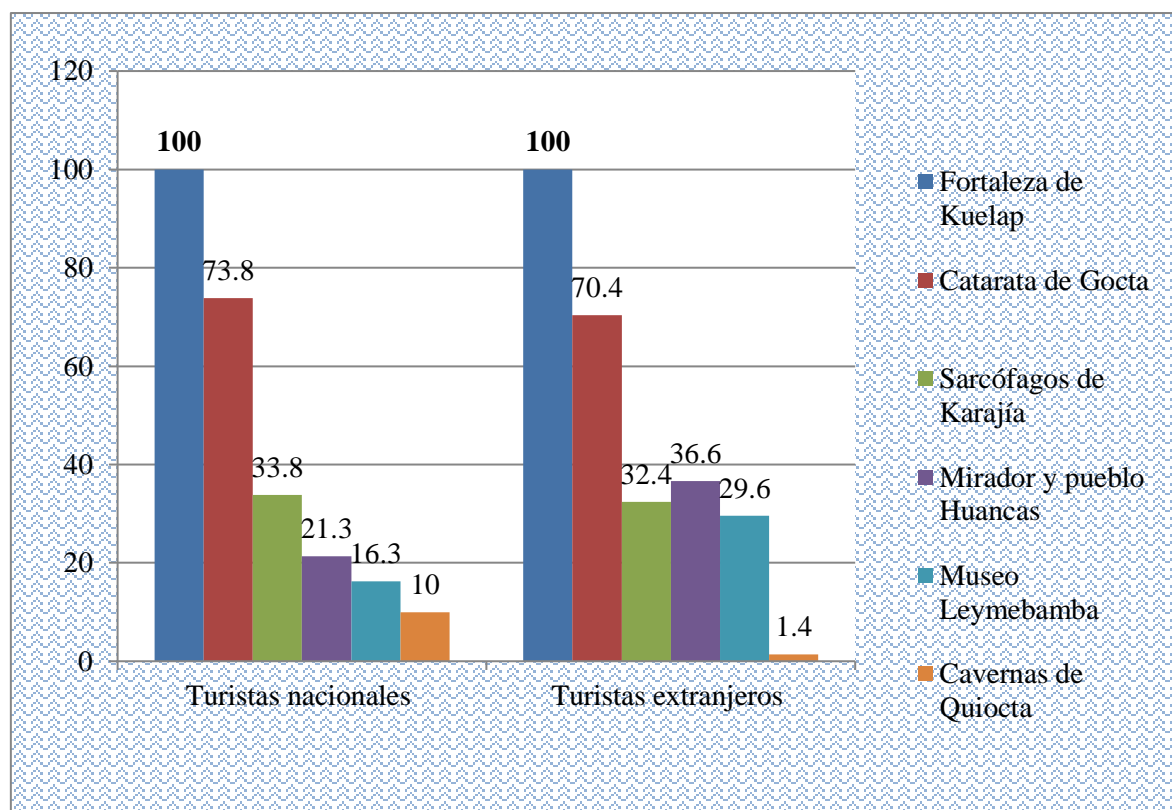
En la tabla y figura 02 se observan los datos relevantes sobre el viaje de los turistas nacionales y extranjeros encuestados, es así que del 100 % (80) de turistas nacionales, la mayor proporción tuvo un viaje de 3 a 4 días (60 %); de igual manera en los turistas extranjeros la mayor proporción (59.2 %) también tuvo un viaje de 3 a 4 días. En cuanto al número de integrantes que realizaron el viaje, tanto en los turistas nacionales (58.8 %) como extranjeros (54.9 %) viajaron de 2 a 3 integrantes. Con respecto a la forma de acceso a la ciudad de Chachapoyas, los turistas nacionales en su mayor proporción ingresaron en transporte terrestre desde su lugar de origen (55 %); en cambio los turistas extranjeros, la mayor proporción ingreso por Jaén en vuelo y de ahí en transporte terrestre a Chachapoyas (18 %). Sin embargo, importantes proporciones de turistas nacionales y extranjeros ingresaron por otras vías áreas y terrestres. Con respecto al gasto diario promedio por persona, los turistas nacionales tuvieron de 100 a 200 soles en su mayoría (58.8 %) y los extranjeros de 201 a 300 soles (60.6 %), siendo mayor en estos últimos.

Tabla 03: Lugares visitados por los turistas nacionales y extranjeros encuestados, Amazonas, 2019.

| Lugares | Turistas nacionales | | | | Turistas extranjeros | | | |
|--------------------------|---------------------|------|----|------|----------------------|------|----|------|
| | Si | | No | | Si | | No | |
| | fi | % | fi | % | fi | % | fi | % |
| Catarata de Gocta | 59 | 73.8 | 21 | 26.3 | 50 | 70.4 | 21 | 29.6 |
| Fortaleza de Kuelap | 80 | 100 | 0 | 0 | 71 | 100 | 0 | 0 |
| Museo Leymebamba | 13 | 16.3 | 67 | 83.8 | 21 | 29.6 | 50 | 70.4 |
| Mirador y pueblo Huancas | 17 | 21.3 | 63 | 78.8 | 26 | 36.6 | 45 | 63.4 |
| Sarcófagos de Karajía | 27 | 33.8 | 53 | 66.3 | 23 | 32.4 | 48 | 67.6 |
| Cavernas de Quiocta | 8 | 10 | 72 | 90 | 1 | 1.4 | 70 | 98.6 |

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada

Figura 03: Lugares visitados por los turistas nacionales y extranjeros encuestados, Amazonas, 2019.



Fuente: tabla 03

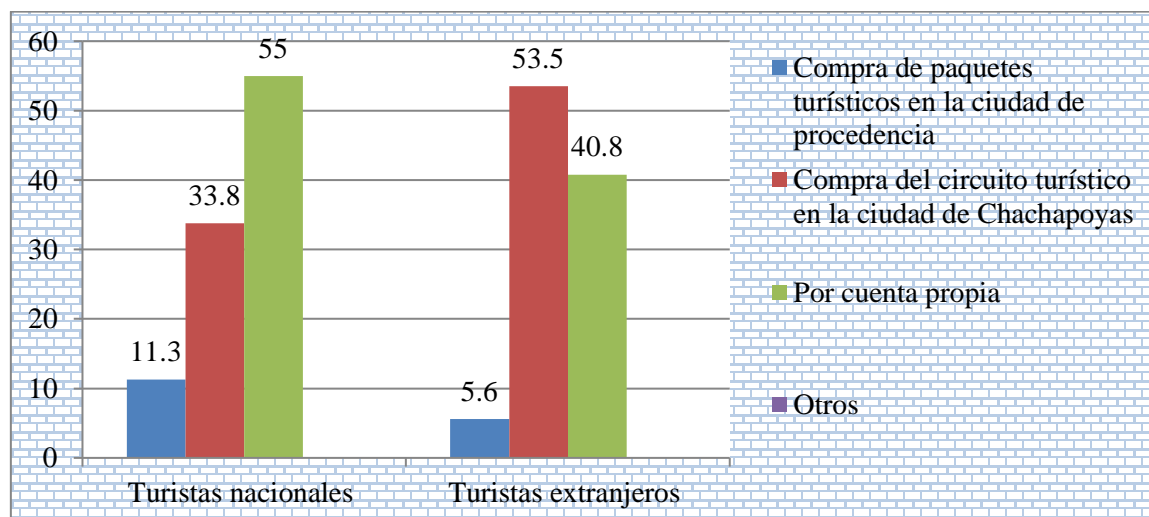
En la tabla y figura 03 se observan los datos sobre los lugares visitados por los turistas nacionales y extranjeros encuestados, es así que la mayor proporción de turistas nacionales visitó Kuelap (100 %), seguido de Gocta (73.8 %), Karajía (33.8 %), Huancas (21.3 %), Leymebamba (16.3 %) y Quiocta (10 %). En el caso de los turistas extranjeros, la mayor proporción visitó Kuelap (100 %), seguido de Gocta (70.4 %), Huancas (36.6 %), Karajía (32.4 %), Leymebamba (29.6 %) y Quiocta (1.4 %).

Tabla 04: Datos relevantes sobre la visita realizada por los turistas nacionales y extranjeros al corredor turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019.

| <i>Modalidad utilizada para visitar Kuelap</i> | <i>Turistas nacionales</i> | | <i>Turistas extranjeros</i> | |
|--|----------------------------|----------|-----------------------------|----------|
| | <i>fi</i> | <i>%</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| Compra de paquetes turísticos en la ciudad de procedencia | 9 | 11.3 | 4 | 5.6 |
| Compra del circuito turístico en la ciudad de Chachapoyas | 27 | 33.8 | 38 | 53.5 |
| Por cuenta propia | 44 | 55 | 29 | 40.8 |
| Otros | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 80 | 100 | 71 | 100 |
| <i>Forma de acceso a la zona arqueológica Monumental de Kuelap</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| Transporte + telecabinas | 77 | 96.3 | 62 | 87.3 |
| Transporte hasta Kuelap | 3 | 3.8 | 9 | 12.7 |
| Otros | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 80 | 100 | 71 | 100 |
| <i>Motivación para visitar el complejo arqueológico de Kuelap</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| Visitar el complejo arqueológico de Kuelap | 63 | 78.8 | 66 | 93 |
| Usar las telecabinas | 17 | 21.3 | 5 | 7 |
| Otros | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 80 | 100 | 71 | 100 |

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicado

Figura 04: Modalidad utilizada para visitar Kuelap en los turistas nacionales y extranjeros encuestados, Amazonas, 2019.



Fuente: tabla 04

En la tabla y figura 04 se observan los datos relevantes sobre la visita realizada por los turistas nacionales y extranjeros a Kuelap, es así que la mayor proporción de turistas nacionales lo visitó por cuenta propia (55 %); en cambio la mayoría de turistas extranjeros hizo la compra del circuito turístico en la ciudad de Chachapoyas (53.5 %). En el caso de la forma de acceso a la zona arqueológica Monumental de Kuelap, la mayoría tanto turistas nacionales (96.3 %) como extranjeros (87.3 %) accedieron por transporte más telecabinas. Con respecto a la motivación para visitar Kuelap, la mayoría tanto de turistas nacionales (96.3 %) como extranjeros (87.3 %) lo hicieron con la intención de visitar el complejo arqueológico de Kuelap. Sin embargo un porcentaje considerable de turistas nacionales (21.3 %) y extranjeros (7 %) lo visitó con la motivación de usar las telecabinas exclusivamente.

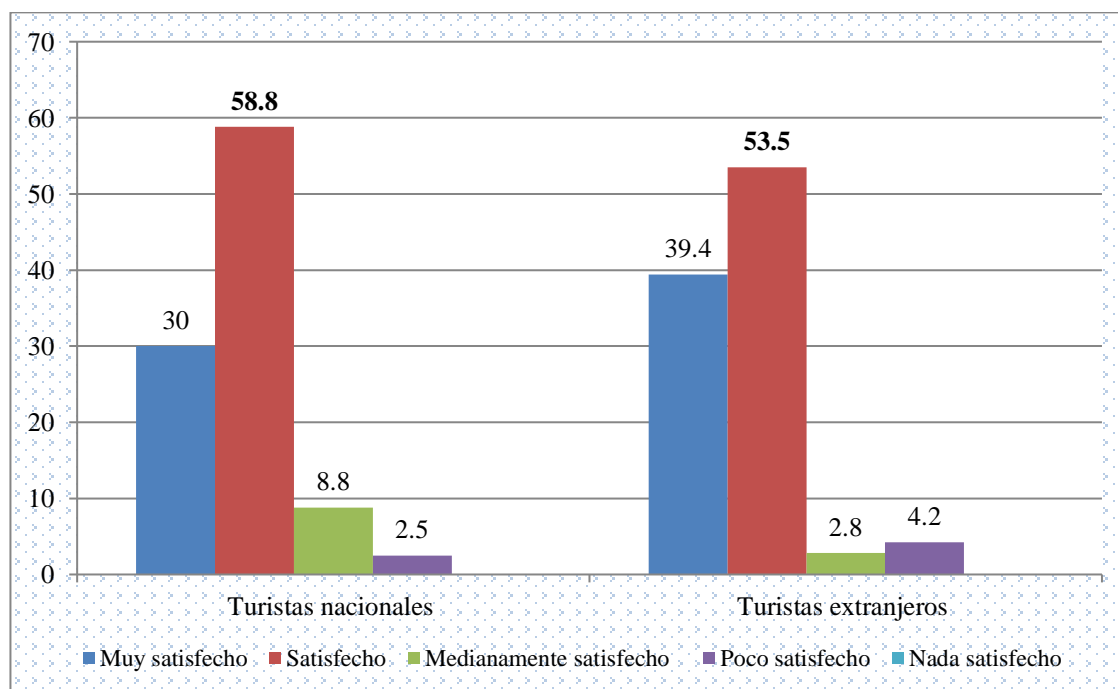
Tabla 05: Satisfacción general sobre los servicios brindados en el complejo arqueológico de Kuelap en los turistas nacionales y extranjeros encuestados, 2019.

| <i>Satisfacción general</i> | <i>Turistas nacionales (a)</i> | | <i>Turistas extranjeros (b)</i> | |
|-----------------------------|--------------------------------|----------|---------------------------------|----------|
| | <i>fi</i> | <i>%</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| Muy satisfecho | 24 | 30 | 28 | 39.4 |
| Satisfecho | 47 | 58.8 | 38 | 53.5 |
| Medianamente satisfecho | 7 | 8.8 | 2 | 2.8 |
| Poco satisfecho | 2 | 2.5 | 3 | 4.2 |
| Nada satisfecho | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 80 | 100 | 71 | 100 |

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicado

| <i>Estadísticos de comparación</i> | <i>valor</i> | <i>gl</i> | <i>p valor</i> | <i>Interpretación</i> |
|------------------------------------|--------------|-----------|----------------|--------------------------|
| <i>t-student (t)</i> | <i>0.842</i> | <i>79</i> | <i>0.46</i> | <i>No hay diferencia</i> |

Figura 05: Satisfacción general sobre los servicios brindados en el complejo arqueológico de Kuelap en los turistas nacionales y extranjeros encuestados, 2019.



Fuente: tabla 05

En la tabla y figura 05 se observa que del 100 % (80) de turistas nacionales el 58.8 % (47) está satisfecho en general con los servicios brindados en el circuito turístico Kuelap, el 30 % (24) muy satisfecho, el 8.8 % (7) medianamente satisfecho y el 2.5 % (2) poco satisfecho. Ninguno de los encuestados (0 %) estuvo nada satisfecho. En el caso de los turistas extranjeros, el 53.5 % (47) está satisfecho en general con los servicios brindados en Kuelap, el 39.4 % (24) muy satisfecho, el 4.2 % (3) poco satisfecho y el 2.8 % (2) medianamente satisfecho.

Se aplicó a estos resultados la prueba de T-student a fin de determinar la diferencia entre el nivel de satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros, encontrándose un valor de $t=0.842$ (*gl*: 79, $p>0.05$), lo que indica que no existe diferencia estadísticamente significativa entre los niveles de satisfacción de ambos grupos de turistas, lo que quiere decir que ambos tienen similares condiciones de satisfacción respecto a los servicios brindados en el circuito turístico Kuelap.

Tabla 06: Satisfacción específica sobre los servicios brindados en el complejo arqueológico de Kuelap en los turistas nacionales y extranjeros encuestados, 2019.

