

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



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOSTELERÍA**

**TESIS PARA OBTENER EL
TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN TURISMO Y HOSTELERÍA**

**PROPUESTA DE GESTIÓN PARA MEJORAR LA
CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA
ASOCIACIÓN DE TURISMO, ARTESANÍA Y DEFENSA
DEL PATRIMONIO CULTURAL KARAJÍA, PROVINCIA
DE LUYA, 2019**

Autora:

Bach. Janny Libanny Vásquez Verástegui

Asesor:

Mg. Franklin Omar Zavaleta Chávez Arroyo

Registro: (...)

**CHACHAPOYAS - PERÚ
2021**

DEDICATORIA

Esta tesis es dedicada a mis padres que son mi ejemplo de vida, por su confianza depositada en mi persona, por el esfuerzo y dedicación que me brindaron en esta etapa universitaria, a pesar de los obstáculos en el camino me apoyaron incondicionalmente para poder cumplir un sueño más.

A mis maestros y compañeros; que en el transcurso de la vida hemos compartido muchas experiencias académicas y anécdotas, que fueron motivo de superación para mi persona tanto en lo profesional y como ser humano. Gracias a todos por acompañarme en este camino de mi vida.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios por darme sabiduría, fortaleza y salud para seguir adelante con las metas trazadas, a mis padres que a lo largo de mi vida siempre han apoyado mi formación académica, su ejemplo y lucha han hecho de ellos un gran ejemplo a seguir; sin ellos no hubiera podido lograr terminar mi carrera universitaria, gracias por su apoyo incondicional.

A mi hermano y amigos por el apoyo recibido durante todo el tiempo de carrera universitaria, a todas las personas que de una u otra forma me ayudaron moral y económica que nos ha servido para poder culminar con éxito nuestros estudios.

Agradecimiento especial a la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía por el apoyo necesario para realizar la presente investigación.

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

Dr. POLICARPIO CHAUCA VALQUI
RECTOR

Dr. MIGUEL ÁNGEL BARRENA GURBILLÓN
VICERRECTOR ACADÉMICO

Dra. FLOR TERESA GARCÍA HUAMÁN
VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN

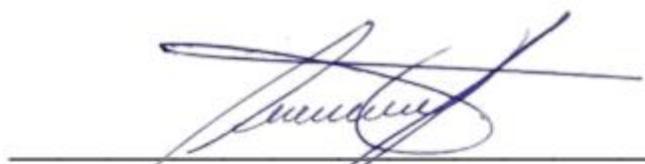
Mg. RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ
**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM hace constar que ha asesorado la realización de la tesis titulada **“Propuesta de gestión para mejorar la calidad de los servicios turísticos de la asociación de turismo, artesanía y defensa del patrimonio cultural Karajía, provincia de Luya, 2019”**, de la Bachiller, Janny Libanny Vásquez Verástegui de la facultad de **Ciencias Económicas y Administrativas** de la Escuela Profesional de **Turismo y Hostelería** de esta casa Superior de Estudios.

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

Firmo la presente para mayor constancia.

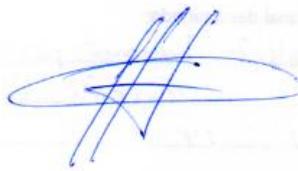


Mg. Franklin Omar Zavaleta Chávez Arroyo
ASESOR

JURADO EVALUADOR DE LA TESIS



Mg. Ricardo Rafael Alva Cruz
PRESIDENTE



Dr. Adolfo Cacho Revilla
SECRETARIO



Mg. Dennis Brayan Baique Timaná
VOCAL

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



REGLAMENTO GENI
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉ
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROF

ANEXO 3-0

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

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

Propuesta de Gestión para mejorar la Calidad de los Servicios Turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajío, Provincia de Luya, 2019.

presentada por el estudiante () / egresado (x) Jenny Libanny Vázquez VeraStegui

de la Escuela Profesional de Turismo y Hostelería

con correo electrónico institucional Janyquerasstegui3@gmail.com

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

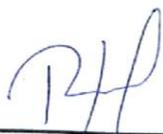
- La citada Tesis tiene 23 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (x) / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta 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, 25 de febrero del 2021


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

.....
.....

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



UNTRM

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

ANEXO 3-Q

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 31 de diciembre del año 2020, siendo las 9 am horas, el aspirante: Janny Libanny Vásquez Verástegui, defiende en sesión pública presencial () / a distancia (x) la Tesis titulada: Propuesta de gestión para mejorar la calidad de los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajja, provincia de Luya, 2019., teniendo como asesor a Mg. Franklin Omar Zavaleta Chávez Arroyo, para obtener el Título Profesional de Licenciada en Turismo y hostelería, 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: Dr. Adolfo Cacho Revilla

Vocal: Mg. Dennis Brayan Baique Timaná

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 10:10am horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

SECRETARIO

PRESIDENTE

VOCAL

OBSERVACIONES:

.....
.....

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	iv
VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS	v
JURADO EVALUADOR DE LA TESIS.....	vi
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS.....	vii
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS.....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	xvi
I. INTRODUCCIÓN.....	17
II. MATERIALES Y MÉTODOS.....	19
2.1 Objeto de Estudio	19
2.2 Variables de estudio	19
2.3 Tipo de Estudio.....	19
2.4 Diseño de la investigación.....	19
2.5 Población	19
2.6 Muestra	20
2.7 Métodos, instrumentos y técnicas.....	22
2.8 Análisis de datos.....	22
III. RESULTADOS.....	23
3.1. Diagnóstico de la situación actual de la gestión de los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía.	23

3.2 Identificación de la percepción de los visitantes sobre la calidad de los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía.	35
3.3. Elaboración de un modelo de gestión para mejorar la calidad de los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía.	50
IV. DISCUSIÓN.....	68
V. CONCLUSIONES.....	69
VI. RECOMENDACIONES.....	70
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz FODA	50
Tabla 2. Inventario del Atractivo Turístico.....	55
Tabla 3. Cronograma de actividades del Modelo de Gestión	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Género	23
Figura 2. Lugar de procedencia	23
Figura 3. Año de ingreso a la Asociación.....	24
Figura 4. Cargo	24
Figura 5. Los equipos de la oficina tienen aspecto moderno.....	25
Figura 6. Las instalaciones físicas de la oficina de la Asociación, son visualmente atractivas, organizadas y aptas para ofrecer un buen servicio.	25
Figura 7. En la oficina de la asociación los folletos promocionales, banner, etc; son visualmente atractivos.....	26
Figura 8. El personal de atención está bien uniformado identificado, limpio y ordenado.	26
Figura 9. Los servicios higiénicos son limpios.....	27
Figura 10. La Asociación, (el Counter, orientador turístico, arriero), cumplen oportunamente lo que los visitantes solicitan.	27
Figura 11. Cuando los visitantes tienen un requerimiento, el Counter, orientador turístico y el arriero muestra interés en ayudarlos.	28
Figura 12: El Counter realiza la atención, el registro, etc. Correctamente.....	28
Figura 13: La información que brinda el Counter, orientador turístico y el arriero son claras.	29
Figura 14. El Counter, orientador turístico y el arriero brinda recomendaciones claras y oportunas.....	29
Figura 15. El Counter proporciona un servicio rápido y oportuno a los visitantes.	30
Figura 16. El Counter, orientador turístico y el arriero responde de una manera pronta y deseada a preguntas de los visitantes.....	30
Figura 17. El comportamiento de los integrantes de la Asociación inspira confianza. .	30
Figura 18. La Asociación transmite seguridad y confianza en sus transacciones con los visitantes por los productos y/o servicios que estos consumen.	30
Figura 19. Los integrantes (Counter, orientador turístico y el arriero) de la asociación tiene una conducta cortés y amable con los visitantes.....	32
Figura 20. El Counter, orientador turístico y el arriero tienen los conocimientos y profesionalismo necesario para contestar a las preguntas de los visitantes.....	32
Figura 21. La oficina de la Asociación tiene horarios adecuados para facilitar el acceso de información a los visitantes.....	33

Figura 22. El Counter, orientador turístico y el arriero brinda atención a los visitantes usando un lenguaje comprensible.	33
Figura 23. El Counter, orientador turístico y el arriero se preocupa por los intereses de los visitantes.....	34
Figura 24. ¿Qué cree usted que debe perfeccionar la Asociación de Turismo, Artesanía y defensa del Patrimonio Cultural para que mejore sus servicios?.....	34
Figura 25. Lugar de procedencia de turistas nacionales	35
Figura 26. Lugar de procedencia de turistas extranjeros.	36
Figura 27. Grado de instrucción	36
Figura 28. Ocupación.....	37
Figura 29. Género	37
Figura 30. Edad.....	38
Figura 31. Los quipos (computadora, impresora, tv, etc.) de la oficina tienen aspecto moderno.	38
Figura 32. Las instalaciones físicas de la oficina de la Asociación son visualmente atractivas, organizadas y aptas para ofrecer un buen servicio.	39
Figura 33. En la oficina de la Asociación los folletos, promocionales, banners, etc. Son visualmente atractivos.....	39
Figura 34. El personal de atención está bien uniformado, identificado, limpio y ordenado.	40
Figura 35. Los servicios higiénicos son limpios.....	40
Figura 36. La asociación, (el Counter, el orientador turístico y el arriero) cumplió oportunamente lo que usted solicitó.	40
Figura 37. Cuando usted tiene requerimiento, el Counter, orientador turístico y el arriero en la oficina muestra interés en ayudarlo.....	40
Figura 38. El Counter en la oficina realiza la atención, el registro, etc. Correctamente.	42
Figura 39. La información que brinda el Counter, orientador turístico y el arriero son claras.	42
Figura 40. El Counter brinda recomendaciones claras y oportunidades.	43
Figura 41. El Counter, orientador turístico y el arriero le proporciona un servicio rápido y oportuno.	43
Figura 42. El Counter de la oficina responde de una manera pronta y deseada a preguntas de los turistas.	44

Figura 43. El comportamiento de los integrantes de la Asociación les inspira confianza	44
Figura 44. Se siente seguro en sus transacciones por los servicios que la Asociación ofrece.	45
Figura 45. Los socios (Counter, orientador turístico y el arriero) de la asociación se portaron de manera cortés a sus preguntas.	45
Figura 46. El Counter, orientador turístico y el arriero tiene los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.....	46
Figura 47. La oficina de la Asociación tiene los horarios adecuados para facilitar el acceso de información a sus visitantes.	46
Figura 48. El Counter, orientador turístico y el arriero brinda atención en un lenguaje comprensible.....	47
Figura 49. La oficina de la Asociación tiene horarios adecuados para facilitar el acceso de información a sus visitantes.	47
Figura 50. El servicio ofrecido por el orientador turístico cumplió con sus expectativas.	48
Figura 51. El servicio brindado por el arriero cumplió con sus expectativas.....	48
Figura 52. Recomendarías los servicios que brinda la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural de Karajía.	49
Figura 53. Qué recomendaría usted a la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía para que mejore sus servicios.....	49

RESUMEN

La presente investigación de tesis titulada “Propuesta de Gestión para Mejorar la calidad los Servicios Turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y patrimonio Cultural Karajía, provincia de Luya, 2019” el Sitio Arqueológico Karajía es un icono representativo de la Región Amazonas, surge la necesidad de perfeccionar la calidad de servicios turísticos a los visitantes, se formuló el siguiente problema de investigación: ¿De qué manera una propuesta de gestión permite mejorar la calidad de los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Desarrollo del Patrimonio Cultural Karajía? tiene como objetivo general: Desarrollar una propuesta de gestión para mejorar la calidad de los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía, la investigación es de tipo descriptivo con enfoque cualitativo y cuantitativo. Se realizó encuestas a los integrantes de la asociación, y a los turistas que visitaron el Atractivo, obteniendo como resultado: Que los servicios turísticos prestados por la Asociación no son satisfactorios para los visitantes encuestados, precisa mejorar la calidad de servicios. Se diseñó el modelo de gestión, con la finalidad de mejorar la calidad de los servicios turísticos de la Asociación, pero solo será viable si se toma en cuenta la participación de la población local y la creación de alianzas estratégicas entre el sector público y privado.

Palabras clave: Propuesta, gestión, calidad, servicios turísticos.

ABSTRACT

The present thesis research entitled "Management Proposal to Improve the Quality of the Tourist Services of the Association of Tourism, Crafts and Cultural Heritage Karajía, Luya province, 2019" the Archaeological Site of Karajía is a representative icon of the Amazon Region, The need to improve the quality of tourist services for visitors, the following research problem was formulated: In what way does a management proposal improve the quality of tourist services of the Karajía Tourism, Crafts and Cultural Heritage Development Association? Its general objective is: To develop a management proposal to improve the quality of the tourist services of the Karajía Association of Tourism, Crafts and Defense of Cultural Heritage, the research is descriptive with a qualitative and quantitative approach. Surveys were conducted among the members of the association, and the tourists who visited the Attraction, obtaining as a result: That the tourist services provided by the Association are not satisfactory for the surveyed visitors, it is necessary to improve the quality of services. The management model was designed in order to improve the quality of the Association's tourist services, but it will only be viable if the participation of the local population and the creation of strategic alliances between the public and private sectors are taken into account.

Keywords: Proposal, management, quality, tourist services.

I. INTRODUCCIÓN

El sector turismo es uno de los más estables y de 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.

Reyes (2013) afirma que, para poder entender la calidad de servicio, primero se debe conceptualizar lo que se entiende por servicio, para tal efecto, cita a Grande (2005) y este menciona que un servicio es una prestación, un esfuerzo o una acción y que frecuentemente se confunden los conceptos de bien o producto, quedando el de servicio como algo ajeno a ellos. Así define que los clientes califican la calidad del servicio durante la recepción y el proceso de información y refleja poca calidad del colaborador hacia el cliente. También estipula que los colaboradores son instruidos para un fin, realizan su trabajo con elevación del servicio por lo tanto la satisfacción del cliente es mayor y la calidad del servicio requiere controlar cuidadosamente, las preferencias del cliente, incrementar la rentabilidad mediante la captación de nuevos clientes y el mantenimiento de los existentes. Si la calidad del servicio está presente, la rentabilidad vendrá sola.

Caltur (2007), El turismo es una de las actividades económicas que ha cobrado mayor impulso en el Perú en los últimos años y hoy en día, sin lugar a dudas, ocupa uno de los primeros lugares dentro de la industria del rubro de servicios. Esta situación obliga al sector a contar cada vez más con altos estándares de calidad, que sean más competitivos y ofrezcan los resultados de satisfacción esperados.

En el Perú se ha venido implementando este modelo de gestión en diferentes empresas. Así tenemos en turismo un modelo de gestión, que se diseñó en el año 2011 por parte de la fundación CODESPA para el Turismo Rural Comunitario en el departamento de Cuzco, para ello se basaron en dos componentes una que es la oferta y la demanda. De los cuales cada componente se sustentó en una propuesta conceptual, contó con propósitos definidos e identificó a los actores locales, los

roles, las capacidades por desarrollar, los estándares de calidad, las estrategias generales y los resultados esperados.

En los últimos años el turismo viene siendo una actividad muy importante en la economía de todos los amazonenses. Cruz pata no es ajeno a ello, se ubica en la provincia de Luya distrito de Trita, lugar donde se encuentra el Sitio Arqueológico Karajía. Que sin duda es visitado por turistas nacionales e internacionales, pero se ha identificado contratiempos relacionado a la calidad de servicios turísticos que se encuentran en este circuito turístico, para ello surge la necesidad de diseñar una propuesta de gestión que permita mejoras los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía.

La investigación se justifica, porque el Sitio Arqueológico Karajía es un icono de la Región Amazonas, y está administrado por la Asociación de Turismo Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía, eso proporciona oportunidades a los pobladores para que puedan, a través del trabajo, desarrollar sus capacidades y ser protagonistas de su propio desarrollo, el nivel de vida y sus expectativas de desarrollo van a mejorar, el turismo y los servicios que genere va a permitir que los pobladores renueven su calidad de vida, se promueve el uso sostenible del recurso y su conversación para las generaciones futuras.

II. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Objeto de Estudio

- Modelo de gestión

2.2 Variables de estudio

- **Variable Independiente**
 - ✓ Modelo de gestión
- **Variable Dependiente**
 - ✓ Calidad de Servicio

2.3 Tipo de Estudio

Descriptivo explicativo

2.4 Diseño de la investigación

El propósito de la investigación fue desarrollar un modelo de gestión para mejorar la calidad de los servicios turísticos. El diseño de campo se fundamentó en seleccionar información respecto al problema, y se utilizó el diseño documental para ampliar y profundizar el tema a través de autores que describen el tema de estudio.

M —————> O

M= MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE SERVICIOS

O= PROPUESTA DE GESTIÓN

2.5 Población

Para evaluar el diagnóstico de la gestión actual de los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía, se tomó una muestra de los 80 integrantes hábiles de la Asociación.

P1=80 socios. (fuente: Libro asociados de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía).

Para Identificar la percepción de los visitantes sobre la calidad de los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía, nos agenciamos de la base de datos IPerú (2019). El Sitio Arqueológico Sarcófagos de Karajía recibe un total de 800 visitantes cada mes.

P2 = 800. (Fuente IPerú, 2019).

2.6 Muestra

Para determinar la muestra de la asociación, sabiendo que en total son 80 asociados, utilizaremos la siguiente fórmula:

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

Donde:

N = Tamaño de la población (80)

Z = Nivel de confianza

P = probabilidad de éxito, al 95% (0.95)

Q = Probabilidad de fracaso, 5% (0.05)

E = Precisión (error máximo admisible)

Sabiendo que:

N = 80

Z = 95% = (1.96)

E = 5% = (0.05)

Reemplazando en la fórmula tenemos:

$$n = \frac{80 \times 1.96^2 \times 0.95 \times 0.05}{(80-1) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.95 \times 0.05}$$

$$n = \frac{14.60}{0.38}$$

$$n = 39$$

Dado que n_0 es mayor del 5% de N, se procede a ajustar la muestra, y para ello se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{n_0}{1 + \left(\frac{n_0}{N}\right)}$$

$$n = 39/0.38$$

$$n = 26$$

Para determinar la muestra, sabiendo que en total son 800 turistas que visitan cada mes al Sitio Arqueológico Sarcófagos de Karajía y que toman los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Patrimonio Cultural Karajía, se utilizó la fórmula estadística siguiente:

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

Donde:

N = Tamaño de la población (800)

Z = Nivel de confianza 95% (1.96)

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

E = Precisión (error máximo admisible)

Sabiendo que:

N = 800

Z = 95% = 1.96

E = 5% = 0.05

Reemplazando en la fórmula tenemos:

$$n_0 = \frac{800 * 1.96^2 * 0.95 * 0.05}{(800-1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.95 * 0.05}$$

$$n_0 = \frac{146}{2.2}$$

$$n_0 = 66$$

Dado que n_0 es mayor del 5% de N, se procede a ajustar la muestra, y para ello se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{n_0}{1 + \left(\frac{n_0}{N}\right)}$$

$$n = \frac{66}{1.10}$$

$$n = 60$$

2.7 Métodos, instrumentos y técnicas

Para obtener los resultados esperados vamos a utilizar los siguientes métodos de investigación:

Método Inductivo. - En esta etapa se analizó de manera individual las unidades de estudio para poder concluir en cuanto a la calidad de los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía.

Método Deductivo. - Se estudió de manera general los aspectos de la gestión de servicios de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía, que se pudieron aplicar de manera independiente en cada una de las unidades de análisis.

Método Estadístico. - Este método nos sirvió para el tratamiento de los datos obtenidos a través de las encuestas, ya que se realizaron cuadros y gráficos estadísticos para una mejor interpretación de los resultados.

