

**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**

**CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL
TURISTA DE LAS OPERADORAS DE TURISMO DE
CHACHAPOYAS, 2021**

Autora:

Bach. Yuli Mercedes Villa Tuesta

Asesor:

Mg. Erik Martos Collazos Silva

Registro: (.....)

CHACHAPOYAS – PERÚ

2023

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM



ANEXO 3-H

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM

1. Datos de autor 1

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): Villa Tuesta Yuli Mercedes
DNI N°: 70159180
Correo electrónico: villayuli704@gmail.com
Facultad: Ciencias Económicas y Administrativas
Escuela Profesional: Administración en Turismo

Datos de autor 2

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): _____
DNI N°: _____
Correo electrónico: _____
Facultad: _____
Escuela Profesional: _____

2. Título de la tesis para obtener el Título Profesional

Calidad del servicio y satisfacción del turista de las operadoras de turismo de Chachapoyas 2021

3. Datos de asesor 1

Apellidos y nombres: Collazos Silva Erik Martos
DNI, Pasaporte, C.E N°: 41103538
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>) http://orcid.org/0000-0003-2226-2346

Datos de asesor 2

Apellidos y nombres: _____
DNI, Pasaporte, C.E N°: _____
Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>) _____

Campo del conocimiento según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos- OCDE (ejemplo: Ciencias médicas, Ciencias de la Salud-Medicina básica- Inmunología)
https://catalogos.concytec.gob.pe/vocabulario/ocde_ford.html
5.00.00-Ciencias sociales-5.02.00-Economía, Negocios-5.02.04-Negocios, Administración

5. Originalidad del Trabajo

Con la presentación de esta ficha, el(la) autor(a) o autores(as) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal.

6. Autorización de publicación

El(los) titular(es) de los derechos de autor otorga a la Universidad Nacional Tonibio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM), la autorización para la publicación del documento indicado en el punto 2, bajo la *Licencia creative commons* de tipo BY-NC: Licencia que permite distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial por lo que la Universidad deberá publicar la obra poniéndola en acceso libre en el repositorio institucional de la UNTRM y a su vez en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación-RENATI, dejando constancia que el archivo digital que se está entregando, contiene la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador.

Chachapoyas, 22 / mayo / 2023



Firma del autor 1



Firma del Asesor 1

Firma del autor 2

Firma del Asesor 2

DEDICATORIA

Como creyente este trabajo le dedico a Dios, y a mis padres Teotista Tuesta López y Milton Villa Valdivia, por su apoyo incondicional durante toda mi formación profesional.

AGRADECIMIENTOS

Mi agradecimiento a los ejecutivos, administradores y representantes de las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas, quienes me facilitaron la información para realizar mi trabajo de campo, agradecimiento especial al señor José Llaja Soplín, Gerente de Turismo Explorer.

Al gerente la Empresa Inversiones Turísticas América Latina SAC el Sr. Tito Ilizarbe Segura, por el apoyo con información y otros datos que facilitaron en el desarrollo de la investigación.

Agradezco de manera especial al Mg. Erik Martos Collazos Silva, mi asesor por la orientación metodológica en el desarrollo del presente trabajo.

Agradezco a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Chachapoyas, quienes me brindaron información durante el llenado de las encuestas realizadas en campo.

Agradecer también a todas aquellas personas que de una forma u otra participaron durante todo el proceso de la investigación.

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

Ph.D. JORGE LUIS MAICELO QUINTANA

Rector

Dr. OSCAR ANDRÉS GAMARRA TORRES

Vicerrector Académico

Dra. MARÍA NELLY LUJÁN ESPINOZA

Vicerrectora de Investigación

Mg. CIRILO LORENZO ROJAS MALLQUI

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS



UNTRM

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

ANEXO 3-L

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 Calidad del Servicio y Satisfacción del Turista de las operadoras de Turismo de Chachapoyas, 2021;

del egresado Yuli Mercedes Villa Tuesta
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, 29 de diciembre de 2022

Firma y nombre completo del Asesor

JURADO EVALUADOR DE LA TESIS



Dr. CARLOS ALBERTO HINOJOSA SALAZAR

PRESIDENTE



Mg. ESTER ROXANA MUÑOZ TORRES

SECRETARIA



Mg. FRANKLIN OMAR ZAVALETA CHAVEZ ARROYO

VOCAL

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



UNTRM

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

ANEXO 3-Q

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

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

Calidad del Servicio y satisfacción del Turista de las operadoras
de Turismo de Chachapoyas, 2021

presentada por el estudiante ()/egresado (x) Yuli Mercedes Villa Tuesta

de la Escuela Profesional de Administración en Turismo

con correo electrónico institucional villayuli704@gmail.com


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


- La citada Tesis tiene 17 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor () / igual () 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, 03 de enero del 2023


SECRETARIO


PRESIDENTE


VOCAL

OBSERVACIONES:

.....

.....

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



ANEXO 3-S

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 20 de abril del año 2023 siendo las 9:00 horas, el aspirante: Yuli Mercedes Villa Tuesta, asesorado por Mg. Erik Martos Collazos Silva defiende en sesión pública presencial () / a distancia () la Tesis titulada: Calidad del servicio y satisfacción del turista de las operadoras de turismo de Chachapoyas, 2021, para obtener el Título Profesional de licenciada en Administración en Turismo a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Dr. Carlos Alberto Hinojosa Salazar

Secretario: Mg. Ester Roxana Muñoz Torres

Vocal: Mg. Franklin Omar Zavaleta Chavez Arroyo



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 () por Unanimidad () / Mayoría () 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 10:00 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

CONTENIDO GENERAL

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	v
VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS.....	vi
JURADO EVALUADOR DE LA TESIS	vii
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS.....	viii
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS.....	ix
CONTENIDO GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	xvi
I. INTRODUCCIÓN	17
II. MATERIALES Y MÉTODOS	20
2.1. Diseño de investigación	20
2.2. Población muestra y muestreo	20
2.3. Variables de estudio	21
2.4. Métodos.....	23
2.5. Técnicas de recolección de datos	23
III. RESULTADOS.....	25
3.1. Diagnóstico del servicio de las operadoras de turismo de Chachapoyas Historia de las operadoras de turismo en la ciudad de Chachapoyas	25
3.2. Satisfacción de los turistas que hicieron uso de los servicios de una operadora de turismo en Chachapoyas.	31
3.4 Estrategias de mejora de la calidad del servicio de las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas.....	50
IV. DISCUSIÓN	62

V. CONCLUSIONES	64
VI. RECOMENDACIONES.....	65
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66
ANEXOS	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	22
Tabla 2. Correlación de las variables	49
Tabla 3. Matriz de análisis FODA de las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas	51
Tabla 4. Capacitación en manejo de la tecnología de la comunicación e informática ...	53
Tabla 5. Fortalecimiento de capacidades y seguimiento de ventas y post ventas	54
Tabla 6. Implementación con un ambiente de espera para los turistas que hacen uso de la operadora de turismo	55
Tabla 7. Acción estratégica fortalecimiento de capacidades en idiomas extranjeros	56
Tabla 8. Acción estratégica fortalecimiento de capacidades organizacionales	57
Tabla 9. Cronograma de actividades.....	59
Tabla 10. Presupuesto estimado para su implementación	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución de las operadoras de turismo a nivel de la región Amazonas.....	25
Figura 2. Tendencia del registro de operadoras de turismo en Chachapoyas	26
Figura 3. Distribución de las operadoras de turismo y agencias de viaje según su clasificación en la ciudad de Chachapoyas.....	27
Figura 4. Distribución según su ubicación de las tour operadoras de la ciudad de Chachapoyas	27
Figura 5. Distribución de las operadoras de turismo según el tipo de actividades que ofrecen	28
Figura 6. Satisfacción en relación con otros servicios que se ofrece en la ciudad de Chachapoyas	29
Figura 7. Satisfacción de los servicios de las agencias de viaje	30
Figura 8. Tiempo de cumplimiento de la promesa de parte de las operadoras.....	31
Figura 9. Interés por resolver problemas de parte de las operadoras de turismo.....	32
Figura 10. Apreciación frente al desempeño del servicio de las operadoras.....	33
Figura 11. Los servicios se brindan en el momento en que se promete hacerlo.....	33
Figura 12. Las operadoras de turismo brindan sus servicios libre de errores	34
Figura 13. La operadora informa respecto a los servicios que contempla el tour	35
Figura 14. La empresa contratada brinda un servicio rápido.....	36
Figura 15. Disposición de apoyar de parte del personal de la operadora de turismo	36
Figura 16. Disponibilidad para brindar el apoyo en el momento de la emergencia	37
Figura 17. Los empleados de la empresa inspiran confianza	38
Figura 18. Capacidad de organización de las operadoras de turismo a la hora de brindar el servicio.....	39
Figura 19. Trato igual para todos los turistas que hacen uso del servicio de una operadora de turismo	39
Figura 20. El personal de la operadora posee conocimientos suficientes para resolver preguntas	40
Figura 21. La operadora de turismo contratada en la ciudad de Chachapoyas se preocupa por sus intereses	41
Figura 22. Las operadoras de turismo ofrecen horarios convenientes.....	42
Figura 23. La operadora contratada en la ciudad de Chachapoyas entiende sus necesidades específicas.....	43

Figura 24. Las operadoras de turismo de la ciudad brindan atención individualizada...	44
Figura 25. La operadora de turismo cuenta con el personal que le brinda la atención personalizada	44
Figura 26. La empresa cuenta con equipos y elementos tangibles modernos	45
Figura 27. Las apreciaciones respecto a las instalaciones de la empresa	46
Figura 28. Aspecto del personal que brinda el servicio en las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas.....	47
Figura 29. Las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas tienen lo necesario para brindar un buen servicio.....	47
Figura 30. Evaluación de la calidad del servicio por dimensión	48

RESUMEN

La investigación titulada: Calidad del servicio y satisfacción del turista de las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas, 2021, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre las variables de estudio; para lo cual se ha utilizado la investigación descriptiva, de enfoque cualitativo y cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, donde para el recojo de información se encuestaron a la población de turistas representada por una muestra de 388 turistas entre nacionales y extranjeros que hicieron uso de las operadoras de turismo en nuestra ciudad. Como resultados de la investigación tenemos un diagnóstico de la satisfacción de los turistas que visitaron la ciudad de Chachapoyas, se midió el nivel de satisfacción de los turistas en cinco dimensiones de calidad, se determinó la correlación de las variables: calidad de servicio y satisfacción del turista, finalmente se presentaron estrategias para mejorar la calidad del servicio; concluyendo que existe relación directa y significativa entre las variables, la cual fue determinada mediante el coeficiente de correlación de Rho Spearman.

Palabras clave: Calidad, servicio, operadoras de turismo.

ABSTRACT

The present investigation entitled: Service quality and tourist satisfaction of the tourism operators of the city of Chachapoyas, 2021, aimed to determine the relationship that exists between the study variables; for which descriptive research, qualitative approach, non-experimental and cross-sectional design has been used, where for the collection of information the population of tourists represented by a sample of 388 tourists between nationals and foreigners who made use of travel agencies. As results of the investigation we have a diagnosis of the satisfaction of the tourists who visited the city of Chachapoyas, the level of satisfaction of the tourists was measured in five dimensions of quality, the correlation of the variables: quality of service and tourist satisfaction was determined, finally strategies were presented to improve service quality; concluding that there is a direct and significant relationship between the variables, which was determined using the Rho Spearman correlation coefficient.

Keywords: Quality, service, tour operators.

I. INTRODUCCIÓN

El turismo a nivel mundial es una de las actividades de mayor crecimiento sostenible, es así que el año 2019 se reportaron 1 500 millones de turistas a nivel mundial con una tasa de crecimiento de +4%, sin embargo, a finales del año 2020 se registraron 381 millones de turistas a una tasa de -74% (OMT, 2021). El Perú no fue ajeno a ello, según Mincetur el año 2019 recibió más de cuatro millones de turismo y el año 2020 este se redujo en 76.8% esto como consecuencia del COVID 19 (MINCETUR, 2021). El turismo en la región Amazonas antes de la pandemia fue de más 108 mil turistas, el año 2020 fue de 19 023 turistas y el 2021 fue de 59 603 visitantes, de los cuales el 97.6 % fueron nacionales y el 2.4% fueron extranjeros (MINCETUR, 2022).

Las operadoras de turismo son empresas cuya finalidad es ofrecer servicios de transporte, alimentación, alojamiento y otros servicios a los turistas que visitan un determinado destino, las mismas que pueden ofrecer sus servicios como intermediarios entre el turista y la agencia de viajes o también pueden ofrecer los servicios directamente al cliente final (OMT, 2021).

En la región Amazonas este servicio a incrementado considerablemente los últimos años, registrándose en total 66 agencias de viajes y operadoras de turismo el año 2019, siendo la ciudad de Chachapoyas el lugar con mayor presencia del servicio (DIRCETUR, 2019). Por otro lado, de acuerdo al nivel de satisfacción del turista que visitó Amazonas el 2018 existe un alto nivel de satisfacción hacia el servicio de agencias de viaje con una puntuación igual a 81.5 de 100 puntos (MINCETUR, 2019); sin embargo este estudio no refleja en detalle la calidad del servicio que brindan estas empresas razón por la que se hace necesario realizar la presente investigación donde se determine la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los turistas que hicieron uso de servicios de las tour operadoras en la ciudad de Chachapoyas, toda vez que esto permita plantear propuestas para la mejora del servicio; por tal razón en la investigación se plantea la siguiente interrogante: ¿De qué manera se relaciona la calidad del servicio y la satisfacción del turista de las operadoras de turismo Chachapoyas, 2021?.

Por otro lado, para el sustento de la investigación se tuvo en cuenta investigaciones como las realizadas por Rogel (2018) quien manifiesta que la calidad del servicio de las agencias de viaje y tour operadoras ayudan en el posicionamiento del destino turístico; así mismo permiten el crecimiento sostenido de las empresas. De igual forma, Alava y Bastidas (2016) en su investigación realizada en las islas de Santa Cruz Ecuador concluyen que la calidad del servicio de las agencias evita multas y sanciones a las empresas, además estas deben de estimar sus precios en función de la calidad. Por su parte Flores (2019) menciona que la calidad de los servicios en las operadoras de turismo se mide mediante la hospitalidad, el profesionalismo y los aspectos físicos como las condiciones de las unidades móviles, los mismos que si son óptimos incrementa la satisfacción de los turistas. Finalmente, Vicuña y Olea (2018) mencionan que la calidad del servicio de las agencias de viaje se relaciona de manera positiva con la lealtad del cliente, los cuales se pueden medir mediante la percepción del cliente, el compromiso de la empresa y la confianza del cliente.

La presente investigación tuvo como hipótesis que la calidad del servicio tiene relación significativa con la satisfacción del turista de las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas, 2021. La cual fue contrastada mediante la prueba estadística Rho Spearman, la misma que refleja un alto grado de significancia entre las variables calidad del servicio y satisfacción del turista las cuales fueron medidos mediante indicadores como la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad, la empatía y los elementos tangibles. La metodología que se ha utilizado en la investigación es la descriptiva y para el recojo de la información se ha utilizado como técnica las encuestas con su instrumento los cuestionarios, los cuales fueron aplicados a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Chachapoyas durante los meses de enero a marzo del 2022.