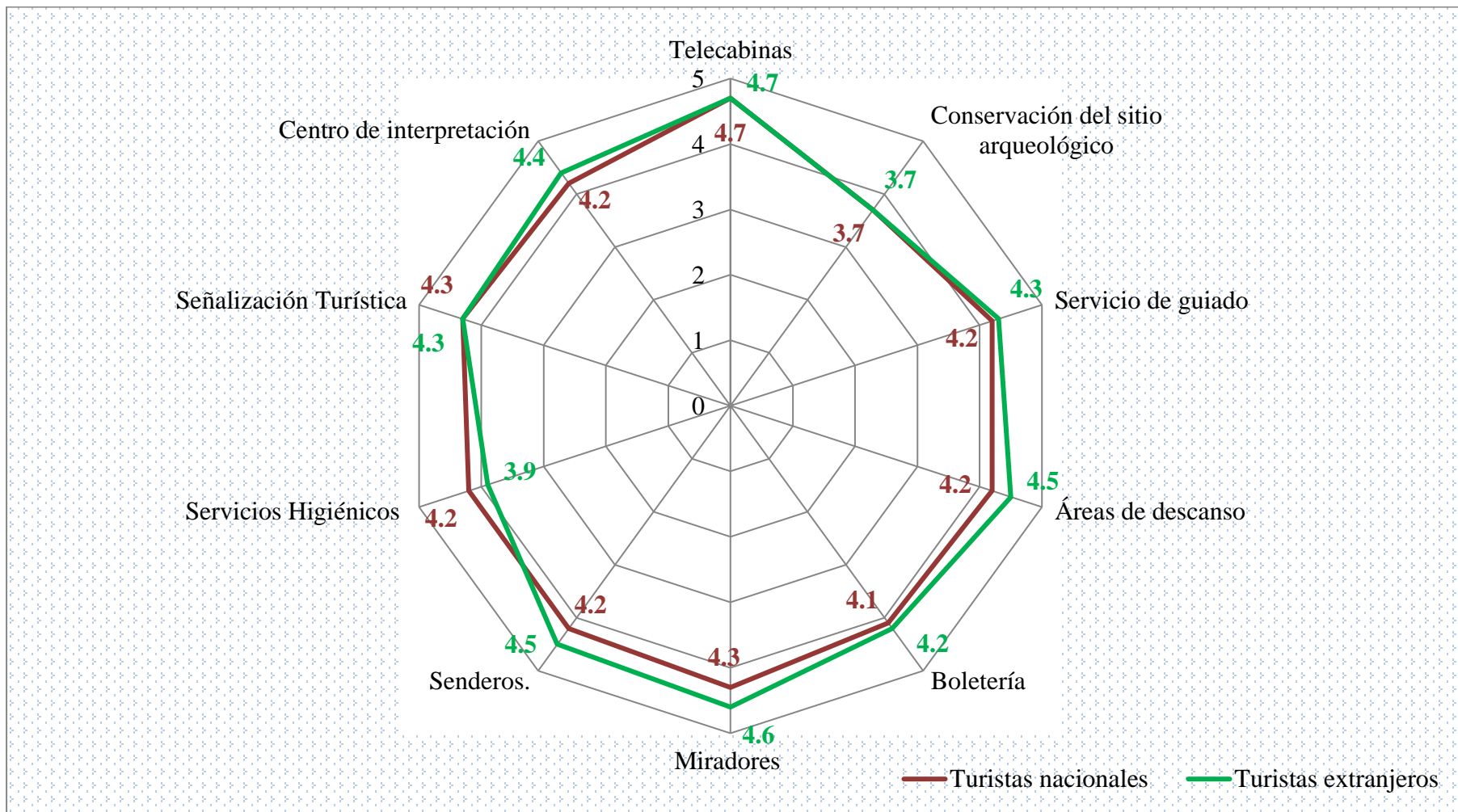
| <i>Satisfacción sobre los servicios</i> | <i>Promedio de puntuación alcanzada en satisfacción</i> | | | | | |
|---|---|----------------|--------------|-----------------------------|--------------|-----------|
| | <i>Turistas nacionales</i> | | | <i>Turistas extranjeros</i> | | |
| | <i>n*</i> | <i>Media**</i> | <i>DS***</i> | <i>n</i> | <i>Media</i> | <i>DS</i> |
| Telecabinas | 80 | 4.7 | 0.5 | 71 | 4.7 | 0.5 |
| Centro de interpretación | 80 | 4.2 | 0.6 | 71 | 4.4 | 0.5 |
| Señalización Turística | 80 | 4.3 | 0.6 | 71 | 4.3 | 0.6 |
| Servicios Higiénicos | 80 | 4.2 | 0.7 | 71 | 3.9 | 0.7 |
| Senderos | 80 | 4.2 | 0.6 | 71 | 4.5 | 0.6 |
| Miradores | 80 | 4.3 | 0.5 | 71 | 4.6 | 0.5 |
| Boletería | 80 | 4.1 | 0.7 | 71 | 4.2 | 0.6 |
| Áreas de descanso | 80 | 4.2 | 0.7 | 71 | 4.5 | 0.6 |
| Servicio de guiado | 80 | 4.2 | 0.8 | 71 | 4.3 | 0.5 |
| Conservación del sitio arqueológico | 80 | 3.7 | 1.4 | 71 | 3.7 | 0.8 |

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada

Leyenda: *muestra **promedio ***desviación estándar

En la tabla y figura 06 se observa el promedio de satisfacción de los servicios brindados al turista en una escala del 1 al 5. En tal sentido en el caso de los turistas nacionales fue de: Telecabinas (4.7), Centro de interpretación (4.2), Señalización Turística (4.3), Servicios Higiénicos (4.2), Senderos (4.2), Miradores (4.3), Boletería (4.1), Áreas de descanso (4.2), Servicio de guiado (4.2) y Conservación del sitio arqueológico (3.7). En el caso de los turistas extranjeros se obtuvo los siguientes promedios de satisfacción: Telecabinas (4.7), Centro de interpretación (4.4), Señalización Turística (4.3), Servicios Higiénicos (3.9), Senderos (4.5), Miradores (4.6), Boletería (4.2), Áreas de descanso (4.5), Servicio de guiado (4.3) y Conservación del sitio arqueológico (3.7), siendo este último, el servicio que alcanzó menor puntaje de satisfacción.

Figura 06: Satisfacción específica sobre los servicios brindados en el complejo arqueológico de Kuelap en los turistas nacionales y extranjeros encuestados, 2019.



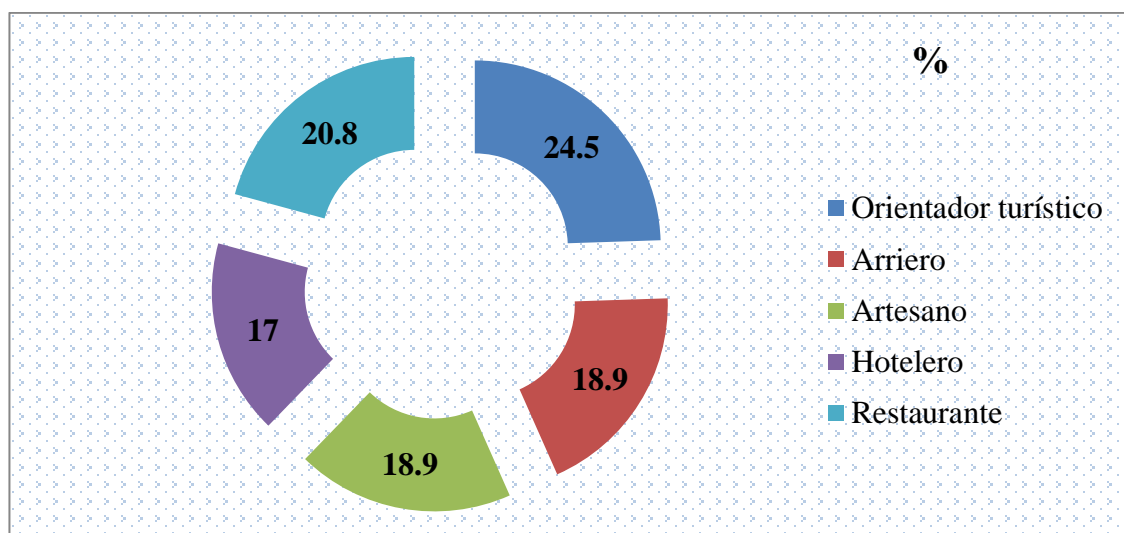
Fuente: tabla 06

Tabla 07: Datos demográficos de los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019.

| <i>Edad</i> | <i>Operadores turísticos</i> | |
|---------------------------|------------------------------|----------|
| | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| De 19 a 20 años | 3 | 5.7 |
| De 21 a 25 años | 33 | 62.3 |
| De 26 a 30 años | 9 | 17.0 |
| De 31 a 40 años | 6 | 11.3 |
| De 41 a 64 años | 2 | 3.8 |
| Total | 53 | 100.0 |
| <i>Sexo</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| Masculino | 20 | 37.7 |
| Femenino | 33 | 62.3 |
| Total | 55 | 100 |
| <i>Nivel educativo</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| Ninguna | 1 | 1.9 |
| Primaria incompleta | 10 | 18.9 |
| Primaria completa | 8 | 15.1 |
| Secundaria incompleta | 11 | 20.8 |
| Secundaria completa | 13 | 24.5 |
| Superior no universitario | 6 | 11.3 |
| Universitario incompleto | 2 | 3.8 |
| Universitario completo | 2 | 3.8 |
| Total | 53 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada

Figura 07: Labores realizadas por los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019.



Fuente: tabla 07

En la tabla y figura 07 se observa que del 100 % (53) de operadores turísticos, la mayor proporción tuvo entre 21 a 25 años de edad (62.3 %), y en menores proporciones tuvieron de 26 a 30 años (17 %), de 31 a 40 años (11.3 %), de 19 a 20 años (5.7 %) y de 41 a 64 años (3.8 %). En cuanto al sexo, el 62.3 % (33) fueron mujeres y el 37.7 % (20) varones. Respecto al nivel educativo la mayor proporción de 24.5 % tuvo secundaria completa, el 20.8 % secundaria incompleta, el 18.9 % primaria incompleta, el 15.1 % primaria completa, el 11.3 % superior no universitario y menores proporciones universitario incompleto o completo.

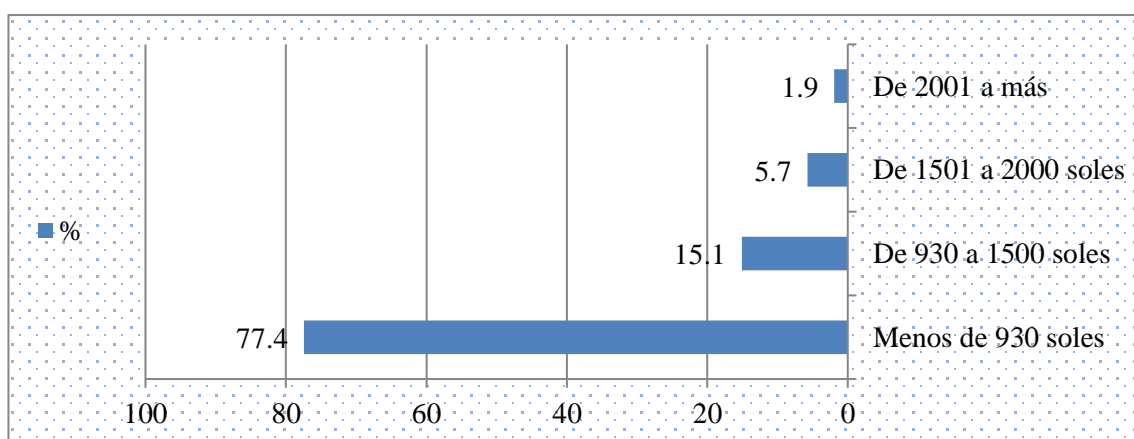
Tabla 08: Ingreso económico mensual y actividades económicas realizadas por los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019.

| <i>Ingreso económico mensual</i> | <i>Operadores turísticos</i> | |
|--|------------------------------|--------------|
| | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| Menos de 930 soles | 41 | 77.4 |
| De 930 a 1500 soles | 8 | 15.1 |
| De 1501 a 2000 soles | 3 | 5.7 |
| De 2001 a más | 1 | 1.9 |
| Total | 53 | 100.0 |
| <i>Uso de la vivienda para negocio</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| Si | 27 | 50.9 |
| No | 26 | 49.1 |
| Total | 53 | 100.0 |
| <i>Actividad económica realizada</i> | <i>fi</i> | <i>%</i> |
| Restaurante | 11 | 20.8 |
| Bodega | 1 | 1.9 |
| Orientación turística | 13 | 24.5 |
| Hospedaje | 10 | 18.9 |
| Arriero | 10 | 18.9 |
| Artesanía | 8 | 15.1 |
| Total | 53 | 100 |

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada

| <i>Estadísticos descriptivos</i> | <i>Máximo</i> | <i>Minino</i> | <i>Promedio</i> | <i>Desviación estándar</i> | <i>Varianza</i> |
|----------------------------------|---------------|---------------|-----------------|----------------------------|-----------------|
| Ingreso económico | 4000 | 50 | 688.30 | 652.68 | 426002.830 |

Figura 08: Ingreso económico mensual de los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019.



Fuente: tabla 08

En la tabla y figura 08 se observa que del 100 % (53) de operadores turísticos, una mayor proporción de 77.4 % tiene un ingreso económico mensual menor a 930 soles, el 15.1 % de 930 a 1500 soles, el 5.7 % de 1501 a 2000 soles y un 1.9 % de 2001 soles a más. En cuanto al uso de la vivienda como negocio, el 50.9 % (27) si lo hace y el 49.1 % (26) no lo hace. Respecto a la actividad económica realizada, una mayor proporción de 24.5 % de operadores es orientador turístico, el 20.8 % tiene un restaurante, el 18.9 % hospedaje, otro 18.9. % esa arriero, el 15.1 % se dedica a la artesanía y un 1.9 % a bodega.

En cuanto a los datos descriptivos del ingreso económico de los operadores se puede observar que el promedio es de 688.30 soles, y el mínimo de ingreso económico percibido fue de 50.00 soles y el máximo fue de 4000.00 soles.

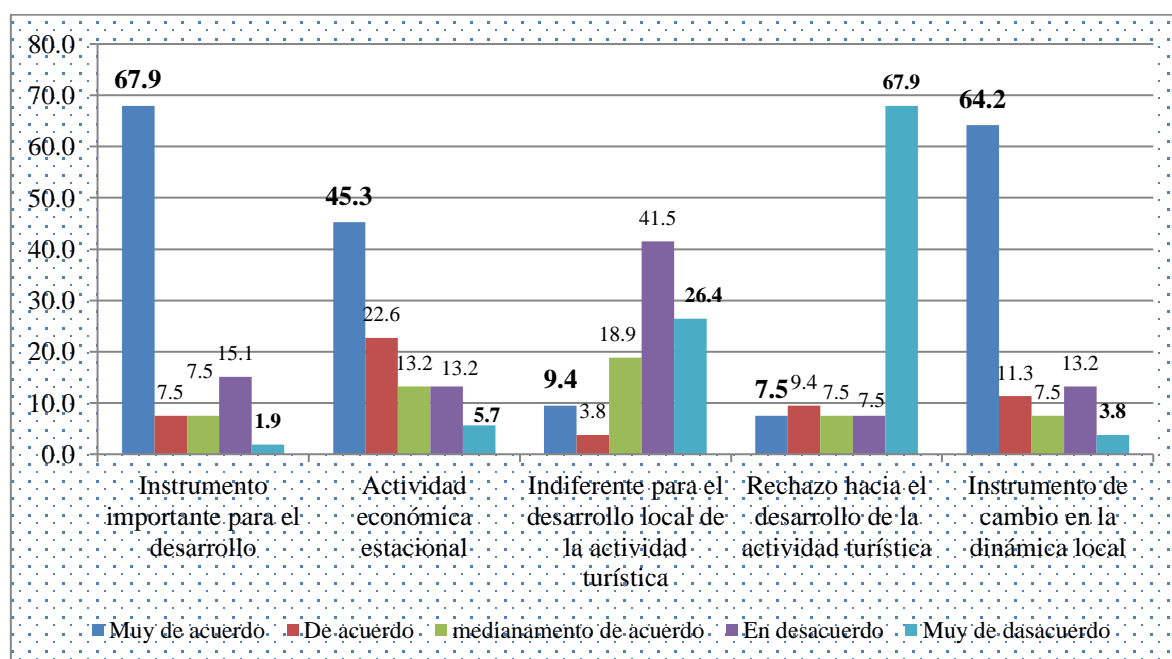
Tabla 09: Correlaciones entre la satisfacción de los turistas (nacional y extranjero) y las consideraciones sobre la actividad turística en los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019.

| Satisfacción del turista | Consideraciones sobre la actividad turística en los operadores | | | | |
|--------------------------|--|---|--|--|---|
| | Instrumento importante para el desarrollo | Actividad económica estacional | Indiferente para el desarrollo local de la actividad turística | Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística | Instrumento de cambio en la dinámica local |
| Turista nacional | $X^2=5.68$ $p<0.05$ (<i>existe relación</i>) | $X^2=9.214$ $p<0.05$ (<i>existe relación</i>) | $X^2=11.012$ $p>0.05$ (<i>no existe relación</i>) | $X^2=4.570$ $p>0.05$ (<i>no existe relación</i>) | $X^2=10.944$ $P<0.05$ (<i>existe relación</i>) |
| | Turista extranjero | $X^2=8.75$ $p<0.05$ (<i>existe relación</i>) | $X^2=17.683$ $p<0.05$ (<i>existe relación</i>) | $X^2=8.26$ $p>0.05$ (<i>no existe relación</i>) | $X^2=13.034$ $p>0.05$ (<i>no existe relación</i>) |

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada

En la tabla 09 se observa la relación entre la satisfacción del turista nacional y extranjero y las consideraciones sobre la actividad turística en los operadores turísticos. En el análisis estadístico aplicando la prueba no paramétrica de Chi cuadrado (X^2) se encontró una relación entre la satisfacción del turista y la consideración de que el turismo es un instrumento importante para el desarrollo ($X^2=5.68$, $p<0.05$), la satisfacción del turista y actividad económica estacional ($X^2=9.214$, $p<0.05$), la satisfacción del turista y el turismo como instrumento de cambio en la dinámica local ($X^2=10.944$, $p<0.05$). Por otro lado no se encontró relación entre la satisfacción del turista y la consideración de que el turismo es indiferente para el desarrollo local de la actividad turística ($X^2=11.012$, $p>0.05$) y la satisfacción del turista y el rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística ($X^2=4.570$, $p>0.05$).