Técnicas

Encuestas. - Se aplicó a los integrantes de la Asociación, para conocer la actual gestión de los servicios turísticos que brindan, también se encuestó a los turistas para obtener información referente a la percepción de los servicios turísticos recibidos por la Asociación.

Observación directa. - Permitió estar en contacto directo con el Objeto de Estudio, necesario para la ejecución del diagnóstico que es realizó en el área de estudio.

Técnica de registro fotográfico. - Facultó el registro visual del área de estudio.

2.8 Análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de los datos recopilados se empleó la ordenación y tabulación de los resultados obtenidos de las guías de encuestas. Los mismos que fueron sistematizados en Word y Excel, en figuras estadísticas que identificó la distribución de la percepción de los visitantes, integrantes relacionados a los servicios turísticos que ofrece la asociación.

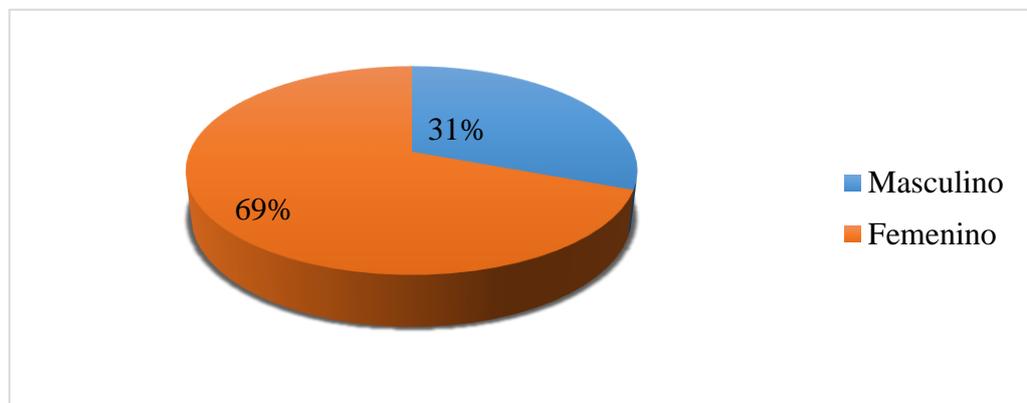
III. RESULTADOS

3.1. Diagnóstico de la situación actual de la gestión de los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía.

La encuesta fue aplicada a una muestra de 26 integrantes de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía, en el mes de octubre, los resultados que hemos obtenido son los siguientes:

Figura 1

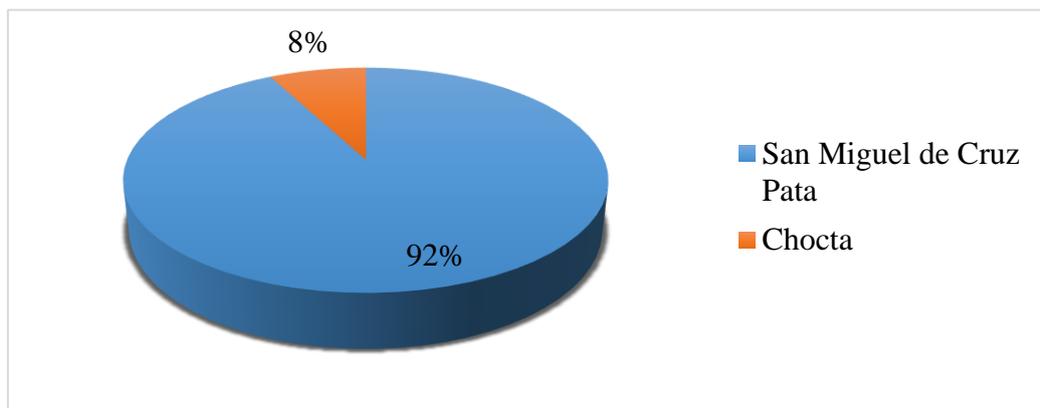
Género



El gráfico permite determinar que el mayor porcentaje de integrantes de la asociación encuestados, son de género femenino.

Figura 2

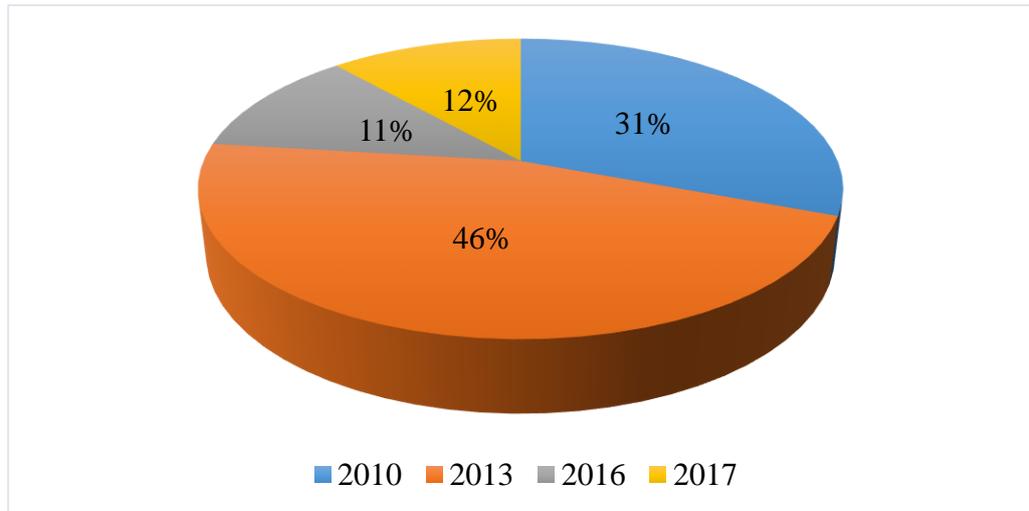
Lugar de Procedencia



El gráfico permite determinar la procedencia de los integrantes encuestados de la Asociación, en gran porcentaje son del Anexo de San Miguel de Cruz Pata.

Figura 3

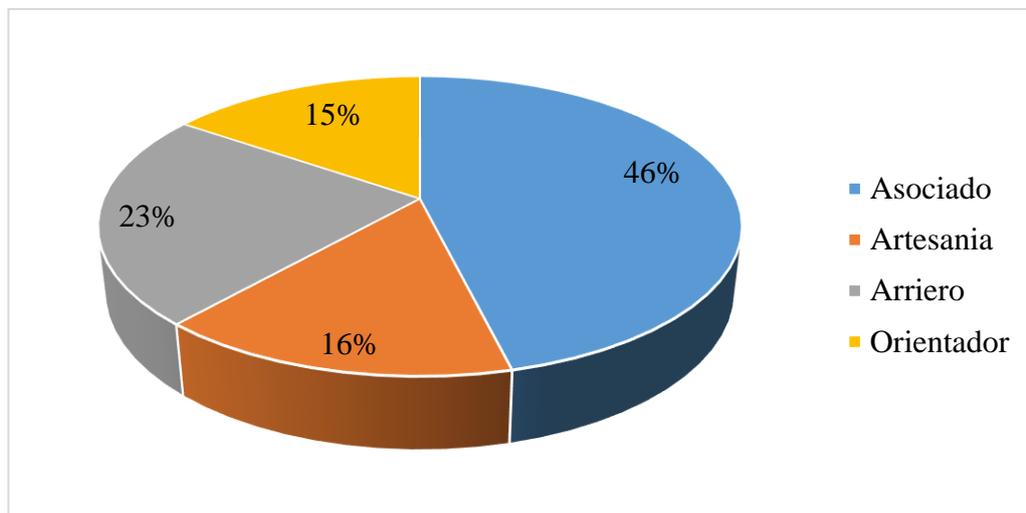
Año de Ingreso a la Asociación



El Gráfico permite determinar que el año que más afiliados tuvo la Asociación fue en el año 2013.

Figura 4

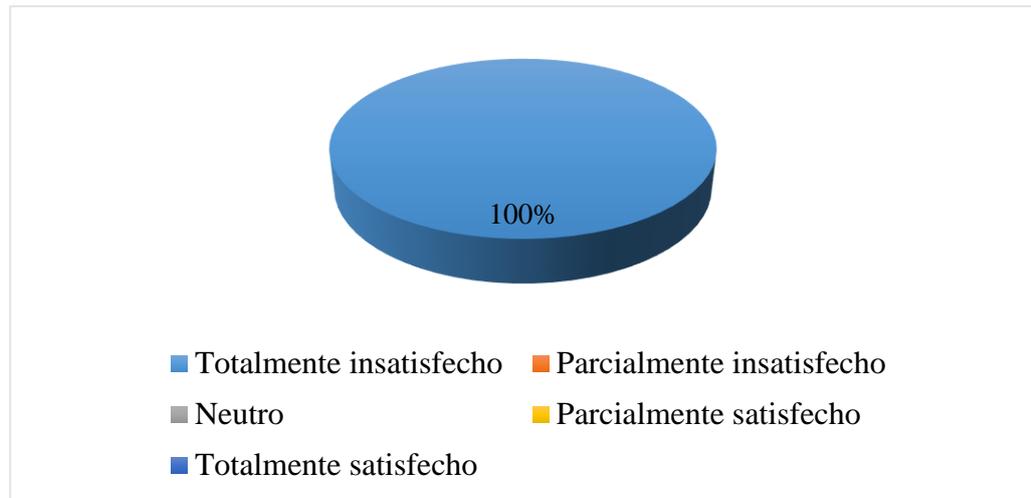
Cargo



El gráfico permite evidenciar que el mayor porcentaje de integrantes encuestados, son asociados y en minoría son orientadores turísticos.

Figura 5

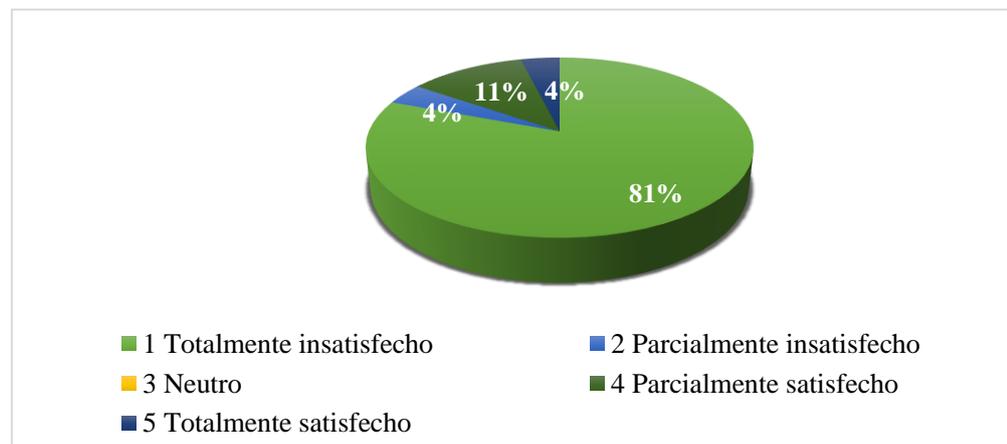
Los Equipos de la Oficina Tienen Aspecto Moderno.



El presente caso; se denota que el 100% de los integrantes de la Asociación que fueron encuestados están totalmente insatisfechos, ya que la oficina no tiene ningún tipo de tecnología.

Figura 6

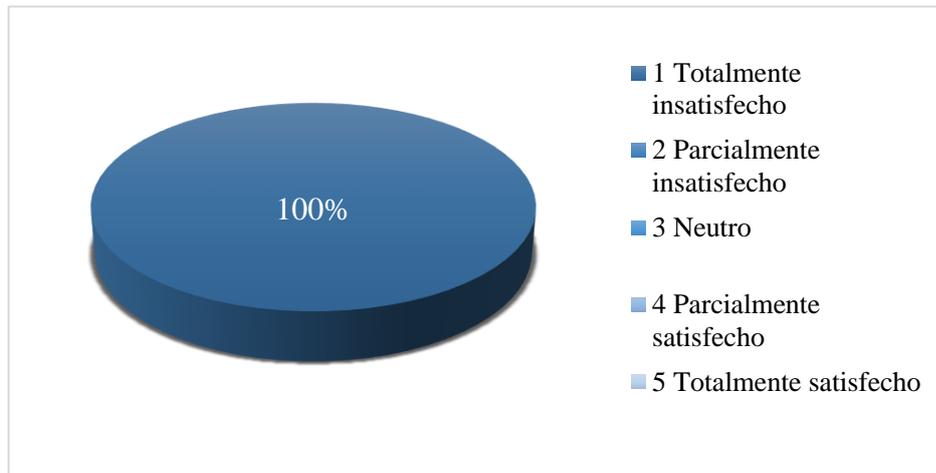
Las Instalaciones Físicas de la Oficina de la Asociación, son Visualmente Atractivas, Organizadas y Aptas Para Ofrecer un Buen Servicio.



El gráfico determina que el mayor porcentaje de los integrantes encuestados están totalmente insatisfechos, referente al aspecto que ahora tiene la oficina y que eso es un limitante para poder ofrecer un buen servicio.

Figura 7

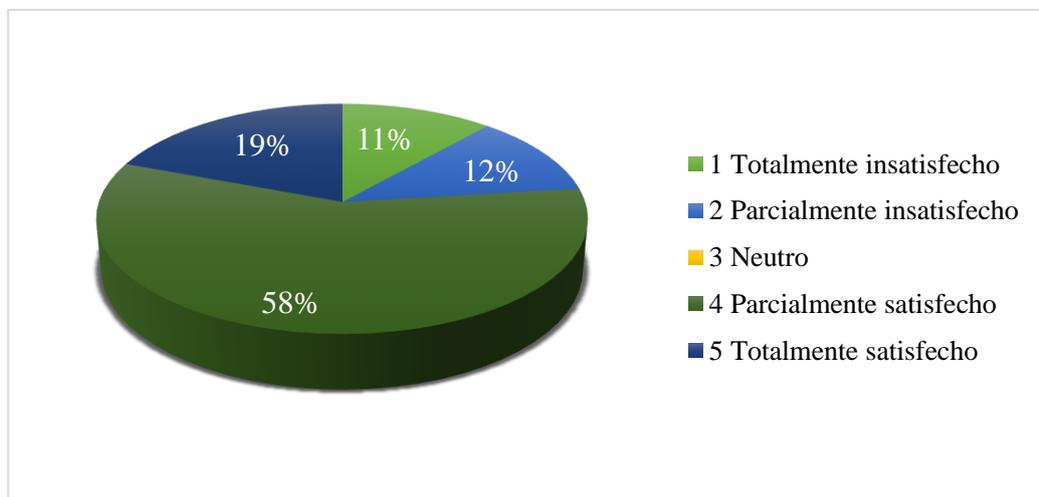
En la Oficina de la Asociación los Folletos Promocionales, Banner, etc; son Visualmente Atractivos.



Los integrantes encuestados están totalmente insatisfechos, porque en la oficina no cuentan con folletos, ningún tipo de información turística que sea de interés de los visitantes.

Figura 8

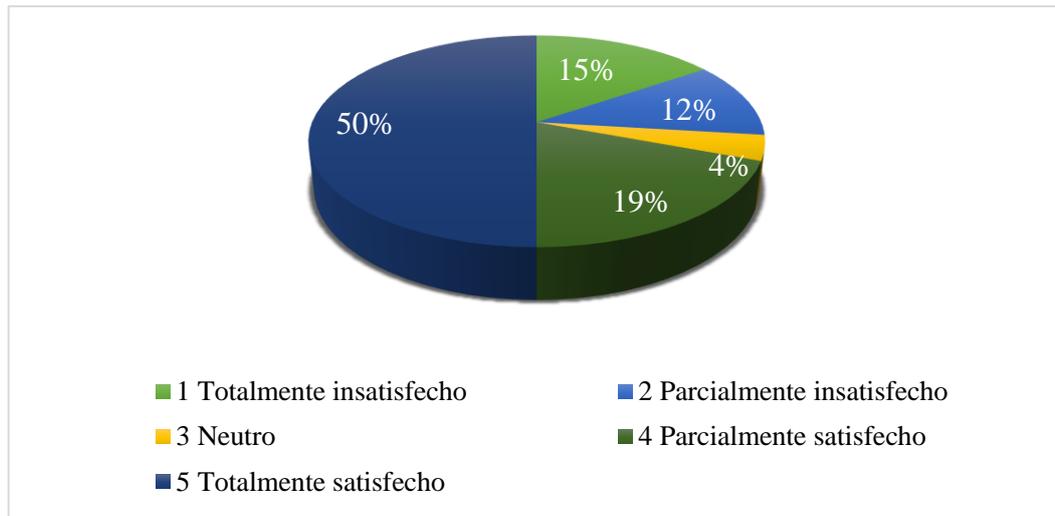
El Personal de Atención Está bien Uniformado Identificado, Limpio y Ordenado.



De acuerdo con la información, el mayor porcentaje de los integrantes encuestados de la Asociación, aprecia que están Parcialmente satisfechos, en cuanto a la presentación del personal de atención.

Figura 9

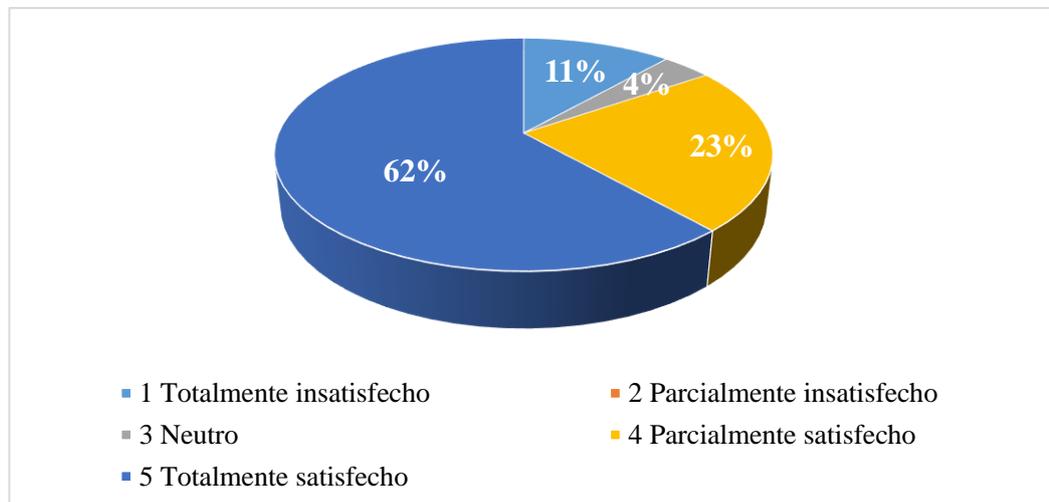
Los Servicios Higiénicos son limpios.



El gráfico señala que el 50% de los integrantes encuestados de la Asociación está, totalmente satisfechos con la limpieza de los servicios higiénicos.

