

Volumen 2, Número 1, Enero-Junio de 2011, pp. 52-62  
ISSN (e) 2220-9336

## **Calidad y satisfacción turística en el departamento de Amazonas**

Jane Mori-Culqui<sup>1</sup>

Recibido: 14 de septiembre de 2010  
Aceptado: 21 de diciembre de 2010

---

<sup>1</sup> Jane Mori-Culqui. Licenciada en Administración de Negocios Internacionales por la Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú. Email: [jmori@usmp.edu.pe](mailto:jmori@usmp.edu.pe)

## Calidad y satisfacción turística en el departamento de Amazonas

### RESUMEN

**Objetivo:** Detectar los factores más resaltantes que influyen en la satisfacción de la oferta turística en Amazonas y así impulsar la demanda, aprovechando su potencial de la mejor manera. **Método:** Se analizó la oferta turística mediante la observación directa y se realizó un inventario para medir su calidad, la recolección de datos fue complementada con la revisión documental. La satisfacción con el servicio se midió a través de encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros. **Resultados:** Se encontraron serías deficiencias en la calidad de los servicios tangibles e intangibles, un bajo nivel educativo de los habitantes y una carencia de inversión del sector privado. **Conclusiones:** Se recomienda promover la inversión, brindar capacitación permanente a los trabajadores, empresarios y entes vinculados con el turismo, con el objetivo de crear conciencia en todos los habitantes para conservar y cuidar los recursos naturales y culturales con el que cuenta el Departamento de Amazonas.

**Palabras clave:** Desarrollo sostenible, Oferta turística, Satisfacción turística

---

## Tourist satisfaction and quality in the department of Amazonas

### ABSTRACT

**Objective:** To identify the most salient factors influencing the satisfaction of tourism in the Amazon and thus boost demand, taking advantage of the tourist potential. **Method:** Tourism was analyzed through direct observation and an inventory for measuring quality, the data collection was supplemented in the document review. The service satisfaction was measured through surveys for domestic and foreign tourists. **Results:** There were serious deficiencies in the quality of tangible and intangible services, low educational level of people and a lack of private sector investment. **Conclusions:** It is recommended to promote investment, provide ongoing training for employees, employers and tourism related organizations, with the aim of creating awareness among all citizens to keep and care for the natural and cultural resources of the Department of Amazonas.

**Keywords:** Sustainable development, Tourism, Tourist satisfaction.

## **Introducción**

El mundo actual, cada vez más competitivo y globalizado, obliga a las empresas turísticas del mundo a ofertar productos y servicios de alta calidad acordes con las necesidades e incremento de la demanda turística.

En los últimos años, el Perú presentó un crecimiento receptor del 18% en el sector turismo. Sin embargo, a pesar de presentar un crecimiento sostenible anual, no se logra satisfacer a turistas altamente exigentes. Algunas deficiencias principales son: la baja calidad de la infraestructura (hoteles, restaurantes, agencias de viaje, hospitales, etc.); bajo nivel de educación; vías de accesos ineficientes; medios de comunicación insuficientes y medios de transporte inadecuados. (Baker & Crompton, 2000; Chadee & Mattsson, 1996; Ekinci & cols., 2003; Gonzáles et al., 2007; Kozak & Rimmington, 1999; McCleary et al, 2007; Nield et al, 2000; Tribe & Snaith, 1998; Yoon & Uysal, 2005).

Es probable que otros factores ligados al servicio repercutan en la calidad del servicio turístico ofrecido. Por ello, es necesario detectar los factores relevantes que influyen en el desarrollo turístico de Amazonas y trabajar en forma conjunta con las autoridades y habitantes generar cambios radicales. Se busca crear un modelo diferente de gestión, donde la actividad turística sea un catalizador de la descentralización, las inversiones y la inclusión social.

Así, el objetivo del sector es el alcanzar un turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico, social y ambiental en Amazonas. Además, satisfacer la demanda turística y ofertar los servicios y productos alineados a un público objetivo de clase internacional.

Estudios nacionales analizan el crecimiento demográfico del Departamento de Amazonas, la población proyectada, el plan estratégico de la municipalidad de Chachapoyas, proyectos de inversión para mejorar los principales centros arquitectónicos y estudios sobre la integración económica del departamento. La mayoría de estos se orientan a analizar la evolución del turismo en el tiempo y financiar proyectos de mejora. Sin embargo, no existe una propuesta de un modelo de gestión diferente, en la que el objetivo sea mejorar la calidad de la oferta turística y cuyo crecimiento sea sostenible en el tiempo.

Estudios internacionales se enfocan en la calidad y conservación de los recursos naturales del turismo amazónico, sus principales actividades económicas y la calidad de los restos arqueológicos encontrados en los últimos años. (Jamal & Stronza, 2008; Stronza, 2007; Smith, 1996). Sin embargo, tampoco proponen un modelo de gestión enfocado a mejorar la calidad de los servicios demandados por turistas altamente exigentes.