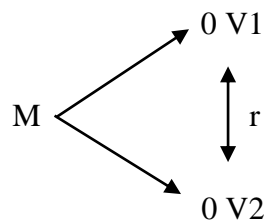
Por su parte los resultados muestran un diagnóstico situacional de las empresas prestadoras de servicios de la ciudad de Chachapoyas, el nivel de satisfacción de los turistas que hicieron uso de los servicios de una operadora de turismo de la ciudad, la relación entre las variables de estudio y una propuesta de estrategias de mejora del servicio.

Por otro lado, la investigación se encuentra estructurada en capítulos los cuales están establecidos según el reglamento de grados y títulos, el mismo que comprende, una introducción, los materiales y métodos, los resultados, la discusión con otros autores, las conclusiones y las recomendaciones.

II. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Diseño de investigación

La presente investigación tiene diseño no experimental y el recojo de información se hizo en un solo momento por lo que es de corte transversal, con un enfoque cualitativo y cuantitativo. Así mismo se hizo la correlación de las variables mediante el coeficiente de correlación Rho Spearman.



M: Muestra

V: Variables de estudio

0: Coeficiente de correlación

r: Correlación

2.2. Población muestra y muestreo

Población

La población estuvo conformada por el total de turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Chachapoyas durante el año 2018, fueron 102 905 turistas (MINCETUR, 2018)

Muestra

La muestra fue determinada mediante el muestreo probabilístico aleatorio simple o (MAS), el cual permitió conocer el número de turistas a encuestar cuya fórmula se detalla a continuación:

$$n = \frac{P * Q * Z^2 * N}{(N-1) * E^2 + P * Q * Z^2}$$

Donde:

n = Cantidad muestral

P = Probabilidad de la población que salgan elegidos

Q = Probabilidad de turistas que no salgan elegidos

Z = Nivel de confianza equivalente a 1.96

N = Tamaño de la población

E = Error máximo permisible 5 %

n = 388 turistas encuestados

2.3. Variables de estudio

Variable 1: Calidad del servicio

Variable 2: Satisfacción del turista

Tabla 1**Operacionalización de variables**

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Técnicas e instrumentos
Calidad del servicio	Es la capacidad que tiene un servicio de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, midiéndose las mismas por niveles (Rios y Santomá, 2008)	Conjunto de características y cualidades que hacen del servicio una experiencia agradable, satisfaciendo sus necesidades en plenitud.	Fiabilidad	Confianza Precisión	Las encuestas y los cuestionarios
			Capacidad de respuesta	Ayuda Puntualidad	
			Seguridad	Conocimiento Cortesía Seguridad	
			Empatía	Cuidadoso Personalizado	
			Elementos tangibles	Instalaciones Equipo Personal	
Satisfacción del turista	Es la valoración subjetiva que le asignan las personas a los servicios después de haberlos recibido (Ozomek, 2015).	Medición en niveles que hace el turista a los servicios recibidos.	Expectativas previas al consumo	Nivel de satisfacción Lealtad del cliente Opinión del cliente	Las encuestas y los cuestionarios .
			Expectativas durante el consumo	Nivel de satisfacción Lealtad del cliente Opinión del cliente	
			Expectativas después del consumo	Nivel de satisfacción Lealtad del cliente Opinión del cliente	

2.4. Métodos

Los métodos utilizados en la investigación fueron:

Método inductivo: el método parte de las particularidades para llegar a conclusiones finales; para lo cual utiliza el razonamiento partiendo de la inducción. Este método nos permitió realizar el diagnóstico es decir conocer cuáles son las potencialidades y debilidades de las tour operadoras de la ciudad de Chachapoyas, luego en base a ello se ha planteado las estrategias de mejora del servicio dando cumplimiento a los objetivos específicos de la investigación.

Método deductivo: este método nos ha permitido llegar a las conclusiones en base a una serie de afirmaciones recogidas mediante la encuesta, para ello se ha utilizado el razonamiento lógico y el análisis resultados. De otro lado el método ha permitido conocer el nivel de satisfacción de los turistas que hicieron uso de los servicios de las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas.

Método sistemático: mediante este método se ha hecho la relación de las variables: calidad de servicio y satisfacción del turista, ya que en la teoría nos dice que este método permite relacionar elementos para en base a ello elaborar una teoría. Así mismo este método nos ha permitido realizar la contrastación de la hipótesis de estudio.

2.5. Técnicas de recolección de datos

Las técnicas utilizadas para el recojo de los datos de la presente investigación fueron:

Técnicas

La encuesta: esta técnica estuvo apoyado en un cuestionario, la cual fue aplicado a los turistas nacionales y extranjeros que hicieron uso del servicio de una operadora de turismo en la ciudad de Chachapoyas, este método permitió conocer la opinión de los turistas referente al servicio recibido de parte de la operadora.

El análisis documental: mediante esta técnica se hizo el análisis de diversos documentos como informes, estadísticas y otros documentos de gestión que manejan las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas; además se hizo el análisis de otras investigaciones realizadas por instituciones relacionadas al sector turismo.

Instrumentos:

Cuestionario: para el recojo de información se ha estructurado un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas los cuales mostraron alternativas en escala de Likert las cuales hicieron la evaluación del servicio medido en dimensiones como la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad, la empatía y los elementos tangibles de las operadoras de turismo y el personal que brinda el servicio; este instrumento forma parte de los anexos (Anexo 1) de la presente investigación.

La ficha de contenidos: este instrumento apoyó a la técnica del análisis documental, guiando a la investigadora durante el proceso de observación de los documentos de acuerdo a los objetivos de la investigación.

2.6. Análisis de datos

Los datos obtenidos durante el trabajo de campo fueron analizados mediante los softwares del Excel 2019 y el SPSS-21, y para una mejor interpretación los resultados se muestran en forma de tablas y figuras que reflejan, porcentajes, tendencias y otras medidas de dispersión que utiliza la estadística descriptiva y que permitieron conocer el nivel de significancia de la correlación de variables.

III. RESULTADOS

3.1. Diagnóstico del servicio de las operadoras de turismo de Chachapoyas

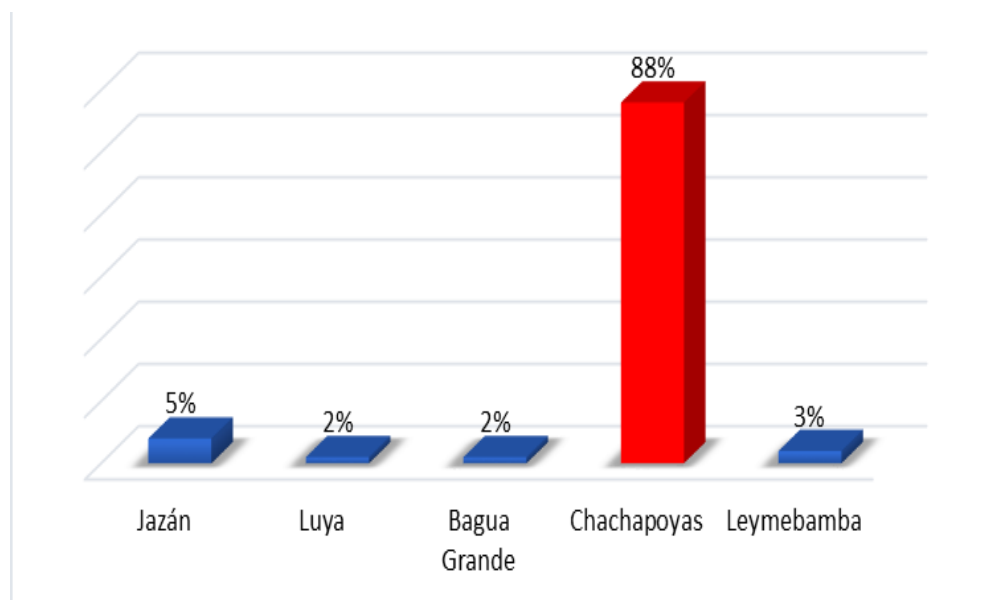
Historia de las operadoras de turismo en la ciudad de Chachapoyas

Los tours operados u operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas empezaron a aparecer el año 2004, siendo la primera operadora de turismo la Empresa de Transporte Chasqui Tour S.R.L. cuyo propietario fue el señor Gilberto Llaja Cruz, dentro de las modalidades de turismo que oferta esta empresa se encuentra el turismo de naturaleza, el turismo rural y el turismo cultural, operando en los principales atractivos de la región Amazonas, tanto a nivel receptivo, emisor y turismo interno.

Análisis del funcionamiento de las operadoras de turismo en la ciudad de Chachapoyas.

Figura 1

Distribución de las operadoras de turismo a nivel de la región Amazonas

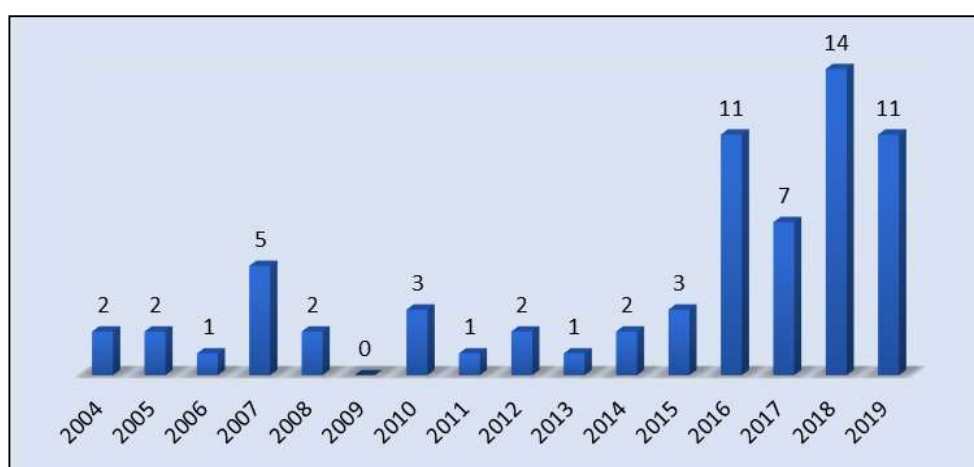


Fuente: DIRCETUR 2018

Como se puede apreciar en la figura del total de operadoras de turismo y agencias de viajes registradas en la Dirección de Comercio Exterior y Turismo de la región Amazonas, el 88 % de estas se concentran en la ciudad de Chachapoyas, el 6% se encuentran en la localidad de Pedro Ruiz distrito de Jazán, un 2 % están en el distrito de Luya, el 2 % en la ciudad de Bagua Grande y el 3 % en la localidad de Leymebamba.

Figura 2

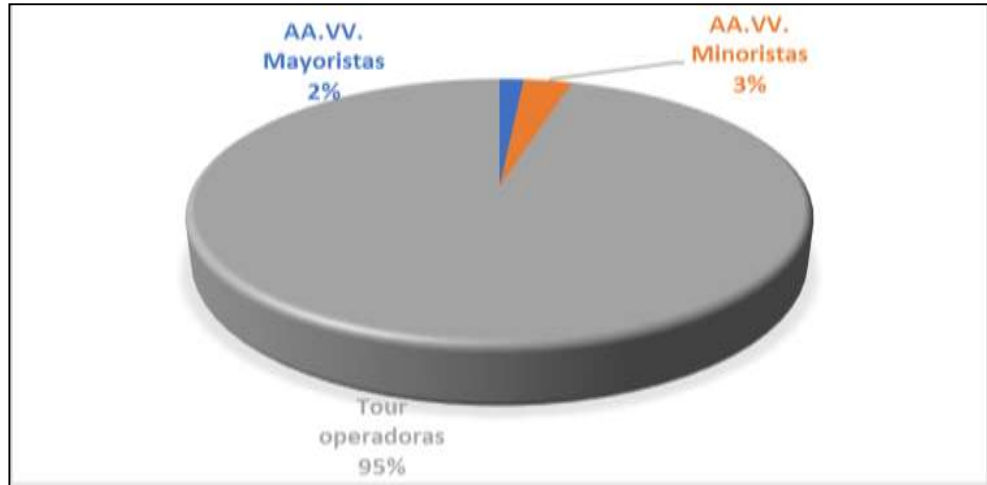
Tendencia del registro de operadoras de turismo en Chachapoyas



La figura muestra como las operadoras de turismo fueron apareciendo desde el año 2004 fecha del registro de la primera operadora de turismo en la ciudad de Chachapoyas, el año de menor registro es el año 2009, donde no hubo registro alguno de operadoras de turismo ante la Dirección regional de Comercio Exterior y Turismo y el año con mayor registro de operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas fue el 2018, seguido del 2016 y 2011. Esto indica que las empresas de este rubro cada vez están apareciendo más a una tasa superior al 200 % del 2015 al 2016 año de mayor crecimiento.

Figura 3

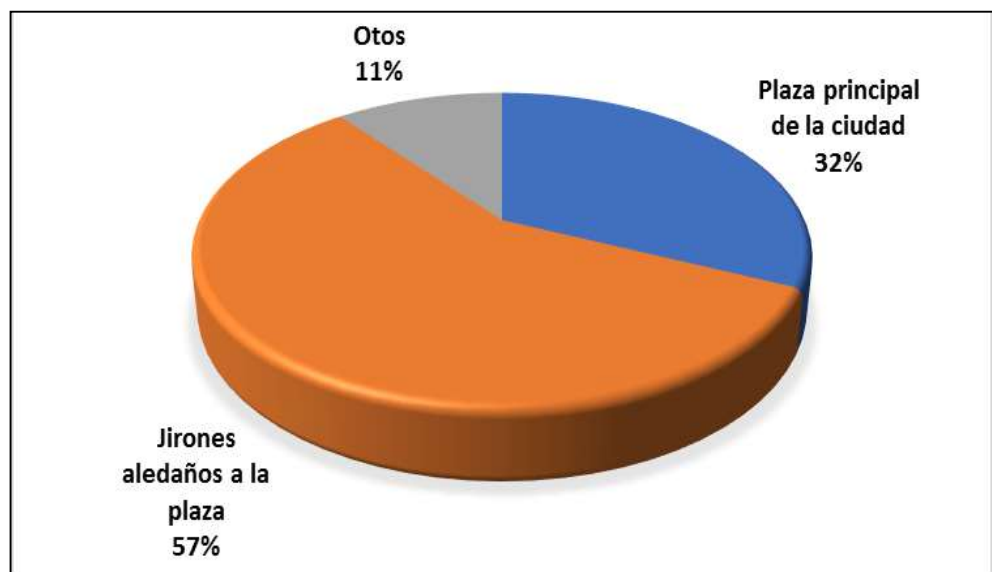
Distribución de las operadoras de turismo y agencias de viaje según su clasificación en la ciudad de Chachapoyas.



Como se puede apreciar en la figura el 95 % de las empresas existentes en la ciudad de Chachapoyas del rubro de agencia de viajes y operadoras de turismo están clasificadas como operadoras de turismo tour operadoras, el 3 % corresponde a las agencias de viaje minoristas y el 2 % son agencias de viaje mayoristas. Por lo que el estudio se centra en la clasificación tour operadoras.