Figura 09: Consideraciones sobre la actividad turística por parte de los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019.



Fuente: tabla 09

En la figura 09 se observa que del 100 % (53) de operadores turísticos, una mayor proporción está muy de acuerdo que el turismo es un instrumento importante para el desarrollo (67.9 %), que el turismo es una actividad económica estacional (45.3 %) y que el turismo es un instrumento de cambio en la dinámica local (64.2 %). Por otro lado los operadores en su mayoría están en desacuerdo que el turismo es indiferente para el desarrollo local (41.5 %) y están muy en desacuerdo en rechazar el desarrollo de la actividad turística.

Tabla 10: Impacto de la satisfacción de los turistas (nacional y extranjero) en las percepciones sobre la actividad turística en los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019.

| Turista | Satisfacción | Percepciones sobre la actividad turística en los operadores | | | | | | | | Correlaciones |
|--------------------|-------------------------|--|------|-----------|-----|--|-----|-----------|------|---|
| | | Cree que el turismo ha mejorado el crecimiento económico de la comunidad (a) | | | | Considera que estaba mejor sin turismo (b) | | | | |
| | | Si | | No | | Si | | No | | |
| | | <i>fi</i> | % | <i>fi</i> | % | <i>fi</i> | % | <i>fi</i> | % | |
| Turista nacional | Muy satisfecho | 10 | 18.9 | 3 | 5.7 | 0 | 0.0 | 13 | 24.5 | (a) $X^2=20.6$ $p<0.05$ (existe relación) |
| | Satisfecho | 32 | 60.4 | 3 | 5.7 | 3 | 5.7 | 32 | 60.4 | |
| | Medianamente satisfecho | 4 | 7.5 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 4 | 7.5 | (b) $X^2=1.63$ $P>0.05$ (no existe relación) |
| | Poco satisfecho | 1 | 1.9 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 1 | 1.9 | |
| | Nada satisfecho | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | |
| Turista extranjero | Muy satisfecho | 22 | 41.5 | 4 | 7.5 | 1 | 1.9 | 25 | 47.2 | (a) $X^2=11.9$ $p<0.05$ (existe relación) |
| | Satisfecho | 21 | 39.6 | 2 | 3.8 | 2 | 3.8 | 21 | 39.6 | |
| | Medianamente satisfecho | 2 | 3.8 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 2 | 3.8 | (b) $X^2=0.79$ $P>0.05$ (no existe relación) |
| | Poco satisfecho | 2 | 3.8 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 2 | 3.8 | |
| | Nada satisfecho | 0 | 0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | |

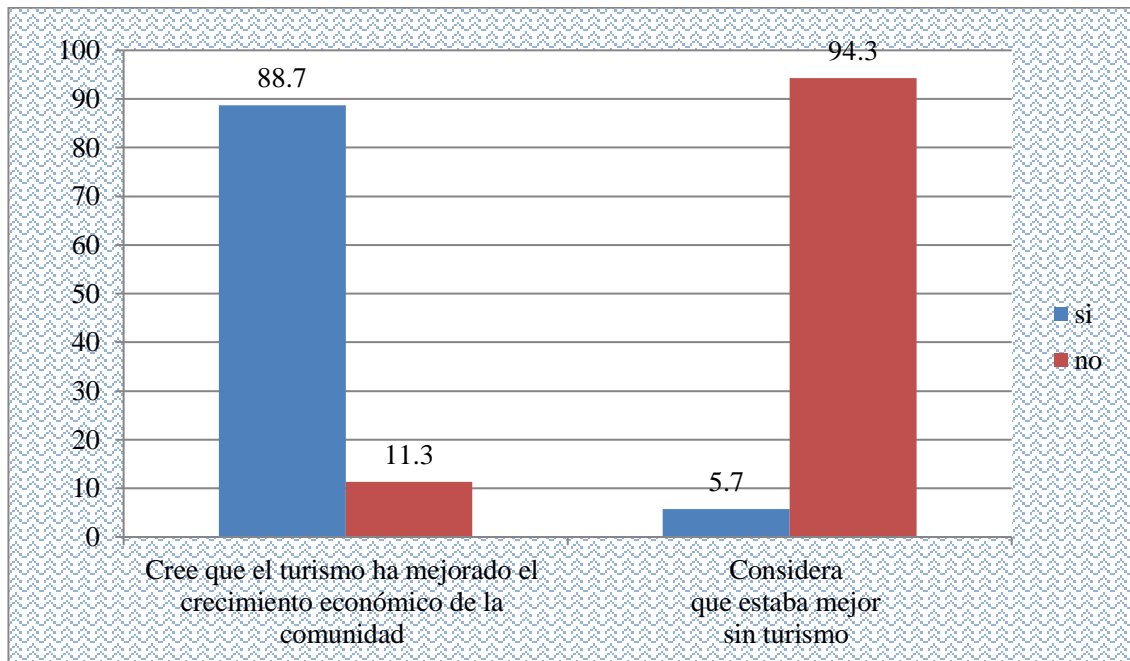
Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada

Leyenda:

X^2 : Chi cuadrado

p : significancia estadística (p -valor)

Figura 10: Percepciones sobre la actividad turística en los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019.



Fuente: tabla 10

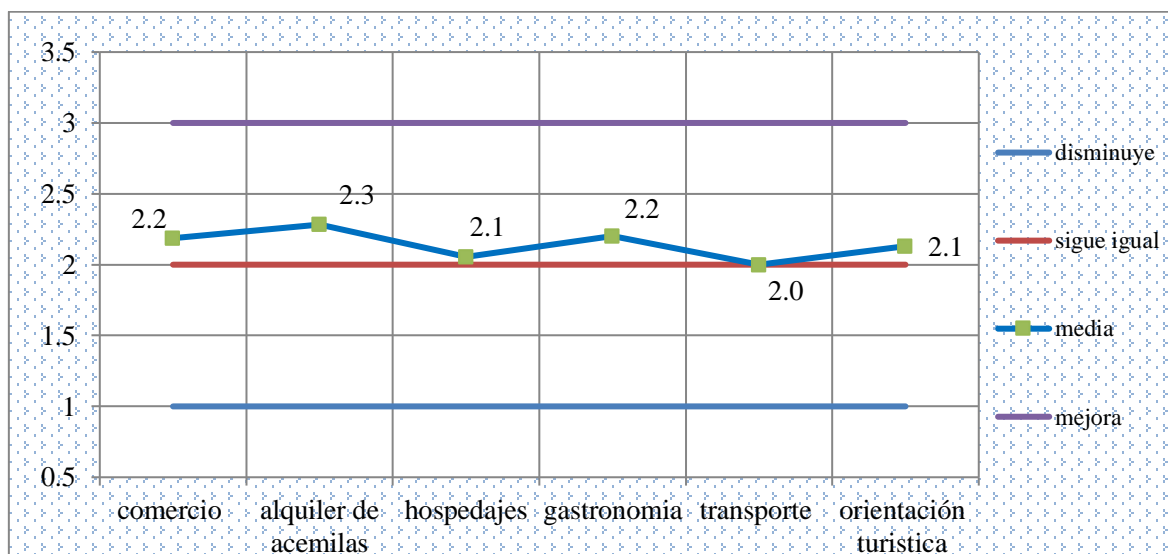
En la tablas y figura 10 se observa que del 100 % (53) de operadores turísticos, existe relación entre la satisfacción del turista y la percepción de los operadores turísticos, quienes consideran que el turismo ha mejorado el crecimiento económico de la comunidad ($p < 0.05$). Por otro lado no existe relación entre la satisfacción del turista y la consideración de que sin turismo se estaba mejor ($p < 0.05$). De los resultados vistos anteriormente se puede indicar que la satisfacción del turista tiene un impacto positivo en el crecimiento económico de la comunidad.

Tabla 11: Cambios en las actividades económicas relacionados al turismo según los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019.

| Cambio | Comercio | | Alquiler de acémilas | | Demanda de hospedaje | | Gastronomía | | Transporte | | Orientación turística | |
|-------------|-----------|------|----------------------|------|----------------------|------|-------------|------|------------|------|-----------------------|------|
| | <i>fi</i> | % | <i>fi</i> | % | <i>fi</i> | % | <i>fi</i> | % | <i>fi</i> | % | <i>fi</i> | % |
| Disminuyó | 5 | 9.4 | 2 | 3,8 | 9 | 17.0 | 7 | 13.2 | 7 | 13.2 | 0 | 0.0 |
| Sigue igual | 33 | 62.3 | 34 | 64.2 | 32 | 60.4 | 39 | 73.6 | 39 | 73.6 | 46 | 86.8 |
| Aumentó | 15 | 28.3 | 17 | 32.1 | 12 | 22.6 | 7 | 13.2 | 7 | 13.2 | 7 | 13.2 |
| Total | 53 | 100 | 53 | 100 | 53 | 100 | 53 | 100 | 53 | 100 | 53 | 100 |

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta aplicada

Figura 11: Cambios en las actividades económicas relacionados al turismo según los operadores turísticos encuestados en el Corredor Turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019.



Fuente: tabla 11

Promedio de cambios en una escala del 1 al 3 (1: disminuyó, 2: sigue igual, 3: incrementó)

En la tabla y figura 11 se observa que del 100 % (53) de operadores turísticos, el 28.3 % (15) considera que el comercio incrementó, el 32.1 % (17) considera que el alquiler de acémilas incrementó, el 22.6 % (12) que incrementó la demanda de hospedaje, el 13.2 % (7) que mejoró las gastronomía, el 13.2 % (7) el transporte y otro 13.2 % (7) la orientación turística. También se observa que los operadores consideran que se incrementaron levemente el alquiler de acémilas (2.3), el comercio (2.2), la gastronomía (2.2), la demanda de hospedajes (2.1) y la orientación turística (2.1).

IV. DISCUSIÓN

En el estudio se encontró que la mayoría de turistas tanto nacionales y extranjeros estuvieron satisfechos con los servicios brindados en el complejo arqueológico de Kuelap (58.8 % y 53.5 % respectivamente). Así mismo se encontró satisfacción con los siguientes servicios brindados: Telecabinas (4.7 y 4.7), Señalización Turística (4.3 y 4.3), Miradores (4.3 y 4.6), Centro de interpretación (4.2 y 4.4), Servicios Higiénicos (4.2 y 3.9), Senderos (4.2 y 4.5), Boletería (4.1 y 4.2), Áreas de descanso (4.2 y 4.5), Servicio de guiado (4.2 y 4.3) y Conservación del sitio arqueológico (3.7 y 3.7). Es necesario resaltar que existió menos satisfacción con la Conservación del sitio arqueológico tanto en los turistas nacionales como extranjeros (3.7 y 3.7), además se observó menor satisfacción sobre los servicios higiénicos en los turistas extranjeros.

Sobre el impacto económico relacionado con la satisfacción del turista, se pudo encontrar que la mayoría de operadores turísticos (50.9 %) utilizan su vivienda como negocio, y se dedican a diversas actividades económicas en el circuito turístico Kuelap (orientación turística, restaurante, hospedaje, transporte a caballo, artesanía y bodega) obteniendo ingresos económicos adicionales. Por tanto los operadores consideran que el turismo es un instrumento importante para el desarrollo ($p < 0.05$), es una actividad económica estacional ($p < 0.05$) y es un instrumento importante para el desarrollo local ($p < 0.05$), lo cual está relacionado con la satisfacción del turista tanto nacional como extranjero. Además los operadores turísticos consideran que la satisfacción del turista y el turismo ha mejorado el crecimiento económico de la comunidad, encontrándose una relación entre ambas en el análisis estadístico ($p < 0.05$). También se encontró que se incrementaron significativamente las actividades económicas de: alquiler de acémilas (2.3), el comercio (2.2), la gastronomía (2.2), la demanda de hospedajes (2.1) y la orientación turística (2.1).

En cuanto a la satisfacción del turista, similares resultados se encontraron en las investigaciones de Cayo & Arcaya (2012) en Puno, quienes evidencian que los turistas se sienten satisfechos con el viaje realizado con mayor ponderación en el alojamiento, la alimentación, el transporte y los guías turísticos. Asimismo Bringas & Toudert (2016)

en México muestran que existe satisfacción en los turistas. También Moreno, Celis & Aguiar (2002) en República Dominicana encontraron que el nivel de satisfacción del turista es bastante alto.

En cuanto al impacto económico relacionado con satisfacción del turista y la actividad turística se encontraron estudios que muestran resultados similares a los encontrados en la presente investigación, los cuales evidencian que existe un impacto económico significativamente positivo producido por la actividad turística a nivel local. Dichos estudios son de Alcántara (2017) en Brasil, Gonzales & Huanca (2018) en Cusco; Vela, Llontop, Campos & Vásquez (2018) en Lambayeque; Celis & Villalobos (2018) en Tarapoto; Viacava (2017) en Tacna; Córdova, Ramos, Salazar & Mujica (2017) en Lima; Flores (2017) en Ica; Alva (2016) en Cañete; Orgaz & Moral (2016) en España; Castillo, Herrera & Zambrano (2016) en Ecuador; Alba (2015) en México; Meza (2014) en Piura; Olague & Treviño (2014) en España; Guzmán, Borges & Castillo (2011) en Venezuela; Pasquel & Delgado (2010) en Huancayo; Varisco (2008) en Argentina; Vega & Muñoz (2007) en Lima; Cruz (2006) en Huarochirí; Goded (1998) en Argentina.

Detallando lo encontrado en los estudios arriba mencionados se puede mencionar a Alcántara (2017) en Brasil, quien indica que en los últimos años, el turismo se ha convertido en un factor para dinamizar la economía de las regiones menos desarrolladas y áreas marginales en Brasil. En el caso del estado de Sergipe, el turismo ha generado procesos productivos y empleo.

De igual manera Gonzales & Huanca (2018) encontró que la actividad turística tiene un impacto positivo en distintos sectores económicos que se refleja en el aporte al producto bruto interno en la región del Cusco, observándose la interacción con otros sectores económicos que inciden en el crecimiento económico.

Por su parte Vela, Llonto, Campos & Vásquez (2018) en Lambayeque evidenciaron que el turismo tiene un impacto sobre el crecimiento económico y el desarrollo de

Lambayeque. El turismo en Lambayeque considerando restaurantes y hoteles aporta en 3.2 % al PBI de la región.

También Celis & Villalobos (2018) en Tarapoto pudieron encontrar que el turismo contribuye al crecimiento económico, constatando que existe una relación fuerte entre el turismo y el crecimiento económico, pues se logró determinar un coeficiente de correlación del 1.00 entre Turismo y el Crecimiento Económico.

De igual modo Viacava (2017) en Tacna pudo evidenciar que un 92% de los residentes de Tacna percibe como positivo el impacto económico y sociocultural del turismo, lo que genera a su vez en el 58 % de los pobladores una actitud muy buena sobre los beneficios que reporta el desarrollo turístico en los diversos sectores del aparato económico de la región. En términos generales existe un coeficiente de correlación “r” de 0,318 y un tc de 6,54 es decir, para un nivel de confianza del 95 % existe correlación positiva significativa entre los impactos económicos y socioculturales y la actitud de los residentes frente al turismo en Tacna.

Por su parte Córdova, Ramos, Salazar & Mujica (2017) en Lima determinaron que el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Tupe (Yauyos) basado en el Turismo Rural Comunitario y en el Ecoturismo, contribuyó al desarrollo económico sostenible. Estos tipos de turismo producen ganancias adicionales a los pobladores puesto que les permite, ofrecer servicios como alimentación, un lugar donde dormir, guiados y venta de algunos productos alimenticios y/o de textilera.

Otro estudio realizado por Alva (2016) en Cañete concluyó que el turismo ha influido considerablemente y de manera progresiva en la mejora de la economía local, con la expansión especialmente de restaurantes en San Vicente Cañete. Se observa el aumento de visitantes nacionales y cómo esto conlleva a la constante iniciativa de emprendedores de iniciar un negocio.