Figura 10

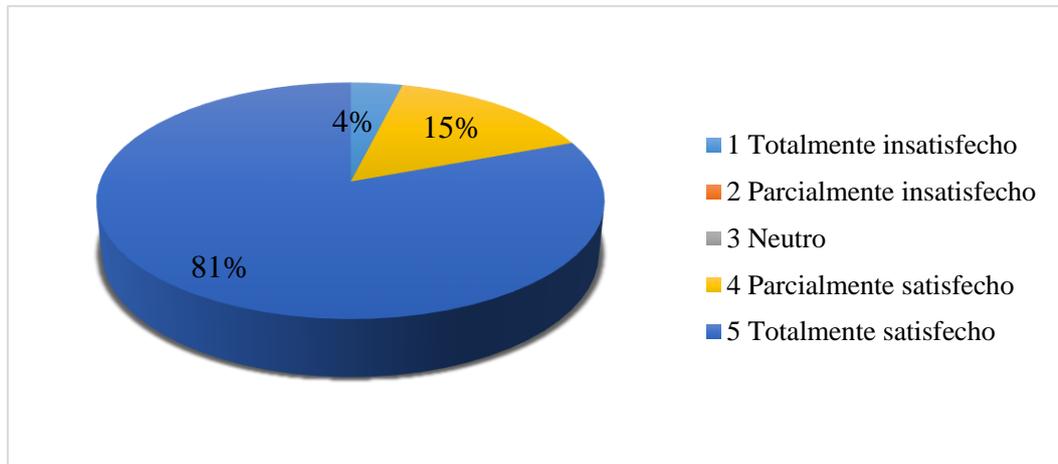
La Asociación, (el Counter, orientador turístico, arriero), cumplen oportunamente lo que los visitantes solicitan.



El gráfico infiere que el mayor porcentaje de los integrantes encuestados de la Asociación se encuentra totalmente satisfecho en cumplimiento a lo que los visitantes solicitan.

Figura 11.

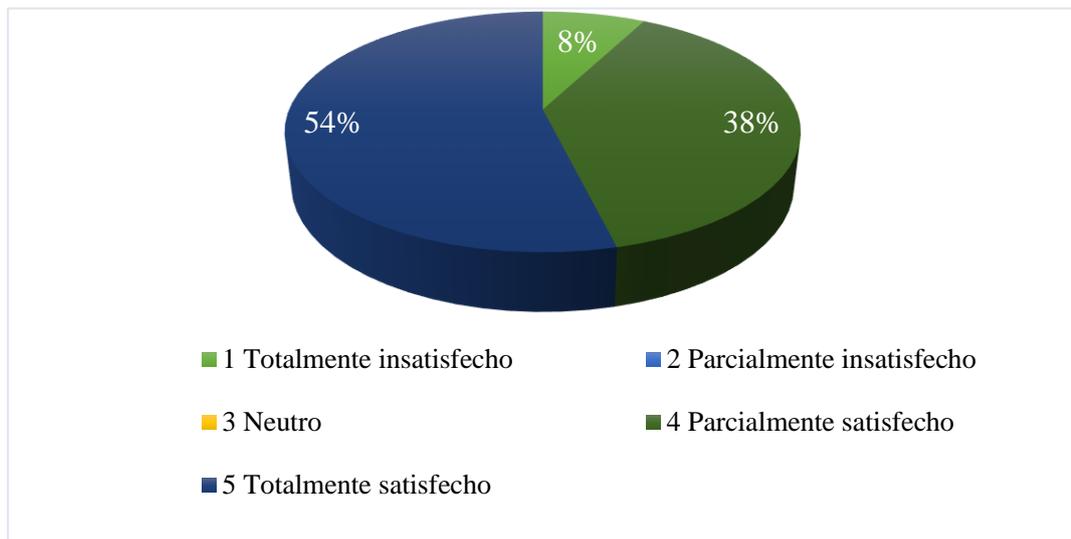
Cuando los Visitantes Tienen un Requerimiento, el Counter, Orientador Turístico y el Arriero Muestra Interés en Ayudarlos.



El gráfico determina que el mayor porcentaje de integrantes de la Asociación encuestados, están totalmente satisfechos, ya que siempre están a disposición de lo que pueda necesitar el visitante.

Figura 12

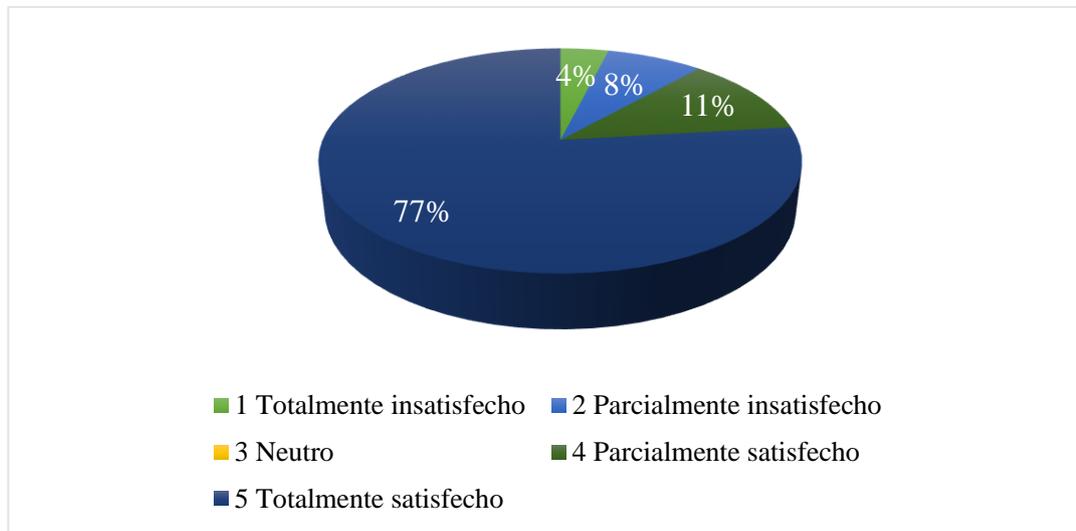
El Counter Realiza la Atención, el Registro, etc. Correctamente.



El gráfico determina que la mayoría de integrantes asociados encuestados están totalmente satisfechos, con relación al servicio que brinda el Counter.

Figura 13

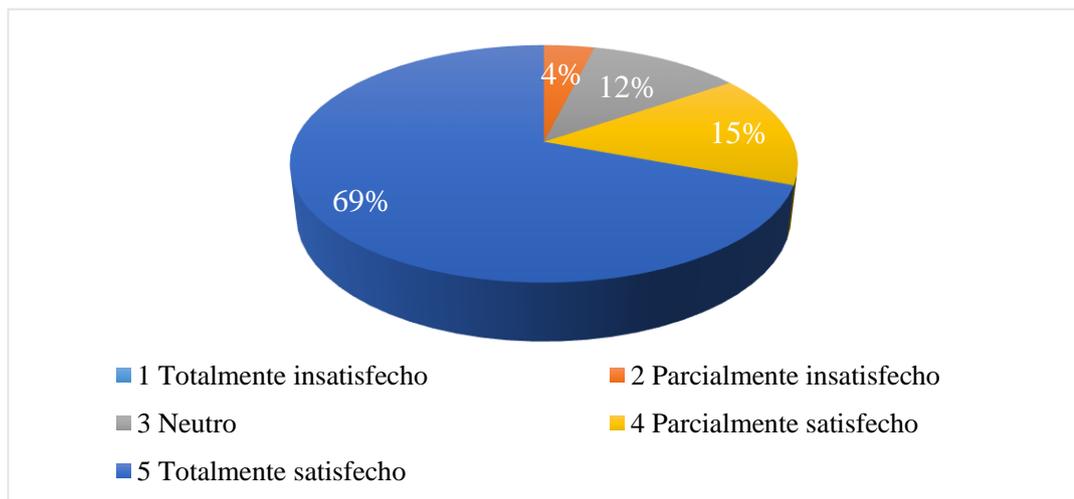
La Información que Brinda el Counter, Orientador Turístico y el Arriero son Claras.



El gráfico señala con claridad que la mayoría de integrantes de la Asociación encuestados afirma estar totalmente satisfechos con la información que ofrecen sus compañeros.

Figura 14

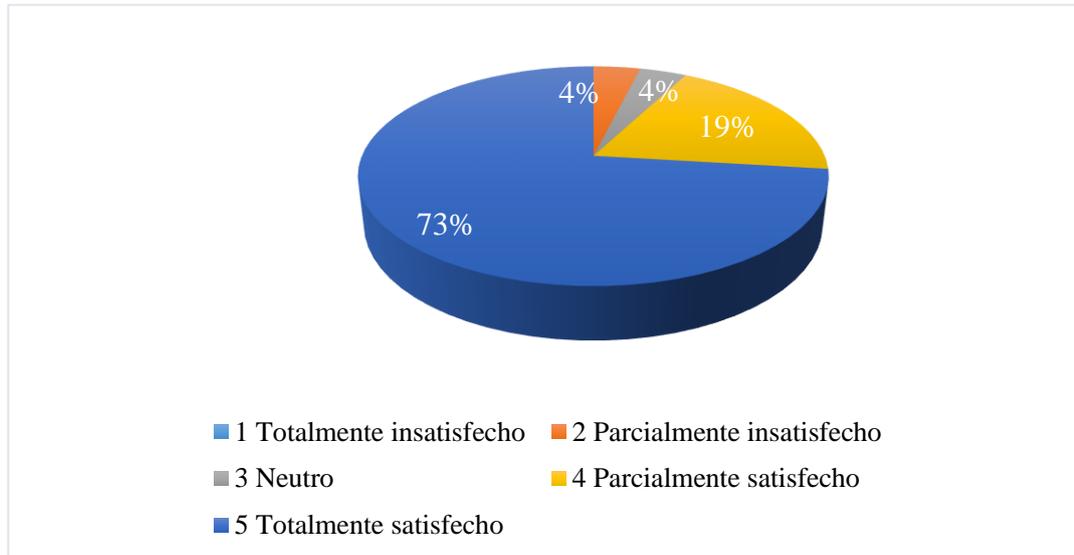
El Counter, orientador turístico y el arriero brinda recomendaciones claras y oportunas.



De acuerdo con la información del gráfico el mayor porcentaje de los integrantes de la Asociación encuestados están totalmente satisfechos, con el servicio que brindan a los visitantes.

Figura 15

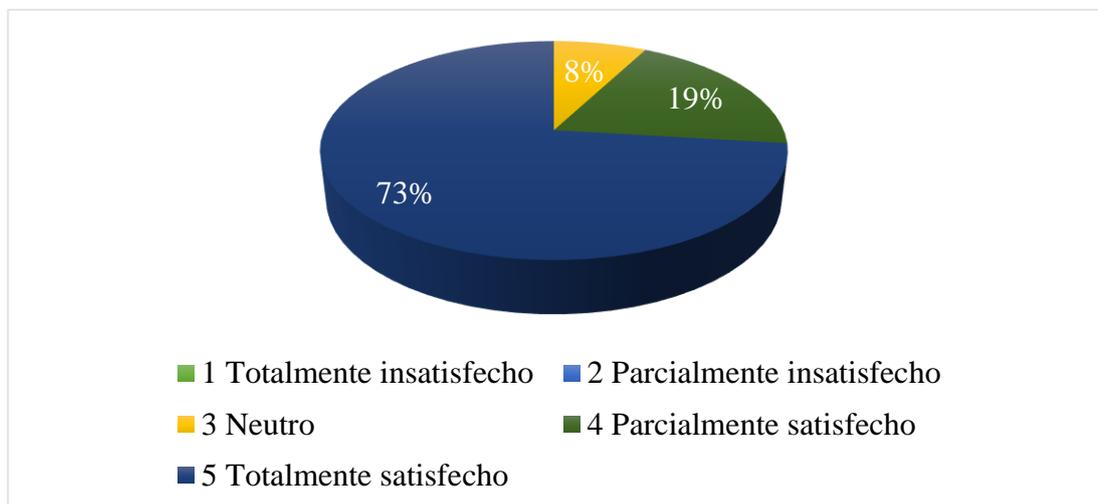
El Counter Proporciona un Servicio Rápido y Oportuno a los Visitantes.



En el presente caso el mayor porcentaje de los asociados encuestados se encuentra totalmente satisfecho con el servicio que brinda el Counter.

Figura 16

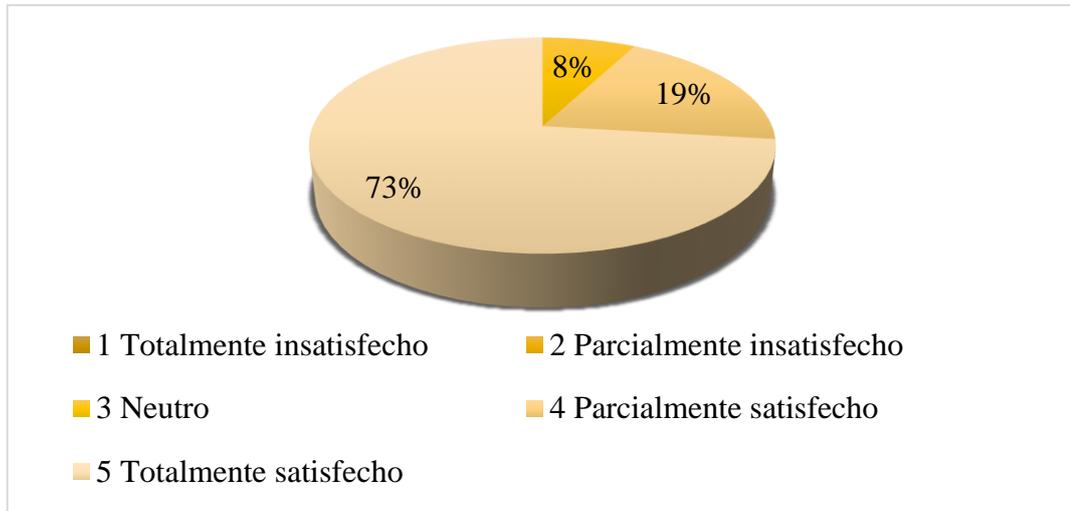
El Counter, Orientador Turístico y el Arriero Responde de una Manera Pronta y Deseada a Preguntas de los Visitantes.



En el gráfico se denota que el mayor porcentaje de integrantes de la Asociación encuestada, está totalmente satisfecho con el trabajo que desempeñan los demás compañeros asociados.

Figura 17

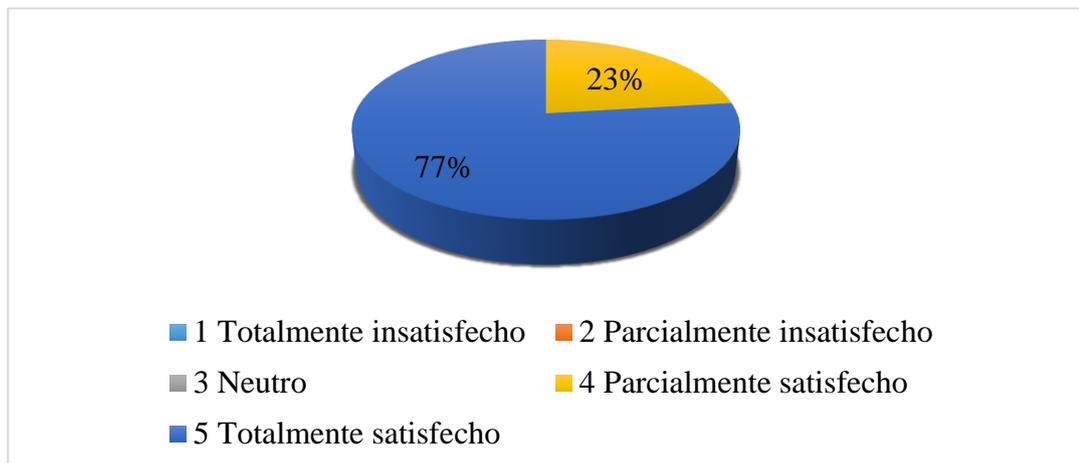
El Comportamiento de los Integrantes de la Asociación Inspira Confianza.



El gráfico infiere que la mayor proporción de encuestados está totalmente satisfecho con el comportamiento que expresan los integrantes de la asociación frente a los visitantes.

Figura 18

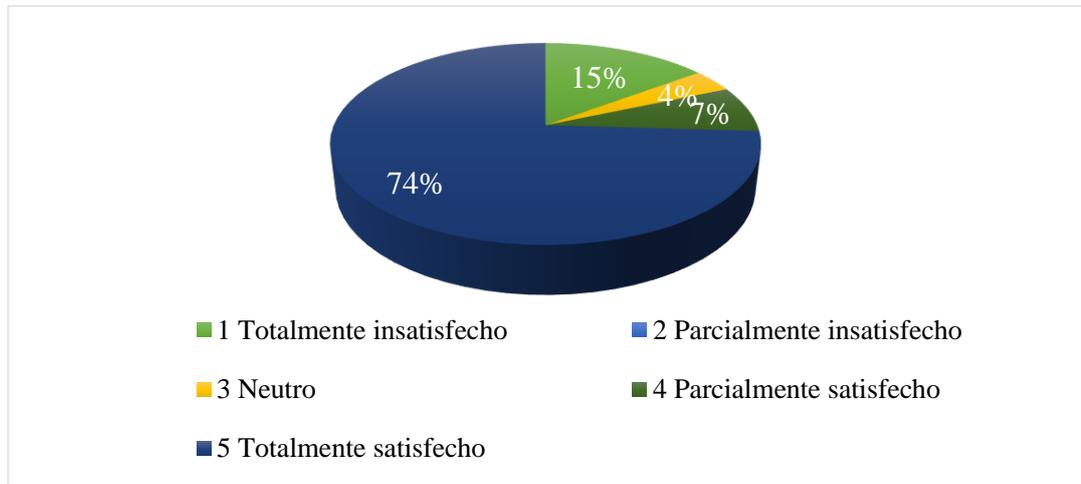
La Asociación Transmite Seguridad y Confianza en sus Transacciones con los Visitantes por los Productos y/o Servicios que estos Consumen.



El gráfico permite determinar que el mayor porcentaje de integrantes encuestados está totalmente satisfecho con el servicio que ofrecen como Asociación.

Figura 19

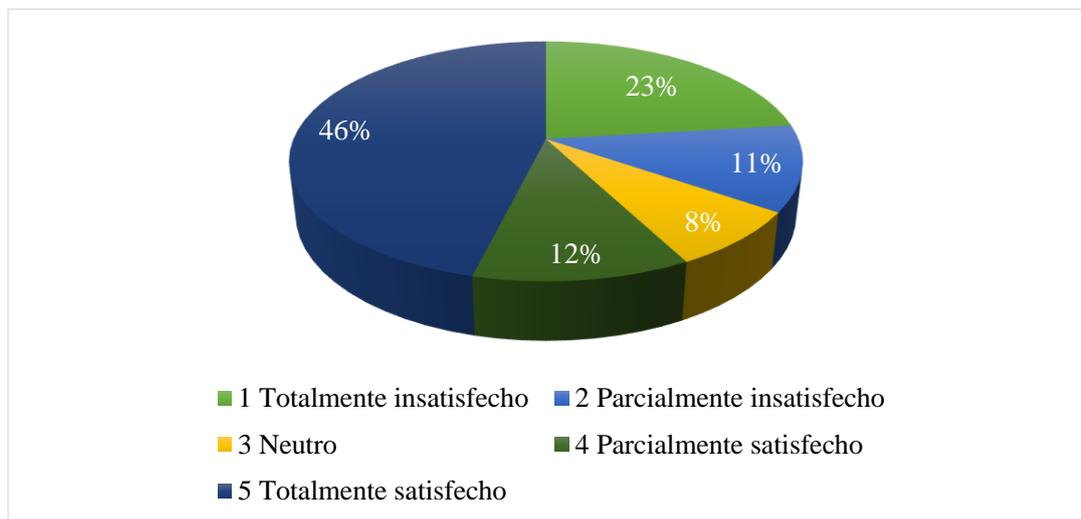
Los Integrantes (Counter, Orientador Turístico y el Arriero) de la Asociación Tiene una Conducta Cortes y Amable con los Visitantes.



El gráfico permite deducir que el mayor porcentaje de los integrantes encuestados aducen estar totalmente satisfechos con la conducta que tienen hacia los visitantes.