Figura 4

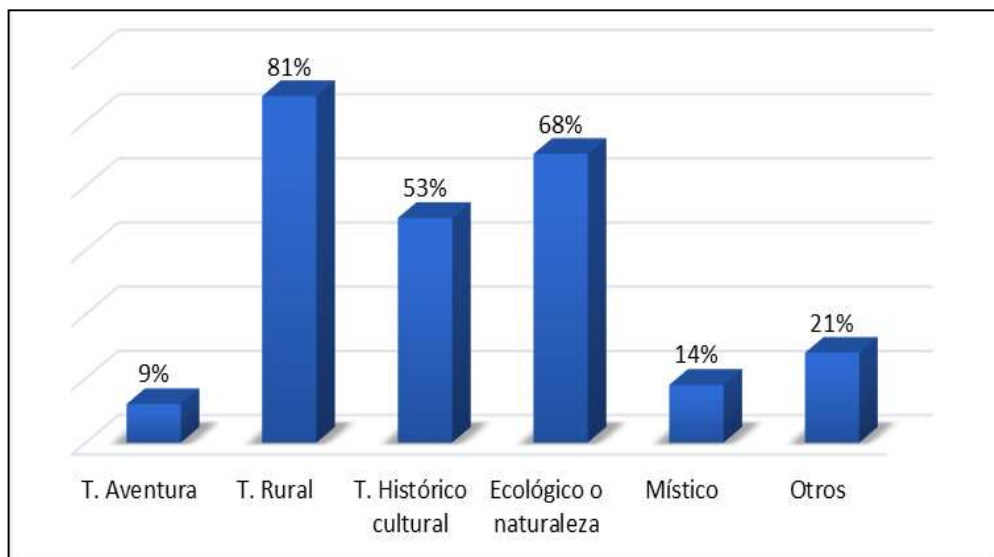
Distribución según su ubicación de las tours operadoras de la ciudad de Chachapoyas



Como se puede apreciar en la figura, la mayor cantidad de operadoras de turismo se encuentran en el centro de la ciudad, donde el 32 % están ubicadas en la plaza principal de la ciudad, el 57 % están en jirones aledaños a la plaza principal de la ciudad y el 11 % se ubican en los alrededores de la ciudad. Cabe destacar que la ubicación de estas empresas es una ventaja competitiva ya que los que se encuentran más al centro de la ciudad son más fáciles de identificar por los turistas.

Figura 5

Distribución de las operadoras de turismo según el tipo de actividades turísticas que ofrecen



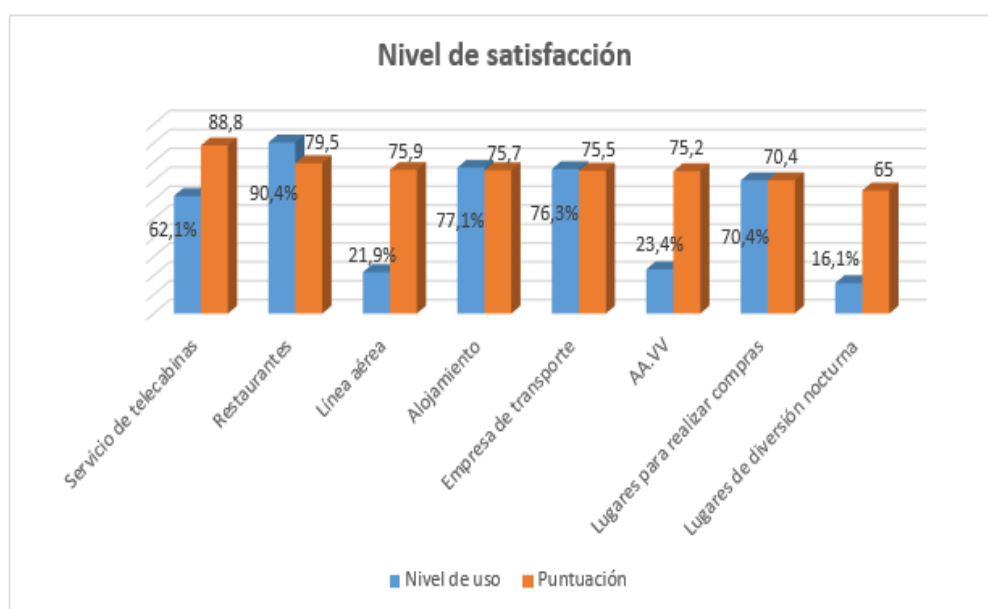
Como se puede apreciar en la figura, el 9 % de las operadoras de turismo ofertan actividades de turismo de aventura, el 81 % ofrecen actividades de turismo rural, el 53 % ofrecen actividades de turismo histórico y cultural, el 68 % ofertan actividades turísticas ecológicas o de naturaleza, el 14 % ofrecen actividades de turismo místico y el 21 % ofrecen otro tipo de actividades turísticas generalmente en este grupo se encuentran actividades más especializadas como el espeleológico y los de observación de aves. También es necesario recalcar que las empresas ofrecen sus servicios en más de una actividad.

Satisfacción del turista

Nivel de satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros que visitaron Chachapoyas respecto a las agencias de viaje y operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas, evaluada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo durante el año 2018; para lo cual consideró una valoración de 100 puntos donde la valoración superior a los 80 puntos es excelente.

Figura 6

Satisfacción en relación con otros servicios que se ofrece en la ciudad de Chachapoyas



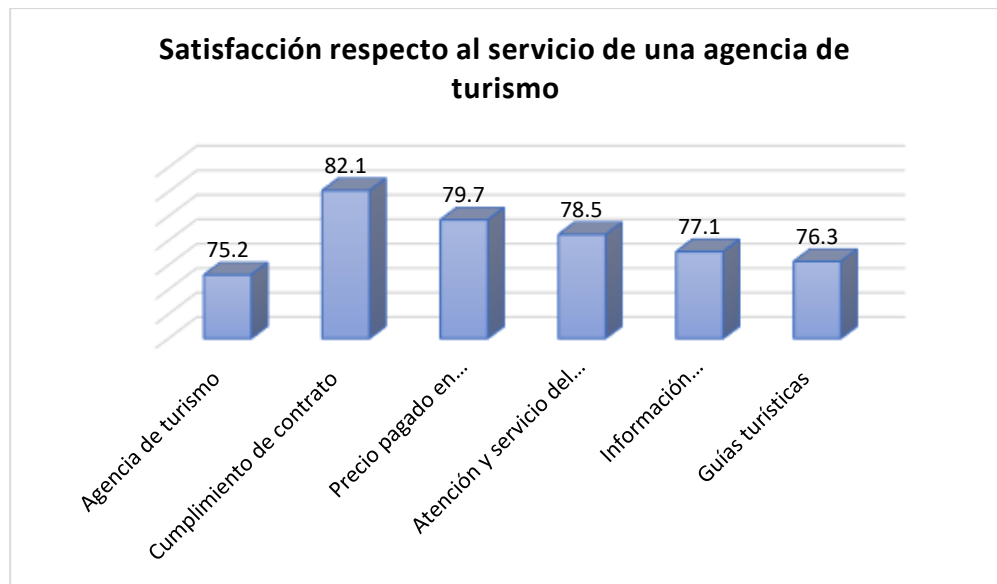
Fuente: MINCETUR 2018

Como se puede apreciar en la figura del total de turistas nacionales y extranjeros, solo el 23.4 % hicieron uso de los servicios de una agencia de viajes los mismos que calificaron a las agencias con una puntuación de 75.2 de 100 puntos evaluados ubicándolo en el sexto lugar de 8 servicios turísticos evaluados, el servicio con mayor nivel de satisfacción es el de las telecabinas con 88.8 puntos, y el de menor puntuación son los lugares nocturnos de diversión con 66.5 puntos. Lo manifestado hace ver que se debe de mejorar

considerablemente en el servicio de agencias de viajes o de operadoras de turismo ya que existe una diferencia de más de 13 puntos con el primer lugar; además el nivel de evaluación más óptima es de 80 puntos en adelante.

Figura 7

Satisfacción de los servicios de las agencias de viaje



Fuente: MINCETUR 2018

De lo que se puede apreciar en la figura el promedio de satisfacción del servicio de las agencias de viaje es de 75.2 de 100 puntos evaluados indicando que está en un nivel bueno, pero que se debería mejorar; así mismo para este promedio se tuvo en cuenta cinco dimensiones, de las cuales la que recoge mayor puntuación con 82.1 es el cumplimiento del contrato, es decir se brinda el servicio en función a lo acordado, el precio pagado en relación al servicio obtuvo 79.7 puntos, lo que indica que es un precio justo, sin embargo se debería mejorar, la dimensión atención y servicio del personal obtuvo 78.5 puntos siendo de igual forma aceptable pero sujeto a mejoras, la dimensión información proporcionada obtuvo 77.1 puntos, condición que también se tiene que mejorar y finalmente se ha evaluado la dimensión guías turísticas que obtuvo 76.3 puntos, es decir el más bajo de los puntajes ello indica que se

debe de mejorar en material impreso y digital para informar a los turistas adecuadamente.

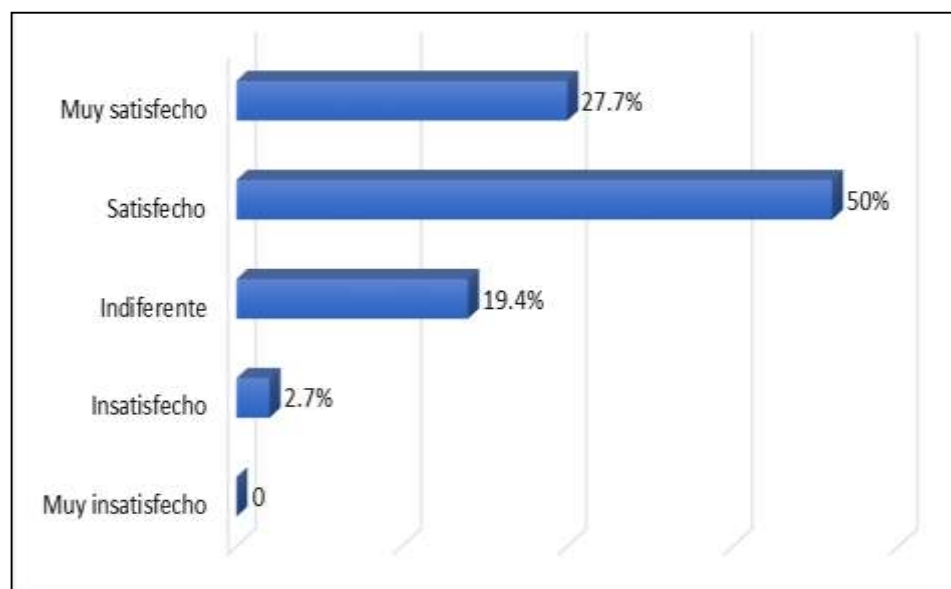
3.2. Satisfacción de los turistas que hicieron uso de los servicios de una operadora de turismo en Chachapoyas.

La información pertenece a la encuesta realizada a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Chachapoyas quienes hicieron uso de los servicios de una tour operadora, para lo cual se ha considerado dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y evaluación de elementos tangibles, de donde se desprenden las siguientes figuras.

Dimensión Fiabilidad

Figura 8

Tiempo de cumplimiento de la promesa de parte de las operadoras

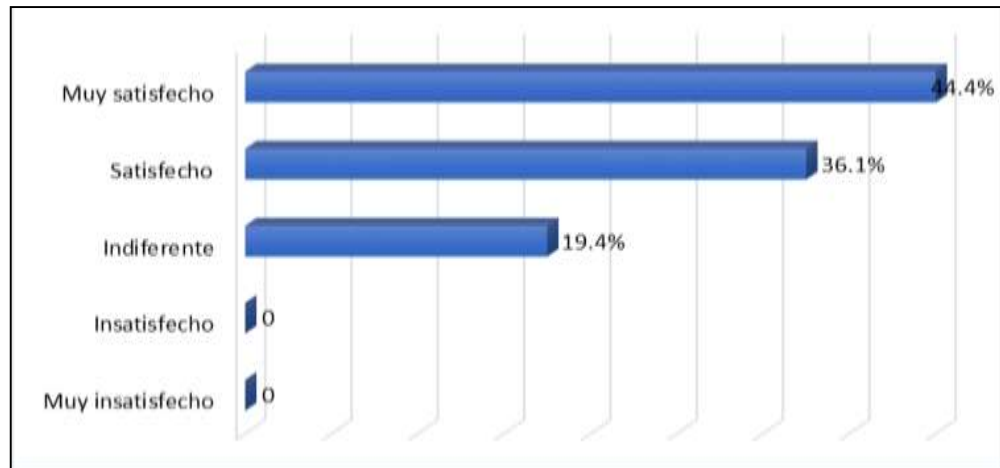


Como muestra la figura la percepción que tienen los turistas con el tiempo de cumplimiento de la promesa es la siguiente: un 27.7 % está muy satisfecho con este tiempo de cumplimiento, el 50 % está satisfecho, el 19.4% se muestra indiferente y el 2.7% están. De lo expresado se puede deducir que la mayoría

de turistas se encuentran satisfechos con el tiempo de cumplimiento de la promesa de parte de las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas.

Figura 9

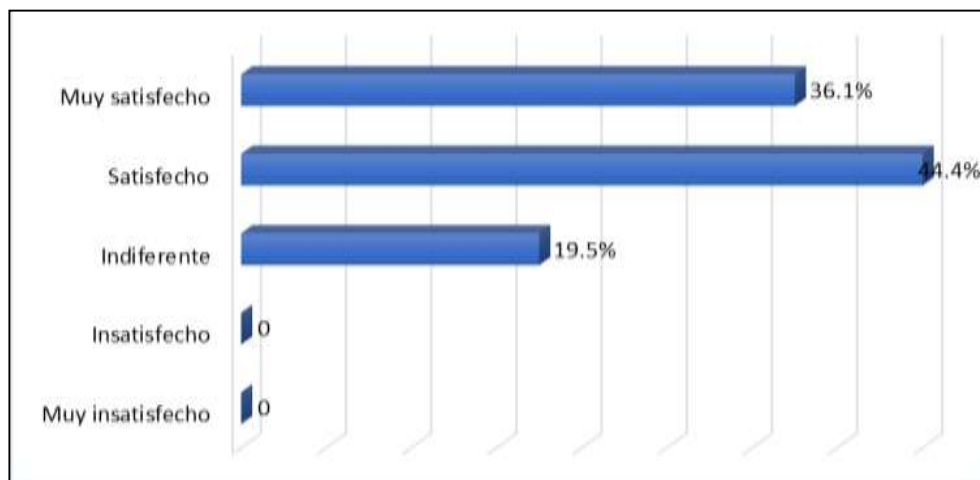
Interés por resolver problemas de parte de las operadoras de turismo.