Actualmente, los principales clientes (turistas) exigen que las personas involucradas tengan mayor preparación académica, dominen el idioma inglés, tengan conocimientos básicos en primeros auxilios. Así mismo, la comodidad y calidad de los establecimientos deben basarse, además del lujo, en la limpieza, orden, distribución y la seguridad que brindan frente a desastres naturales. Del mismo modo, las agencias de viaje deben brindar información clara y verídica de la situación real de los lugares turísticos y los riesgos a los que están expuestos los visitantes.

Para aplicar el modelo es necesario contar con ciertos instrumentos o elementos básicos que permitan el funcionamiento correcto del mismo:

- Financiamiento; las entidades financieras, deben ofrecer planes y tarifas especiales orientadas a empresas de toda envergadura; con el objetivo de proveer capital para iniciar el plan de negocio turístico y puedan ofrecer servicios de calidad.
- La política de cultura turística deber ser una herramienta de transformación social, en pro del progreso y desarrollo del mismo, que garantiza la permanencia de los valores, la identidad y las tradiciones. Ello no sólo proporcionará beneficios económicos para la comunidad, sino la sostenibilidad del patrimonio, nuevas oportunidades de empleo y obtención de ingresos.
- La política de comercio del gobierno debe establecer pautas principales para que cada empresa que desee incursionar en el rubro deba cumplir ciertos requisitos en base a la calidad.
- La capacitación debe ser frecuente; el personal esta informado para dar soluciones en el momento adecuado; ellos tienen una visión empresarial de autorrealización personal y profesional.
- La educación; tanto en el nivel primario, secundario y universitario, debe crearse una conciencia de cuidado a los recursos

naturales y culturales, ya que en el futuro representarán uno de los principales sustentos económicos de la sociedad.

### VARIABLES

**Calidad de los servicios:** El cliente es quien define la calidad del servicio; por ello debe ofrecérselo más de lo que espera recibir, superando sus expectativas a tiempo y al costo correcto. Para brindar un servicio de calidad, entran en juego una serie de componentes, si uno de estos componentes falla –aunque los otros componentes hayan sido perfectos– el cliente percibirá una mala calidad en el servicio o que éste no fue prestado adecuadamente. Los elementos son:

1. Calidad de los productos y/o servicios: Los turistas recurren a un destino en busca de satisfacción y placer; a una empresa, en busca de productos y servicios turísticos de excelente calidad.
2. Calidad del desarrollo del trabajo y el tiempo: Es la rapidez con que se atiende esta necesidad, sin dejar de lado la excelencia. Se deben eliminar los procesos que retrasan el desarrollo del trabajo.
3. Calidad de la infraestructura: No sólo debe basarse en lujo si no en la limpieza, orden, distribución, seguridad y la constante mejora continua; ya que el objetivo es vender momentos agradables y únicos.
4. Calidad de la información y comunicación: Los turistas deben mantenerse informados del entorno, en caso sucedan acontecimientos incontrolables, se debe brindar alternativas de solución. Aún después de culminada su visita, debe mantenerse contacto con ellos para ofrecerles nuevas promociones e invitaciones.
5. La calidad del talento humano: Nada de lo expuesto anteriormente tendría sentido ni razón sin la voluntad del personal o las personas que conforman este círculo.

**La educación:** Es una de las variables más importantes, todo lo mencionado anteriormente se ve reflejado en la educación; ya que al capacitar a los trabajadores, estos ofrecerán un buen trato y desarrollarán sus destrezas.

**Satisfacción del servicio:** La satisfacción es subjetiva, se evalúa según cómo se perciba

el servicio. Para ello debe emplearse un lenguaje corporal y verbal con respeto y amabilidad.

**Calidad y satisfacción personal:** Deben crearse oportunidades de desarrollo profesional y personal de los colaboradores; esto repercute en la calidad del trabajo y dedicación.

### Relación de variables y servicio turístico

En la Tabla 1, se muestra la relación entre las variables en función a los servicios turísticos, se presentan los aspectos a considerar para lograr la satisfacción de los turistas durante su visita al Departamento de Amazonas.