Figura 20

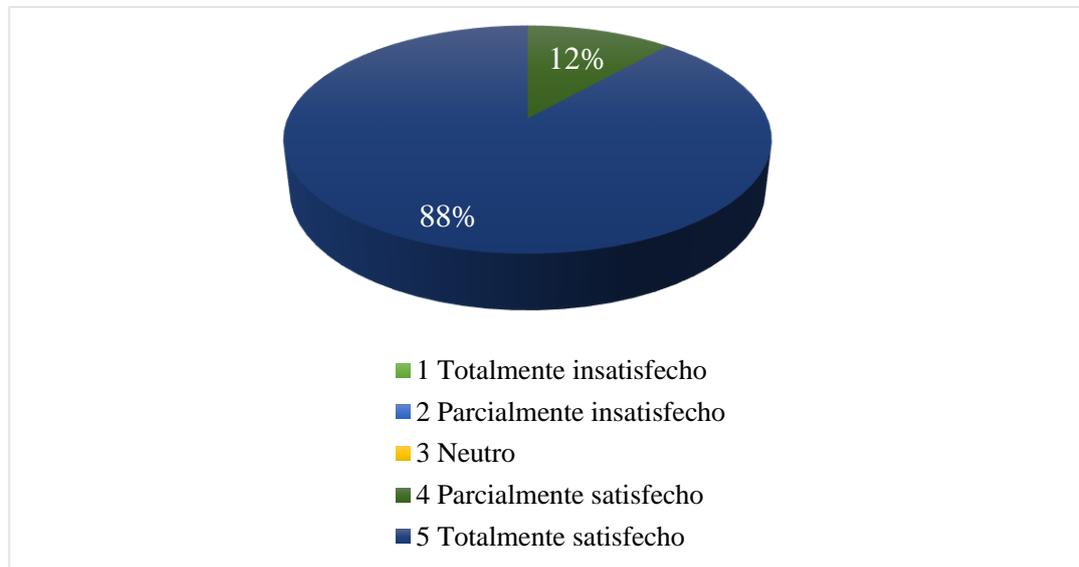
El Counter, Orientador Turístico y el Arriero Tienen los Conocimientos y Profesionalismo Necesario para Contestar a las Preguntas de los Visitantes.



El gráfico deriva que el mayor porcentaje de integrantes encuestados, muestran total satisfacción de los conocimientos que poseen los integrantes de la Asociación.

Figura 21

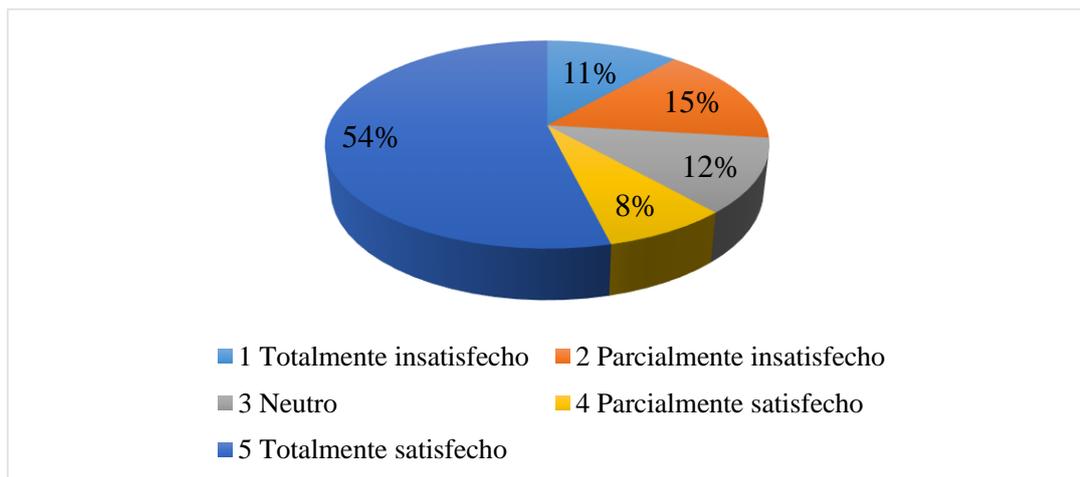
La Oficina de la Asociación Tiene Horarios Adecuados Para Facilitar al Acceso de Información a los Visitantes.



El 88% de los encuestados se encuentra totalmente satisfecho con los horarios de atención de la Asociación hacia los visitantes.

Figura 22

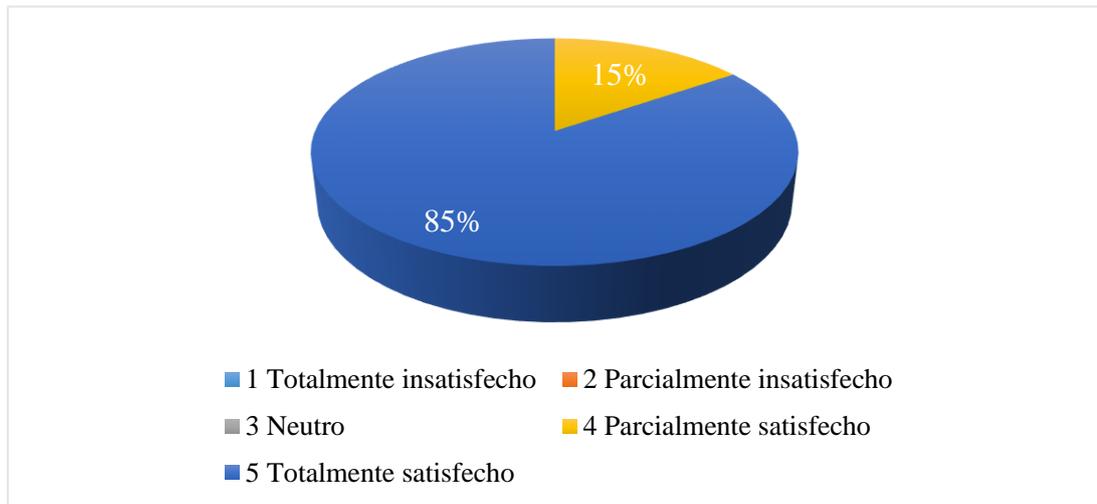
El Counter, Orientador Turístico y el Arriero Brinda Atención a los Visitantes Usando un Lenguaje Comprensible.



El gráfico determina que la mayoría de integrantes encuestados que están totalmente satisfechos con la atención que ofrecen los asociados.

Figura 23

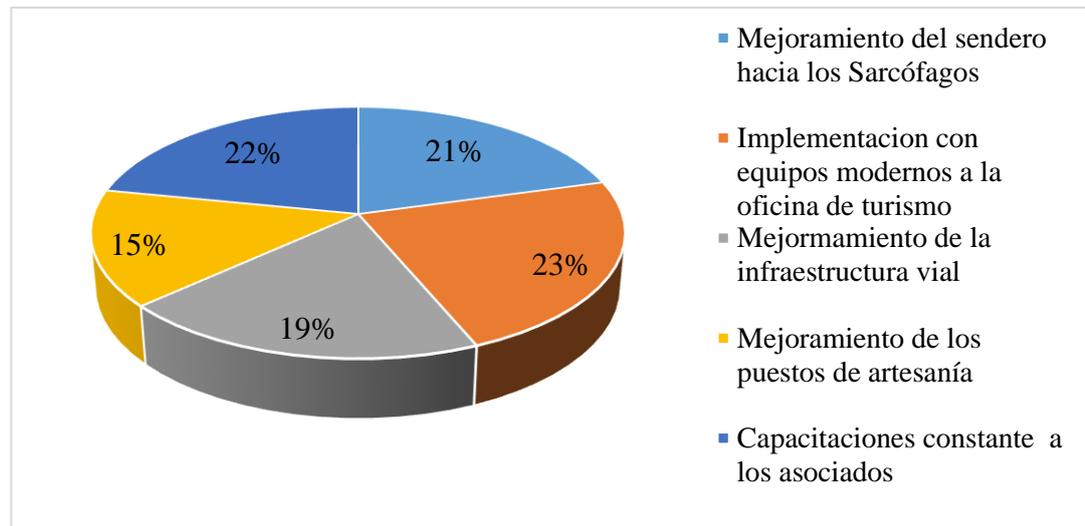
El Counter, Orientador Turístico y el Arriero se Preocupa por los Intereses de los Visitantes.



Determina que los integrados encuestados están totalmente satisfechos por el interés que muestran como Asociación frente a las necesidades de los visitantes.

Figura 24

¿Qué cree Usted que debe Perfeccionar la Asociación de Turismo, Artesanía y defensa del Patrimonio Cultural para que Mejore sus Servicios?



El gráfico determina que los integrantes encuestados demostraban interés por los servicios turísticos que deben perfeccionar, el 23% prioriza la implementación con equipos modernos a la oficina de la Asociación, el 22% reconoce que es necesario las capacitaciones para mejorar los estándares de calidad, el 21% opta que es

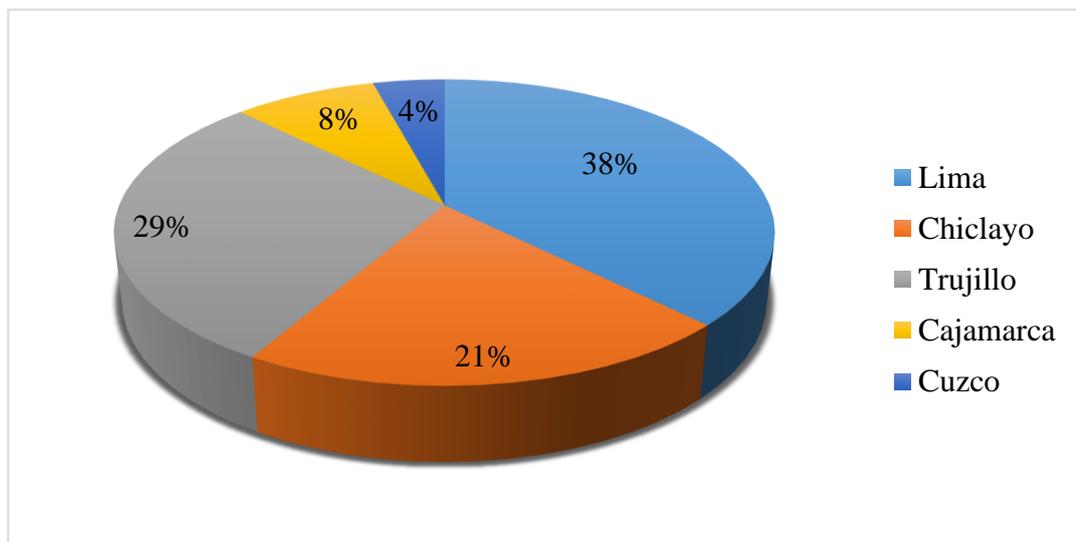
fundamental el mejoramiento del sendero hacia el Sitio Arqueológico, el 19% cree que es esencial el mejoramiento de la infraestructura vial y el 15% opina que se debe mejorar los puestos de artesanía.

3.2 Identificación de la percepción de los visitantes sobre la calidad de los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía.

Los resultados fueron obtenidos de las encuestas aplicadas a 60 turistas que visitaron el Sitio Arqueológico Karajía, en el mes de octubre de 2019. Eso nos permitió Identificar la percepción de los visitantes sobre la calidad de los servicios turísticos de la Asociación.

Figura 25

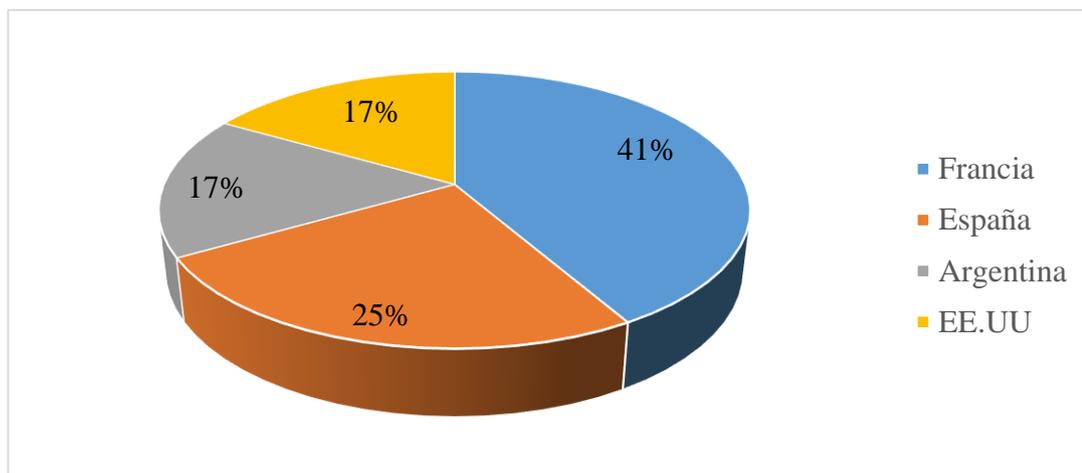
Lugar de Procedencia de Turistas Nacionales



El gráfico Permite determinar la nacionalidad de los turistas que visitaron el Sitio Arqueológico Karajía para hacer turismo. Se aprecia que en gran porcentaje son de Lima.

Figura 26

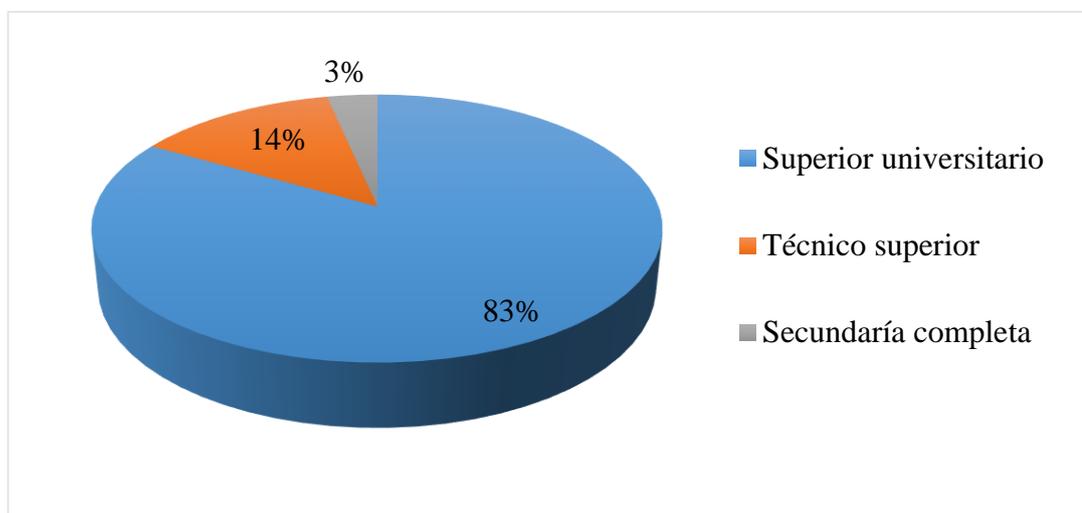
Lugar de Procedencia de Turistas Extranjeros.



El gráfico determina la nacionalidad de los viajeros que visitaron el Sitio Arqueológico Karajía para hacer turismo. Se aprecia en gran porcentaje que son de Francia.

Figura 27

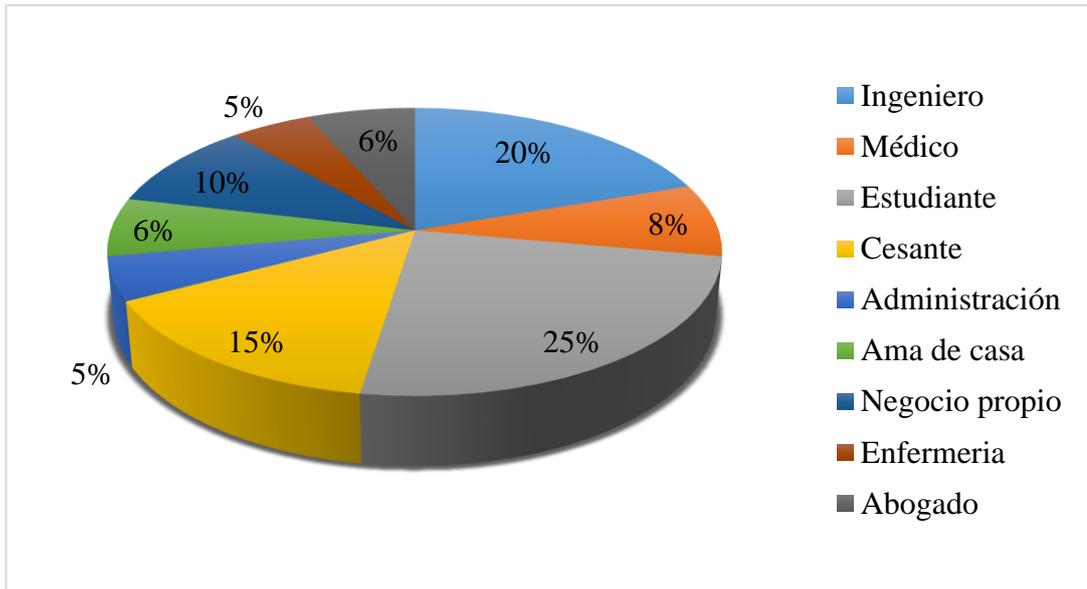
Grado de Instrucción



De acuerdo con el gráfico el grado de instrucción de los turistas que visitaron el Sitio Arqueológico Karajía, son profesionales y en minoría tienen secundaria completa.

Figura 28

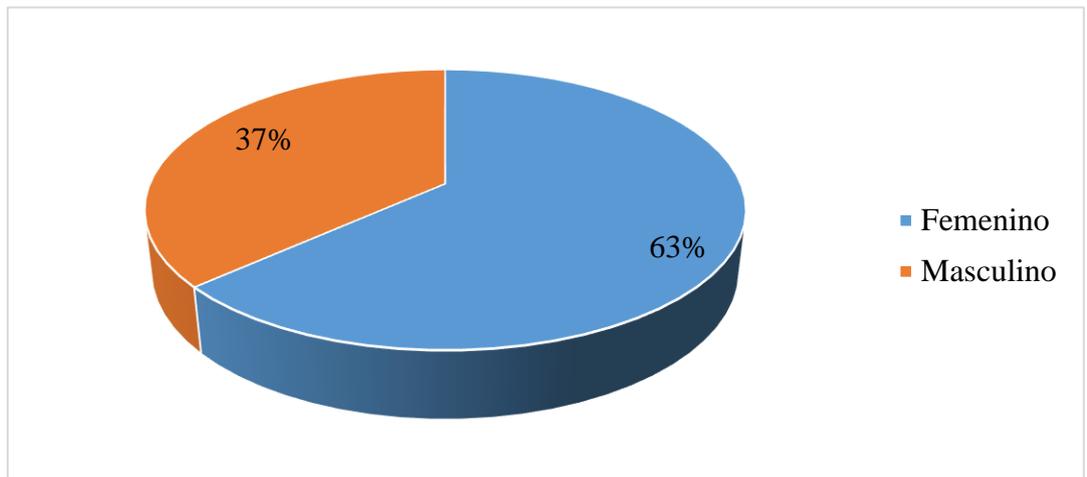
Ocupación



La información del gráfico, los turistas que visitaron el sitio Arqueológico Karajía, son primordialmente estudiantes.