Como podemos apreciar en la figura, de los turistas que hicieron uso de los servicios de una operadora de turismo de la ciudad de Chachapoyas el 44.4% se encuentra muy satisfecho con el interés que muestran las mismas por resolver problemas, el 36.1 % está satisfecho y para un 19.4% le es indiferente el interés que muestran las operadoras por resolver algún tipo de problema que se presenta durante la prestación del servicio. De igual forma que en la figura anterior podemos inferir que los turistas consideran que las operadoras de turismo muestran predisposición por resolver problemas por lo que existe un alto grado de satisfacción.

Figura 10

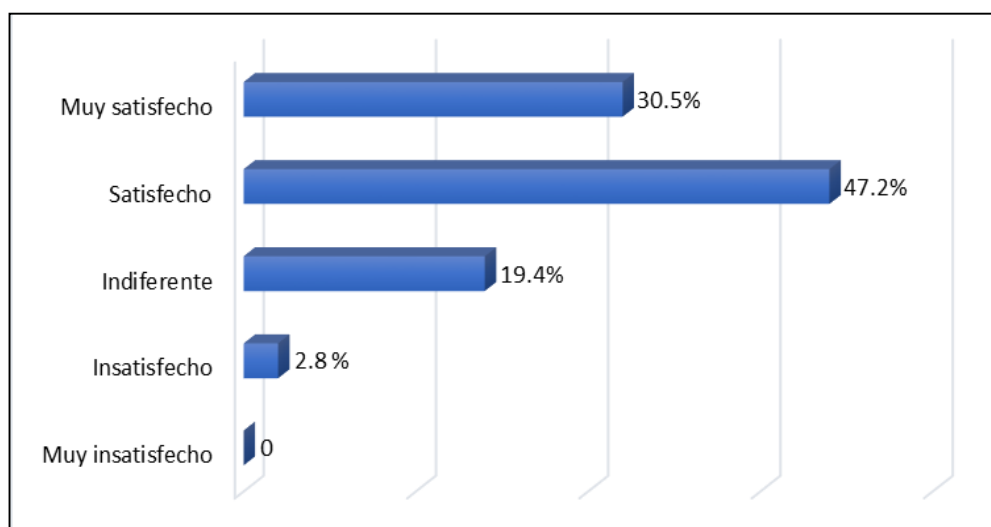
Apreciación frente al desempeño del servicio de las operadoras de turismo.



Como se puede apreciar en la figura los turistas que visitaron la ciudad de Chachapoyas un 36.1% se encuentran muy satisfechos con el desempeño de las operadoras de turismo, un 44.4% están satisfechos y un 19.5% se mostraron indiferentes frente al servicio recibido de parte de las operadoras de turismo. Por lo expresado en la figura se deduce que existe un alto grado de satisfacción con el servicio recibido de parte de las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas.

Figura 11

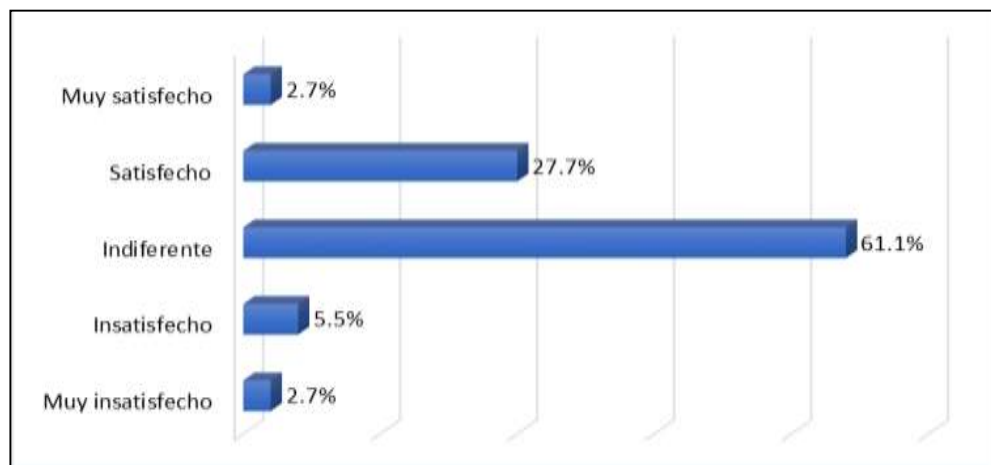
Los servicios se brindan en el momento en que se promete hacerlo



Otro de los aspectos evaluados está relacionado al servicio que es brindado en el momento que se promete, de los cuales un 30.5 % de los turistas se encuentran muy satisfechos, el 47.2% se encuentran satisfechos, para el 19.4% les es indiferente y solo el 2.8% de turistas se encuentran insatisfechos y consideran que los servicios de las tour operadoras no se brindan en el momento que se promete. De igual forma la figura muestra un alto grado de satisfacción de parte de los turistas, es decir las operadoras de turismo siempre brindan el servicio en el momento que lo prometen, lo que determina una rigidez de sus itinerarios.

Figura 12

Las operadoras de turismo brindan sus servicios con registros libre de errores



Este acápite de la investigación hace referencia al registro de turistas libre de errores, es decir que se cuente con números de turistas exactos durante las salidas y que los nombres y documentos sean acorde para no tener contratiempos al ingresar a los atractivos turísticos, en respecto a ello un 2.7% de los turistas se encuentra totalmente satisfecho, un 27.7 % se encuentra satisfecho, para un 61.1% le es indiferente este aspecto, un 5.5% se encuentra insatisfecho y el 2.7% se encuentra muy insatisfecho. De lo apreciado podemos decir que en este punto existe mayor debilidad, ello se debe a que los turistas en su mayoría no se percatan de este tipo de percances, sin embargo,

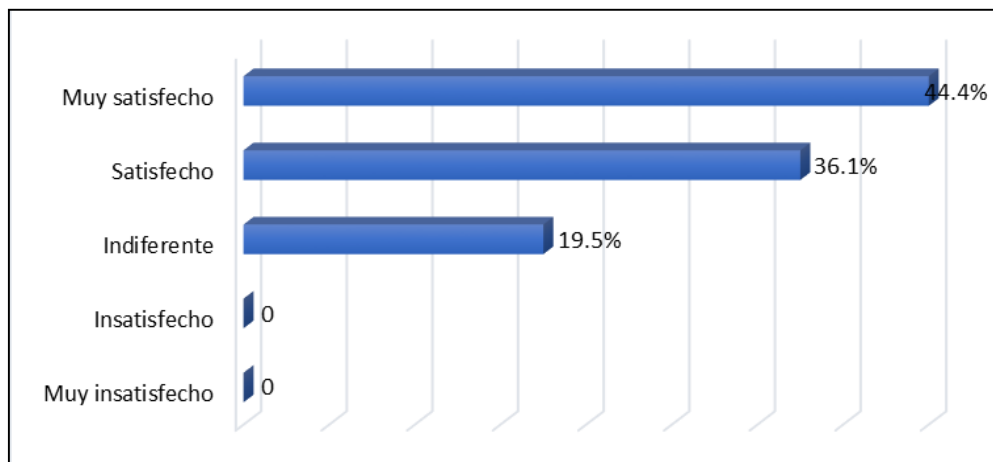
se debe mejorar con una mayor coordinación y un mejor registro de los turistas que van a realizar un tour en el destino.

Dimensión capacidad de respuesta

Esta dimensión mide la rapidez con la que la empresa brinda el servicio, lo cual está relacionado con la información adecuada y oportuna y la disposición para ayudar al turista durante el servicio lo cual se muestra de la siguiente manera:

Figura 13

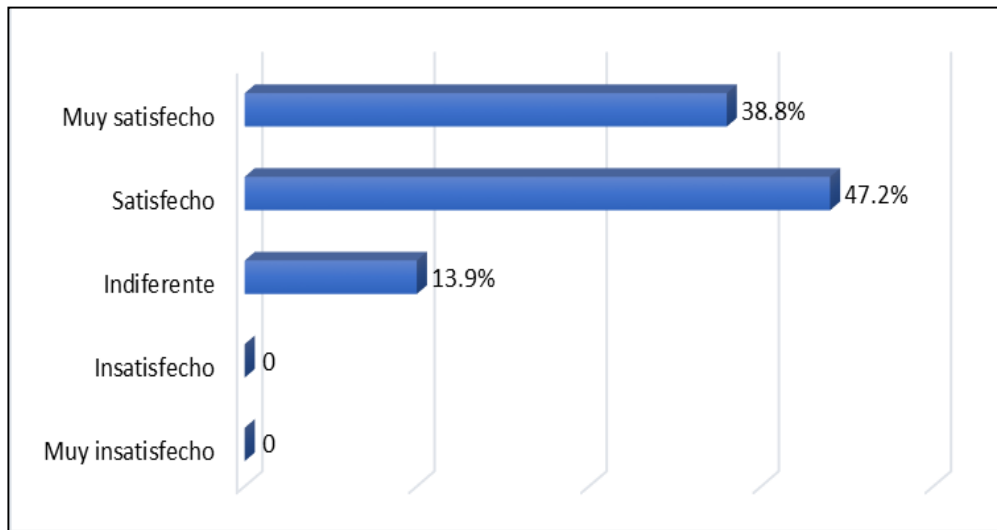
La operadora informa al turista de los servicios que contempla el tour



Como se aprecia en la figura con respecto a si la empresa operadora de turismo mantiene informado sobre la prestación del servicio y de los elementos que este comprende, el 44.4% de los turistas se encuentran muy satisfechos, el 36.1% se encuentran satisfechos y el 19.5% se mostraron indiferentes a este apartado. De lo manifestado se deduce que existe satisfacción de parte de los turistas respecto a la información de los servicios que brinda la tour operadora las mismas que son comunicados por el personal de la empresa.

Figura 14

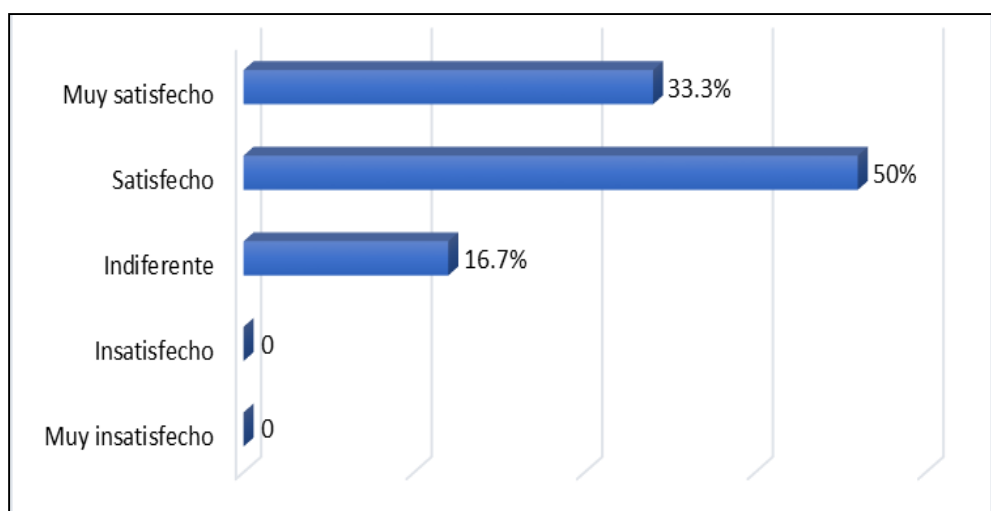
La empresa contratada brinda un servicio rápido



De acuerdo a lo que se aprecia en la figura el 38.8% de los turistas encuestados se encuentran muy satisfechos con la rapidez que brindan el servicio las operadoras contratadas, el 47.2% se encuentran satisfechos y el 13.9% son indiferentes con la rapidez del servicio. De lo expresado podemos inferir que existe un alto grado de satisfacción de parte de los turistas respecto a la rapidez con la que brindan el servicio las tour operadoras.

Figura 15

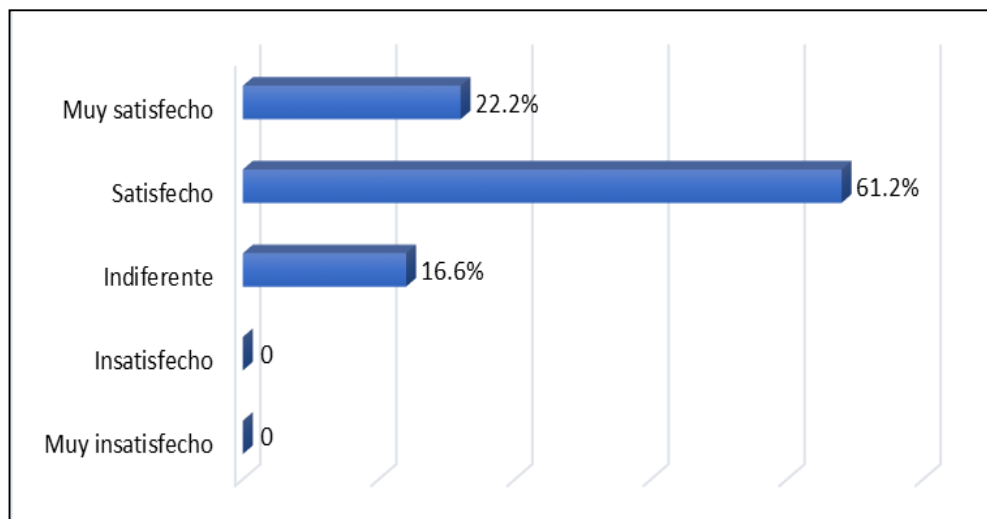
Disposición de apoyar de parte del personal de la operadora de turismo



Como se aprecia en la figura el 33.3 % de los turistas se encuentra muy satisfecho con la disponibilidad que tienen los trabajadores de las operadoras por brindarles algún tipo de apoyo durante el servicio, el 50% está satisfecho y el 16.7 % de turistas es indiferente con este aspecto. Por lo manifestado podemos decir que los turistas se encuentran satisfechos con la predisposición que muestran los trabajadores de las tour operadoras por brindarles ayuda durante el viaje.

Figura 16

Disponibilidad para brindar el apoyo en el momento de la emergencia



Como muestra la figura el 22.2% de los turistas encuestados se encuentran muy satisfechos con la disponibilidad de los trabajadores por ayudarles en el momento de la emergencia, el 61.2% de los turistas se encuentran satisfechos y el 16.6% muestran indiferencia por la disponibilidad de ayuda de parte de los trabajadores en el momento de la emergencia. De lo expuesto se puede decir que los turistas tienen un alto grado de satisfacción con la disponibilidad de los trabajadores al momento de una emergencia.