Orgaz & Moral (2016) en España también concluyeron que el turismo se configura como uno de los principales motores económicos a nivel internacional, cobrando más fuerza

en zonas en vías de desarrollo, siendo estas áreas geográficas ricas en recursos culturales y naturales.

De igual modo Castillo, Herrera & Zambrano (2016) en Ecuador indican que el sector turístico va adquiriendo cada vez más peso en la economía. En este trabajo se constata para Ecuador la existencia de una relación positiva entre el sector turístico y el PIB, constatando que dicha relación no es espuria.

Por su parte Alba (2015) en México indica que aun cuando es evidente la importancia del turismo al crecimiento económico; sin embargo esto confirma que el crecimiento económico por sí solo no necesariamente contribuye a mejorar el bienestar ni a disminuir la pobreza.

Por otro lado Meza (2014) en Piura encontró que el turismo ha tenido importantes efectos positivos en los ingresos y gastos de las familias de la zonas rurales. El turismo es una fuente clave de empleo que impulsa el ingreso de los residentes locales a través de múltiples efectos, como por ejemplo, la financiación de los negocios locales por medio del gasto turístico internacional.

Un estudio realizado por Olague & Treviño (2014) en España también determina que el turismo es una de las industrias con mayor importancia económica en el mundo así lo ponen de manifiesto los grandes indicadores macroeconómicos que reflejan la gran cantidad de ingreso, inversión, gasto y movimiento de divisas resultado directo de la actividad turística.

Por su lado Guzmán, Borges & Castillo (2011) en Venezuela, en la isla de Fogo en Cabo Verde encontró que la actividad turística se está erigiendo en uno de los motores clave del desarrollo económico tanto de la isla como del país. Y, así, se están generando diversas iniciativas de turismo comunitario que persigue que la riqueza que se genere con esta actividad repercuta de forma directa en los propios habitantes de la isla.

De igual modo Pasquel & Delgado (2010) en Huancayo evidencia que el turismo es percibido por la población como una actividad económica importante, sin embargo existe una escasa infraestructura turística en la Provincia de Huancayo por la reducida participación de la inversión pública y privada para el desarrollo turístico.

Otro estudio realizado en Argentina por Varisco (2008) concluye que el turismo impacta fuertemente en el crecimiento económico de las localidades, aunque no ha sido posible cuantificar dicho crecimiento. Se ha visto una mejora en los indicadores de empleo, ocupación de plazas hoteleras y su imagen de marca.

También Vega & Muñoz (2007) en Lima hallaron que el aumento del turismo influye sobre las variables económicas de las regiones receptoras, afectando positivamente sobre: a) Mano de obra que incluye el empleo: directo, como resultado de los gastos turísticos directos (hospedaje y gastronomía); indirecto, como resultado de los gastos de apoyo al sector turístico (transporte); inducido: como resultado de los gastos de residentes debido a los ingresos del turismo (aumento del consumo personal). b) Demanda de bienes y servicios relacionados: un aumento en la demanda de bienes y servicios turístico dependen de mayores niveles de ingresos personales y del aumento de demanda de inversión y bienes de consumo que trae aparejado un efecto sobre el resto de los sectores, afectando favorablemente la tasa de actividad económica del país.

Finalmente Cruz (2006) en Huarochirí evidenció que el desarrollo de la actividad turística en Callahuanca viene generando un impacto económico positivo, creando fuentes de empleo e ingresos económicos para los pobladores, sin embargo se viene dando de manera lenta pero paulatina.

Como se puede ver existe importante evidencia científica para considerar que el turismo impacta de manera positiva en la economía local y también regional; sin embargo algunos evidencias proponen que este impacto podría ser mejor y que no estaría beneficiando en la real proporción a nivel local puesto que aún la población no estaría respondiendo a las exigencias de la demanda. En los resultados del presente estudio se

pudo encontrar que los operadores turísticos consideraron que existe un impacto positivo en la economía local, sin embargo la mayor parte de las ganancias se van hacia la capital de la región.

Los estudios citados anteriormente muestran en sus resultados una similitud con el presente estudio, sin embargo es necesario indicar que la mayoría de ellos fueron realizados en contextos diferentes, así como en diversos servicios turísticos ofrecidos, por ello es importante considerar estos aspectos para mayor análisis. Respecto al contexto se encontraron estudios tanto en el contexto internacional y nacional donde se pudo observar que el turismo deja un impacto económico positivo en las localidades donde se desarrolla, además los mismos pobladores reconocen su importancia en el desarrollo económico local; sin embargo algunos estudios también evidenciaron que este impacto podría ser mejor si se implementarán estrategias para mejorar los beneficios en las localidades donde se encuentran los atractivos turísticos.

Las metodologías utilizadas en los estudios revisados son variables, en algunas investigaciones como la presente se utilizaron encuestas a turistas y operadores turísticos para aproximarse al fenómeno de estudio. En otros estudios se hicieron encuestas a autoridades y expertos sobre el tema para determinar los impactos del turismo en la economía local, asimismo algunas investigaciones abordaron los datos registrados sobre la actividad turística, el aporte del turismo mediante indicadores económicos como el Producto Bruto Interno (PBI), los ingresos económicos mensuales de los operadores y pobladores, así como el movimiento económico que genera el turismo en localidad en términos monetarios. Por otro lado algunos estudios arriban a sus conclusiones a partir de la percepción de las personas que participan en la investigación, y en otros estudios se realizan trabajos de campo para observar in situ la actividad turística y las satisfacción del turista, así como los impactos en la economía local de los pobladores. También es necesario señalar que algunos estudios presentaron un mejor análisis de sus datos para arribar a conclusiones más fundamentadas.

Al respecto Goded (1998) señala que es ineludible la necesidad de profundizar en el debate acerca de la relación entre el turismo y el desarrollo económico. Según Vega &

Muñoz (2007) el impacto económico comprende los costos y beneficios primarios y secundarios. Los primeros son consecuencia directa de la actividad turística. Es así que Pasquel & Delago (2010) consideran que el turismo se convierte en una alternativa de desarrollo local, o de complemento y fortalecimiento del ámbito rural, generando empleo y valor agregado a las actividades o ciclos económicos existentes en la zona (agricultura, ganadería, artesanía, piscicultura, etc.). Significando la sumatoria de estos hechos, un mayor Desarrollo Económico Local.

En ese sentido Meza (2014) señala que el Turismo involucra gran cantidad de sectores y actividades económicas, y de este modo contribuye a dinamizar la economía de una región o de un país, convirtiéndose en un importante promotor de desarrollo. Asimismo Cruz (2006) enfatiza que el turismo tiene una significación económica, social, cultural y política; evidenciándose en la contribución a la economía de un país, región o localidad a la cual va dirigida el flujo turístico, en la mejora de la calidad de vida de la población, en la generación de nuevos puestos de trabajo, así como la preservación de sus costumbres manteniendo viva su herencia e identidad cultural y cuidado del medio ambiente.

Según Rus & León (1997) el turismo es una actividad económica que ha experimentado un fuerte crecimiento mundial, contribuyendo al bienestar de muchas regiones y países. Por su parte Viacava (2017) afirma que últimamente el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas que ha generado mayores expectativas a nivel de los gobiernos así como de la población. De igual manera Conti & Igarza (2010) señalan que el turismo debe ser concebido en todo momento como un medio más que pueda contribuir al logro de mayores niveles de desarrollo económico y social de la población local.

De la discusión realizada se puede indicar que el turismo y dentro de ello la satisfacción del turista, genera un impacto económico positivo a nivel local, sin embargo es importante mejorar la comprensión y conocimiento del aporte de la actividad turística en las localidades. Lo que si se debe enfatizar es que se encontró una relación directa

entre la satisfacción del turista y un impacto económico positivo, lo cual esta reforzado por las evidencias encontradas.

Es importante mencionar que si bien es cierto que los operadores turísticos perciben que la actividad turística tiene un impacto económico positivo a nivel local; algunos datos encontrados en el estudio y en otros antecedentes consideran que la mayor parte de los beneficios económicos no necesariamente se dan en los lugares donde se encuentran los atractivos turísticos sino más bien en las capitales de las regiones, por ello es importante realizar estudios más profundos y más específicos a fin de sincerar los verdaderos beneficios del turismo para las poblaciones locales, que usualmente se encuentran con problemas de pobreza y poco desarrollo, asimismo es importante la reflexión sobre el real impacto del turismo en las económicas locales para proponer estrategias que permitan mejorar el impacto económico positivo a todo nivel y de manera equitativa.

Con respecto algunas limitaciones del estudio, es importante reconocer que el presente estudio fue de nivel relacional a partir de encuestas realizadas a turistas y operadores turísticos; sin embargo hubiera sido de mucha relevancia incorporar en el estudio algunas técnicas de trabajo de campo para aproximarse mejor al fenómeno de estudio y verificar mediante la observaciones los reales impactos que el turismo tiene en la economía de las familias de los poblados por pasa el corredor turístico de Kuelap, lo que no se pudo realizar por limitaciones presupuestales y de tiempo, dado que estos estudios necesitan de mayores recursos financieros y mayor tiempo de observación.

Otras limitaciones que se tuvieron durante el desarrollo de la investigación fue la poca disponibilidad de tiempo de los participantes en el estudio, tanto operadores turísticos como turistas para responder a las encuestas, dado que disponían de poco tiempo para visitar el corredor turístico. Se encontró participantes que no desearon responder y se consideró tal decisión de acuerdo a los criterios de ética de la investigación. Se tuvo que buscar diversas estrategias para realizar las encuestas en coordinación con los responsables del servicio turístico, a fin de no incomodar o alterar las actividades de los turistas en su visita a Kuelap.

Finalmente, la autora de este trabajo de tesis considera que el presente estudio sirve para presentar una evidencia formal sobre la satisfacción del turista nacional y extranjero en el corredor turístico Kuelap, asimismo indicios sobre el impacto económico a nivel local. Esta información puede ser relevante para las autoridades y directivos del sector turismo, quienes pueden analizarla y obtener referencias sobre el comportamiento de estas variables a nivel local, lo que puede contribuir en la disponibilidad de información para la toma de decisiones de mejora de los servicios turísticos. Además tratándose de un estudio realizado a nivel local puede servir de referencia a otros estudios sobre el tema y contribuir con la discusión sobre la satisfacción del turista y los impactos económicos del turismo en población local.

V. CONCLUSIONES

1. Se concluye que existe un impacto económico positivo relacionado con la satisfacción del turista, evidenciándose que la mayoría de operadores turísticos utilizan su vivienda como negocio, y se dedican a diversas actividades económicas en el circuito turístico Kuelap (orientación turística, restaurante, hospedaje, transporte a caballo, artesanía y bodega) obteniendo ingresos económicos adicionales. Además se considera que el turismo es un instrumento importante para el desarrollo, que la satisfacción del turista y el turismo ha mejorado el crecimiento económico de la comunidad.
2. Las actividades económicas que se incrementaron más de manera significativa fueron: alquiler de acémilas, el comercio, la gastronomía, la demanda de hospedajes y la orientación turística. Estas actividades son las que usualmente se realizan en el corredor turístico Kuelap como parte de la rutina de los visitantes, quienes demandan de los servicios de alquiler de acémilas para movilizarse del sector la Malca hasta el mismo complejo Arqueológico de Kuelap, asimismo adquieren en los comercios locales artesanías, agua, bebidas, y otros productos pequeños para su alimentación. También demandan de la gastronomía del lugar como parte del lugar consumiendo platos típicos que ofrecen los restaurantes. Respecto a la demanda de hospedajes es menor, puesto que la mayoría de turistas retornan a Chachapoyas el mismo día, y en cuanto a la orientación turística está incorporado dentro del paquete que ofrecen las empresas; sin embargo algunos turistas demandan de orientación turística en el mismo lugar.
3. La mayoría de turistas tanto nacionales y extranjeros estuvieron satisfechos en general con los servicios brindados en el complejo arqueológico de Kuelap; sin embargo hubieron también turistas que tuvieron bajo nivel de satisfacción, aunque en menor número. Es importante resaltar que no existió diferencia estadísticamente significativa entre los niveles de satisfacción de los turistas nacional y extranjeros, lo que quiere decir que ambos tuvieron similares niveles de satisfacción respecto a los servicios brindados en el circuito turístico Kuelap.

4. Los turistas nacionales y extranjeros se encuentran satisfechos con los siguientes servicios brindados: Telecabinas, Señalización Turística, Miradores, Centro de interpretación, Servicios Higiénicos, Senderos, Boletería, Áreas de descanso, Servicio de guiado y Conservación del sitio arqueológico. Sin embargo existe menos satisfacción sobre la Conservación del sitio arqueológico y sobre los servicios higiénicos. Se concluye entonces que los turistas muestran un buen nivel de satisfacción en primer lugar por el servicio brindado en las telecabinas y menor nivel por los servicios higiénicos que se encuentran en el circuito, por ello es importante prestar atención a estos aspectos con la finalidad de mejorar este servicio.

VI. RECOMENDACIONES

Al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

- Mejorar la política de intervención y apoyo presupuestal y logístico a los circuitos turísticos íconos del país, como la Fortaleza de Kuelap.
- Realizar diagnósticos periódicos sobre la satisfacción del turista y el impacto de dicha actividad en la economía local y nacional elaborando estrategias para obtener la información de los turistas en los servicios donde visitan.
- Proponer normas y acuerdos con las comunidades para favorecer un mejor impacto económico de la actividad turística, estableciendo márgenes de utilidades en acuerdo con las autoridades, empresas y población.
- Regular con normas específicas la actividad turística a fin de garantizar un real beneficio a nivel local

A la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

- Realizar un mejor trabajo de coordinación entre las empresas turísticas y operadores locales, mediante la conformación de asociaciones y mesas de diálogo permanente.
- Proponer directivas o normas a nivel regional para favorecer un impacto económico positivo a favor de las poblaciones locales. Para ello se puede constituir en los poblados comités de apoyo a la actividad turística.
- Desarrollar labores de capacitación permanente con el apoyo de diversas entidades a operadores turísticos para mejorar sus competencias y puedan brindar un servicio de calidad y responder a la demanda de turistas nacionales y extranjeros.

A la Escuela Profesional de Administración en Turismo de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas

- Implementar servicios capacitación y asesoramiento a operadores turísticos y empresas turísticas como parte de la proyección y extensión universitaria.
- Establecer líneas de investigación en la facultad sobre el tema, para que los estudiantes continúen desarrollando esta temática.

- Discutir los resultados de la presente tesis en las clases de pregrado en las asignaturas relacionadas con el tema.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcantará, C. (2017). *El turismo como factor de desarrollo: el caso de Sergipe en Brasil*. Universidad de Barcelona.
- Alba, E. (2015). *La construcción del espacio turístico: procesos, actores e impactos*. Memorias del IX Congreso Internacional de la Academia Mexicana de Investigación Turística, Instituto Sudcaliforniano de Cultura-Academia Mexicana de Investigación Turística-Universidad Autónoma de Baja California Sur, noviembre, La Paz, Baja California Sur, México.
- Alva, M. (2016). *El turismo interno y su influencia en el crecimiento de restaurantes del distrito de San Vicente en la provincia de cañete, periodo 2015*
- Araujo, W. (2019). *Análisis del impacto económico del sistema de telecabinas Kuélap en el turismo de la región de Amazonas, periodo 2017 – 2018*. Tesis para optar el grado de Maestro en Administración de negocios.
- Bringas, N. & Toudert, D. (2016). *Satisfacción turística del visitante fronterizo en Baja California, México*. Revista Región y sociedad / año xxviii / no. 65. 2016.
- Bustinza, S. (2017). *Actividad turística del Camino Inca y sus impactos en la comunidad de Piscacucho distrito de Ollantaytambo*. (U. A. Cusco, Ed.) Cusco, Perú: Facultad de Ciencias y Humanidades. Recuperado el 16 de enero de 2019, de http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/1235/3/Solenka_Tesis_bachiller_2017.pdf
- Castillo, E. Herrera, G. & Zambrano, D. (2016). *Impacto económico del turismo en la economía del Ecuador*. Rev. Anais Bras. de Est. Tur./ ABET, Juiz de Fora, v.6, n.2, pp.69-81, Maio./Ago. 2016.
- Cayo, N. & Arcaya, L. (2012). *Grado de satisfacción de los servicios turísticos en la ciudad de Puno 2011 – Perú*. Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo, vol. 4, núm.1, enero-junio, 2013, pp. 28-37. Universidad Nacional del Altiplano.
- Celis, N. & Villalobos, J. (2018). *Contribución del turismo al crecimiento económico de la región San Martín observado durante el periodo 2011 – 2015*. Tesis para optar el título profesional de Economista. Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto.