Figura 29

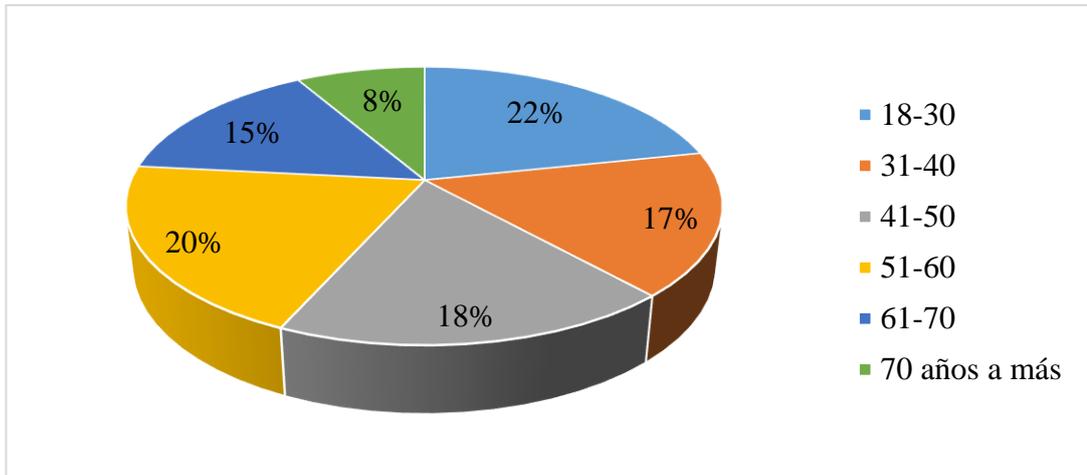
Género



El gráfico nos permite determinar que el mayor porcentaje de visitantes al Sitio Arqueológico Karajía son del género femenino.

Figura 30

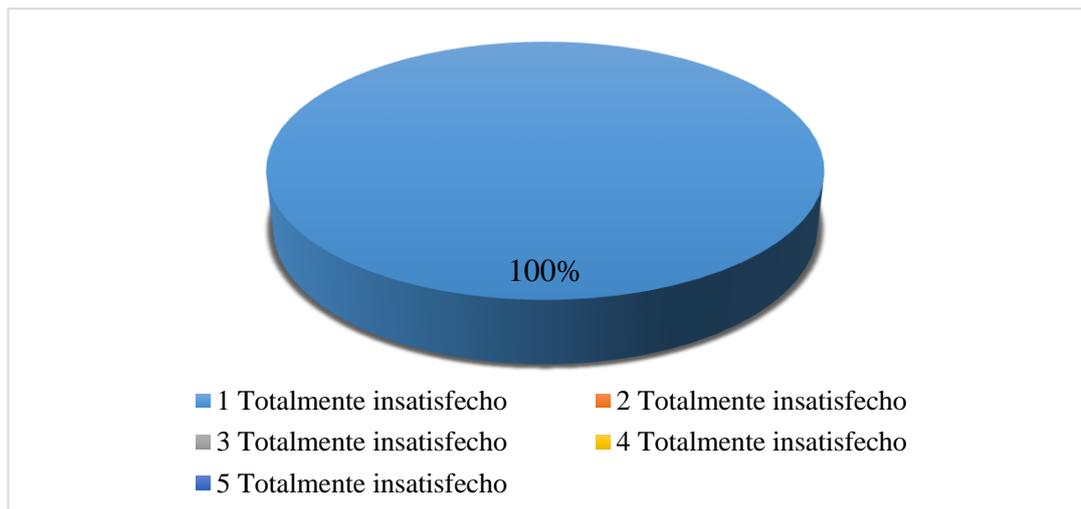
Edad



El gráfico infiere que la mayor proporción de turistas encuestados que visitaron el Sitio Arqueológico Karajía están en el rango de edad comprendida entre los 18 y 30 años de edad; seguido de quienes tienen 51 y 60 años de edad y en su minoría de 70 años de edad a más.

Figura 31

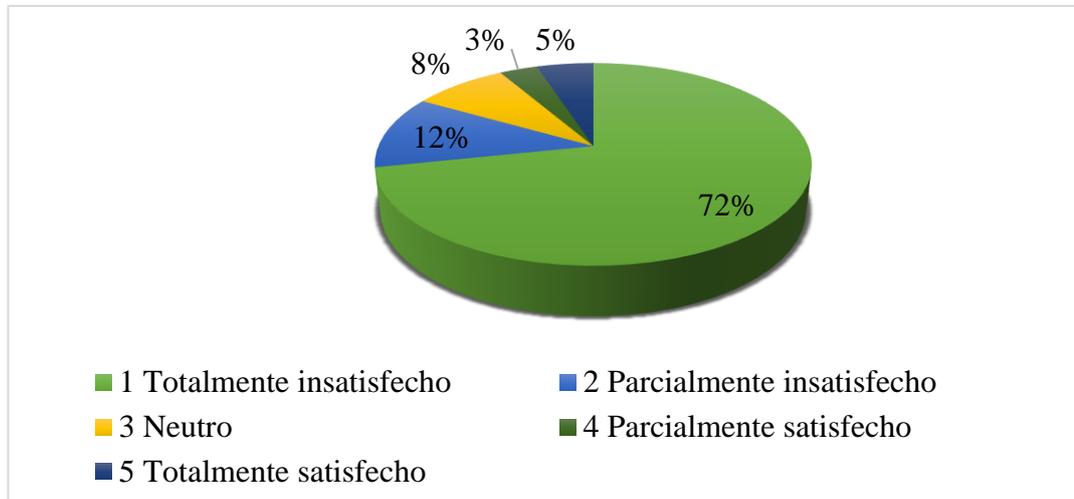
Los quipos (Computadora, Impresora, tv, etc.) de la Oficina tienen aspecto Moderno.



El 100% de los visitantes encuestados está totalmente insatisfecho ya que no observaron ningún tipo de tecnología en la oficina de la Asociación.

Figura 32

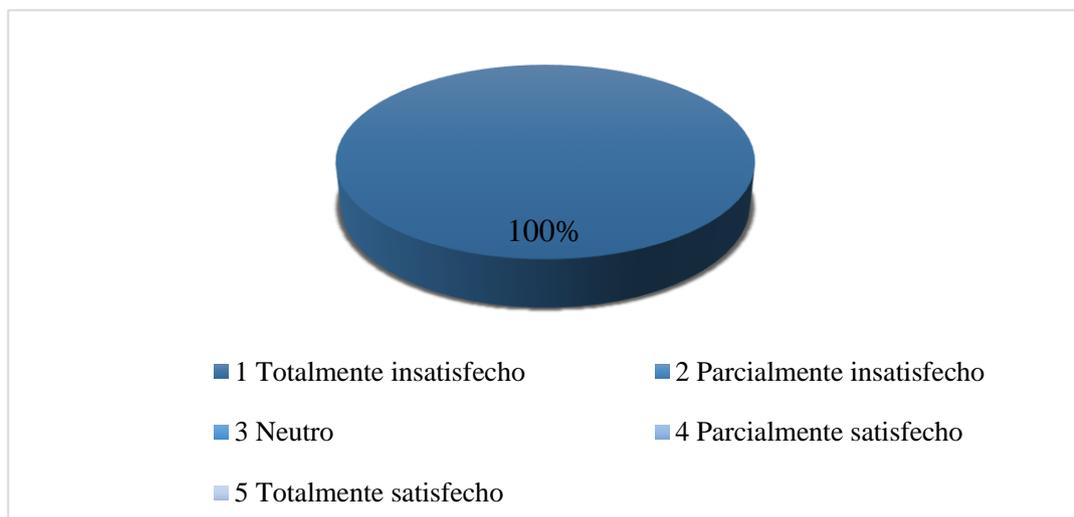
Las Instalaciones Físicas de la Oficina de la Asociación son Visualmente Atractivas, Organizadas y Aptas Para Ofrecer un buen servicio.



El gráfico determina que la mayoría de turistas encuestados demuestran estar totalmente insatisfechos, con referencia a las instalaciones física en l oficina.

Figura 33

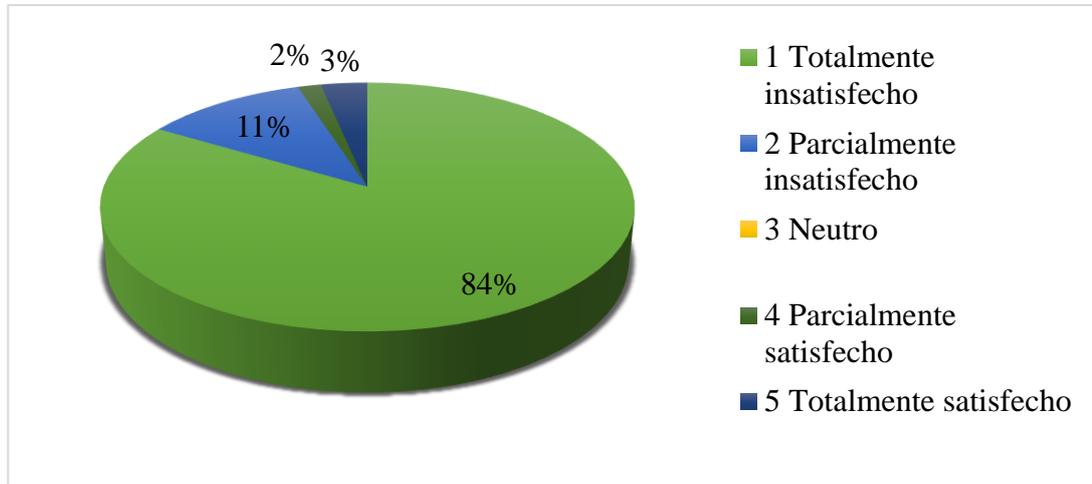
En la oficina de la Asociación los Folletos, Promocionales, Banners, etc. Son visualmente Atractivos.



El gráfico determina que los turistas encuestados al 100% que están totalmente insatisfechos, ya que la oficina de la asociación no cuenta con ningún tipo de promoción turística.

Figura 34

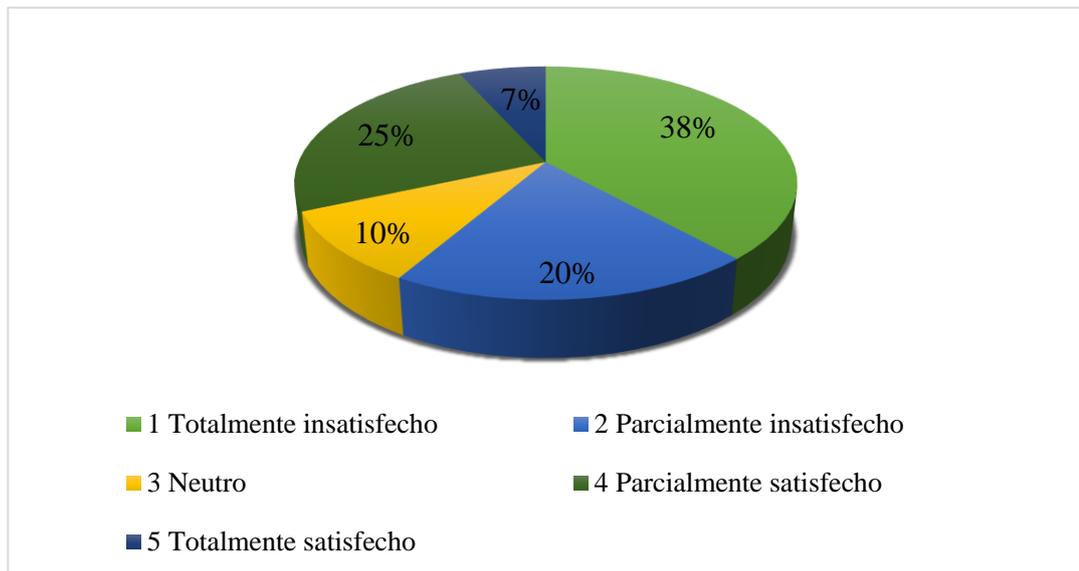
El Personal de Atención Está bien Uniformado, Identificado, Limpio y Ordenado.



El gran porcentaje de turistas encuestados se encuentra totalmente insatisfecho con relación al personal de atención porque no están correctamente identificados para diferenciarse de los demás.

Figura 35

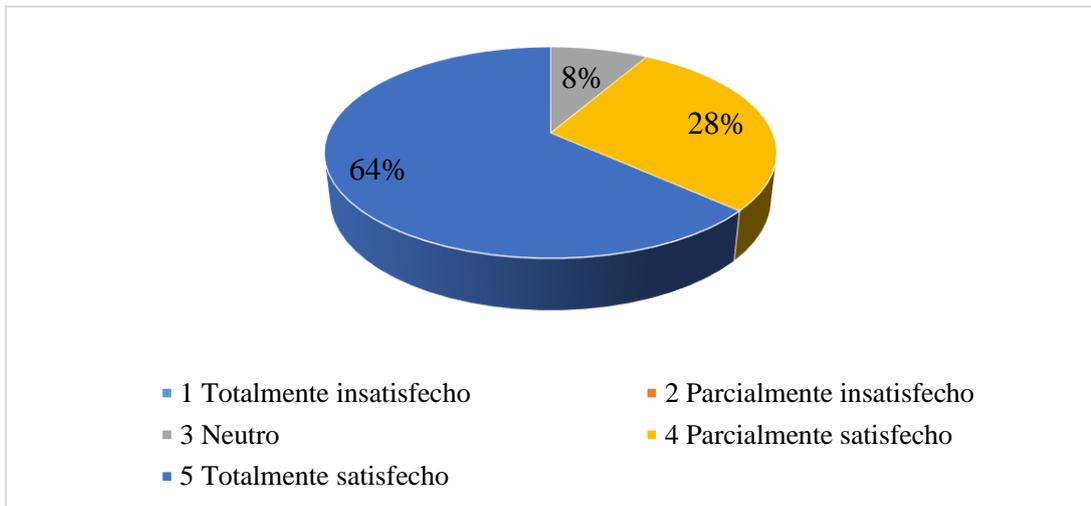
Los Servicios Higiénicos son Limpios.



El gráfico determina que el mayor porcentaje de los turistas encuestados están totalmente insatisfechos en cuanto a la limpieza de los servicios higiénicos se refiere.

Figura 36

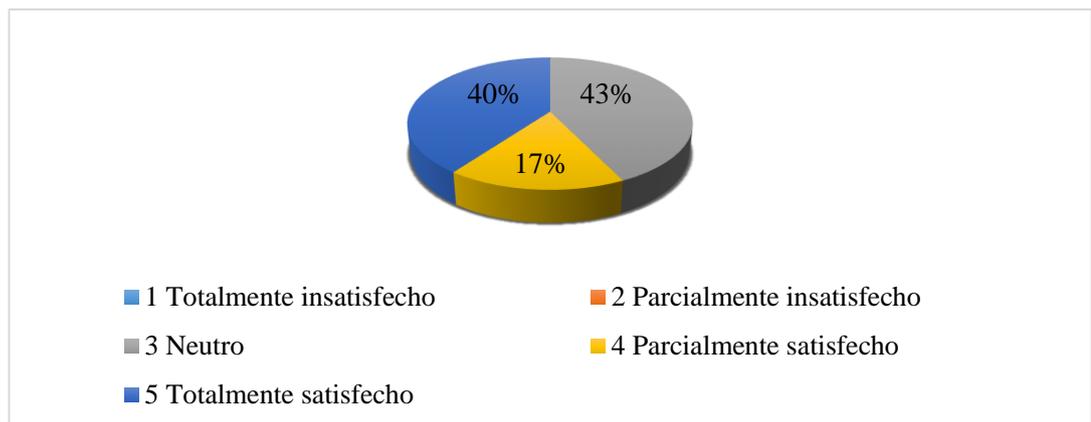
La asociación, (el Counter, el Orientador Turístico y el Arriero) Cumplió Oportunamente lo que usted Solicitó.



En el gráfico es evidente que los turistas que visitaron el Sitio Arqueológico Karajía el mayor porcentaje está totalmente satisfecho con el servicio recibido por la Asociación.

Figura 37

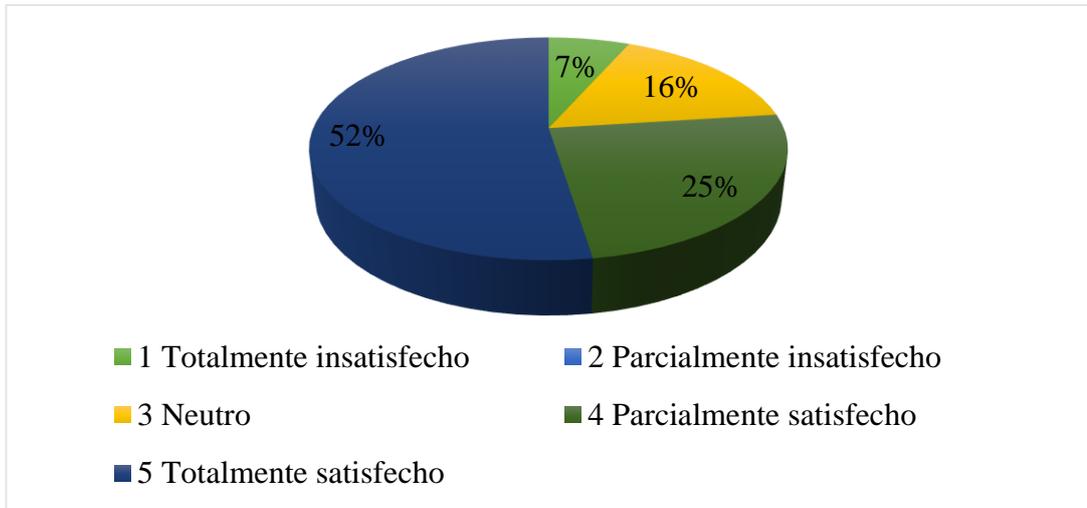
Cuando Usted Tiene Requerimiento, el Counter, Orientador Turístico y el Arriero en la Oficina Muestra Interés en Ayudarlo.



El gráfico deriva que la mayor parte de turistas encuestados que visitaron el Sitio Arqueológico Karajía no opina y el otro porcentaje están totalmente satisfechos con el interés en atender a los visitantes.

Figura 38

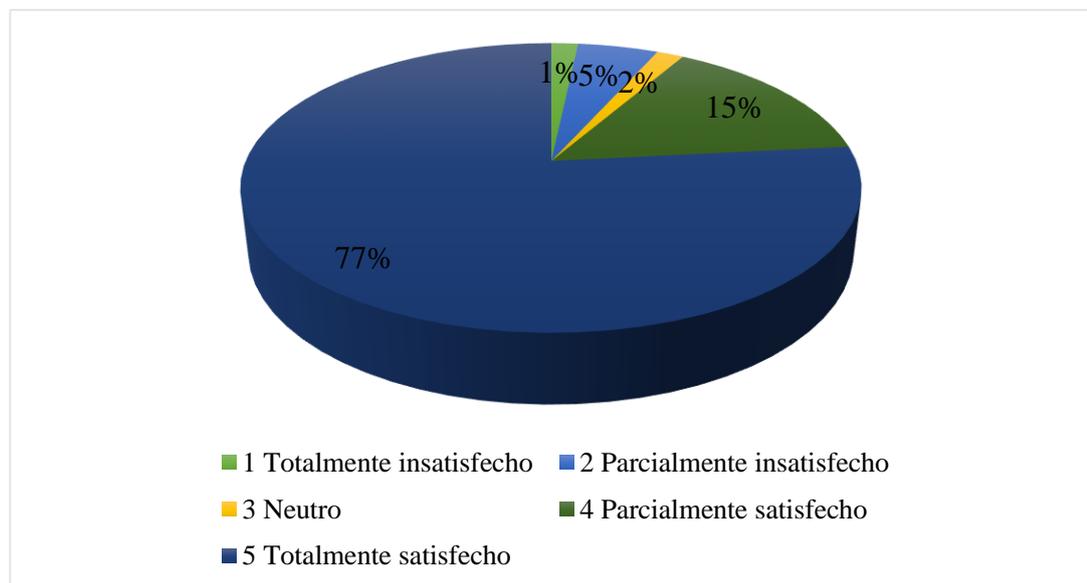
El Counter en la oficina realiza la atención, el registro, etc. Correctamente.