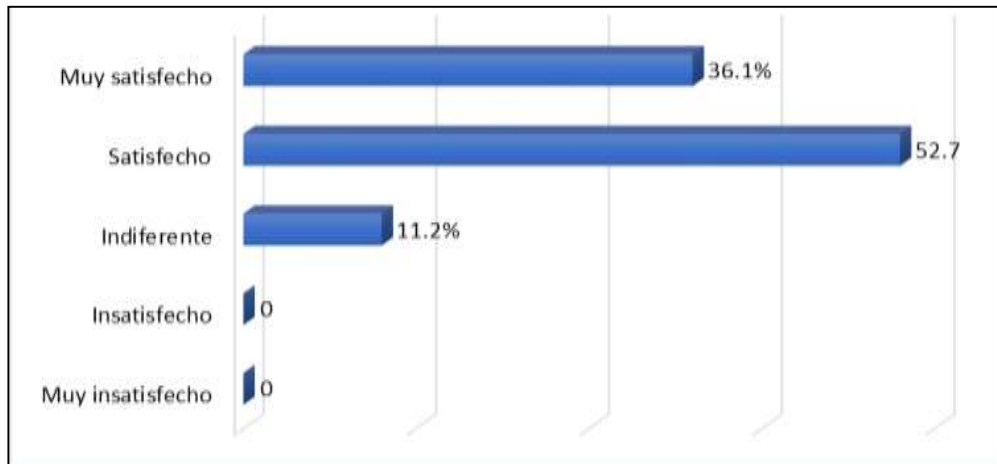
Dimensión de Seguridad

La seguridad es otra de las dimensiones muy apreciada a la hora de brindar un servicio de calidad, esta seguridad está relacionada con las muestras de

confianza de parte del personal, el trato que recibe el turista de parte de los trabajadores, la forma como se organizan para realizar las tareas o brindar el servicio y los conocimientos que tiene para resolver preguntas frecuentes durante el viaje.

Figura 17

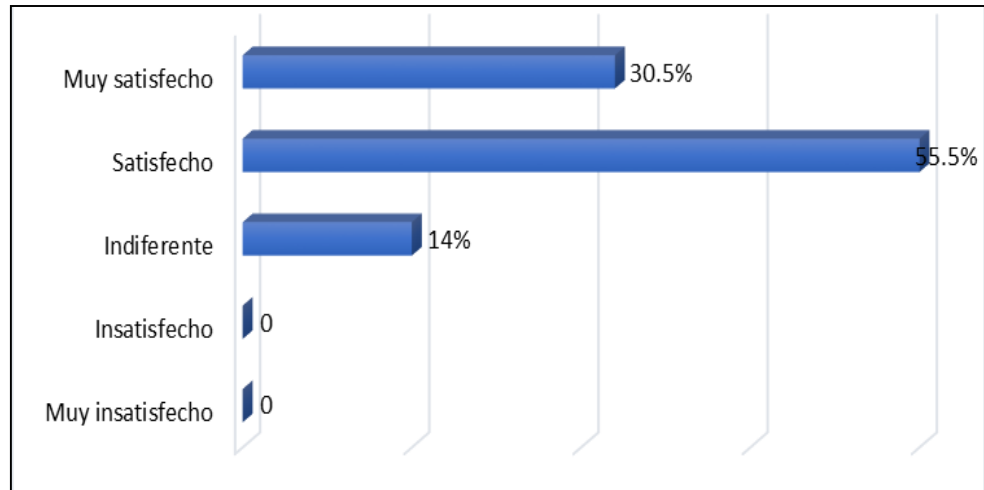
Los empleados de la empresa inspiran confianza



Como se puede apreciar en la figura el 36.1% de los turistas que visitaron la ciudad de Chachapoyas e hicieron uso de los servicios de una tour operadora se encuentran muy satisfechos con la confianza que inspiran los trabajadores, el 52.7% se encuentran satisfechos y el 11.2 % es indiferente con la confianza que brindan los trabajadores de las operadoras de turismo. De lo expresado se puede decir que los turistas se encuentran satisfechos con la confianza que brindan los trabajadores de las tour operadoras de turismo.

Figura 18

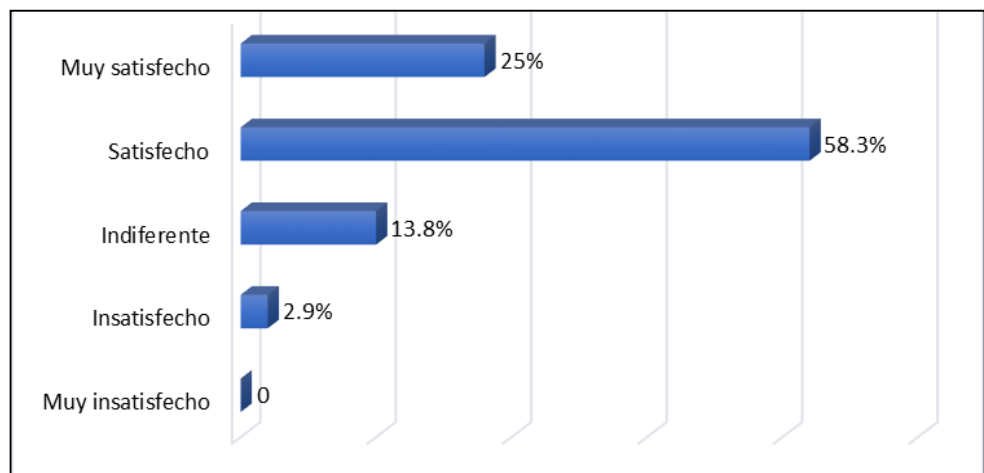
Capacidad de organización de las operadoras de turismo a la hora de brindar el servicio



Como se puede apreciar en la figura el 30.5% de los turistas están muy satisfechos con la capacidad de organización de parte de la empresa y sus trabajadores que brindan el servicio de tour operadora, el 55.5% consideraron estar satisfechos y el 14% es indiferente ante esta capacidad de organización que muestra la empresa. De lo expresado se deduce que los turistas se encuentran satisfechos con la capacidad de organización de las tour operadoras.

Figura 19

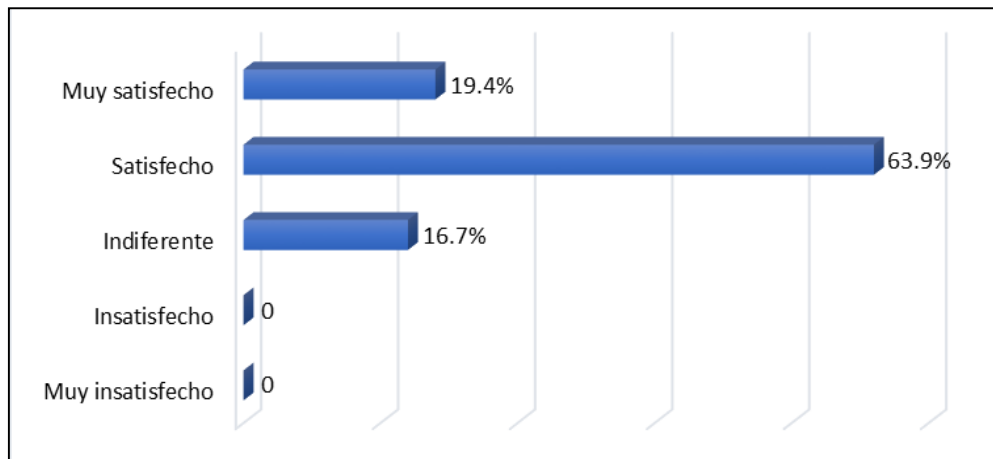
Trato igual para todos los turistas que hacen uso del servicio de una operadora de turismo



Como se aprecia en la figura del total de turistas encuestados, el 25 % se encuentra muy satisfecho con el trato igual que se da a todos los clientes, el 58.3 % se encuentra satisfecho, el 13.8 % se muestra indiferente y el 2.9% de los encuestados se encuentran insatisfechos de acuerdo al trato igualitario recibido durante la prestación del servicio. De lo expresado se puede decir que si bien es cierto que el mayor porcentaje de turistas se encuentran satisfechos con el trato igualitario recibido existe un porcentaje de turistas que consideran que el trato no es igual por lo que se debería mejorar en el trato al turista.

Figura 20

El personal de la operadora posee conocimientos suficientes para resolver preguntas



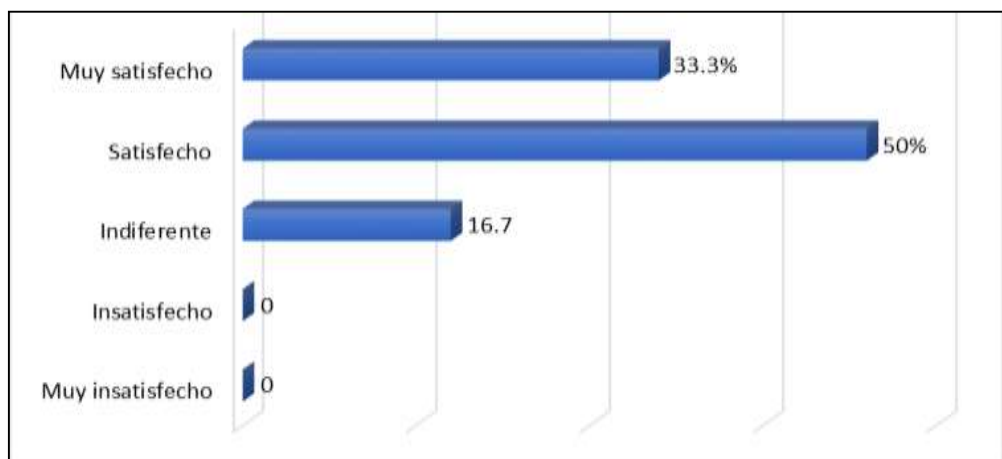
Como se puede apreciar en la figura, de los turistas encuestados, un 19.4 % se encuentran muy satisfechos con los conocimientos que poseen los trabajadores de la empresa a la hora de absolver sus preguntas, el 63.9% está satisfecho y el 16.7% se mostró indiferente ante el conocimiento que posee el personal por resolver sus preguntas durante la prestación del servicio. De lo expresado se puede decir que los turistas que visitaron la ciudad de Chachapoyas se encuentran satisfechos con el conocimiento que posee el personal de las operadoras para resolver sus preguntas.

Dimensión empatía

La dimensión empatía buscó medir en qué manera la empresa tour operadora prestadora del servicio turístico se pone en el lugar del turista, por ello en esta dimensión se midió aspectos relacionados a preocupación por los intereses del turista, si los horarios ofrecidos son convenientes, entiende las necesidades del turista, atención individualizada y personalizada; aspectos que son muy necesarios para los turistas a la hora de decidir realizar su viaje por ello este análisis se muestra en las figuras siguientes:

Figura 21

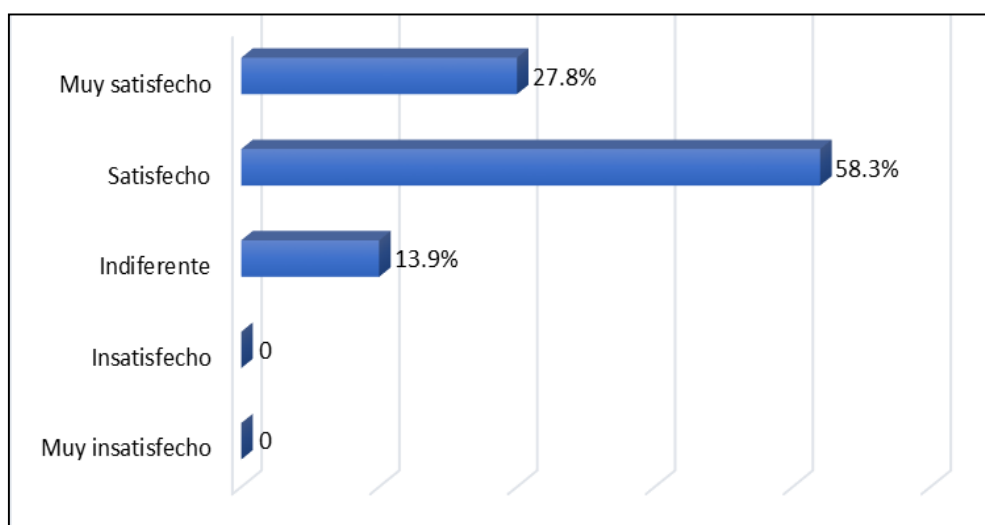
La operadora de turismo contratada en la ciudad de Chachapoyas se preocupa por sus intereses



Como se puede apreciar en la figura, el 33.3 % de los turistas encuestados están muy satisfechos con la operadora de turismo, ya que consideran que se preocupa por sus intereses, el 50 % se encuentran satisfechos y para un 16.7% les es indiferente este aspecto. De lo manifestado se puede inferir que los turistas en su mayoría están satisfechos ya que perciben que las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas se preocupan por los intereses del turista.

Figura 22

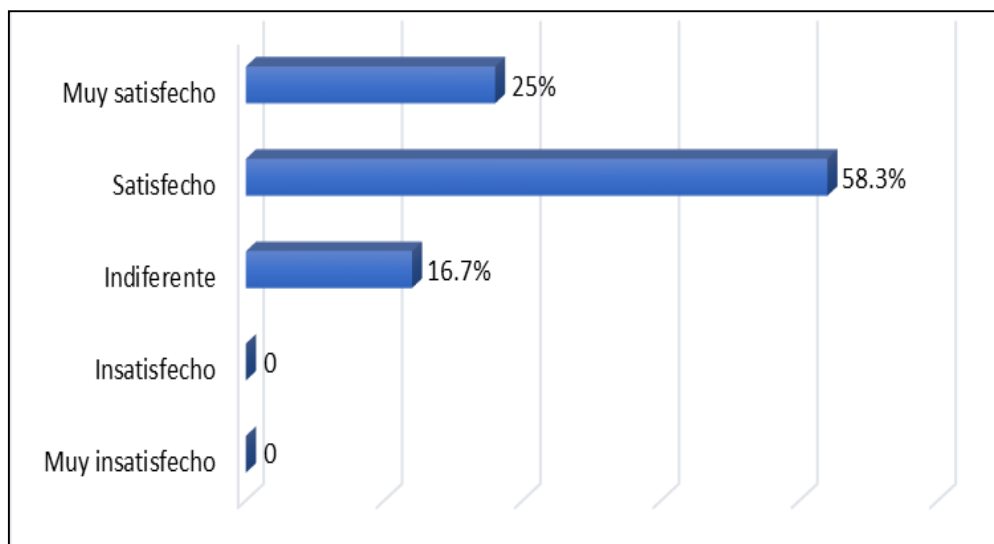
Las operadoras de turismo ofrecen horarios convenientes



Otro aspecto considerado muy importante para los turistas nacionales y extranjeros son los tiempos y horarios, ya que ellos siempre viajan con los tiempos ajustados, por ello los horarios deben de coincidir con otros servicios como los de transporte aéreo, ante ello los turistas que contrataron los servicios de una operadora en la ciudad de Chachapoyas, el 27. % se encuentran muy satisfechos, 58.3% se encuentran satisfechos y el 13.9 % se muestra indiferente. De lo manifestado se puede decir que los turistas se encuentran satisfechos con los horarios establecidos por las operadoras de la ciudad de Chachapoyas.