- Conti, A. & Igarza, S. (2010). *Patrimonio, comunidad local y turismo: la necesidad de planificación para el desarrollo sostenible*. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.
- Córdova, K. et al. (2017). *El Turismo Rural Comunitario y el Ecoturismo como alternativas para el desarrollo local de Tupe*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración en Hotelería y Turismo. Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas
- Cruz, S. (2006). *Turismo alternativa de desarrollo de los pueblos y regiones del Perú. Caso: Distrito de Callahuanca, Provincia de Huarochiri, Departamento de Lima*. Tesis para obtener el título Profesional de Licenciado en Turismo. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Delgado, P. (2015). *El turismo receptivo y su aporte al crecimiento económico en la Región La Libertad en el periodo 2005- 2014*. (U. N. Trujillo, Ed.) Trujillo, Perú: Facultad de Ciencias Económicas. Recuperado el 16 de enero de 2019, de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4751/delgadoavalos_pao la.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gonzales, J. & Huanca, K. (2018). *Impacto de la actividad turística en el crecimiento de la economía regional de Cusco, 2000 - 2015*. (U. A. Cusco, Ed.) Cusco, Perú: Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables. Recuperado el 16 de enero de 2019, de http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/1972/3/Jonatan_Kathia_Tesis_bachiller_2018.pdf
- Goded, M. (1998). *El impacto del turismo sobre el desarrollo económico: el caso de Argentina*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Guzmán, T.; Borges, O. & Castillo, A. (2011). *Desarrollo económico local y turismo comunitario en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso*. Venezuela. Revista Omnia, vol. 17, núm. 3, septiembre-diciembre, 2011, pp. 113-130. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.
- Hernández, R. 2008; *Metodología de la Investigación*; 3ra edición; México: Editorial Mc. Graw Hill interamericana.
- Meza, A. (2014). *El auge del turismo y sus efectos en el ingreso de los hogares peruanos del año 2009 al 2012*. Universidad de Piura.

- MINCETUR. (2017). Nivel de Satisfacción del Turista Nacional y Extranjero que Visita Amazonas. Lima.
- Moreno, S.; Celis, D. & Aguiar, T. (2002). *Análisis de la satisfacción del turista de paquetes turísticos respecto a las actividades de ocio en el destino: el caso de República Dominicana*. Revista Cuadernos de Turismo, núm. 9, enero-junio, 2002, pp. 67-84. Universidad de Murcia. Murcia, España.
- Neira, O et al. (2017). *Impacto de la implementación de la telecabina de Kuelap en el turismo de la región Amazonas*.
- Olague, J. (2015). *La imagen del destino y la motivación de viaje como determinantes de la satisfacción y lealtad del turismo urbano de ocio en Monterrey, México*. (U. A. León, Ed.) Monterrey, Mexico : Facultad De Ciencias Políticas Administración Pública. Recuperado el 21 de enero de 2019, de <http://eprints.uanl.mx/9248/1/1080215098.pdf>.
- Olague, J & Treviño, J. (2014). *La satisfacción del turista y los aspectos a considerar en la propuesta de un modelo para su medición en destinos de turismo urbano*. Universidad Autónoma de Nuevo León, México.
- Orgaz, F. & Moral, S. (2016). *El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso*. Universidad Autónoma del Estado de México
- Pasquel, K. & Delgado, N. (2010). *Determinantes socioeconómicos del desarrollo turístico de la provincia de Huancayo– año 2010*. Tesis para optar el Título Profesional de Economista. Universidad Nacional del Centro del Perú.
- PENTUR. (2016). *Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025*. Lima, Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- PROMPERU. (2017). *Perfil del Turista Extranjero que Visita el Perú*. Lima.
- PROMPERU. (2017). *Perfil del Vacacionista Nacional*. Lima.
- Rus, G. & León, C. (1997). *Economía del turismo: un panorama*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Revista de Economía Aplicada EA Número 15 (vol. V), 1997,págs. 71 a 109.
- Sotelo Zegarra, O. S. (2017). *El perfil y nivel de satisfacción de los visitantes al museo arqueológico de la universidad Católica de Santa María y una propuesta de*

- mejora, Arequipa, 2017. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.*
- Tinoco, O. (2003). *Los impactos del turismo en el Perú*. Revista Producción y Gestión Vol. (6) 1: pp. 47-60.
- Varisco, C. (2008). *Desarrollo turístico y desarrollo local: la competitividad de los destinos turísticos de sol y playa*. Tesis de postgrado orientación en economía. Universidad Nacional de Mar de Plata. Argentina.
- Vega, R. & Muñoz, X. (2007). *El turismo como motor de crecimiento económico*. Lima, Perú. Revista Anuario Jurídico y Económico Escurialense, XL (2007) 677-710 / ISSN: 1133-3677.
- Vela, L.; Llonto, Y.; Campos, M. & Vásquez, M.(2018). *Cuantificación del impacto del Turismo sobre el Crecimiento Económico y el desarrollo de Lambayeque en el periodo 1990-2013. Evidencia empírica y planteamiento de estrategias al 2020*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.
- Viacava, K. (2017). *Relación de los impactos económicos y socioculturales con la actitud que muestran los residentes ante el turismo en Tacna. Año 2016*. Tesis para optar el grado de Magister en Administración y Dirección de Empresas. Universidad Privada de Tacna.
- Yucatán, U. A. (2013). *Perfil y grado de satisfacción de los turistas que visitan la ciudad de Mérida*. México.

Anexos

Anexo 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Satisfacción del turista y su impacto económico en el corredor turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019.

| Problema | Objetivo | Variables. | Hipótesis | Marco Metodológico |
|---|--|--|--|--|
| ¿Cuál es la satisfacción del turista y su impacto económico en el corredor turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019? | Determinar la satisfacción del turista y su impacto económico en el corredor turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019 | <p>Variable 01: Satisfacción del turista</p> <p>Variable 02: Impacto económico</p> | La satisfacción del turista y su impacto económico en el corredor turístico Nuevo Tingo, Kuelap, Amazonas, 2019 es positivo. | <p>Tipo de estudio: El estudio fue descriptivo correlacional</p> <p>Muestra: La muestra estará constituida por M1: 80 turistas nacionales M2: 71 turistas extranjeros M3: operadores turísticos</p> <p>Instrumentos: Encuesta de satisfacción Encuesta a operadores turísticos</p> <p>Análisis de datos: En cuanto al análisis estadístico para determinar relación de variables se utilizó la estadística inferencial mediante pruebas de correlación: ji cuadrado.</p> |

Anexo 02

Operacionalización de variables

| Variable | Dimensiones | Categoría | Escala |
|--------------------------|-------------------------------------|---|---|
| Satisfacción del turista | Telecabinas | <ul style="list-style-type: none"> • Muy satisfecho • Satisfecho • Medianamente satisfecho • Poco satisfecho • Nada satisfecho | <p>Ítems: Likert</p> <p>Variable: Ordinal</p> |
| | Centro de interpretación | | |
| | Señalización Turística | | |
| | Servicios Higiénicos | | |
| | Senderos | | |
| | Miradores | | |
| | Boletería | | |
| | Áreas de descanso | | |
| | Servicio de guiado | | |
| | Conservación del sitio arqueológico | | |



Anexo 03

Encuesta de Satisfacción para Turistas

La presente encuesta está relacionada con al estudio: "SATISFACCIÓN DEL TURISTA Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN EL CORREDOR TURÍSTICO NUEVO TINGO, KUELAP, AMAZONAS, 2019". En este sentido, me gustaría conocer su opinión al respecto. Si no tiene inconveniente, le solicito unos minutos de su tiempo para poder realizar la aplicación de las encuestas. GRACIAS.

Cuestionario N°: _____ Distrito/Provincia: _____ / _____
Entrevistador: _____ Fecha de encuesta: _____

1. ¿Qué edad tiene?

2. ¿Sexo?

- a. Masculino []
b. Femenino []

3. ¿Lugar de residencia habitual / Procedencia? (Provincia / Región)

...../.....

4. ¿En cuántos días a planeado la duración de su viaje a Amazonas?

_____ Días

5. ¿Cuál es el número de integrantes del grupo familiar o amigos que lo acompañan en el viaje?

- a. Viaja Solo. [] b. De 2 a 3 [] c. De 4 a más []

6. ¿Cómo llegó o por donde accedió usted a la ciudad de Chachapoyas?

- a. Ingreso directo con vuelo Lima - Chachapoyas []
b. Ingreso con vuelo Lima Tarapoto – Tarapoto - Chachapoyas []
c. Ingreso por Tarapoto en vuelo y de ahí en transporte terrestre []
d. Ingreso por Jaén en vuelo y de ahí en transporte terrestre []
e. Ingreso por Chiclayo en vuelo y de ahí en transporte terrestre []
f. Ingreso en transporte terrestre desde su lugar de origen []

7. ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos existente en Amazonas, Ud. ha visitado en este viaje?

Table with 2 columns: Attraction name, and a checkbox column. Rows include Catarata de Gocta, Complejo arqueológico de Kuelap, Museo de Leymebamaba, Mirador y pueblo de Huancas, Sarcófagos de Karajía, and Otros (especificar).

8. ¿Cuál fue la modalidad utilizada para visitar Kuelap?

- a. Compra de paquetes turísticos en la ciudad de procedencia []
b. Compra del circuito turístico en la ciudad de Chachapoyas []
c. Por cuenta propia []
d. Otros (Especifique) _____ []

9. ¿Cómo accedió a la Zona Arqueológica Monumental de Kuelap?

- a. Transporte + telecabinas []
b. Transporte hasta Kuelap []
c. Otros.....

10. ¿Cuál fue su motivación para acceder al complejo arqueológico de Kuelap?

- a. Visitar el complejo arqueológico de Kuelap [] b. Usar las telecabinas []
c. Otros.....

11. ¿Cuál es el gasto promedio por persona diario que tiene como presupuesto para su estadía en Amazonas? (Alimentación, hospedaje, transporte, entradas (Museos, restos arqueológicos, etc.), souvenirs, artesanías, etc.)

- a. 100 a 200 soles
- b. 200 a 300 soles
- c. 300 a 400 soles
- d. 400 a más (especificar) _____

12. ¿Qué tan satisfecho realmente se encuentra Ud. con los servicios brindados en la Zona Arqueológica Monumental de Kuelap?

| Concepto | MS | S | MD | PS | NS |
|--|----|---|----|----|----|
| a. Telecabinas | | | | | |
| b. Centro de interpretación | | | | | |
| c. Señalización Turística | | | | | |
| d. Servicios Higiénicos | | | | | |
| e. Senderos. | | | | | |
| f. Miradores | | | | | |
| g. Boletería | | | | | |
| h. Áreas de descanso | | | | | |
| i. Servicio de guiado | | | | | |
| j. Conservación del sitio arqueológico | | | | | |
| Otros..... | | | | | |

MS: Muy Satisfecho
 S: Satisfecho
 MD: Medianamente satisfecho
 PS: Poco satisfecho
 NS: Nada satisfecho

13. En general, en una escala del 1 al 5, donde 1 es nada satisfecho y 5 es muy satisfecho, cómo calificaría los servicios brindados en el complejo arqueológico de Kuelap?

| Muy Satisfecho | Satisfecho | Medianamente Satisfecho | Poco Satisfecho | Nada Satisfecho |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 5 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> |

14. En general, recomendaría visitar Kuélap a algún amigo o familiar:

| Definitivamente lo recomendaría | Probablemente lo recomendaría | No lo recomendaría | Definitivamente no lo recomendaría |
|---------------------------------|-------------------------------|--------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

15. ¿Volvería a visitar Kuélap?

| | |
|---------|--|
| Sí | |
| No | |
| Tal vez | |



Anexo 04

ENCUESTA A _____ EN EL CORREDOR TURÍSTICO NUEVO TINGO, KUELAP

Buenos días/tardes.

Mi nombre es: _____ encuestador, quiero plantearle algunas preguntas relacionada al estudio: "SATISFACCIÓN DEL TURISTA Y SU IMPACTO ECONÓMICO EN EL CORREDOR TURÍSTICO NUEVO TINGO, KUELAP, AMAZONAS, 2019". En este sentido, nos gustaría **conocer su opinión** al respecto. Si no tiene inconveniente, le solicito unos minutos de su tiempo para poder realizar la aplicación de las encuestas. GRACIAS.

Lugar de Entrevista

| | | | | | |
|---|--|------------------|---|---------------------|----------|
| DISTRITO | | PROVINCIA | A | DEPARTAMENTO | O |
| CENTRO POBLADO | | | | | |
| I. DATOS RELACIONADOS AL ENTREVISTADO | | | | | |
| 1. Nombres y apellidos | | | 2. Género HOMBRE <input type="checkbox"/> MUJER <input type="checkbox"/> | | |
| 3. Nivel Educativo (Marcar con una X) Ninguna _____ sup. No universitario _____ Primaria incompleta _____ Univ. Incompleto _____ Primaria completa _____ Univ. Completa _____ Secundaria Incompleta _____ Secundaria completa _____ | | | 4. Edad del entrevistado | | |
| 6. ¿Cuántos miembros conforman su hogar incluido usted? HOMBRES _____ MUJERES _____ | | | 5. Estado civil SOLTERO _____ VIUDO _____ CONV. _____ CASADO _____ DIV. _____ OTRO: _____ | | |
| 8. ¿Cuánto representa sus ingresos mensuales aproximadamente? | | | 7. Ocupación AGRICULTURA _____ INDUSTRIA _____ GANADERÍA _____ ELECTRICIDAD, AGUA, GAS _____ MINERÍA _____ COMERCIO _____ TURISMO _____ RESTAURANTE _____ JUBILADO _____ CONSTRUCCIÓN _____ EMPLEADO PÚBLICO _____ IND. MANUFACTUR. _____ NO ESPECIFICADA OTRO: _____ | | |
| 9. ¿Cuánto es su ingreso familiar mensual aproximadamente? | | | | | |
| 10. ¿Cuál es el material predominante en las paredes? LADRILLO O BLOQUE DE CEMENTO _____ ADOBE _____ QUINCHA _____ TAPIAL _____ OTRO, ¿CUÁL? _____ | | | 11. ¿Cuál es el Material predominante en los techos de su vivienda? CONCRETO ARMADO _____ CALIMA _____ TEJA _____ CAÑA _____ OTRO, ¿CUÁL? _____ | | |
| 12. ¿Utiliza su vivienda para algún negocio? SI _____ NO _____ | | | 13. ¿Cuál es el negocio implementado? RESTAURANTE BODEGA ORIENTADOR HOSPEDAJE ARRIERO OTRO, ¿CUÁL?: _____ | | |
| 14. Si tiene restaurante. ¿Cuál es el costo del menú? | | | | | |
| 15. ¿Cuántos menús vende al día en promedio? | | | | | |
| 16. Si es hospedaje. ¿Cuánto cobra la habitación? Simple _____ S/. Matrimonial _____ S/. Doble _____ S/. Triple _____ S/. Otro _____ ¿Cuál? _____ | | | 17. ¿Cómo elimina la basura generada en su vivienda? La tira al río La quema La entierra Otro _____ ¿Cuál? _____ | | |
| 18. ¿Cuál es el material predominante en los pisos? Cemento _____ Losetas _____ Parquet _____ Madera _____ Tierra _____ Otro _____ Cuál _____ | | | 19. ¿Cuál es el tipo de abastecimiento de agua? Red pública dentro de la vivienda _____ Red pública fuera de la vivienda _____ Entubada _____ Camión cisterna _____ Puquio o Manantial _____ Otro _____ Cuál _____ | | |

| 20. ¿Qué tipo de servicio higiénico posee? RED PÚBLICA DE DESAGÜE LETRINA POZO SÉPTICO NO TINENE OTRO ¿CÚAL?: _____ | 21. ¿Su vivienda posee energía eléctrica? SI NO | | | | | | | | | | |
|---|---|---|----|-----|----|-----|---|---|---|---|---|
| 23. Su vivienda es: PROPIA HEREDADA ALQUILADA PRESTADA OTRO ¿CÚAL?: _____ | 22. Sin contar sala, comedor, garaje ¿Cuántas habitaciones tiene su vivienda? | | | | | | | | | | |
| 25. ¿Existe señal de telefonía celular en su comunidad? SI _____ NO _____ ¿Cuáles? _____ | 24. ¿Tiene telefonía fija en su vivienda? SI _____ NO _____ | | | | | | | | | | |
| 27. ¿Existe oficina de correo en la comunidad? SI _____ NO _____ | 26. ¿Existen cabinas telefónicas de servicio público? SI _____ NO _____ | | | | | | | | | | |
| 29. ¿Qué tipo de transporte utiliza para ir a la comunidad? BUS MINIVAN CUSTER MOTO TAXI OTROS PRECIO DEL PASAJE: _____ ¿CÚAL?: _____ | 28. ¿Existe internet en su vivienda? SI _____ NO _____ | | | | | | | | | | |
| 31. ¿Qué vehículo utiliza para dicho fin? MINIVAN _____ COMBI _____ AUTO _____ OTRO _____ ¿CÚAL? _____ | 30. ¿Usted se dedica al servicio de transporte? SI NO | | | | | | | | | | |
| | 32. ¿Cuánto cobra de pasaje según trayecto? CHACHAPOYAS-TINGO - LA MALCA _____ CHACHAPOYAS-TINGO-LA MALC-KUELAP _____ Otro _____ ¿Cuál? _____ Monto S/ _____ | | | | | | | | | | |
| IV. PARTICIPACIÓN COMUNAL Y CAPACIDADES | | | | | | | | | | | |
| 33. Participa en la comunidad realizando TRABAJO EN GRUPO ASAMBLEA COMUNAL MINGA OTROS ¿CÚAL?: _____ | 34. ¿Cuáles son las capacidades que posee? CONOCE INGLÉS ORIENTADOR TURÍSTICO COCINA CHOFER ADMINISTRACIÓN OTRO _____ ¿CÚAL?: _____ | | | | | | | | | | |
| 35. ¿Cómo considera la actividad turística? | | | | | | | | | | | |
| | <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>M</th> <th>R</th> <th>B</th> <th>MB</th> <th>EXC</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table> | M | R | B | MB | EXC | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| M | R | B | MB | EXC | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | | | | | |
| INSTRUMENTO IMPORTANTE PARA EL DESARROLLO | 1 2 3 4 5 | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDAD ECONÓMICA ALTERNA Y ESTACIONAL | 1 2 3 4 5 | | | | | | | | | | |
| INDIFERENTE PARA EL DESARROLLO LOCAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA | 1 2 3 4 5 | | | | | | | | | | |
| RECHAZO HACIA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA | 1 2 3 4 5 | | | | | | | | | | |
| INSTRUMENTO DE CAMBIO EN LA DINÁMICA ECONÓMICA LOCAL | 1 2 3 4 5 | | | | | | | | | | |

36. ¿Ud. Cree que el turismo ha generado un crecimiento en su comunidad proporcionándole mejoras económicas?
SI _____ **NO** _____
NO SABE _____
 ¿Por qué?