El gráfico determina que el mayor porcentaje de turistas encuestados que visitaron el sitio Arqueológico Karajía están totalmente satisfechos con la atención recibida por parte de la Asociación.

Figura 39

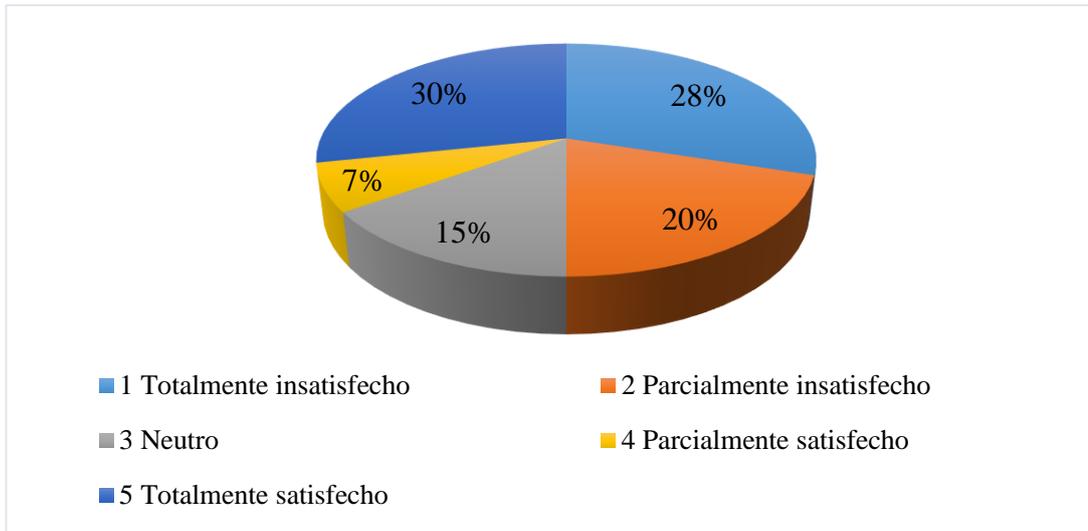
La Información que Brinda el Counter, Orientador Turístico y el Arriero son claras.



El gráfico permite identificar que el mayor porcentaje de turistas encuestados están totalmente satisfechos con la información brindada por la Asociación.

Figura 40

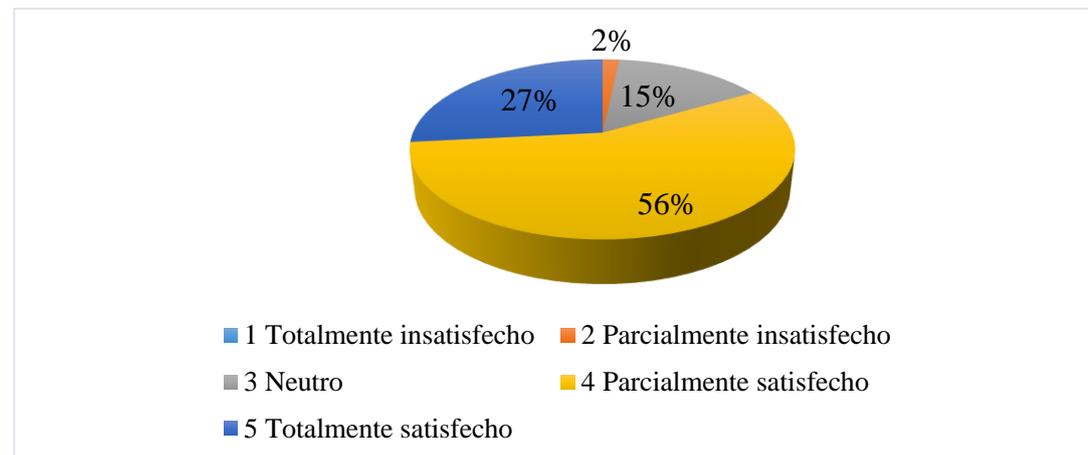
El Counter Brinda Recomendaciones Claras y Oportunidades.



Los turistas encuestados que visitaron el Sitio Arqueológico Karajía en mayor porcentaje están totalmente satisfechos con las recomendaciones ofrecidas por el Counter.

Figura 41

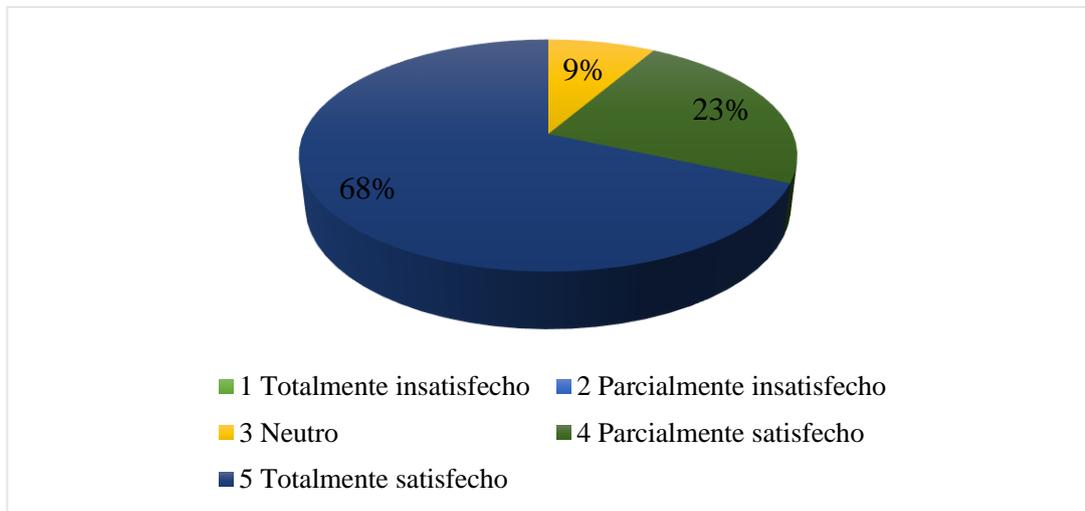
El Counter, Orientador Turístico y el Arriero le Proporciona un Servicio Rápido y Oportuno.



El 56% está parcialmente satisfecho con el servicio rápido y oportuno recibido por el Counter, orientador turístico y el arriero.

Figura 42

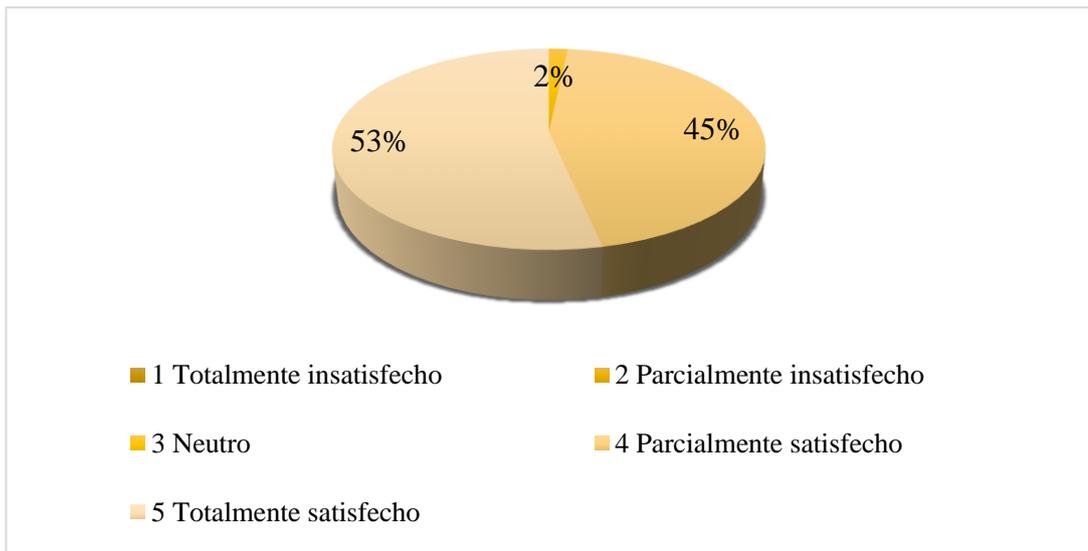
El Counter de la oficina responde de una manera pronta y deseada a preguntas de los turistas.



El gráfico determina que el mayor porcentaje de turistas que visitaron el Sitio Arqueológico Karajía están totalmente satisfechos con el servicio recibido por el Counter.

Figura 43

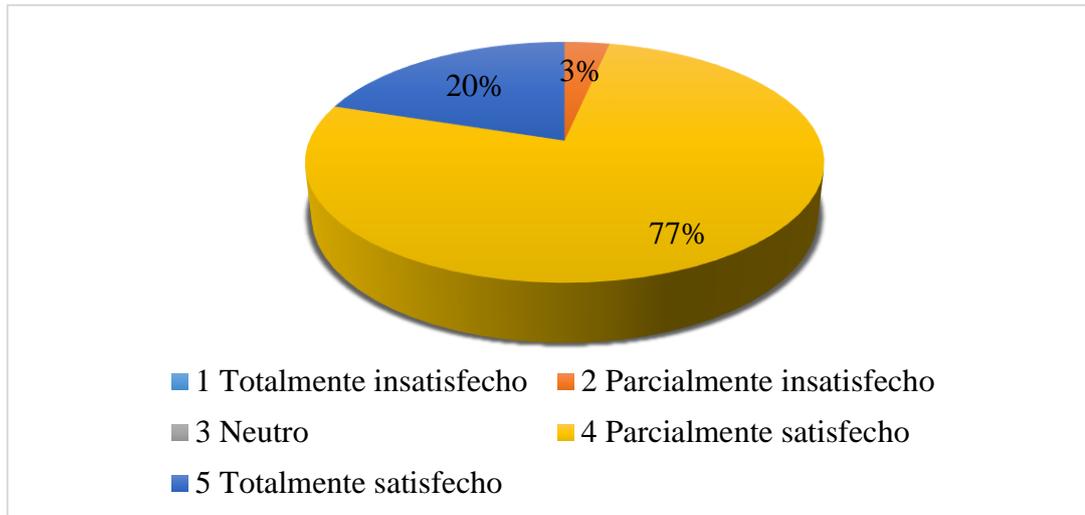
El Comportamiento de los Integrantes de la Asociación les Inspira Confianza



El gráfico determina que el 53% de los turistas encuestados están totalmente satisfechos con el comportamiento de los socios.

Figura 44:

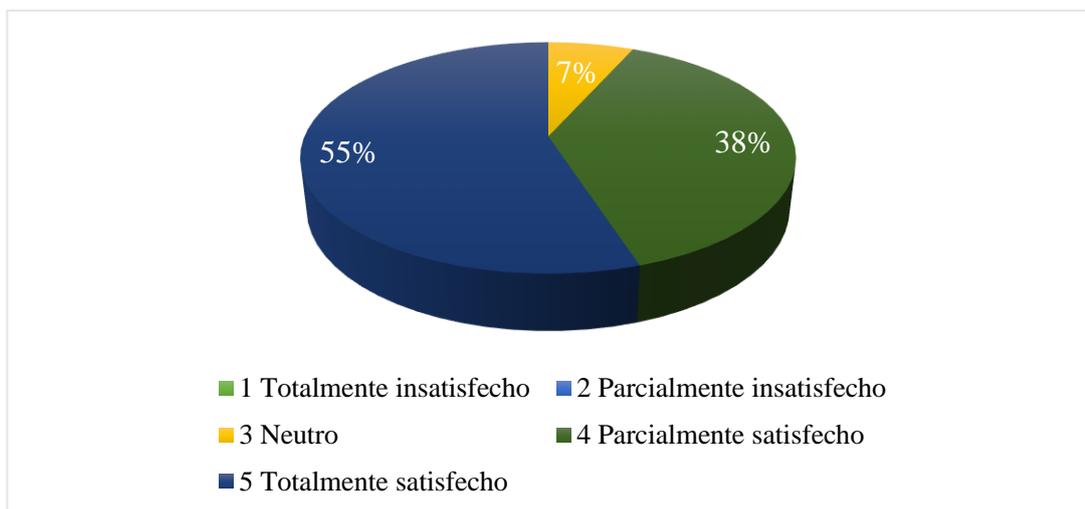
Se Siente Seguro en sus Transacciones por los Servicios que la Asociación Ofrece.



El gráfico revela que el mayor porcentaje de turistas encuestados se encuentra parcialmente satisfecho con los servicios ofrecidos por la Asociación.

Figura 45

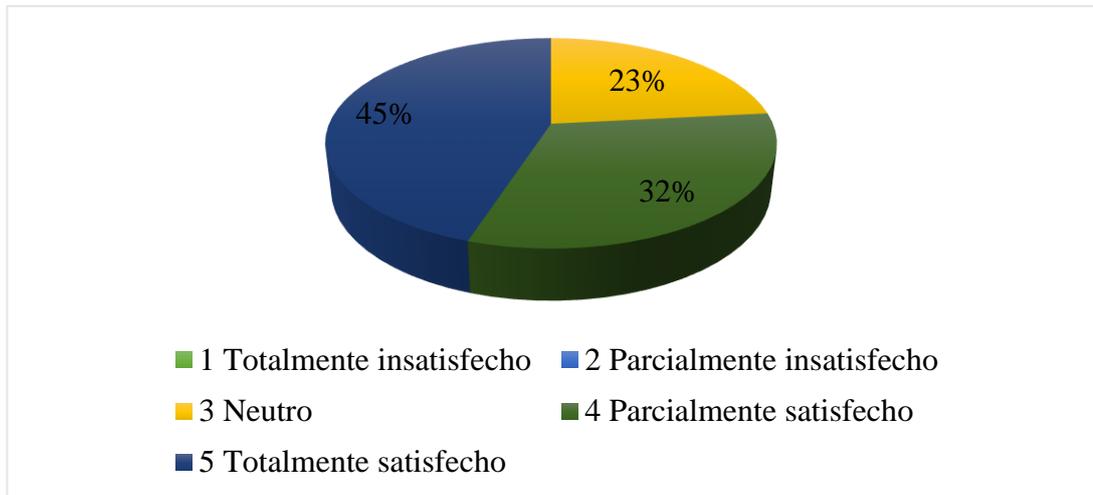
Los Socios (Counter, Orientador Turístico y el Arriero) de la Asociación se Portaron de Manera Cortes A Sus Preguntas.



El mayor porcentaje de turistas encuestados están totalmente satisfechos con el comportamiento de los integrantes de la Asociación.

Figura 46

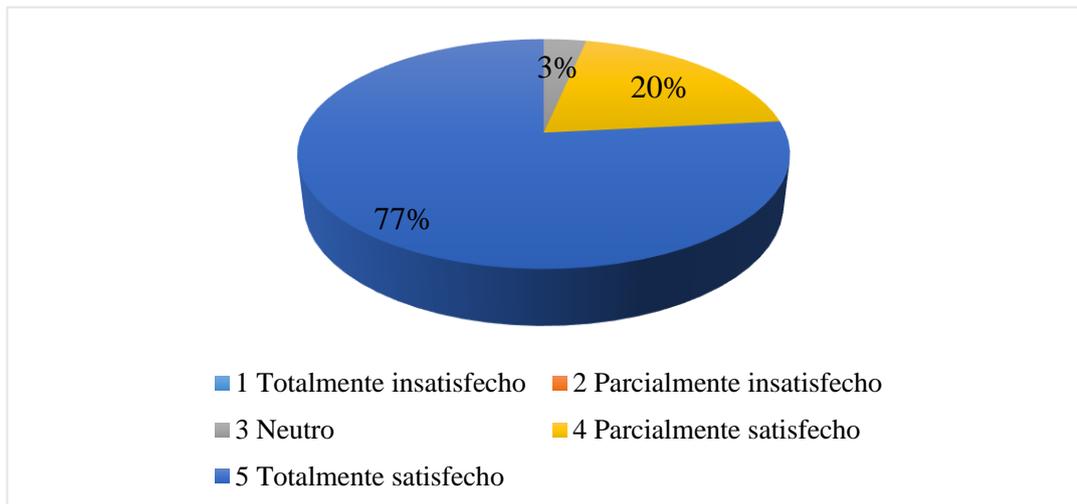
El Counter, Orientador Turístico y el Arriero tiene los Conocimientos Necesarios para Contestar a sus Preguntas.



El gráfico demuestra que el mayor porcentaje de los visitantes encuestados están totalmente satisfechos con la información recibida por los integrantes de la Asociación.

Figura 47

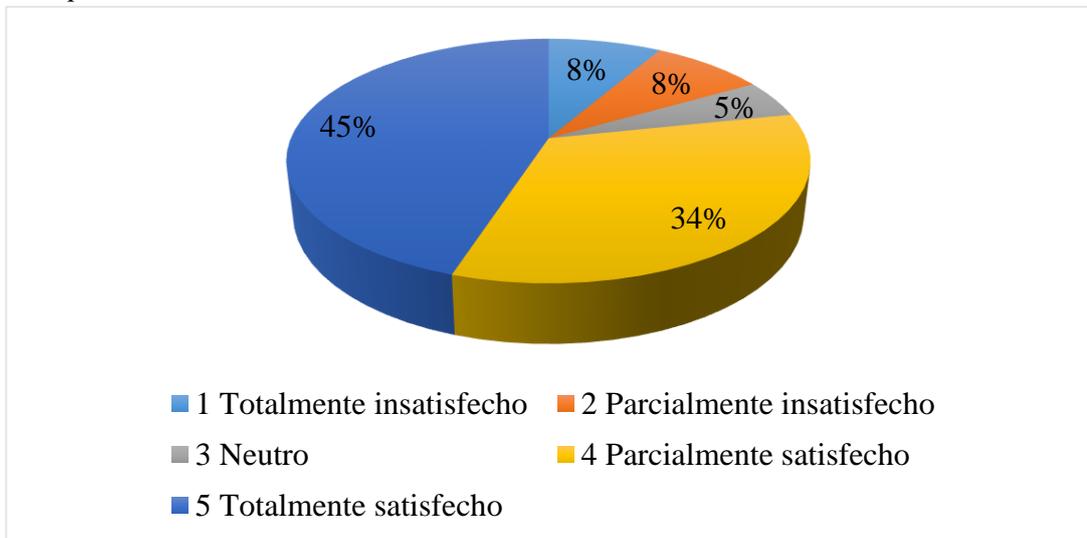
La oficina de la Asociación Tiene los Horarios Adecuados para Facilitar el acceso de Información a sus Visitantes.



El 77% de los encuestados está totalmente satisfecho con los horarios establecidos para facilitar el acceso de información a los visitantes.