Figura 23

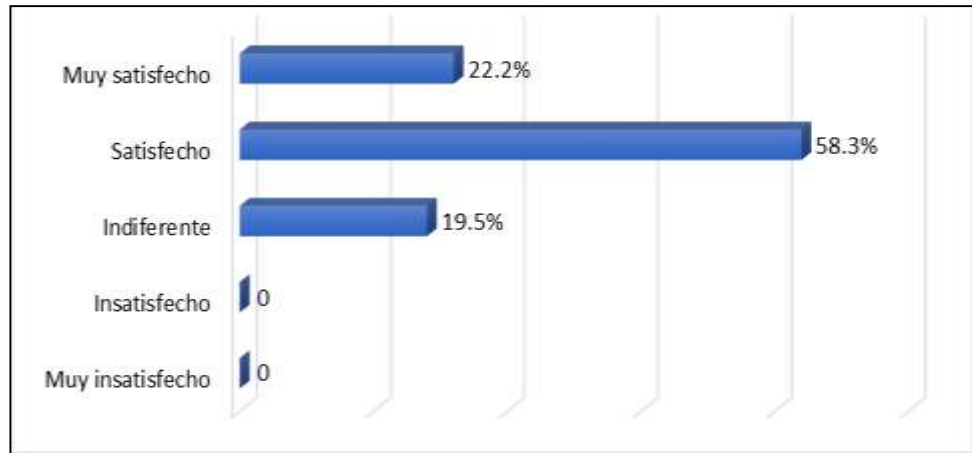
La operadora contratada en la ciudad de Chachapoyas entiende sus necesidades específicas



Los turistas son diversos por lo que sus necesidades son diferentes; sin embargo, cada uno de ellos quiere ser atendido de acuerdo a sus necesidades específicas, ante la evaluación y percepción de este aspecto, los turistas encuestados contestaron que el 25 % se encuentra muy satisfecho, el 58.3% se encuentra satisfecho y el 16.7% se muestra indiferente. De igual forma se puede inferir que los turistas se encuentran satisfechos ya que las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas entienden sus necesidades específicas.

Figura 24

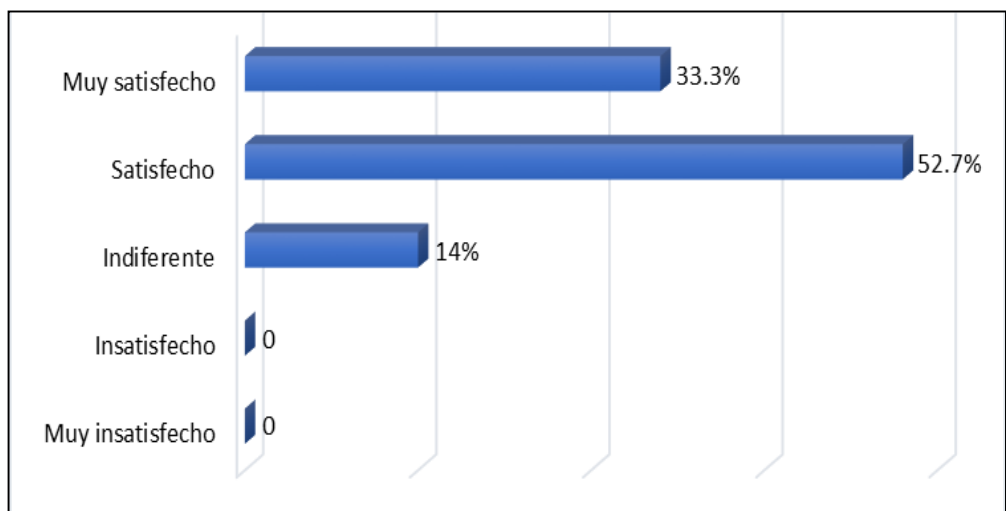
Las operadoras de turismo de la ciudad brindan atención individualizada



La atención individualizada es otro factor importante evaluado en la calidad del servicio y como se puede apreciar en la figura los turistas que hicieron uso de los servicios turísticos de una operadora de turismo manifestaron: el 22.2% se encuentra muy satisfecho, el 58.3% se encuentra satisfecho, el 19.5% se muestran indiferente ante este apartado. De lo expresado se puede deducir que los turistas se muestran satisfechos con el trato individualizado que recibieron de parte de la operadora de turismo.

Figura 25

La operadora de turismo cuenta con el personal que le brinda la atención personalizada



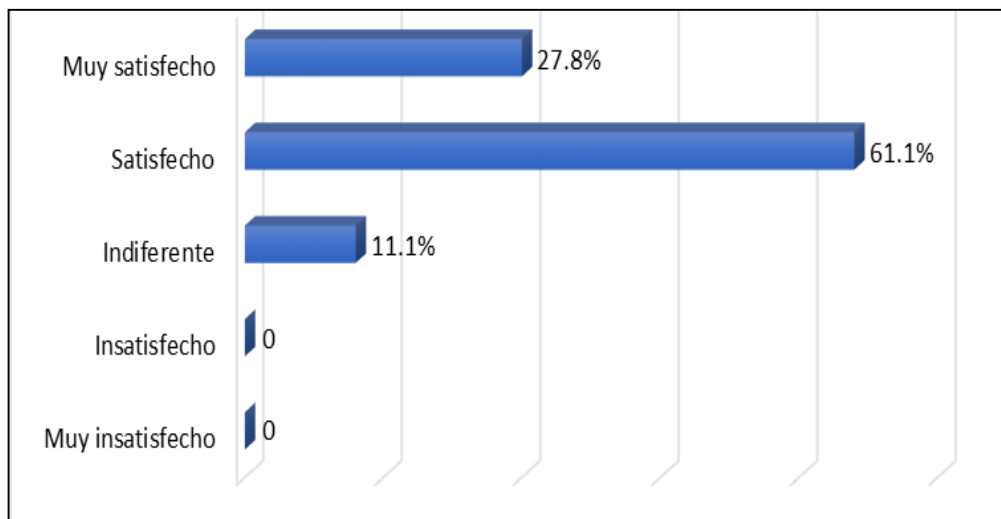
Como se aprecia en la figura y de acuerdo a la percepción de los turistas el 33.3% se encuentran muy satisfechos y manifiestan que la operadora de turismo cuenta con el personal suficiente que brinda atención personalizada, el 52.7% manifestaron estar satisfechos y el 14 % se muestran indiferentes ante esta pregunta. A manera de conclusión se puede aseverar que los turistas se encuentran satisfechos y consideran que las operadoras de turismo cuentan con el personal que les brinda atención personalizada.

Dimensión Elementos tangibles

Una de las formas de percibir la calidad de los servicios es los elementos tangibles, porque es uno de los primeros elementos que se muestran ante nuestros sentidos y si una empresa muestra buena infraestructura ,ordenada y su personal se encuentra uniformado, nos da buena impresión, por ello en esta dimensión se ha medido elementos como las instalaciones, infraestructura, los equipos, el uniforme del personal y si cuenta con lo necesario para brindar un buen servicio, lo manifestado se aprecia en las siguientes figuras:

Figura 26

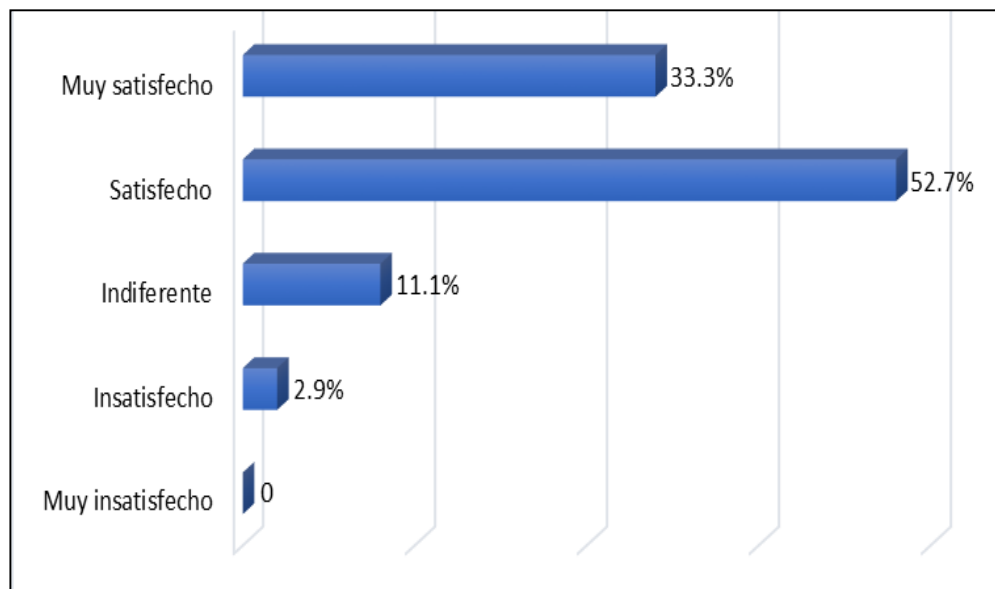
La empresa operadora cuenta con equipos y elementos tangibles modernos



Para el caso de las operadoras de turismo acá se ha evaluado también las unidades móviles con las que cuenta, así como otros equipos, si brinda un turismo especializado, ante ello los turistas contestaron: el 27.8 % se encuentran muy satisfechos, el 61.1% se encuentran satisfechos y el 11.1% se muestran indiferentes con este punto evaluado. Por lo expresado se deduce que los turistas se encuentran satisfechos con los equipos, mobiliarios y unidades móviles con los que cuentan las operadoras de turismo.

Figura 27

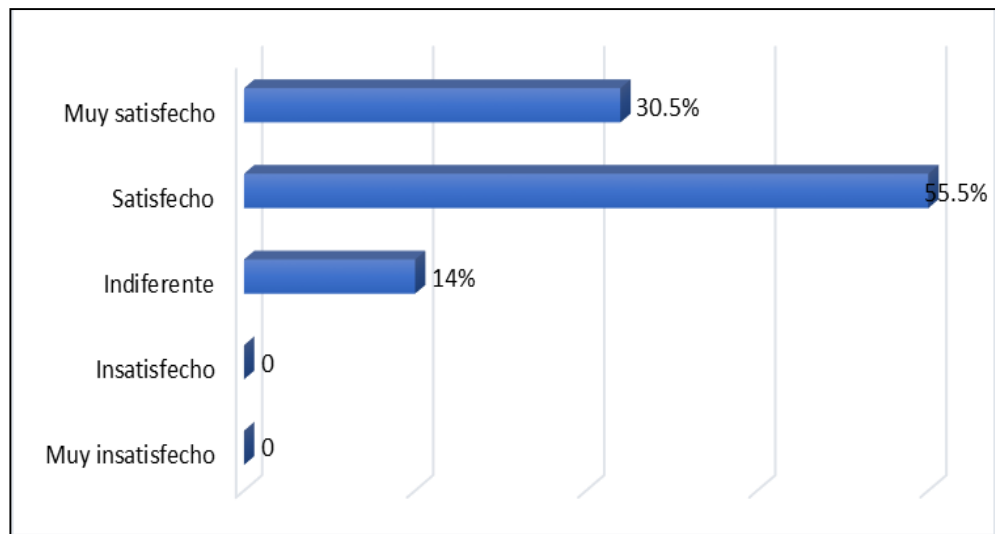
Las apreciaciones respecto a las instalaciones de la empresa



Otro de los aspectos evaluados y percibidos por los turistas fueron las instalaciones de la empresa, donde el 33.3% de los turistas se encuentran muy satisfechos con las instalaciones o infraestructura, el 52.7% contestaron estar satisfechos, el 11.1 se mostraron indiferentes ante este aspecto y el 2.9 % consideraron estar insatisfechos. Si bien la mayoría de turistas se encuentran satisfechos existe un porcentaje de insatisfechos, por lo que se debe de mejorar en este aspecto.

Figura 28

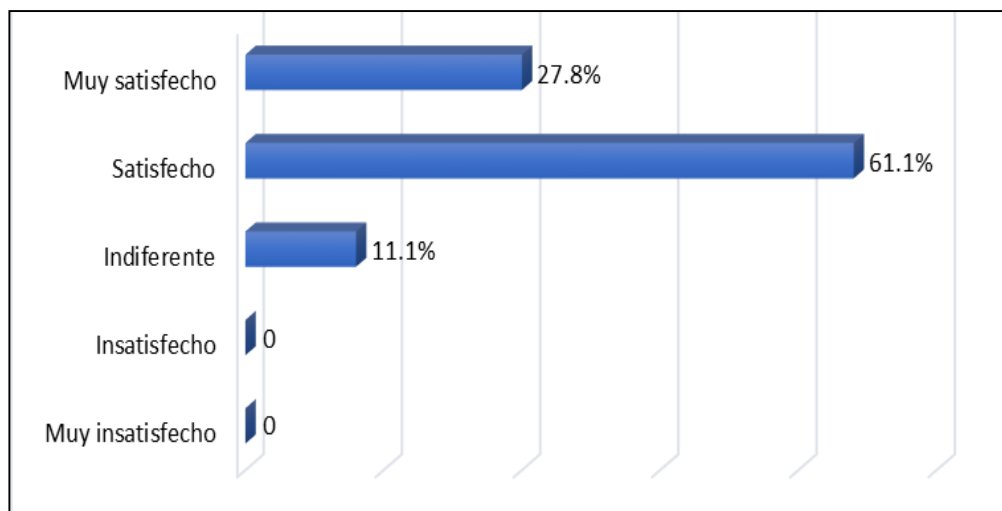
Aspecto del personal que brinda el servicio en las operadoras de turismo.



Como se puede apreciar en la figura se ha considerado como otro elemento tangible el uniforme y pulcritud del personal de las operadoras de turismo, donde el 30.5% se encuentran muy satisfechos, el 55.5% se encuentran satisfechos y el 14 % de los turistas encuestados se mostraron indiferentes en este aspecto. Por lo expresado se deduce que los turistas se encuentran satisfechos con el aspecto del personal de las tour operadoras.

Figura 29

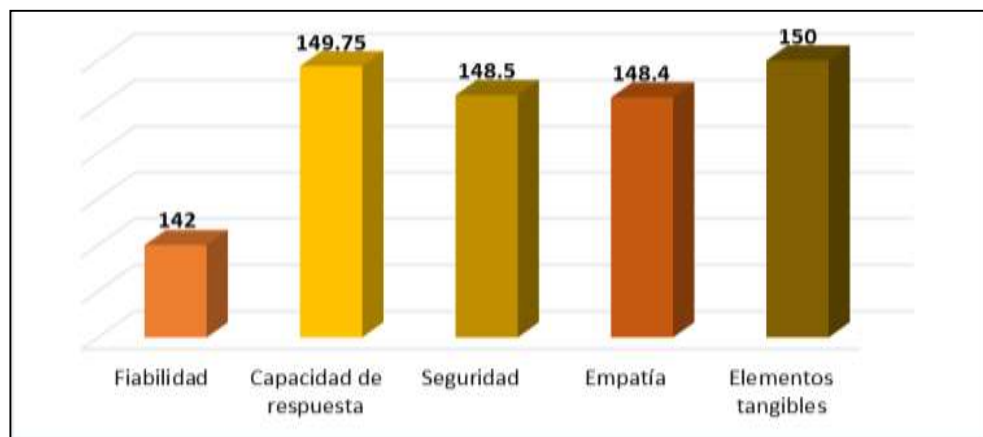
Las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas tienen lo necesario para brindar un buen servicio.