37. ¿Considera Ud. que se estaba mejor sin turismo?
SI _____ **NO** _____
 ¿Por qué?

38. ¿qué aspectos económicos de su vida cotidiana ha cambiado en relación al turismo? Generándole mejoras económicas

| Tipo de Negocio | Disminuyó | Sigue igual | Aumentó |
|----------------------|-----------|-------------|---------|
| Comercio | | | |
| Alquiler de acémilas | | | |
| Hospedajes | | | |
| Gastronomía | | | |
| Transporte | | | |
| ¿Por qué? | | | |

39. ¿En cuál de los siguientes aspectos culturales siente que su vida cotidiana ha cambiado (¿mejoró-empeoro o sigue igual en relación a los cambios generados por la actividad turística en su comunidad?)

| | Mejóro | Empeoró | No cambio |
|-----------------------------------|--------|---------|-----------|
| Conocimiento de formas de vida | | | |
| Revaloración de la cultura propia | | | |
| Intercambio cultural | | | |
| ¿Por qué? | | | |

40. ¿Con cuál de las siguientes frases se sienta Ud. Identificado en relación a su sensación frente al turista?
Marque con una x la respuesta adecuada

| | |
|-----------------------------------|--|
| Conocimiento de formas de vida | |
| Revaloración de la cultura propia | |
| Intercambio cultural | |
| ¿Por qué? | |

41. ¿Usted ha recibido capacitación en los últimos 12 meses?
 Si _____ No _____

42. ¿En qué temas fue capacitado?
 1. Gastronomía _____ 2. Idiomas _____ 3. Hotelería _____ 4. Generación de Empresas _____
 5. Guía turístico _____ Otro _____ ¿Cuál? _____

43. ¿Está aplicando la capacitación recibida?
 Si _____ No _____

44. ¿Qué institución lo capacitó?
 1. La Universidad _____ 2. La DIRCETUR _____ 3. MINCETUR _____
 4. La Asociación Comunal de Turismo de Kuelap _____ 5. La Municipalidad de Valera _____
 6. CENFOTUR _____ Otro _____ ¿Cuál? _____

46. ¿En que lugar se almacena la basura de la Zona Arqueológica Monumental de Kuelap y el Turismo?
 *Tingo _____ *Anexo Kuelap _____ *Sector la Malva _____ *Otro _____ ¿cuál? _____

47. ¿Considera seguro el corredor turístico Tingo-Kuelap?
SI _____ **NO** _____

48. El centro de salud es suficiente para la atención de su pueblo?
SI _____ **NO** _____

49. ¿El centro de salud puede abastecer la demanda del pueblo y de los turistas?
SI _____ **NO** _____



Anexo 05
Tablas Anexas sobre el turista nacional

Tabla de frecuencia

condicio de turista

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | turista nacional | 80 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

edad

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | 8,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |
| | 10,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 2,5 |
| | 13,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 3,8 |
| | 14,00 | 4 | 5,0 | 5,0 | 8,8 |
| | 15,00 | 2 | 2,5 | 2,5 | 11,3 |
| | 16,00 | 2 | 2,5 | 2,5 | 13,8 |
| | 17,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 15,0 |
| | 18,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 16,3 |
| | 19,00 | 3 | 3,8 | 3,8 | 20,0 |
| | 20,00 | 2 | 2,5 | 2,5 | 22,5 |
| | 21,00 | 2 | 2,5 | 2,5 | 25,0 |
| | 22,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 26,3 |
| | 23,00 | 2 | 2,5 | 2,5 | 28,8 |
| | 24,00 | 2 | 2,5 | 2,5 | 31,3 |
| | 25,00 | 2 | 2,5 | 2,5 | 33,8 |
| | 27,00 | 3 | 3,8 | 3,8 | 37,5 |
| | 28,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 38,8 |
| | 30,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 40,0 |
| | 31,00 | 5 | 6,3 | 6,3 | 46,3 |
| | 32,00 | 2 | 2,5 | 2,5 | 48,8 |
| | 33,00 | 3 | 3,8 | 3,8 | 52,5 |
| | 34,00 | 2 | 2,5 | 2,5 | 55,0 |
| | 35,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 56,3 |
| | 36,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 57,5 |
| | 37,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 58,8 |
| | 38,00 | 4 | 5,0 | 5,0 | 63,8 |
| | 40,00 | 4 | 5,0 | 5,0 | 68,8 |
| | 41,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 70,0 |
| | 43,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 71,3 |
| | 45,00 | 4 | 5,0 | 5,0 | 76,3 |
| | 47,00 | 2 | 2,5 | 2,5 | 78,8 |
| | 48,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 80,0 |
| | 49,00 | 2 | 2,5 | 2,5 | 82,5 |
| | 50,00 | 7 | 8,8 | 8,8 | 91,3 |
| | 54,00 | 3 | 3,8 | 3,8 | 95,0 |
| | 55,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 96,3 |
| | 59,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 97,5 |

| | | | | |
|-------|----|-------|-------|-------|
| 60,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 98,8 |
| 62,00 | 1 | 1,3 | 1,3 | 100,0 |
| Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

sexo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | masculino | 38 | 47,5 | 47,5 | 47,5 |
| | femenino | 42 | 52,5 | 52,5 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

residencia habitual del turista

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | jaen | 4 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| | chiclayo | 8 | 10,0 | 10,0 | 15,0 |
| | lima | 38 | 47,5 | 47,5 | 62,5 |
| | trujillo | 8 | 10,0 | 10,0 | 72,5 |
| | francia | 1 | 1,3 | 1,3 | 73,8 |
| | tacna | 7 | 8,8 | 8,8 | 82,5 |
| | moyobamba | 1 | 1,3 | 1,3 | 83,8 |
| | la libertad | 2 | 2,5 | 2,5 | 86,3 |
| | chachapoyas | 2 | 2,5 | 2,5 | 88,8 |
| | bongara | 1 | 1,3 | 1,3 | 90,0 |
| | san martin | 3 | 3,8 | 3,8 | 93,8 |
| | cajamarca | 4 | 5,0 | 5,0 | 98,8 |
| | bagua | 1 | 1,3 | 1,3 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

procedencia

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | jaen | 4 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| | chiclayo | 8 | 10,0 | 10,0 | 15,0 |
| | lima | 38 | 47,5 | 47,5 | 62,5 |
| | trujillo | 8 | 10,0 | 10,0 | 72,5 |
| | francia | 1 | 1,3 | 1,3 | 73,8 |
| | tacna | 7 | 8,8 | 8,8 | 82,5 |
| | moyobamba | 1 | 1,3 | 1,3 | 83,8 |
| | la libertad | 2 | 2,5 | 2,5 | 86,3 |
| | chachapoyas | 2 | 2,5 | 2,5 | 88,8 |
| | bongara | 1 | 1,3 | 1,3 | 90,0 |
| | san martin | 3 | 3,8 | 3,8 | 93,8 |
| | cajamarca | 4 | 5,0 | 5,0 | 98,8 |
| | bagua | 1 | 1,3 | 1,3 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

duración de viaje en días

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | 1,00 | 5 | 6,3 | 6,3 | 6,3 |
| | 2,00 | 5 | 6,3 | 6,3 | 12,5 |
| | 3,00 | 28 | 35,0 | 35,0 | 47,5 |
| | 4,00 | 20 | 25,0 | 25,0 | 72,5 |
| | 5,00 | 9 | 11,3 | 11,3 | 83,8 |
| | 6,00 | 2 | 2,5 | 2,5 | 86,3 |
| | 7,00 | 2 | 2,5 | 2,5 | 88,8 |
| | 8,00 | 6 | 7,5 | 7,5 | 96,3 |
| | 14,00 | 3 | 3,8 | 3,8 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

número de integrantes de grupo familiar

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | viaja solo | 2 | 2,5 | 2,5 | 2,5 |
| | de 2 a 3 | 47 | 58,8 | 58,8 | 61,3 |
| | de 4 a más | 31 | 38,8 | 38,8 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

forma como llegó a Amazonas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | vuelo directo Lima-Chachapoyas | 6 | 7,5 | 7,5 | 7,5 |
| | Vuelo Lima - Tarapoto/Tarapoto-Chachapoyas | 3 | 3,8 | 3,8 | 11,3 |
| | Vuelo Lima - Tarapoto/transporte terrestre Tarapoto-Chachapoyas | 6 | 7,5 | 7,5 | 18,8 |
| | Vuelo Lima-Jaén/Psje terrestre Jaén-Chachapoyas | 15 | 18,8 | 18,8 | 37,5 |
| | Vuelo Lima-Chiclayo/Psje terrestre Chiclayo-Chachapoyas | 6 | 7,5 | 7,5 | 45,0 |
| | ingreso en transporte terrestre desde su lugar de origen | 44 | 55,0 | 55,0 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

visito Gocta

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 59 | 73,8 | 73,8 | 73,8 |
| | no | 21 | 26,3 | 26,3 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

visito Kuelap

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 73 | 91,3 | 91,3 | 91,3 |
| | no | 7 | 8,8 | 8,8 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

visito Leymebamba

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 13 | 16,3 | 16,3 | 16,3 |
| | no | 67 | 83,8 | 83,8 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

Mirador y Pueblo de Huancas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 17 | 21,3 | 21,3 | 21,3 |
| | no | 63 | 78,8 | 78,8 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

Sarcofagos de Karaja

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 27 | 33,8 | 33,8 | 33,8 |
| | no | 53 | 66,3 | 66,3 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

quiocta

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 8 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| | no | 72 | 90,0 | 90,0 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

modalidad utilizada para visitar kuelap

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | compra de paquetes turísticos en la ciudad de procedencia | 9 | 11,3 | 11,3 | 11,3 |
| | compra de circuito turístico en la ciudad de Chachapoyas | 27 | 33,8 | 33,8 | 45,0 |
| | por cuenta propia | 44 | 55,0 | 55,0 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

como accedió a la zona arqueologica de kuelap

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | transporte telecabinas | 77 | 96,3 | 96,3 | 96,3 |
| | transporte hasta kuelap | 3 | 3,8 | 3,8 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

motivacion para visitar kuelap

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | visitar kuelap | 63 | 78,8 | 78,8 | 78,8 |
| | usar telecabinas | 17 | 21,3 | 21,3 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

gasto promedio por persona durante su estadia en Amazonas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | de 100 a 200 soles | 47 | 58,8 | 58,8 | 58,8 |
| | de 201 a 300 soles | 17 | 21,3 | 21,3 | 80,0 |
| | de 301 a 400 soles | 6 | 7,5 | 7,5 | 87,5 |
| | de 401 soles a más | 10 | 12,5 | 12,5 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

satisfacción telecabinas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 57 | 71,3 | 71,3 | 71,3 |
| | satisfecho | 22 | 27,5 | 27,5 | 98,8 |
| | poco satisfecho | 1 | 1,3 | 1,3 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

satisfaccion centro de interpretación

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 19 | 23,8 | 23,8 | 23,8 |
| | satisfecho | 58 | 72,5 | 72,5 | 96,3 |
| | medianamente satisfecho | 2 | 2,5 | 2,5 | 98,8 |
| | nada satisfecho | 1 | 1,3 | 1,3 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

satisfacción señalización turística

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 26 | 32,5 | 32,5 | 32,5 |
| | satisfecho | 50 | 62,5 | 62,5 | 95,0 |
| | medianamente satisfecho | 3 | 3,8 | 3,8 | 98,8 |
| | poco satisfecho | 1 | 1,3 | 1,3 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

satisfacción servicios higienicos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 23 | 28,8 | 28,8 | 28,8 |
| | satisfecho | 50 | 62,5 | 62,5 | 91,3 |
| | medianamente satisfecho | 4 | 5,0 | 5,0 | 96,3 |
| | poco satisfecho | 2 | 2,5 | 2,5 | 98,8 |
| | nada satisfecho | 1 | 1,3 | 1,3 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

satisfaccion senderos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 23 | 28,8 | 28,8 | 28,8 |
| | satisfecho | 53 | 66,3 | 66,3 | 95,0 |
| | medianamente satisfecho | 3 | 3,8 | 3,8 | 98,8 |
| | nada satisfecho | 1 | 1,3 | 1,3 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

satisfaccion miradores

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 26 | 32,5 | 32,5 | 32,5 |
| | satisfecho | 52 | 65,0 | 65,0 | 97,5 |
| | medianamente satisfecho | 2 | 2,5 | 2,5 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

satisfaccion boleteria

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 20 | 25,0 | 25,0 | 25,0 |
| | satisfecho | 55 | 68,8 | 68,8 | 93,8 |
| | medianamente satisfecho | 3 | 3,8 | 3,8 | 97,5 |
| | nada satisfecho | 2 | 2,5 | 2,5 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

satisfacción areas descanso

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 25 | 31,3 | 31,3 | 31,3 |
| | satisfecho | 50 | 62,5 | 62,5 | 93,8 |
| | medianamente satisfecho | 4 | 5,0 | 5,0 | 98,8 |
| | nada satisfecho | 1 | 1,3 | 1,3 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

satisfacción servicio guiado

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 26 | 32,5 | 32,5 | 32,5 |
| | satisfecho | 48 | 60,0 | 60,0 | 92,5 |
| | medianamente satisfecho | 3 | 3,8 | 3,8 | 96,3 |
| | poco satisfecho | 1 | 1,3 | 1,3 | 97,5 |
| | nada satisfecho | 2 | 2,5 | 2,5 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

satisfacción conservación sitio arqueológico

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 27 | 33,8 | 33,8 | 33,8 |
| | satisfecho | 26 | 32,5 | 32,5 | 66,3 |
| | medianamente satisfecho | 9 | 11,3 | 11,3 | 77,5 |
| | poco satisfecho | 8 | 10,0 | 10,0 | 87,5 |
| | nada satisfecho | 10 | 12,5 | 12,5 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

otro servicio

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|----------|---------|------------|------------|
| Perdidos | Sistema | 80 | 100,0 |

satisfacción general del servicio en Kuelap

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 24 | 30,0 | 30,0 | 30,0 |
| | satisfecho | 47 | 58,8 | 58,8 | 88,8 |
| | medianamente satisfecho | 7 | 8,8 | 8,8 | 97,5 |
| | poco satisfecho | 2 | 2,5 | 2,5 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