Figura 48

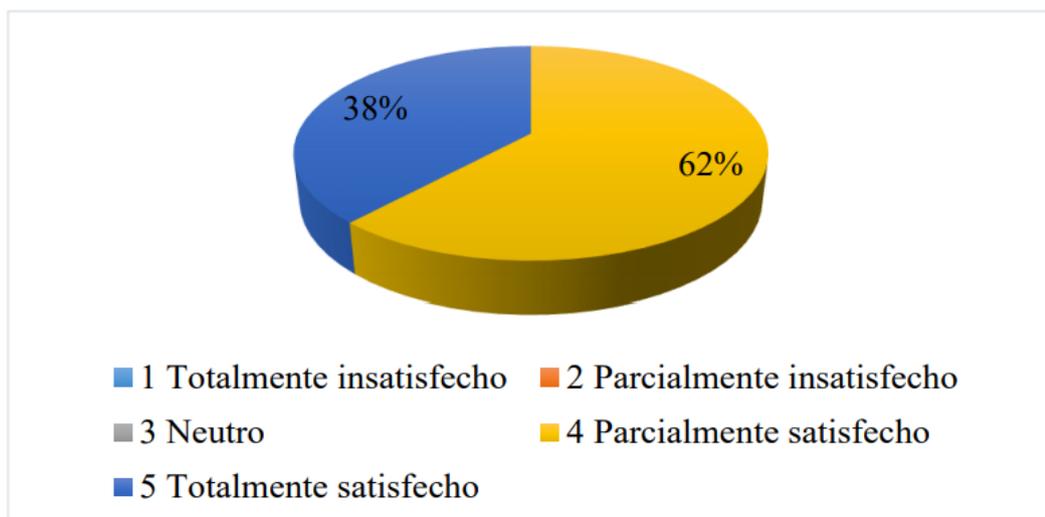
El Counter, Orientador Turístico y el Arriero Brinda Atención en un Lenguaje Comprensible.



Para el 45% de los turistas encuestados que visitaron el Sitio Arqueológico Karajía están totalmente satisfechos con la atención comprensible de los integrantes de la Asociación.

Figura 49

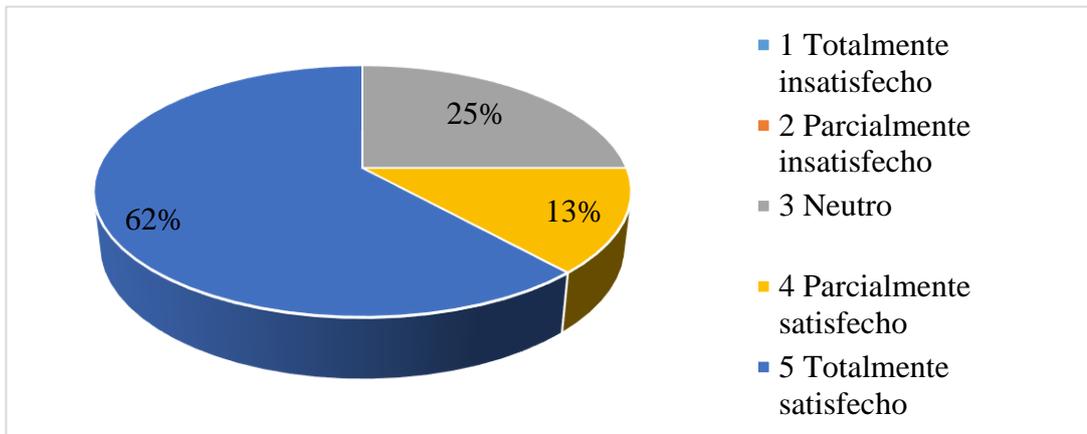
La oficina de la Asociación Tiene Horarios Adecuados para Facilitar el Acceso de Información a sus Visitantes.



De los encuestados el 62% está satisfecho con el horario de atención que tiene la Asociación de Turismo.

Figura 50

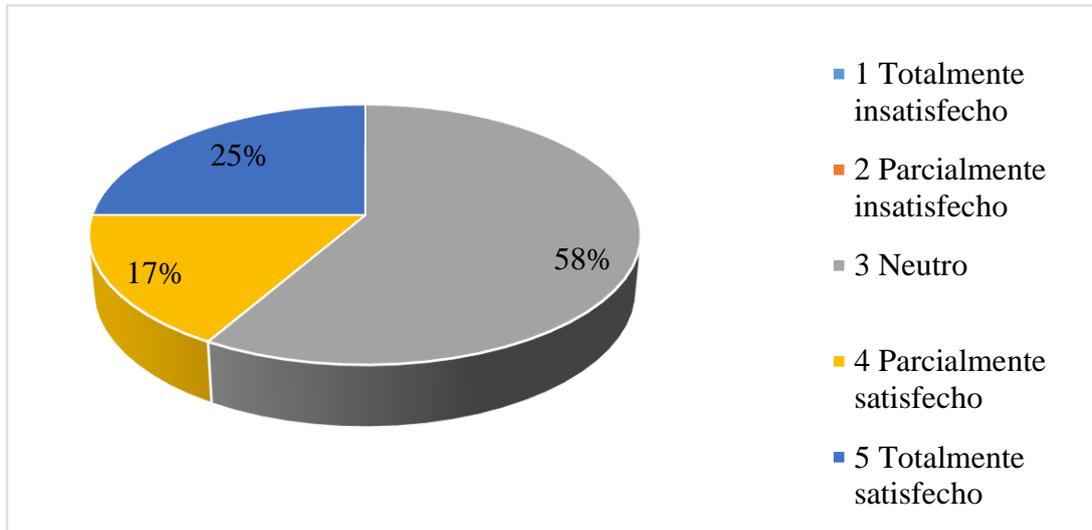
El Servicio Ofrecido por el Orientador Turístico Cumplió con sus Expectativas.



El 62% de los turistas encuestados que visitaron el Sitio Arqueológico Karajía están totalmente satisfechos ya que los servicios recibidos por la Asociación brindaron buen servicio, cumplió con sus expectativas de los visitantes.

Figura 51

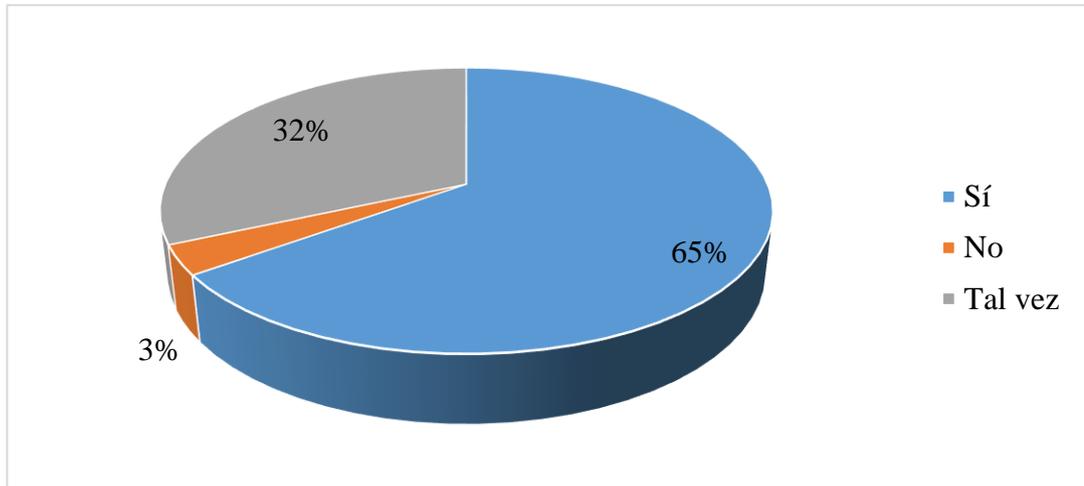
El Servicio Brindado por el Arriero Cumplió con sus Expectativas.



El gráfico determina que El 58% de los turistas encuestados no opinan sobre el servicio ofrecido por el arriero, el 25% se encuentra totalmente satisfecho y el 17% parcialmente satisfecho.

Figura 52

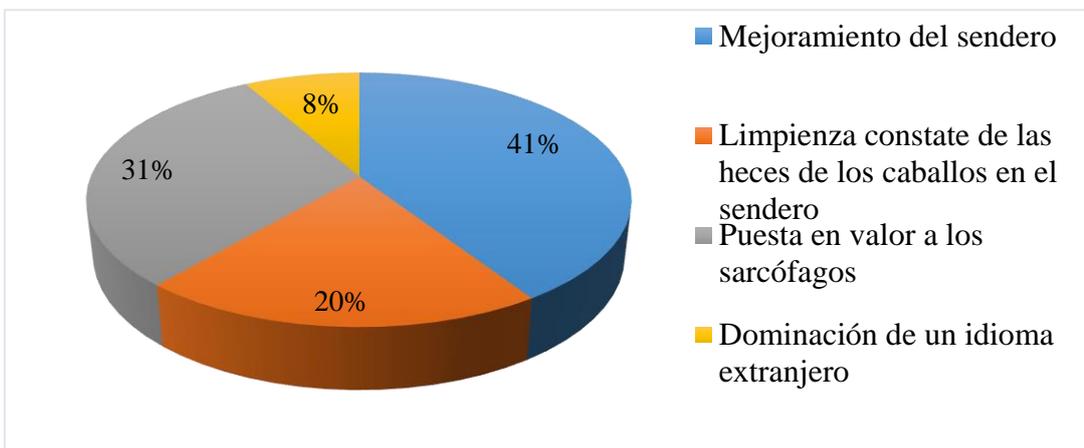
Recomendarías los Servicios que Brinda la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural de Karajía.



El gráfico determina que el 65% de los turistas encuestados que visitaron el Sitio Arqueológico Karajía sí recomendaría los servicios que brinda la Asociación de Turismo, Artesanía y Patrimonio Cultural Karajía, el 32% tal vez recomendaría y el 3% no recomendaría.

Figura 53

Qué Recomendaría Usted a la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía para que Mejore sus Servicios.



Nota. El gráfico denota que el mayor porcentaje de los turistas encuestados que visitaron el Sitio Arqueológico Karajía sugiere Mejorar el sendero hacia el recurso turístico, para el 31% la prioridad debería ser puesta en valor al recurso turístico, el 20% hace referencia que se debe de limpiar constantemente las heces de los animales en la ruta hacia el Recurso y el 8% sugiere que deben de dominar otro idioma.

3.3. Elaboración de un modelo de gestión para mejorar la calidad de los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía.

Para la elaboración de un modelo de gestión de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía, se realizó un análisis FODA el cual nos permitió determinar objetivos y estrategias.

3.3.1 Análisis FODA de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Karajía.

Tabla 1

Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Sitio Arqueológico Sarcófagos de Karajía, patrón funerario Chachapoya único y singular por la forma particular de su difusión. - Declarado como patrimonio mundial a los sitios Chachapoya del Valle de Utcubamba. - Reconocido como Patrimonio cultural de la nación. - Sitio Arqueológico que dispone de recursos naturales y cultura tradicional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Amazonas es considerado como destino turístico emergente. - Incremento de visitantes nacionales e internacionales. - La efectividad de una asociación de turismo inscrita en los registros públicos. - Mejoramiento de la carretera Caclic-Luya-Lamud. Componente 01, Cooperación de Japón JICA.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - El recurso turístico no se encuentra puesta en valor. - Frágil capacidad para prestar servicios. - Buen potencial de prestadores de servicios, pero sin capacitación. - Dificultad de su estructura orgánica como asociación. - No existe una estrategia adecuada para la difusión turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cambios climáticos fortuitos. - Competencia desleal. - Escasa sensibilidad y concienciación ambiental por parte del gobierno central y los sectores productivos. - No existe un plan concertado de desarrollo sustentable y sostenible de conservación ambiental dentro de la zona.

3.3.2. Modelo de Gestión para mejorar la calidad se los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía.

3.3.3. Área de impacto

Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía.

4.3.4. Descripción del proyecto

Realizado el diagnóstico de la situación actual de la Asociación y teniendo como resultados de encuestas a los integrantes de la Asociación y a turistas que visitaron el Sitio Arqueológico Karajía,

3.3.5. Componentes para la Asociación de Turismo.

3.3.6. Oferta.

3.3.7. Organización de la Asociación

- Esta registrada en el registro público que inicia en la hoja con número de serie A-6323699 y termina con número de serie A-6323694.
- Está conformado por un presidente, vicepresidente, secretario, tesorero, primer vocal, segundo vocal.
- Tiene un estatuto vigente.
- Dispone de un reglamento interno para su buena administración.
- Efectúan reuniones con frecuencia para coordinar acciones.

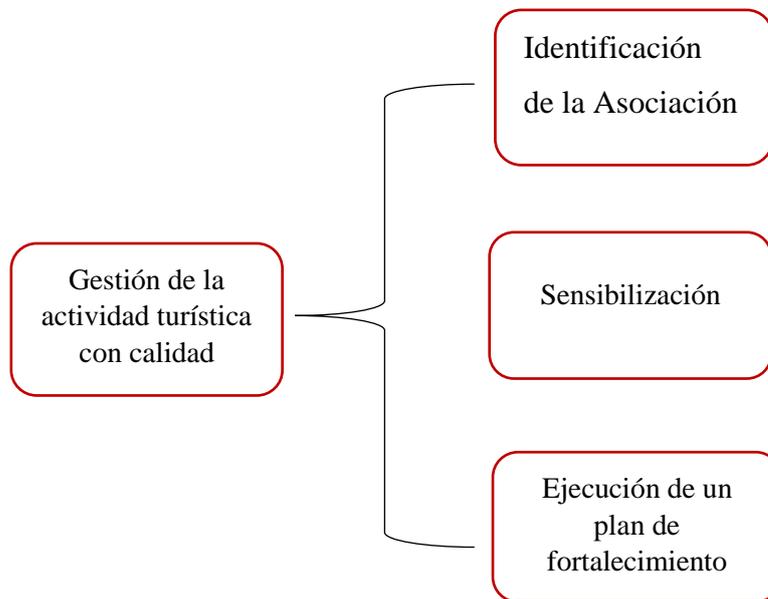
3.3.8. Modelo de Organización

Para alcanzar una óptima gestión de calidad, que encamine a mejorar los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural, Karajía, priorizamos un esquema que opera en dos niveles:

- Sitio Arqueológico Karajía
- Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía.

Luego de identificar el modelo se plantea las siguientes acciones a realizar:

Principales acciones a realizar:



Las acciones que hemos prevalecido dan como resultado Gestión de la actividad turística de calidad.

Identificación de la Asociación

Ubicado en la Región Amazonas, Provincia de Luya, Distrito de Trita, Anexo San Miguel de Cruz Pata, Jr. Amazonas S/N (frente a la Plaza de Armas).

Hemos logrado identificar servicios Venta de Artesanía, Restaurante, Orientadores turísticos, Servicio de cabalgata.

Sensibilización

El objetivo es organizar y capacitar a los integrantes de la Asociación.

Acciones

- Desarrollar talleres de sensibilización referente a calidad de servicio turístico.
- Identificar a líderes y fortalecer sus capacidades.
- Reinvertir en la conservación del patrimonio que sostiene a la actividad turística.

Ejecución de un Plan de Fortalecimiento

Mejorar y consolidar la estructura de la organización de la Asociación, enmarcado al modelo de gestión propuesto.

Acciones

- Desarrollo de los procesos de capacitación para los líderes en temas de organización y gestión.
- Convenios de tipo marco o específicos entre instituciones públicas o privadas. (gobierno local, regional o nacional).
- Diversificar la oferta turística.

Desarrollo del producto turístico del Sitio Arqueológico Karajía.

Principales acciones

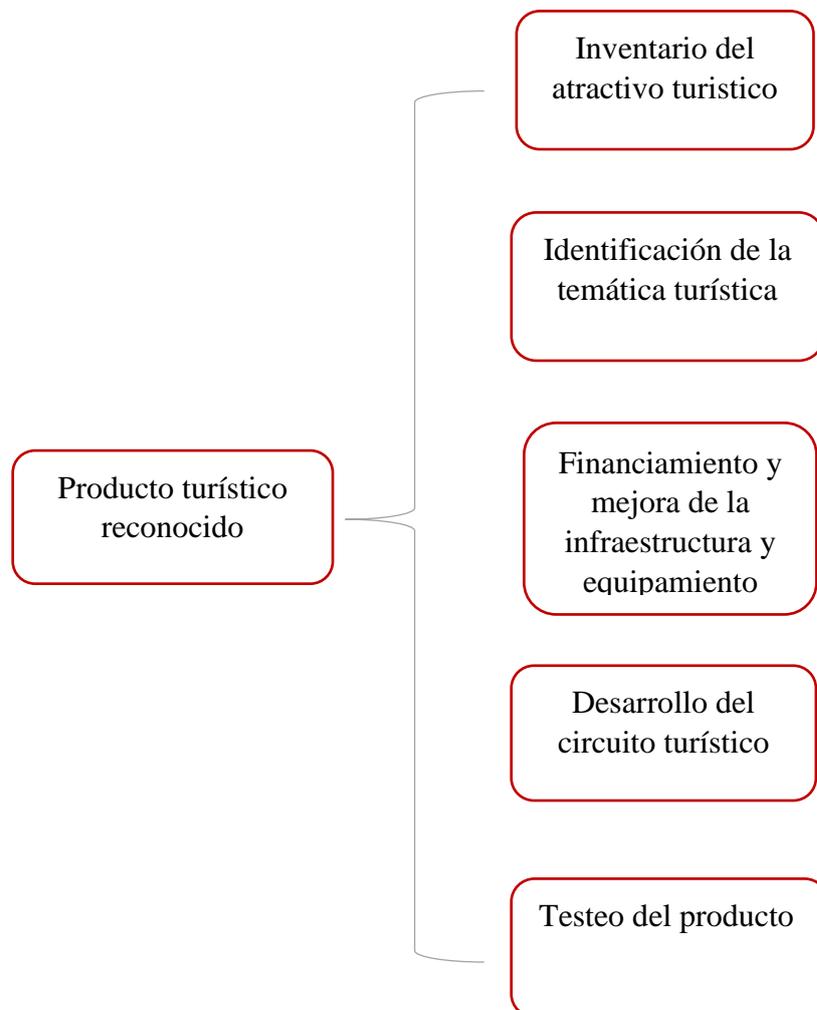
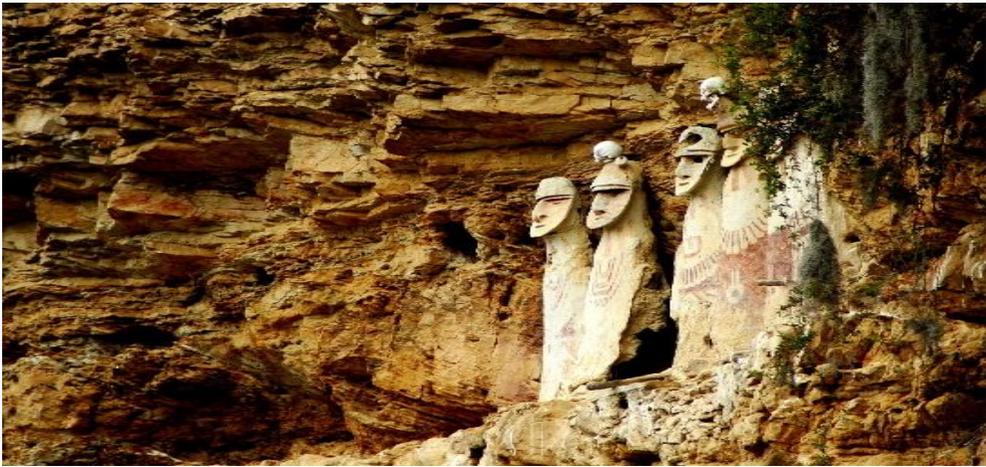


Tabla 2

Inventario del Atractivo Turístico

Nombre: Sitio Arqueológico Karajía							
Categoría	Manifestaciones culturales		Tipo	Sitios arqueológicos	Sub tipo:	Edificaciones (Templos, fortalezas, plazas, cementerio).	
Jerarquía	3	Provincia	Luya	Distrito:	Trita	Anexo	Cruz Pata
Propiedad del recurso, atractivo y/o locación:				Pública, administrada por la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural karajía.			
Distancia del centro soporte principal	De Chachapoyas - Luya - Cohechán - Cruzpata.		Tipo de vía	Asfaltado / Afirmado	Kilómetros	51	Tiempo 1h.30´
Distancia desde centro soporte secundario:	De Cruzpata a Sitio Arqueológico Karajía		Tipo de vía	Camino de herradura	Kilómetros	1	Tiempo 30´
Tipo de experiencia en el destino							
Naturaleza			Cultural	X	Aventura	Descanso y relax	

Descripción del recurso turístico y atractivo turístico	<p>Karajía se ubica a 2700 msnm, a la margen derecha de la quebrada Solmal, cerca del pueblo Cruzpata. Son tumbas prehispánicas, ubicadas en la abertura de un acantilado, pertenecientes a la cultura Chachapoya, que floreció durante el Intermedio tardío (1100 - 1470 d.c.). Las tumbas son del tipo sarcófago, colocados en fila y pegados por sus costados unos junto a otros. Está constituido por una cápsula, que alberga una momia en cuclillas, envuelta en telas y sentada, usualmente sobre un cuero de animal, acompañada de diferentes objetos como ofrenda. Las tumbas son conocidas localmente como Purunmachus, palabra quechua que significa hombre antiguo; ostentan rasgos generales humanos, que al mismo tiempo semejan un falo. En este sitio arqueológico, se encuentran un promedio de 14 Purunmachus, incrustados en el acantilado con orientación hacia el este. Resaltando un grupo de seis que yacen sobre basamentos de piedra y alcanzan los 2,50 metros de alto, caracterizados por su gran tamaño y por su cuerpo antropomórfico, provisto de hombros y cabeza mascara de mandíbula pronunciada colocada por encima del cuerpo, coronados cada uno con un cráneo ceremonial (obtenido como trofeos durante enfrentamientos bélicos), y pintura en la cara y en el cuerpo en forma de vestimenta suntuosa. El material utilizado en la fabricación del sarcófago fue: arcilla de tonalidad crema, paja seca, cañas y palos, cuerdas vegetales y piedras; y en el enlucido y decoración, se utilizó tierras de colores rojo ocre y blanco humo. Dentro de la tradición cultural Chachapoya, los Purunmachus contenían entierros individuales, a diferencia de los mausoleos, diseñados para contener los restos de varios individuos.</p>
--	---

Características resaltantes o de valor diferencial.	Patrón funerario único en el mundo.		
Servicio y/o infraestructura pública existente	Sendero de acceso al recurso turístico	Estado de servicio	Malo
Descripción del servicio y/o infraestructura pública	Sendero de trocha	Responsable de su administración	Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía.