De acuerdo a lo dicho y mencionado anteriormente los turistas evaluaron si las empresas operadoras de turismo de la ciudad tienen lo necesario para brindar un buen servicio, el 27.7% está muy satisfecho, el 61.1% se encuentra satisfecho, el 11.1% fue indiferente en este aspecto. De lo expresado se infiere que las empresas tour operadoras de la ciudad de Chachapoyas tienen lo necesario para brindar un buen servicio.

Figura 30

Evaluación de la calidad del servicio por dimensión



De acuerdo a lo que se aprecia en la figura sobre la evaluación de la calidad de servicio de las operadoras de turismo respecto a las cinco dimensiones evaluadas el de mayor satisfacción es la dimensión elementos tangibles con promedio de 150 puntos, seguido de la capacidad de respuesta con 149.75 puntos, luego se muestra la dimensión de seguridad con 148.5 puntos, la dimensión empatía tiene 148.4 puntos en promedio y finalmente la fiabilidad con 142 puntos de promedio. De lo expresado se deduce que se debe de reforzar la fiabilidad es decir el desempeño durante la prestación del servicio para que el turista confíe más en la empresa.

3.3. Relación de la calidad del servicio con la satisfacción del turista que hizo uso del servicio de una operadora de turismo de la ciudad de Chachapoyas.

Por tratarse de pruebas no paramétricas se ha utilizado el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, lo cual nos permitió demostrar la hipótesis planteada en la investigación, la misma que se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2

Correlación de las variables

		Correlaciones					
		Fiabilidad	Cap.rpta	Seguridad	Empatía	Elem.tan	Qserv
Fiabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	,975**	1,000**	,975**	1,000**	,975**
	Sig. (bilateral)	.	,005	.	,005	.	,005
	N	5	5	5	5	5	5
Cap. rpta	Coefficiente de correlación	,975**	1,000	,975**	1,000**	,975**	1,000**
	Sig. (bilateral)	,005	.	,005	.	,005	.
	N	5	5	5	5	5	5
Seguridad	Coefficiente de correlación	1,000**	,975**	1,000	,975**	1,000**	,975**
	Sig. (bilateral)	.	,005	.	,005	.	,005
	N	5	5	5	5	5	5
Empatía	Coefficiente de correlación	,975**	1,000**	,975**	1,000	,975**	1,000**
	Sig. (bilateral)	,005	.	,005	.	,005	.
	N	5	5	5	5	5	5
Elem.tang	Coefficiente de correlación	1,000**	,975**	1,000**	,975**	1,000	,975**
	Sig. (bilateral)	.	,005	.	,005	.	,005
	N	5	5	5	5	5	5
Qserv	Coefficiente de correlación	,975**	1,000**	,975**	1,000**	,975**	1,000
	Sig. (bilateral)	,005	.	,005	.	,005	.
	N	5	5	5	5	5	5

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

La tabla muestra un alto nivel de significancia entre la correlación de las variables con un coeficiente de 0,975 es decir es una relación directa positiva indicando que, si se eleva una de las dimensiones evaluadas, la otra dimensión también se eleva, y por ende si se mejora la calidad del servicio se eleva el nivel de satisfacción del cliente.

3.4 Estrategias de mejora de la calidad del servicio de las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas.

Presentación

La propuesta tiene por finalidad plantear estrategias que ayuden a mejorar la calidad del servicio de las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas, a fin de incrementar el nivel de satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros que hacen uso de sus servicios.

La propuesta tiene como base el análisis de los resultados realizadas en las fases anteriores de la presente investigación, por ello que se plantea estrategias en función a la necesidad de los clientes.

Beneficiarios

Beneficiarios directos

Los operadores de turismo y agentes de viaje quienes constituyen los clientes internos de las empresas operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas, sobre estas personas recae la responsabilidad de la atención con estándares de calidad, tratando de evitar errores permanentes ya que estos están generando pérdida y baja de flujo de clientes de la empresa.

Beneficiarios indirectos

Lo constituyen los clientes externos que para este caso vienen a ser los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Chachapoyas y que utilizan los servicios de una operadora de turismo. Por ello se plantean propuestas que permitan llegar con un servicio eficaz y eficiente que satisfagan las necesidades de los turistas y se adapten a las nuevas tendencias de turismo de mercado.

Objetivos de la propuesta

Objetivo general

Diseñar una propuesta de un plan de acción que permita mejorar la calidad del servicio de las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas

Objetivos específicos

- ✓ Determinar acciones concretas que permitan mejorar la atención de los turistas nacionales y extranjeros que visiten la ciudad de Chachapoyas.
- ✓ Definir metas y acciones de acuerdo a las necesidades de servicio de los turistas que visitan la ciudad de Chachapoyas
- ✓ Programar actividades con tiempos y responsables para poder obtener resultados y cumplir de acuerdo a los objetivos estipulados en el plan de acción.

Análisis FODA

Tabla 3

Matriz de análisis FODA de las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">✓ Los proveedores con los que trabajan las operadoras son empresas serias y formales que garantizan un buen servicio.✓ Las empresas operadoras de turismo cuentan con personal conocedor de la zona donde brindan el servicio turístico.✓ Se cuenta con innovación permanente acorde a las necesidades y nuevas tendencias del mercado✓ Se ofertan actividades variadas con opciones para visitar diferentes atractivos turísticos.	<ul style="list-style-type: none">✓ Incremento del flujo de turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Chachapoyas y otros atractivos dentro de la región Amazonas.✓ Las instituciones públicas y gubernamentales tienen interés en la promoción del destino turístico de Amazonas.✓ Alianzas estratégicas con otras operadoras y agencias de viaje que operan en otros destinos cercanos al destino Amazonas.

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Las reservas y contratos se realizan de forma directa o través de las redes sociales, vía telefónica o correos electrónicos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Chachapoyas constituye el centro de soporte de la actividad turística de la región Amazonas ✓ Entidades financieras que financian para la ampliación de empresas del sector turismo en la ciudad de Chachapoyas.
<p>Debilidades</p>	<p>Amenazas</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ No se realiza seguimiento post venta a los clientes que hicieron uso de los servicios de las operadoras de la ciudad de Chachapoyas. ✓ Limitado acceso a la tecnología por desconocimiento de plataformas de reserva para las operadoras de turismo a nivel regional, nacional e internacional. ✓ Las operadoras de turismo carecen de un ambiente para la espera, que le permita al turista estar cómodo hasta el momento de la salida a visitar el atractivo. ✓ El personal tiene limitado dominio de inglés u otro idioma extranjero que le permita comunicarse fácilmente con los turistas extranjeros. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Las condiciones climáticas adversas que se presentan en la ciudad de Chachapoyas y el destino Amazonas interrumpen la programación de las agencias de viaje. ✓ Las autoridades del sector turismo de la región muestran desinterés e inoperancia para mejorar y desarrollar el turismo en la región Amazonas y por ende en la ciudad de Chachapoyas. ✓ El deterioro de los atractivos turísticos de la región Amazonas como es el caso del complejo arqueológico de Kuélap. ✓ La competencia desleal de empresas que brindan servicios deficientes y a un bajo costo. ✓ Los problemas de salubridad como el presentado por la pandemia COVID 19, disminuyen el interés de los turistas por trasladarse a otros destinos como Amazonas.

Acciones estratégicas

Tabla 4

Capacitación para el manejo de la tecnología de la comunicación e informática

Acción estratégica	Capacitación para el manejo de las TIC
Responsable	Gerente y administrador de la empresa operadora de turismo
Objetivo	Hacer uso de manera eficiente de los medios y herramientas de comunicación tecnológica y que estas a su vez se reflejen en el incremento de clientes.
Duración	Tres meses
Áreas involucradas	El área de reservas, ventas y atención al cliente.
Recursos	Económico, tecnológico y humano
Objetivo al que contribuye	Determinar acciones concretas que permitan mejorar la atención al cliente o turista.
Actividades	Metas
Lanzamiento de ofertas y promociones de paquetes a través de herramientas como las redes sociales y plataformas virtuales. Crear diseñar y rediseñar la página web de la empresa, así como el fan page. Realizar reservas online a través de la página web de la operadora de turismo.	Creación de una página web para las operadoras de turismo Creación de un grupo o red de operadores de turismo de la ciudad de Chachapoyas. Incrementar en un 100% el número de reservas online y por ende el número de turistas que hacen uso de las operadoras de turismo en la ciudad de Chachapoyas.

Realizar invitaciones y creación de grupos de amigos en la red, con proveedores instituciones públicas, gremios y clientes corporativos del sector turismo a fin de compartir nuestras promociones de los servicios que ofrecen las empresas de turismo.	
--	--

Tabla 5

Fortalecimiento de capacidades y seguimiento de ventas y post ventas

Acción estratégica	Seguimiento de las ventas y post ventas de la operadora de turismo	
Responsable	Gerente y administrador de la operadora de turismo	
Objetivo	Conocer la opinión de los turistas referente al servicio recibido para mejorarlo constantemente.	
Duración	Cuatro meses	
Áreas involucradas	Área de ventas y atención al cliente de las operadoras de turismo	
Recursos	Humanos, tecnológicos y económicos	
Objetivo al que contribuye	Definir metas y acciones de acuerdo a las necesidades de servicio de los turistas que visitan la ciudad de Chachapoyas	
Actividades	Metas	
<p>Recoger información sobre el perfil del turista que hace uso de los servicios de una operadora de turismo de la ciudad de Chachapoyas, todo ello a fin de mejora el trato y lograr una fidelización del cliente.</p> <p>Aplicación de encuestas sobre la calidad del servicio recibido de parte de las operadoras de turismo, la referida encuesta de evaluar por</p>	<p>Elaboración de un documento perfil del turista que hace uso de una agencia de viajes en la ciudad de Chachapoyas.</p>	

<p>separado a los servicios ofrecidos directamente de la empresa y de los proveedores, así como evaluar los equipos y otros elementos tangibles utilizados por la empresa durante la prestación del servicio.</p> <p>Realizar comunicaciones personalizadas con los clientes o turistas ello a fin de conocer la experiencia que el turista tiene referente al servicio y al destino visitado.</p> <p>Comunicar a los turistas respecto de las promociones que oferta la empresa a fin que ellos puedan hacer uso y aprovechar de los beneficios que se ofrecen mediante paquetes especiales.</p>	
---	--

Tabla 6

Implementación con un ambiente de espera para los turistas que hacen uso de las operadoras de turismo

Acción estratégica	Implementación de un ambiente de espera para los turistas
Responsables	Gerente y administrador
Objetivo	Mejorar los espacios para la recepción de los turistas o clientes dentro de las instalaciones la empresa operadora de turismo.
Duración	Dos meses
Áreas Involucradas	Área de ventas y área de operaciones
Recursos	Económicos, humanos y tecnológicos
Objetivo al que contribuyen	Definir metas y acciones de acuerdo a las necesidades de servicio de los turistas que visitan la ciudad de

	Chachapoyas.
Actividades	Metas
<p>Implementación con equipos audiovisuales para que el turista pueda ver videos de los atractivos que oferta la empresa como parte de sus paquetes turísticos.</p> <p>Implementación de muebles como sillones de espera, material informativo impreso a fin que el turista pueda leerlos durante su permanencia en las instalaciones de la empresa.</p> <p>Señalética y accesorios de seguridad como luces de emergencia, cámaras de seguridad los cuales deben estar al interior y exterior de las instalaciones, a fin de que el cliente se sienta tranquilo y confiado.</p>	<p>Las operadoras adecuaron sus instalaciones de acuerdo a las necesidades de los turistas que hacen uso de sus servicios.</p> <p>Instalación de dos cámaras de seguridad y sus luces de emergencia</p>

Tabla 7

Acción estratégica fortalecimiento de capacidades en idiomas extranjeros

Acción estratégica	Fortalecimiento de capacidades en el aprendizaje de idiomas extranjeros
Responsable	Gerente y Administrador
Objetivos	Fortalecer las capacidades en idiomas del personal que labora en las operadoras de turismo a fin de tener una mejor comunicación con los turistas.

Duración	Seis meses
Áreas involucradas	Área de ventas y atención del cliente.
Objetivo estratégico al que contribuye	Definir metas y acciones de acuerdo a las necesidades de servicio de los turistas que visitan la ciudad de Chachapoyas
Actividades	Metas
Talleres de aprendizaje de inglés de acuerdo al nivel que posee el trabajador (Básico, intermedio o avanzado). Talleres de aprendizaje de francés, portugués y/o alemán de acuerdo a las exigencias del mercado y disponibilidad del personal capacitador.	Cinco talleres en fortalecimiento de idiomas extranjeros. Guías capacitados en idiomas extranjero capaces de comunicarse adecuadamente con los turistas extranjeros.

Tabla 8

Acción estratégica fortalecimiento de capacidades organizacionales

Acción estratégica	Fortalecimiento de capacidades organizacionales de ADOTUR
Responsable	Presidente de ADOTUR Amazonas
Objetivos	Fortalecer las capacidades organizacionales de los integrantes gremiales de ADOTUR Amazonas
Duración	Seis meses
Áreas involucradas	Miembros activos de la organización

Objetivo estratégico al que contribuye	Fortalecer las capacidades organizacionales a fin de mantener actualizado sus vigencias de poder de la organización y tenga representatividad ante la sociedad civil.
Actividades	Metas
Asistencia de parte de los organismos del sector público como MINCETUR, DIRCETUR, Gobierno Regional y Local. Talleres sobre formalización, ventajas y desventajas. Asistencia técnica sobre participación en eventos nacionales e internacionales, además de participación en fondos concursables	Cinco talleres en fortalecimiento de capacidades organizacionales. Asociación fortalecida y capacitada. Organización participando en fondos concursables.

Tabla 9

Cronograma de actividades

N°	Actividad	Tiempo /un año											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
AE1	Capacitación para el manejo de la tecnología de la comunicación e informática												
1.1	Lanzamiento de ofertas y promociones de paquetes a través de herramientas como las redes sociales y plataformas virtuales.												
1.2	Reservas online a través de la página web de la operadora de turismo.												
AE2	Fortalecimiento de capacidades y seguimiento de ventas y post ventas												
2.1	Invitaciones y creación de grupos de amigos en la red, con proveedores instituciones públicas, gremios y clientes corporativos												
2.2	Recojo de información sobre el perfil del turista que hace uso de los servicios de una operadora de turismo												
2.3	Aplicación de encuestas sobre la calidad del servicio recibido de parte de las operadoras de turismo.												
2.4	Comunicar a los turistas respecto de las promociones que oferta la empresa.												
AE3	Implementación con un ambiente de espera para los turistas que hacen uso de la operadora de turismo												
3.1	Implementación con equipos audiovisuales												

3.2	Señalizar e instalar accesorios de seguridad como luces de emergencia y cámaras de seguridad.																
AE4	Acción estratégica fortalecimiento de capacidades en idiomas extranjeros																
4.1	Talleres de aprendizaje de inglés de acuerdo al nivel que posee el trabajador																
4.2	Talleres de aprendizaje de francés, portugués y/o alemán																
AE5	Fortalecimiento de capacidades organizacionales de ADOTUR																
5.1	Asistencia técnica de los organismos públicos																
5.2	Participación de fondos concursables de carácter local, regional y nacional																

Tabla 10

Presupuesto estimado para su implementación

Actividad	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total S/
AE1. Capacitación en manejo de la tecnología de la comunicación e informática				
Lanzamiento de la oferta	Global	1	1000.00	1000.00
Reservas online	Global	1	1200.00	1200.00
AE2. Fortalecimiento de capacidades y seguimiento de ventas y post ventas				
Creación de grupos en plataformas virtuales	Global	1	1200.00	1200.00
Recojo de información	Persona/mes	2	1025.00	2050.00
Aplicación de encuestas	Personal/mes	12	1025.00	12 300.00
AE3. Implementación con un ambiente para de espera para los turistas que hacen uso de la operadora de turismo				
Equipos audiovisuales	Global	1	12000.00	12 000.00
Señalización y cámaras de seguridad	Global	1	6000.00	6000.00
AE4. Fortalecimiento de capacidades en idiomas extranjeros				
Talleres de idiomas extranjeros	Taller	5	2000.00	10000.00
AE5. Fortalecimiento de capacidades organizacionales de ADOTUR				
Asistencia técnica de los organismos públicos	Taller	6	100.00	600.00
Participación de fondos concursables de carácter local, regional y nacional	Global	3	1000.00	1000.00
Costo Total	S/.45 .050 Soles			

Financiamiento

La propuesta es que la implementación de la mejora sea financiada por las agremiaciones AGOTUR, ADOTUR y AHORA; de otro lado los guías y trabajadores de turismo deben asumir los costos para asistir a los talleres, los cuales son costos preferenciales para trabajadores de las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas.