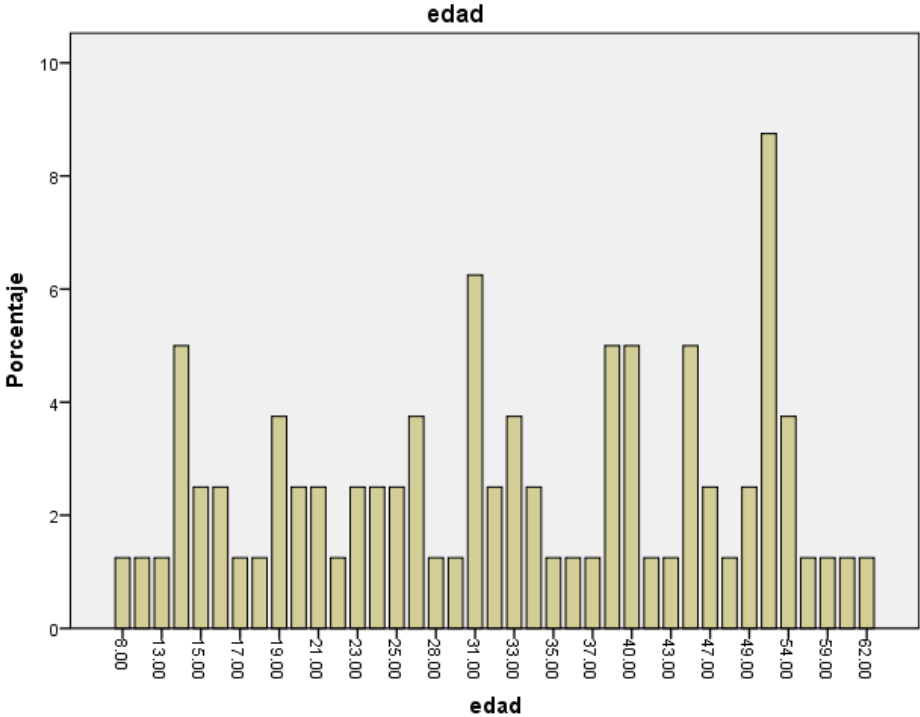
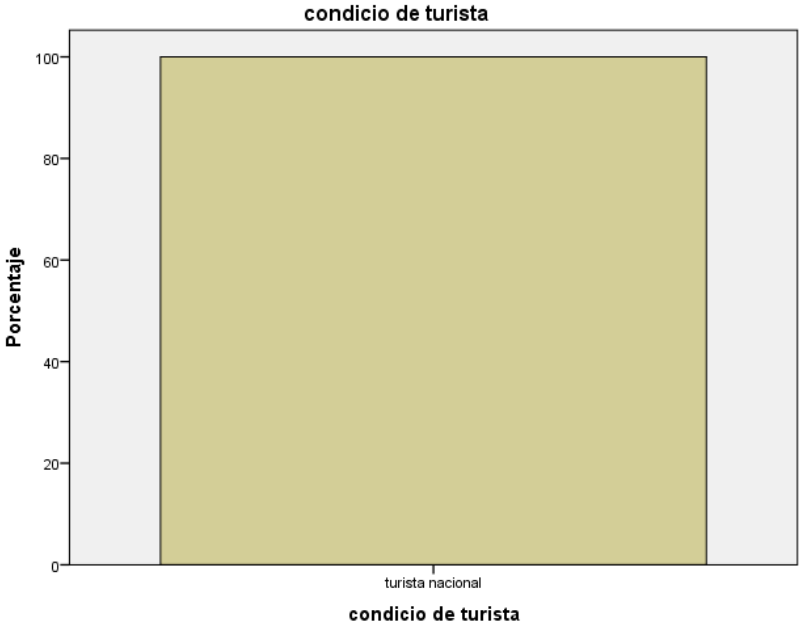
recomendaria visitar kuelap

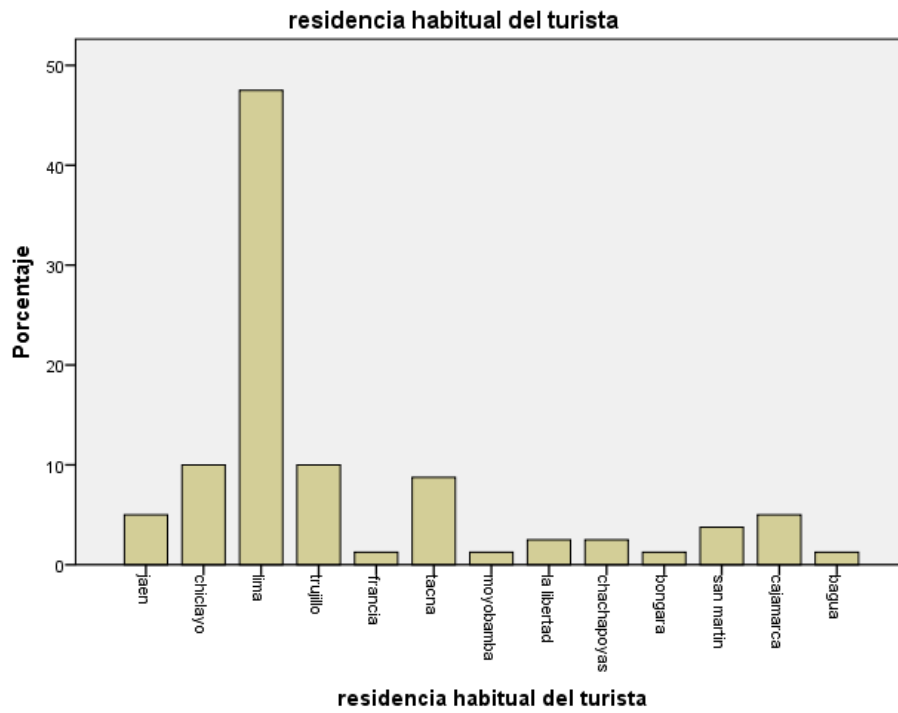
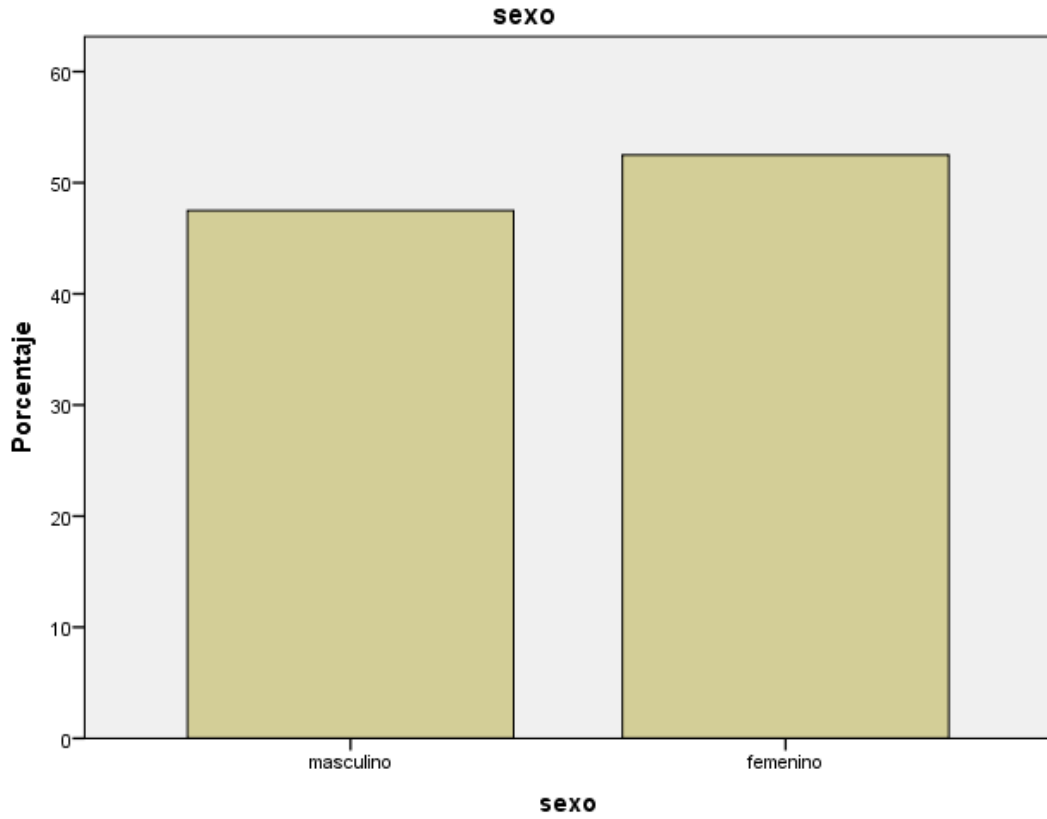
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | definitivamente lo recomendaría | 71 | 88,8 | 88,8 | 88,8 |
| | probablemente lo recomendaria | 8 | 10,0 | 10,0 | 98,8 |
| | no lo recomendaria | 1 | 1,3 | 1,3 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

volveria visitar kuelap

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 45 | 56,3 | 56,3 | 56,3 |
| | no | 1 | 1,3 | 1,3 | 57,5 |
| | tal vez | 34 | 42,5 | 42,5 | 100,0 |
| | Total | 80 | 100,0 | 100,0 | |

Gráfico de barras







Anexo 06

Tablas Anexas sobre el turista extranjero

condicio de turista

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido turista extranjeros | 71 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

edad

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido 4,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 1,4 |
| 11,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 2,8 |
| 14,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 4,2 |
| 16,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 5,6 |
| 18,00 | 3 | 4,2 | 4,2 | 9,9 |
| 19,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 11,3 |
| 20,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 12,7 |
| 21,00 | 5 | 7,0 | 7,0 | 19,7 |
| 22,00 | 4 | 5,6 | 5,6 | 25,4 |
| 23,00 | 8 | 11,3 | 11,3 | 36,6 |
| 24,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 38,0 |
| 25,00 | 3 | 4,2 | 4,2 | 42,3 |
| 26,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 43,7 |
| 27,00 | 6 | 8,5 | 8,5 | 52,1 |
| 28,00 | 2 | 2,8 | 2,8 | 54,9 |
| 29,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 56,3 |
| 30,00 | 2 | 2,8 | 2,8 | 59,2 |
| 32,00 | 2 | 2,8 | 2,8 | 62,0 |
| 33,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 63,4 |
| 35,00 | 3 | 4,2 | 4,2 | 67,6 |
| 37,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 69,0 |
| 38,00 | 2 | 2,8 | 2,8 | 71,8 |
| 39,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 73,2 |
| 40,00 | 4 | 5,6 | 5,6 | 78,9 |
| 42,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 80,3 |
| 43,00 | 2 | 2,8 | 2,8 | 83,1 |
| 45,00 | 2 | 2,8 | 2,8 | 85,9 |
| 46,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 87,3 |
| 49,00 | 2 | 2,8 | 2,8 | 90,1 |
| 51,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 91,5 |
| 57,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 93,0 |
| 59,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 94,4 |
| 60,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 95,8 |
| 61,00 | 2 | 2,8 | 2,8 | 98,6 |
| 73,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 100,0 |
| Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

sexo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | masculino | 31 | 43,7 | 43,7 | 43,7 |
| | femenino | 40 | 56,3 | 56,3 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

residencia habitual del turista

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | francia | 9 | 12,7 | 12,7 | 12,7 |
| | Venezuela | 5 | 7,0 | 7,0 | 19,7 |
| | Colombia | 4 | 5,6 | 5,6 | 25,4 |
| | Polonia | 1 | 1,4 | 1,4 | 26,8 |
| | Argentina | 5 | 7,0 | 7,0 | 33,8 |
| | Alemania | 5 | 7,0 | 7,0 | 40,8 |
| | Ee uu | 5 | 7,0 | 7,0 | 47,9 |
| | España | 6 | 8,5 | 8,5 | 56,3 |
| | Ecuador | 2 | 2,8 | 2,8 | 59,2 |
| | Mexico | 4 | 5,6 | 5,6 | 64,8 |
| | Belgica | 10 | 14,1 | 14,1 | 78,9 |
| | Canada | 2 | 2,8 | 2,8 | 81,7 |
| | Republica checa | 3 | 4,2 | 4,2 | 85,9 |
| | Chile | 1 | 1,4 | 1,4 | 87,3 |
| | Australia | 1 | 1,4 | 1,4 | 88,7 |
| | Israel | 2 | 2,8 | 2,8 | 91,5 |
| | Brasil | 3 | 4,2 | 4,2 | 95,8 |
| | Inglaterra | 1 | 1,4 | 1,4 | 97,2 |
| | Austria | 2 | 2,8 | 2,8 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

duración de viaje en días

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | 2,00 | 4 | 5,6 | 5,6 | 5,6 |
| | 3,00 | 8 | 11,3 | 11,3 | 16,9 |
| | 4,00 | 34 | 47,9 | 47,9 | 64,8 |
| | 5,00 | 15 | 21,1 | 21,1 | 85,9 |
| | 6,00 | 4 | 5,6 | 5,6 | 91,5 |
| | 8,00 | 1 | 1,4 | 1,4 | 93,0 |
| | 10,00 | 5 | 7,0 | 7,0 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

número de integrantes de grupo familiar

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | viaja solo | 8 | 11,3 | 11,3 | 11,3 |
| | de 2 a 3 | 39 | 54,9 | 54,9 | 66,2 |
| | de 4 a más | 24 | 33,8 | 33,8 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

forma como llegó a Amazonas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | vuelo directo Lima-Chachapoyas | 11 | 15,5 | 15,5 | 15,5 |
| | Vuelo Lima - Tarapoto/Tarapoto-Chachapoyas | 2 | 2,8 | 2,8 | 18,3 |
| | Vuelo Lima - Tarapoto/transporte terrestre Tarapoto-Chachapoyas | 10 | 14,1 | 14,1 | 32,4 |
| | Vuelo Lima-Jaen/Psje terrestre Jaén-Chachapoyas | 13 | 18,3 | 18,3 | 50,7 |
| | Vuelo Lima-Chiclayo/Psje terrestre Chiclayo-Chachapoyas | 22 | 31,0 | 31,0 | 81,7 |
| | ingreso en transporte terrestre desde su lugar de origen | 13 | 18,3 | 18,3 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

visito Gocta

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 50 | 70,4 | 70,4 | 70,4 |
| | no | 21 | 29,6 | 29,6 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

visito Kuelap

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 68 | 95,8 | 95,8 | 95,8 |
| | no | 3 | 4,2 | 4,2 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

visito Leymebamba

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 21 | 29,6 | 29,6 | 29,6 |
| | no | 50 | 70,4 | 70,4 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

Mirador y Pueblo de Huancas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 26 | 36,6 | 36,6 | 36,6 |
| | no | 45 | 63,4 | 63,4 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