Servicio y/o infraestructura turística pública existente		Zonas de descanso	Estado de servicio	Regular
Descripción del servicio y/o infraestructura turística pública		Zonas de descanso elaborados de madera y paja.	Responsable de su administración	Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía
Actividades se desarrollan actualmente		Actividades que se pueden desarrollar		
Actividad	Descripción	Actividad	Descripción	
Caminata/ Trekking	Desde Cruz Pata hacia el sitio arqueológico Karajía.	Estudios e Investigación	En el sitio arqueológico Karajía.	
Toma de fotografías y filmaciones	De todo paisaje en el ámbito del sitio arqueológico Karajía.	Turismo Rural Comunitario	Actividad a efectuarse a base de la agricultura que se desarrolla en la ruta hacia el sitio arqueológico Karajía.	
Paseo en caballo	Desde Cruz Pata hacia el sitio arqueológico Karajía.			
Servicios turísticos existentes		Servicios turísticos que se pueden desarrollar		
Servicios	Descripción	Tipo	Descripción	
Alquiler de caballo	Alquiler de caballos desde Karajía hacia el Sitio Arqueológico	Alojamiento	Servicios de alojamiento en Cruz Pata.	
Guiado	Orientadores turísticos de la Asociación de Turismo.	Alimentación	Servicios que se debe de incrementar.	
Artesanía	Venta de artesanía y madera.			
Restaurant	Venta de platos regionales y locales.			
Mini museo	Exhibición en una sala de restos óseos y cerámica local.			

Alquiler de equipos, acémilas y otros elementos existentes			
Nombre de bien	Precio S/	Nombre de bien	Precio S/
Alquiler de botas	S/ 2.00	Alquiler de acémilas	S/30.00
Alquiler de bastones	S/ 1.00	Alquiler de ponchos	S/ 2.00
Infraestructura turística pública que se requiere desarrollar dentro o en el entorno del recurso, atractivo turístico o locación			
Senderos peatonales y ecuestres		Miradores	
Servicios higiénicos		Señalización turística Informativa de orientación e interpretativa.	
Centro de interpretación		Estacionamiento	

Nota. Manual para la elaboración y actualización del inventario de recurso turísticos.

Identificación de la temática

Realizar talleres de trabajo con la asociación de turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía, para optar por el nombre del producto turístico.

Mejora de la infraestructura y equipamiento

Reformar el equipamiento e infraestructura turística.

Mejorar en la infraestructura y equipamiento en base a las encuestas efectuada a los asociados y turistas.

Desarrollo del circuito turístico

Karajía es un destino que es visitado junto con las Cavernas de Quiocta, y que los últimos años se han ido incrementando la turista de los visitantes, que permitió posicionarlos como el tercer recurso turístico más visitado de nuestra región Amazonas. Es por ello que ya cuenta con itinerario establecido por el tour operador de la ciudad de Chachapoyas.

Testeo del Producto

Validar la calidad del producto y servicio turístico mediante la participación del tour operador de Chachapoyas y los clientes.

Fam Trips con las tours operadoras de Chachapoyas y los visitantes.

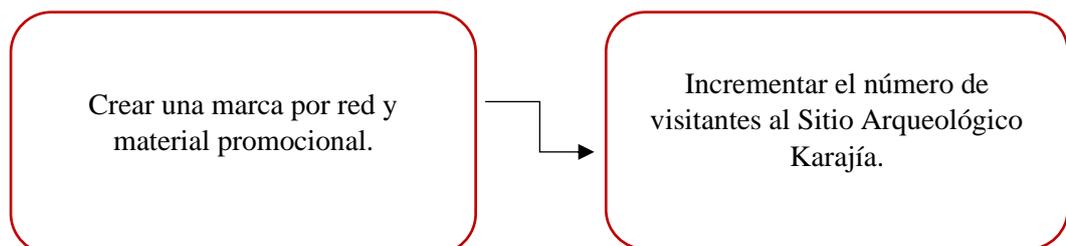
Retroalimentación a partir de las encuestas de satisfacción al visitante.

Prees tour con los medios de comunicación nacional.

3.3.9. Demanda

La ruta Karajía ya tiene establecido la llegada de visitantes, la tarifa para el ingreso es de S/. 10.00 adultos y S/. 5.00 para estudiantes o niños, lo que se ha identificado es que no cuentan con material informativo, promocional, no cuenta con una página web.

Para eso se plantea la siguiente acción a realizar:



La primera acción permitirá el incremento del número de visitantes al Sitio Arqueológico Karajía.

3.10. Generación de Marca por red y material promocional

Desarrollar un instrumento de promoción que permita identificar al Producto.

- Determinación de la oficina de venta.
- Elaboración de una marca, página web, Facebook y folletos promocionales.
- Mensaje comercial por radio, redes sociales.

3.11. Alianzas Estratégicas

Articular el Producto y servicio ofrecido con los entes del sector público y privado para potenciar la llegada de turistas. El turismo es una actividad multidisciplinaria, es prioridad efectuar alianzas estratégicas para alcanzar mayor porcentaje de visitas al Sitio Arqueológico Karajía, es fundamental que las alianzas aporten a la Asociación en las inquietudes o dificultades que se presenten.

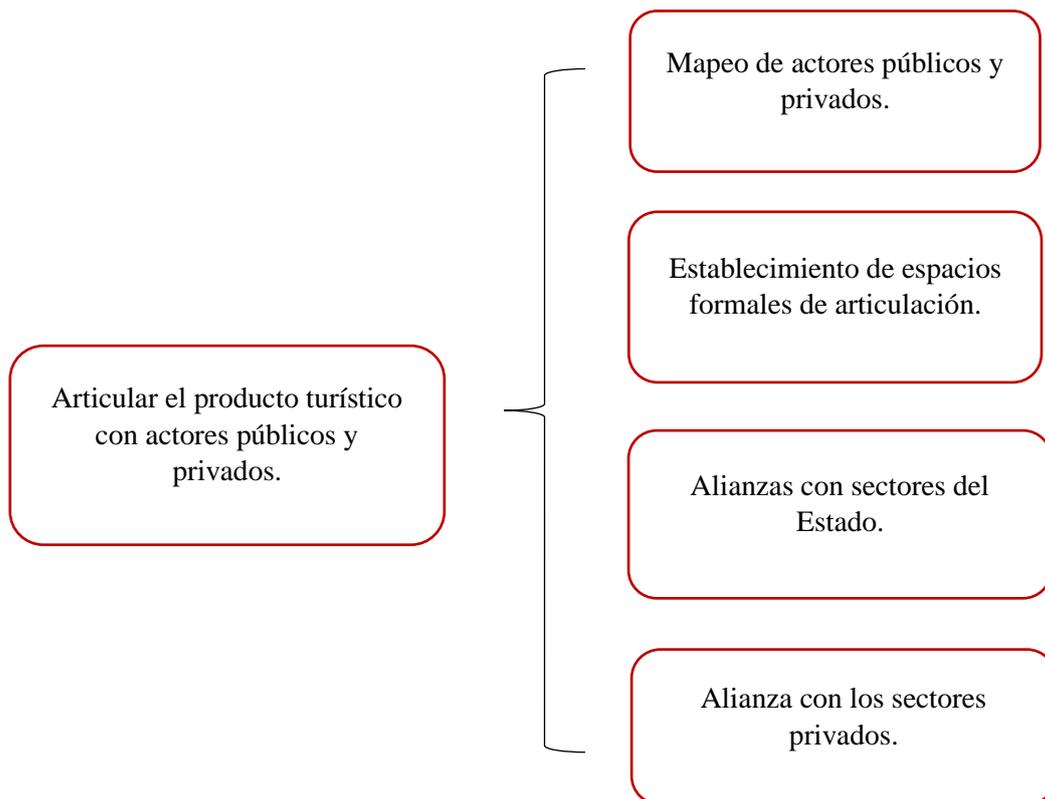
Alianzas con el sector privado:

- Apoyo de empresas privadas con financiamiento en beneficio de la Asociación.
- Capacitación en servicios complementarios (guiado, gastronomía) al producto ya ofertado.

Alianzas con el sector público:

- Mantenimiento de la carretera para el acceso al visitante.
- Elaboración de proyectos turísticos.
- Capacitaciones.

Principales acciones a realizar en la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía.



Las cuatro acciones descritas permitirán la articulación del producto turístico con actores públicos y privados.

Mapeo de Actores

Identificar a los actores públicos y privados presentes en el territorio de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía, sus objetivos y acciones principales permitirán posibles alianzas.

Establecimiento de espacios formales

Establecer compromisos entre el sector público y privado, que determinaran políticas y estrategias generadas para los servicios turísticos de calidad de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía.

Acciones

- Relacionarse con los entes del sector público y privado.
- Presentación de la propuesta y conformación del espacio interinstitucional.

Alianzas con sectores del Estado.

Definir acuerdos con entes del Estado en el ámbito local, provincial y nacional, para facilitar la llegada de turista.

Acciones

- Identificación d la infraestructura en mal estado desde Luya a Cruz Pata.
- Proyecto turístico para la puesta en valor al sendero que conduce al sitio arqueológico de karajía.
- Proyecto turístico para la puesta en valor al sitio arqueológico Karajía.
- Identificación en fortalecer las capacidades en servicio turístico.

Alianza con sectores privados

Definir acuerdos con sectores y empresas en el ámbito local, provincial y nacional para facilitar la llegada de visitantes.

Acciones

- Fortalecer las capacidades en primeros auxilios.
- Mejorar las buenas prácticas de servicio turístico.

Tabla 3

Cronograma de actividades del Modelo de Gestión

Acciones	Actividades	Meses																							
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Gestión de la actividad turística con calidad/ oferta – Sensibilización.																									
Efectuar talleres de sensibilización en calidad de servicio turística.	Taller de cultura turística.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Taller de manipulación de alimentos.				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Taller de buenas prácticas de servicio turístico.				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Taller de sostenibilidad.				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Taller de primeros auxilios.									x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Identificar a líderes y fortalecer sus capacidades.	Taller como ser un buen líder		x	x	x	x																			
Identificar a personas que aprendan un idioma.	Curso de estimulación para aprender el idioma inglés.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Gestión de la actividad turística con calidad/ oferta –Ejecución de un plan de fortalecimiento.																									
Desarrollo de los procesos de capacitaciones para los líderes en tema de organización y gestión.	Taller marco referencial de la administración	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x													
	La gestión empresarial.					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x									
	Principios básicos para una gestión eficaz.													x	x	x	x	x	x	x					
Acercamiento a las autoridades locales,	La gestión en turismo.																			x	x	x	x	x	x
	Invitación a autoridades públicas.	x	x	x																					

sociales de PROMPERÚ). Promoción y difusión en la plataforma y tú que planes.

x x

Alianzas estratégicas / Demanda - Mapeo de actores públicos y privados.

Identificación de los entes públicos y privados. Reunión con la asociación. x x x x x

Alianzas estratégicas / Demanda - Establecimientos de espacios formales de articulación.

Establecimiento de relaciones con los entes del sector público y privado. Invitación a una reunión a los 13 entes del sector público y privado. x x x x

Presentación de la propuesta y conformación del espacio interinstitucional. Explicación de la propuesta a los entes invitados. x x x x

Alianzas estratégicas / Demanda - Alianzas con Sectores del Estado.

Identificación de la infraestructura vial en mal estado desde Luya a Cruz Pata. Mejoramiento constante de la carretera Luya-Cruz Pata. x

Proyecto turístico para la puesta en valor al sendero que conduce al sitio arqueológico de Karajía. Elaboración del proyecto turístico puesta en valor al sendero que conduce al sitio arqueológico Karajía. x

Proyecto turístico para la puesta en valor al sitio arqueológico Karajía. Elaboración del proyecto turístico puesta en valor al sitio arqueológico Karajía. x

Identificar en fortalecer las capacitaciones en servicio turístico. Capacitaciones en buenas prácticas en prestadores de servicios turísticos. x x x x

Capacitación en técnicas de guiado. x x x x

IV. DISCUSIÓN

A partir de los hallazgos encontrados, aceptamos el objetivo general que establece Desarrollar una propuesta de gestión para mejorar la calidad de los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Góngora (2015), en su tesis titulada “sistema de gestión de calidad para la mejora de los servicios turísticos región Cusco, Perú”, nos dice que la mejora de los servicios turísticos es fundamental la capacitación y la educación en la calidad para que el proceso sea efectivo. Su investigación con la nuestra es muy diferente ya que él mide la media o valor promedio a las variables independiente como dependiente del sistema de gestión de calidad recopilado mediante la encuesta, que le permitió saber el grado de importancia de la investigación que él hizo a los servicios turísticos de la región Cusco.

Calpoviña.- En su tesis “Modelo de Gestión de la Calidad de los servicios turísticos de Riobamba orientado a la competitividad y al Desarrollo Sostenible del Ecuador.” al igual que nosotros efectuó un diagnóstico de la gestión turística, que se basó en la descripción del territorio de estudio, con nuestra investigación difiere mucho, porque no solamente está orientado a la calidad de servicio, solo coincide con el diagnóstico que ha efectuado al destino haciendo entrevistas a los principales actores.

La Fundación Codespa (2011), en su modelo de gestión del turismo rural comunitario: Una experiencia regional andina propone un modelo sentando bases en aspectos fundamentales como Organización comunitaria, desarrollo del producto, comercialización y alianzas estratégicas para que una organización comunal sea exitosa y sostenible. Es así que la presente tesis propone en su modelo de gestión la organización comunitaria, que en la actualidad ya está formada como tal que viene hacer la asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía, se centra también en desarrollar un producto, 85 comercializarlo y realizar alianzas estratégicas, que permitirá lograr servicios turísticos de calidad a los turistas nacionales como extranjeros.

V. CONCLUSIONES

En esta investigación se desarrolló una propuesta de gestión para mejorar la calidad de los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía. A partir de la actividad turística, el incremento económico, el respeto a los recursos, y el equilibrio social. El turismo surge como una alternativa de desarrollo para las familias de la Asociación, de la comunidad, permitiendo crecer como población.

En esta tesis se diagnosticó la situación actual de la gestión de los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía. A través de encuestas, la Asociación determinó que los servicios que ofrecen a los turistas son verás y confiable, siempre atienden con amabilidad a los turistas con amabilidad y respeto. Sin embargo, admiten que precisan fortalecer sus capacidades mediante capacitaciones para perfeccionar el servicio.

En esta tesis se identificó la percepción de los visitantes sobre la calidad de los Servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía. La apreciación de los turistas en relación a los servicios que ofrece la Asociación, no cumple con sus expectativas, es imprescindible que los integrantes sean capacitados para lograr la excelencia en la prestación de servicios turísticos, aprendan un idioma extranjero, sugieren que deben de mejorar el sendero que conduce al Sitio Arqueológico Karajía, implementar la oficina con equipos tecnológicos, intervención del Ministerio de Cultura que considere al Sitio Arqueológico Karajía en estado de emergencia, creando planes de conservación en protección del patrimonio cultural, todo va a favorecer a la Asociación y la comunidad en general.

En esta tesis se elaboró un modelo de gestión para mejorar la calidad de los servicios turísticos de la Asociación de Turismo, Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía, será viable si se toma en cuenta la participación de la población local y la creación de alianzas estratégicas entre el sector público y privado. Karajía representa un potencial turístico no aprovechado, con autoridades conscientes del valor cultural del Sitio Arqueológico Karajía, pero sin propuestas definidas. Así, la elaboración de un plan de gestión basado en reformar la calidad de los servicios turísticos se vuelve prioritario para el desarrollo de la comunidad.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la DIRCETUR instruir constantemente a la Asociación de Turismo Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía, con la finalidad de fortalecer sus capacidades.

Se recomienda a las entidades públicas y privadas apoyar con el mejoramiento de la infraestructura, para incrementar la visita de los turistas al Sitio Arqueológico Karajía.

Se recomienda a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Escuela Profesional de Administración en Turismo, investigar, capacitar en diferentes temas a la Asociación de Turismo Artesanía y Defensa del Patrimonio Cultural Karajía.

Se recomienda al Ministerio de Cultura, Proteger y Promocionar al Sitio Arqueológico Karajía.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias, F. G. (2006). El proyecto de investigación introducción a la metodología científica. Caracas, Venezuela: Episteme, C.A.

Calvopiña, D. (2017). Modelo de gestión de la calidad de los servicios turísticos de Riobamba orientado a la competitividad y al desarrollo sostenible del Ecuador. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Codespa, F. (2011). Modelo de gestión del turismo rural comunitario: Una experiencia regional andina. Lima, Perú: Tarea Asociación Gráfica Educativa.

Góngora (2015), Sistema de gestión de calidad para la mejora de los servicios turísticos de la región Cusco. Lima - Perú: Universidad Nacional Federico Villarreal.

Grande, I. (2005). Marketing de los servicios (Vol. cuarta edición). España: Esic.

Navarro, D. & Vásquez, K. (2017). Modelo de gestión organizacional para contribuir a que los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas sean considerados como turísticos, Chachapoyas 2016. Chachapoyas – Perú: UNTRM.

Parra, E.; Calero, F. (2006). Gestión y Dirección de Empresas Turísticas. España: Mc Graw Hill. 516p.

Reyes, C. (2013) Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación share, sede Huehuetenango. Huehuetenango, Guatemala: Universidad Rafael Landívar.