IV. DISCUSIÓN

La satisfacción del cliente es un indicador de que la calidad de servicio es buena, y esta hace que las empresas crezcan de manera sostenible alcanzando la competitividad; en caso de las agencias de viaje y operadoras de turismo esta ayuda a posicionarlas como parte de un destino turístico competitivo (Rogel, 2018). Por ello de acuerdo a la relación que se desarrolló entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en las operadoras de la ciudad de Chachapoyas, encontramos que esta es directa, alta y significativa lo cual fue demostrado mediante el coeficiente de correlación de Rho Spearman con un nivel de significancia de 0,975.

De otra parte, Alava y Bastidas manifiestan que las agencias de viaje son empresas dedicadas a la intermediación siendo entre el turista y los servicios de alojamiento, traslado y alimentación, siendo esta la razón para que los servicios se brinden con calidad y ello conlleva a que los pagos sean en función a la calidad de estos servicios y tratando de satisfacer al cliente. Por su parte en la investigación realizada en la ciudad de Chachapoyas los turistas se encuentran satisfecho no solo con el precio que pagan por los servicios de las operadoras de turismo, sino también valoran otros aspectos como la empatía, la capacidad de respuesta y la seguridad. De igual forma Vergara (2017) utiliza el modelo SERVCUAL para medir la calidad del servicio de información turística, considerando variables como las menciona anteriormente y evaluadas en el desarrollo de la presente investigación. Por otro lado, Vicuña y Olea (2018) considera que la calidad del servicio se relaciona directamente con la percepción del cliente, el compromiso de la empresa y la confianza del cliente, del mismo modo se pudo determinar que la calidad del servicio se relaciona directamente con la satisfacción del turista evaluado en las dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Por otro lado, Flores (2019) plantea que los servicios es uno de los sectores de mayor crecimiento en el Perú, del mismo modo sucede en la ciudad de Chachapoyas con los servicios turísticos en especial con el servicio de operadores de turismo que tuvieron sus años de mayor crecimiento desde el año 2016 al año

2019 donde la tasa de crecimiento fue superior al 200% como se evidencia en la figura 2 de la investigación.

Así mismo Orozco (2019) en su investigación realizada en la ciudad de Chachapoyas concluye que los turistas que visitaron la ciudad se encuentran más satisfechos con los atractivos turísticos, seguido de la disponibilidad de infraestructura y la atención prestada por parte de los operadores de turismo, lo cual se reafirma con los resultados mostrados en la presente investigación donde los turistas se encuentran satisfechos con el servicio brindado por las operadoras de turismo de la ciudad, y la mayor puntuación de este fue asignado a la dimensión elementos tangibles, sin embargo se debe de mejorar algunos aspectos como la sala de espera, la playa de estacionamiento y la implementación de elementos de seguridad como se plantea en cumplimiento al objetivo 4 de la presente investigación. Finalmente, Angulo (2017) considera que el nivel de la calidad de prestación del servicio de las agencias de viaje de la ciudad de Chachapoyas es bajo refutando con la presente investigación ya que los resultados evidencian lo contrario a lo manifestado por Angulo. Pero para dar mayor consistencia a los resultados y mejorar cada vez más la calidad de los servicios de las operadoras de turismo se ha planteado algunas acciones estratégicas los mismo que se relacionan con la capacitación del personal e implementación de infraestructura como parte de los elementos tangibles e intangibles de la calidad de servicios.

V. CONCLUSIONES

- ✓ Del diagnóstico realizado de las operadoras de servicios turísticos de la ciudad de Chachapoyas se concluye que la mayoría de empresas del sector de la región Amazonas se concentran en la ciudad de Chachapoyas, este servicio tuvo un crecimiento acelerado, teniendo sus picos de mayor crecimiento los años 2016 al 2019.
- ✓ Los turistas que visitaron la ciudad de Chachapoyas el año 2018 lo evaluaron al servicio con un alto nivel de satisfacción, con una puntuación de 75.2 de 100 puntos.
- ✓ Se midió la satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros que hicieron uso de los servicios de una tour operadora en la ciudad de Chachapoyas, teniendo como indicadores muy insatisfechos, insatisfechos, indiferentes, satisfechos y muy satisfechos, donde el mayor porcentaje de los turistas se encuentran satisfechos y de las dimensiones evaluadas la de mayor puntuación o nivel de satisfacción son los elementos tangibles y el de menor evaluación es la fiabilidad; sin embargo la diferencia entre estas dimensiones es solo de 8 puntos.
- ✓ La relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los turistas que hicieron uso de las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas es alta, directa y significativa por lo que se acepta la hipótesis de la investigación, la misma que expresa que existe relación significativa entre las variables de estudio.
- ✓ Las estrategias de mejora planteadas para las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas, presentan cuatro acciones estratégicas relacionadas a la capacitación para el uso de las tic como herramienta de ventas, el seguimiento de ventas y postventas, la implementación de ambientes para la comodidad del turista y el fortalecimiento de capacidades en idiomas extranjeros, la misma que debe ser ejecutada en un periodo de tiempo de un año y con el financiamiento de los gremios del sector y los mismos beneficiarios.

VI. RECOMENDACIONES

- ✓ A los operadores de turismo de la ciudad de Chachapoyas se recomienda adoptar medidas para la mejora continua del servicio, ya que si bien es cierto que existe satisfacción de los turistas se debería tener en cuenta que las tendencias de mercados y perfiles de los turistas son cambiantes.
- ✓ A futuros investigadores abordar problemáticas relacionadas a la prestación de servicios del sector turismo, a fin de mejorar no solo el servicio ofrecido por operadoras de turismo sino servicios de alimentación, hospedaje, traslado, ya que ellos constituyen los proveedores de los operadores de turismo.
- ✓ A los encargados de la elaboración de la malla curricular de la Escuela Profesional de Administración en Turismo, incluir cursos de idiomas extranjeros, a fin de tener egresados altamente capacitados y preparados para desempeñarse bien en sus funciones.
- ✓ A las diferentes agremiaciones del sector de agencias de viaje y operadoras de turismo se recomienda realizar programas de capacitación a fin de fortalecer las capacidades en uso y manejo de tecnologías y dominio de idiomas extranjeros, toda vez que con ello se mejorará el servicio y se tendrá turistas más satisfechos en la ciudad de Chachapoyas.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alava, L. G. y Bastidas J. A. (2016). *Estudio de la calidad del servicio y satisfacción del cliente de las agencias de viajes en Puerto Ayora, Isla Santa Cruz*. [Tesis de título profesional, Universidad Central de Ecuador]. Repositorio Institucional. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10472/1/T-UCE-0004-TE008-2016.pdf>
- Dirección Regional de Turismo Amazonas. (2019). *Directorio de Agencias de Viajes y Tour Operadores*. <http://dircetur.regionamazonas.gob.pe/>
- Flores, W. T. (2019). *Influencia de la gestión de la calidad del servicio en la satisfacción del turista de los Operadores Turísticos Kontiki Tours y Puno Travel en la Ciudad de Puno 2017*. [Tesis de título profesional, Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio Institucional. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/12588>.
- Hernández R., Fernández C., y Baptista P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6a. ed.). México D.F.: McGraw-Hill.
- [Ministerio de comercio exterior y turismo \(2022\). Estadísticas de turismo en el Perú](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoRegional/RTR_Amazonas.pdf)
https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoRegional/RTR_Amazonas.pdf
- [Ministerio de comercio exterior y turismo \(2021\). Estadísticas de turismo en el Perú](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoRegional/RTR_Amazonas.pdf)
https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoRegional/RTR_Amazonas.pdf
- [Ministerio de comercio exterior y turismo \(2018\). Estadísticas de turismo 2018](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/tripticos/2018/Lima.pdf).
Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/tripticos/2018/Lima.pdf>.
- [Orozco, L. F. \(2019\). Oferta turística y satisfacción del turista de los operadores de turismo de la ciudad de Chachapoyas – 2016](http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1780/Orosco%20Tuesta%20Lesly%20Fiorela.pdf?sequence=1&isAllowed=y). [Tesis de título profesional, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas].
<http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1780/Orosco%20Tuesta%20Lesly%20Fiorela.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- [Organización Mundial del Turismo. \(2021\). International Tourist Arrivals](https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347#:~:text=repunte%20del%20sector).
<https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347#:~:text=repunte%20del%20sector>

[r.-,Seg% C3% BAn% 20e1% 20% C3% BAltimo% 20Bar% C3% B3metro
% 20del% 20Turismo% 20Mundial% 20de% 20la% 20OMT,del% 20primer% 20trim
estre% 20de% 202021.](#)

[Ozomek, A. \(2015\). *Atención básica al cliente*. \(5.0 ed\). España: Editorial Elearning S.L.](#)

[Ríos, J. & Santomá, R. \(2008\). *Calidad de servicio en la industria hotelera desde la perspectiva del SERVQUAL*. *Managment & empresa*, 1 -12.](#)

Rogel, J. L. (2018). La Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente: Binomio clave en Agencias de Viajes en Ecuador. *Memorialia*, 15, 2-14.
<http://www.postgradovipi.50webs.com/archivos/memorialia/2018-I/ARTICULO15.pdf>

Vergara, K. E. (2017). *Medición de calidad percibida de los servicios de información turística. Estudio de caso: Oficina de Informes Turísticos de Rada Tilly, Chubut*. [Tesis de título profesional, Universidad Nacional del Sur Argentina].
Repositorio Institucional.
<http://bc2.uns.edu.ar/bitstream/123456789/4462/1/TESIS%20%20VERGARA.pdf> TOTAL

Vicuña, S. C. y Olea, C. F. (2018). *Relación de la calidad de servicio, calidad de relación y valor percibido con la lealtad del cliente en las agencias de viaje MYPES de Miraflores 2017*. [Tesis de título profesional, Universidad San Ignacio de Loyola].
Repositorio Institucional.
http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3787/1/2018_VIcu%C3%B1a-Condor.pdf

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta dirigida a los turistas nacionales y extranjeros que hicieron uso de las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas.

Estimados turistas:

En la presente encuesta se desea recolectar información acerca del servicio que ofrecen las operadoras de turismo de la ciudad de Chachapoyas, con el fin de obtener de ello la calidad de dicho servicio. Para ello se pide que usted se sirva a completar la siguiente encuesta con total transparencia y agradeciendo de antemano su participación, ya que la información será empleada para una tesis de pregrado.

Se miden diferentes aspectos a lo que usted debe de responder marcando una “X” un número, siendo 1 el de menor puntuación y 5 el de mayor puntuación.

1	2	3	4	5
Muy insatisfecho	Insatisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy satisfecho

Preguntas en relación a las variables calidad del servicio y satisfacción del turista

Dimensión de fiabilidad	1	2	3	4	5
La operadora contratada promete hacer algo en cierto tiempo y lo cumple.					
Cuando el turista tiene un problema, la operadora de turismo contratada muestra un sincero interés en resolverlo					
La agencia de viaje contratada desempeña bien el servicio					
La operadora de turismo contratada proporciona sus servicios en el momento que promete hacerlo					
La empresa debe insistir en registro libres de error.					
Dimensión de capacidad de respuesta					

La operadora de turismo contratada lo mantiene informado respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.					
La operadora de turismo contratada da un servicio rápido.					
Los empleados de la operadora de turismo contratada están dispuestos a ayudarle.					
Los empleados de la operadora de turismo están siempre disponibles para ayudarle.					
Dimensión seguridad					
El comportamiento de los empleados de la operadora de turismo contratada le inspira confianza.					
Los empleados de la operadora de turismo contratada demuestran capacidad de organización del servicio.					
Los empleados de la operadora de turismo contratada demuestran igualdad para todos sus clientes					
Los empleados de operadora de turismo contratada tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas.					
Dimensión Empatía					
La operadora de turismo contratada se preocupa por sus intereses					
La operadora de turismo contratada ofrece horarios convenientes.					
La operadora de turismo contratada entiende sus necesidades específicas.					
La operadora de turismo contratada le brinda una atención individualizada					

La operadora de turismo contratada cuenta con un personal que le brinda atención personal.					
Dimensión Elementos Tangibles					
La operadora de turismo contratada cuenta con equipos (automóviles, elementos de seguridad, etc) y elementos tangibles (folletos, guías, etc) de aspecto moderno					
Las instalaciones de la empresa son atractivas.					
El personal de la operadora de turismo contratada se ve pulcro y bien uniformado					
La operadora de turismo contratada tiene lo necesario para brindar un buen servicio.					

Anexo 2: Tablas de tabulación de resultados por cada una de las dimensiones evaluadas

Dimensión Fiabilidad			
Muy insatisfecho	1	1	1
Insatisfecho	4	2	8
Indiferente	50	3	150
Satisfecho	74	4	296
Muy satisfecho	51	5	255
			710
			142

Dimensión capacidad de respuesta			
Muy insatisfecho	0	1	0
Insatisfecho	0	2	0
Indiferente	23	3	69
Satisfecho	70	4	280
Muy satisfecho	50	5	250
			599
			149.75

Dimensión Seguridad			
Muy insatisfecho	0	1	0
Insatisfecho	1	2	2
Indiferente	20	3	60
Satisfecho	83	4	332
Muy satisfecho	40	5	200
			594
			148.5

Dimensión empatía			
Muy insatisfecho	0	1	0
Insatisfecho	0	2	0
Indiferente	29	3	87
Satisfecho	100	4	400
Muy satisfecho	51	5	255
			742
			148.4

Dimensión elementos tangibles			
Muy insatisfecho	0	1	0
Insatisfecho	1	2	2
Indiferente	17	3	51
Satisfecho	83	4	332
Muy satisfecho	43	5	215
			600
			150