Sarcofagos de Karaja

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido si | 23 | 32,4 | 32,4 | 32,4 |
| no | 48 | 67,6 | 67,6 | 100,0 |
| Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

quiocta

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido si | 1 | 1,4 | 1,4 | 1,4 |
| no | 70 | 98,6 | 98,6 | 100,0 |
| Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

modalidad utilizada para visitar kuelap

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido compra de paquetes turísticos en la ciudad de procedencia | 4 | 5,6 | 5,6 | 5,6 |
| compra de circuito turístico en la ciudad de Chachapoyas | 38 | 53,5 | 53,5 | 59,2 |
| por cuenta propia | 29 | 40,8 | 40,8 | 100,0 |
| Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

como accedio a la zona arqueologica de kuelap

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido transporte telecabinas | 62 | 87,3 | 87,3 | 87,3 |
| transporte hasta kuelap | 9 | 12,7 | 12,7 | 100,0 |
| Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

motivacion para visitar kuelap

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido visitar kuelap | 66 | 93,0 | 93,0 | 93,0 |
| usar telecabinas | 5 | 7,0 | 7,0 | 100,0 |
| Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

gasto promedio por persona durante su estadia en Amazonas

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido de 100 a 200 soles | 16 | 22,5 | 22,5 | 22,5 |
| de 201 a 300 soles | 43 | 60,6 | 60,6 | 83,1 |
| de 301 a 400 soles | 12 | 16,9 | 16,9 | 100,0 |
| Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

satisfacción telecabinas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 51 | 71,8 | 71,8 | 71,8 |
| | satisfecho | 19 | 26,8 | 26,8 | 98,6 |
| | medianamente satisfecho | 1 | 1,4 | 1,4 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

satisfacción centro de interpretación

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 31 | 43,7 | 43,7 | 43,7 |
| | satisfecho | 38 | 53,5 | 53,5 | 97,2 |
| | medianamente satisfecho | 2 | 2,8 | 2,8 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

satisfacción señalización turística

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 30 | 42,3 | 42,3 | 42,3 |
| | satisfecho | 34 | 47,9 | 47,9 | 90,1 |
| | medianamente satisfecho | 7 | 9,9 | 9,9 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

satisfacción servicios higienicos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 14 | 19,7 | 19,7 | 19,7 |
| | satisfecho | 40 | 56,3 | 56,3 | 76,1 |
| | medianamente satisfecho | 16 | 22,5 | 22,5 | 98,6 |
| | poco satisfecho | 1 | 1,4 | 1,4 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

satisfacción senderos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 34 | 47,9 | 47,9 | 47,9 |
| | satisfecho | 35 | 49,3 | 49,3 | 97,2 |
| | medianamente satisfecho | 2 | 2,8 | 2,8 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

satisfacción miradores

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 45 | 63,4 | 63,4 | 63,4 |
| | satisfecho | 25 | 35,2 | 35,2 | 98,6 |
| | medianamente satisfecho | 1 | 1,4 | 1,4 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

satisfacción boletería

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 22 | 31,0 | 31,0 | 31,0 |
| | satisfecho | 44 | 62,0 | 62,0 | 93,0 |
| | medianamente satisfecho | 5 | 7,0 | 7,0 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

satisfacción áreas descanso

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 38 | 53,5 | 53,5 | 53,5 |
| | satisfecho | 31 | 43,7 | 43,7 | 97,2 |
| | medianamente satisfecho | 2 | 2,8 | 2,8 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

satisfacción servicio guiado

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 25 | 35,2 | 35,2 | 35,2 |
| | satisfecho | 44 | 62,0 | 62,0 | 97,2 |
| | medianamente satisfecho | 2 | 2,8 | 2,8 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

satisfacción conservación sitio arqueológico

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 11 | 15,5 | 15,5 | 15,5 |
| | satisfecho | 36 | 50,7 | 50,7 | 66,2 |
| | medianamente satisfecho | 19 | 26,8 | 26,8 | 93,0 |
| | poco satisfecho | 5 | 7,0 | 7,0 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

otro servicio

| | | Frecuencia | Porcentaje |
|----------|---------|------------|------------|
| Perdidos | Sistema | 71 | 100,0 |

satisfacción general del servicio en Kuelap

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | muy satisfecho | 28 | 39,4 | 39,4 | 39,4 |
| | satisfecho | 38 | 53,5 | 53,5 | 93,0 |
| | medianamente satisfecho | 2 | 2,8 | 2,8 | 95,8 |
| | poco satisfecho | 3 | 4,2 | 4,2 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

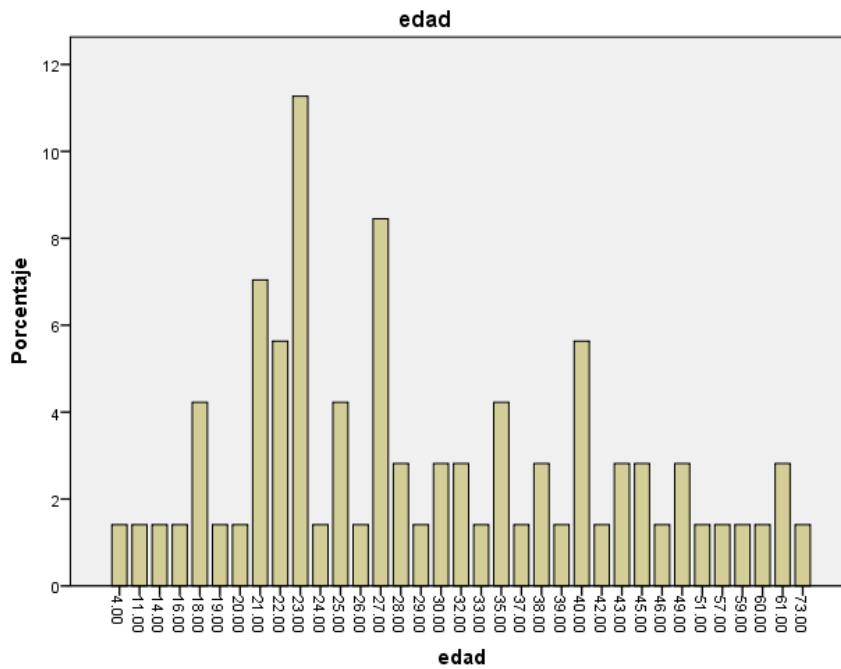
recomendaria visitar kuelap

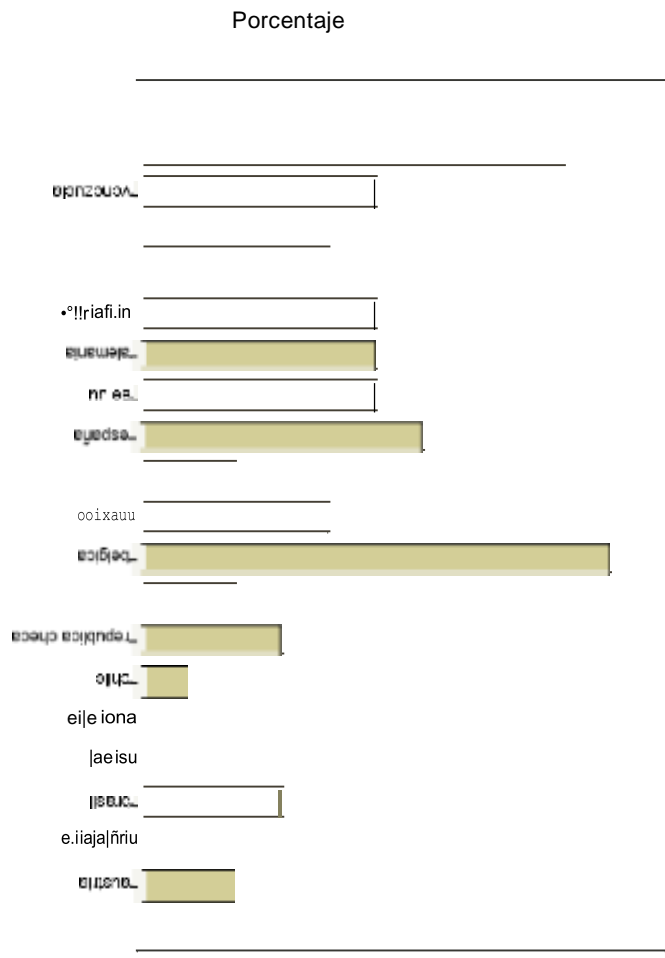
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | definitivamente lo recomendaría | 44 | 62,0 | 62,0 | 62,0 |
| | probablemente lo recomendaría | 23 | 32,4 | 32,4 | 94,4 |
| | no lo recomendaría | 1 | 1,4 | 1,4 | 95,8 |
| | definitivamente no lo recomendaría | 3 | 4,2 | 4,2 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

volveria visitar kuelap

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 23 | 32,4 | 32,4 | 32,4 |
| | no | 17 | 23,9 | 23,9 | 56,3 |
| | tal vez | 31 | 43,7 | 43,7 | 100,0 |
| | Total | 71 | 100,0 | 100,0 | |

Gráfico de barras







Anexo 07
Tablas Anexas sobre los operadores turísticos

Tabla de frecuencia

condición

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido operador turístico | 13 | 24,5 | 24,5 | 24,5 |
| arriero | 9 | 17,0 | 17,0 | 41,5 |
| transporte a caballo | 1 | 1,9 | 1,9 | 43,4 |
| artesano | 10 | 18,9 | 18,9 | 62,3 |
| hotel | 9 | 17,0 | 17,0 | 79,2 |
| restaurante | 11 | 20,8 | 20,8 | 100,0 |
| Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

distrito

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido nuevo Tingo | 53 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

centro poblado

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido kuelap | 52 | 98,1 | 98,1 | 98,1 |
| malca | 1 | 1,9 | 1,9 | 100,0 |
| Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

genero

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido masculino | 20 | 37,7 | 37,7 | 37,7 |
| femenino | 33 | 62,3 | 62,3 | 100,0 |
| Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

nivel educativo

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido ninguna | 1 | 1,9 | 1,9 | 1,9 |
| primaria incompleta | 10 | 18,9 | 18,9 | 20,8 |
| primaria completa | 8 | 15,1 | 15,1 | 35,8 |
| secundaria incompleta | 11 | 20,8 | 20,8 | 56,6 |
| secundaria completa | 13 | 24,5 | 24,5 | 81,1 |
| sup. no universitario | 6 | 11,3 | 11,3 | 92,5 |
| universitario incompleto | 2 | 3,8 | 3,8 | 96,2 |
| universitario completo | 2 | 3,8 | 3,8 | 100,0 |
| Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

ocupación

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | agricultura | 8 | 15,1 | 15,1 | 15,1 |
| | turismo | 9 | 17,0 | 17,0 | 32,1 |
| | restaurante | 11 | 20,8 | 20,8 | 52,8 |
| | orientador turistico | 2 | 3,8 | 3,8 | 56,6 |
| | estudiante | 1 | 1,9 | 1,9 | 58,5 |
| | arriero | 4 | 7,5 | 7,5 | 66,0 |
| | transporte a caballo | 1 | 1,9 | 1,9 | 67,9 |
| | artesania | 9 | 17,0 | 17,0 | 84,9 |
| | trabajador | 1 | 1,9 | 1,9 | 86,8 |
| | hospedaje | 7 | 13,2 | 13,2 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

ingresos económicos mensuales

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | 50,00 | 2 | 3,8 | 3,8 | 3,8 |
| | 80,00 | 1 | 1,9 | 1,9 | 5,7 |
| | 100,00 | 2 | 3,8 | 3,8 | 9,4 |
| | 200,00 | 5 | 9,4 | 9,4 | 18,9 |
| | 300,00 | 7 | 13,2 | 13,2 | 32,1 |
| | 400,00 | 5 | 9,4 | 9,4 | 41,5 |
| | 500,00 | 9 | 17,0 | 17,0 | 58,5 |
| | 600,00 | 1 | 1,9 | 1,9 | 60,4 |
| | 700,00 | 2 | 3,8 | 3,8 | 64,2 |
| | 800,00 | 5 | 9,4 | 9,4 | 73,6 |
| | 900,00 | 2 | 3,8 | 3,8 | 77,4 |
| | 1000,00 | 5 | 9,4 | 9,4 | 86,8 |
| | 1100,00 | 1 | 1,9 | 1,9 | 88,7 |
| | 1500,00 | 2 | 3,8 | 3,8 | 92,5 |
| | 1800,00 | 2 | 3,8 | 3,8 | 96,2 |
| | 2000,00 | 1 | 1,9 | 1,9 | 98,1 |
| | 4000,00 | 1 | 1,9 | 1,9 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

utiliza vivienda para su negocio

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 22 | 41,5 | 41,5 | 41,5 |
| | no | 31 | 58,5 | 58,5 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

negocio implementado

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido restaurante | 11 | 20,8 | 20,8 | 20,8 |
| bodega | 1 | 1,9 | 1,9 | 22,6 |
| orientador | 13 | 24,5 | 24,5 | 47,2 |
| hospedaje | 10 | 18,9 | 18,9 | 66,0 |
| arriero | 8 | 15,1 | 15,1 | 81,1 |
| transporte a caballo | 2 | 3,8 | 3,8 | 84,9 |
| artesania | 8 | 15,1 | 15,1 | 100,0 |
| Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

costo de menu

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido ,00 | 38 | 71,7 | 71,7 | 71,7 |
| 6,00 | 3 | 5,7 | 5,7 | 77,4 |
| 7,00 | 6 | 11,3 | 11,3 | 88,7 |
| 10,00 | 4 | 7,5 | 7,5 | 96,2 |
| 15,00 | 2 | 3,8 | 3,8 | 100,0 |
| Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

cantida de menu que vende al día

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido ,00 | 38 | 71,7 | 71,7 | 71,7 |
| 5,00 | 1 | 1,9 | 1,9 | 73,6 |
| 10,00 | 3 | 5,7 | 5,7 | 79,2 |
| 12,00 | 1 | 1,9 | 1,9 | 81,1 |
| 15,00 | 1 | 1,9 | 1,9 | 83,0 |
| 18,00 | 1 | 1,9 | 1,9 | 84,9 |
| 20,00 | 2 | 3,8 | 3,8 | 88,7 |
| 25,00 | 4 | 7,5 | 7,5 | 96,2 |
| 30,00 | 2 | 3,8 | 3,8 | 100,0 |
| Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

costo de habitación

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido ,00 | 40 | 75,5 | 75,5 | 75,5 |
| 20,00 | 1 | 1,9 | 1,9 | 77,4 |
| 25,00 | 1 | 1,9 | 1,9 | 79,2 |
| 30,00 | 3 | 5,7 | 5,7 | 84,9 |
| 35,00 | 2 | 3,8 | 3,8 | 88,7 |
| 40,00 | 2 | 3,8 | 3,8 | 92,5 |
| 50,00 | 2 | 3,8 | 3,8 | 96,2 |
| 80,00 | 1 | 1,9 | 1,9 | 98,1 |
| 150,00 | 1 | 1,9 | 1,9 | 100,0 |
| Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |
| Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

comercio

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | disminuyó | 5 | 9,4 | 9,4 | 9,4 |
| | sigue igual | 33 | 62,3 | 62,3 | 71,7 |
| | aumento | 15 | 28,3 | 28,3 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

alquiler acemilas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | disminuyó | 2 | 3,8 | 3,8 | 3,8 |
| | sigue igual | 34 | 64,2 | 64,2 | 67,9 |
| | aumento | 17 | 32,1 | 32,1 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

hospedajes

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | disminuyó | 9 | 17,0 | 17,0 | 17,0 |
| | sigue igual | 32 | 60,4 | 60,4 | 77,4 |
| | aumento | 12 | 22,6 | 22,6 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

gastronomía

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | disminuyó | 7 | 13,2 | 13,2 | 13,2 |
| | sigue igual | 39 | 73,6 | 73,6 | 86,8 |
| | aumento | 7 | 13,2 | 13,2 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

transporte

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | disminuyó | 7 | 13,2 | 13,2 | 13,2 |
| | sigue igual | 39 | 73,6 | 73,6 | 86,8 |
| | aumento | 7 | 13,2 | 13,2 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

orientador

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | sigue igual | 46 | 86,8 | 86,8 | 86,8 |
| | aumento | 7 | 13,2 | 13,2 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

identifica en relación a su sensación con el turista

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | conocimiento de formas de vida | 23 | 43,4 | 43,4 | 43,4 |
| | revaloración de la cultura propia | 21 | 39,6 | 39,6 | 83,0 |
| | intercambio cultural | 9 | 17,0 | 17,0 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

capacitación en los últimos 12 meses

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 37 | 69,8 | 69,8 | 69,8 |
| | no | 16 | 30,2 | 30,2 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

capacitación gastronomía

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 12 | 22,6 | 22,6 | 22,6 |
| | no | 41 | 77,4 | 77,4 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

capacitación idiomas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 1 | 1,9 | 1,9 | 1,9 |
| | no | 52 | 98,1 | 98,1 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

capacitación hotelería

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 8 | 15,1 | 15,1 | 15,1 |
| | no | 45 | 84,9 | 84,9 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

capacitación generación empresas

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 1 | 1,9 | 1,9 | 1,9 |
| | no | 52 | 98,1 | 98,1 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

capacitación guía turístico

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 13 | 24,5 | 24,5 | 24,5 |
| | no | 40 | 75,5 | 75,5 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

atención al cliente

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 12 | 22,6 | 22,6 | 22,6 |
| | no | 41 | 77,4 | 77,4 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

artesanía

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 3 | 5,7 | 5,7 | 5,7 |
| | no | 50 | 94,3 | 94,3 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

aplica la capacitación recibida

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | si | 31 | 58,5 | 58,5 | 58,5 |
| | no | 22 | 41,5 | 41,5 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

institución que lo capacito

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | dircetur | 24 | 45,3 | 45,3 | 45,3 |
| | mincetur | 16 | 30,2 | 30,2 | 75,5 |
| | asociación comunal Kuelap | 1 | 1,9 | 1,9 | 77,4 |
| | ninguna | 12 | 22,6 | 22,6 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

autoridad que ayuda con la basura que genera el turismo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | los mismos operadores turísticos | 6 | 11,3 | 11,3 | 11,3 |
| | otros | 2 | 3,8 | 3,8 | 15,1 |
| | ministerio de cultura | 28 | 52,8 | 52,8 | 67,9 |
| | asociacion | 3 | 5,7 | 5,7 | 73,6 |
| | municipalidad | 14 | 26,4 | 26,4 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

lugar donde se almacena la basura de la zona arqueologica

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | anexo Kuelap | 5 | 9,4 | 9,4 | 9,4 |
| | sector Malva | 31 | 58,5 | 58,5 | 67,9 |
| | relleno sanitario magdalena | 17 | 32,1 | 32,1 | 100,0 |
| | Total | 53 | 100,0 | 100,0 | |

Gráfico de barras