**Tabla 1. Variables vs. Servicios turísticos**

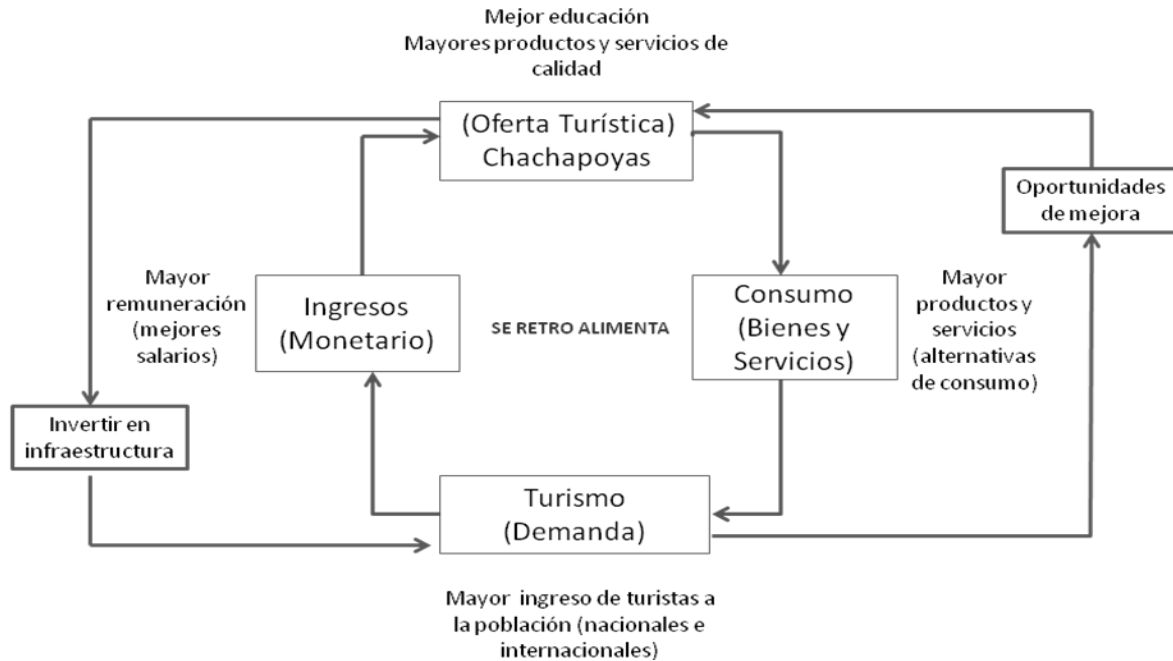
Variables	Servicio turístico
Calidad de los servicios	Excelente comunicación Infraestructura de calidad Adecuados medios de acceso
Educación	Personal calificado para cada puesto Identidad turística Capacitaciones frecuentes
Satisfacción del servicio	Se orienta a cubrir las expectativas de los cliente/ turistas
Calidad y satisfacción personal	Calidad de vida para los trabajadores y los empresarios

Fuente: Elaboración propia

### Turismo en el Departamento de Amazonas

Para un crecimiento del PBI sectorial, se debe invertir en educación y en ofrecer productos y servicios de calidad. Por ello, a mayor calidad de la oferta turística del Departamento de Amazonas, existirán mayores alternativas de consumo, generando mayor demanda de los turistas nacionales e internacionales. Además, ello conlleva a mayores ingresos económicos para las empresas privadas y sus colaboradores, mejorando su calidad de vida.

El *feedback* del flujo circular de ingresos aplicado al turismo, se produce gracias a los ingresos que ofrece el mismo, permitiendo la inversión en una plataforma competitiva turística, como en: infraestructura, hoteles de cinco y cuatro estrellas, guías turísticos bilingües, restaurantes de 5 tenedores, etc. (Véase en la Figura 1).



**Figura 1. Flujo circular de ingresos aplicado al turismo**

Fuente: Elaboración propia

### Hipótesis

**H1.** Los problemas con mayor impacto para el desarrollo del turismo en el Departamento de Amazonas están asociados a la mala calidad de infraestructura (hoteles, restaurantes, agencias de viaje y hospitales), medios de comunicación, vías de acceso y el transporte.

**H2.** Los problemas más resaltantes que impiden satisfacer a los turistas altamente exigentes que visitan el Departamento de Amazonas, están relacionados con la calidad de los servicios que se brindan.

**H3.** La inexistencia de una cultura orientada al cliente, proveedor y trabajador tendrá como resultado clientes insatisfechos, baja rotación de productos y el incremento de la pobreza; lo cual impactará económicamente en el Departamento de Amazonas.

### Metodología

Diseño cuali-cuantitativo descriptivo; describe la realidad, costumbres y actitudes predominantes, a través de la explicación detallada de las actividades, comportamientos, objetos, procesos y personas involucrados con el servicio turístico.

#### Población y procedimiento muestral

La muestra intencional estuvo compuesta por 350 turistas nacionales e internacionales,

entre los 18 y 54 años. El primer grupo (175 turistas) fue encuestado al arribar al Departamento de Amazonas, con el objetivo de medir las expectativas de la calidad del servicio. El segundo grupo (175 turistas nacionales y extranjeros) fue encuestado luego de haber usado los servicios turísticos; con el objetivo de medir el grado de satisfacción.

#### Instrumentos

Se emplearon dos cuestionarios; uno centrado en la infraestructura, medios de transporte e información, servicios turísticos, atención al cliente y frecuencia de visitas. El segundo cuestionario se enfocó en medir la satisfacción de la oferta turística: impacto de los recursos turísticos, vías de acceso a los recursos turísticos, atención de los guías turísticos, infraestructura, medios de transporte hacia los destinos turísticos, cultura de la población, precios justos y limpieza.

#### Procedimiento

Se aplicó a grupos de tres a cinco turistas, familias completas, delegaciones o de manera individual. Los lugares para tomar las encuestas fueron: hoteles, plaza de armas, agencias de viaje, restaurantes y servicios de transporte.

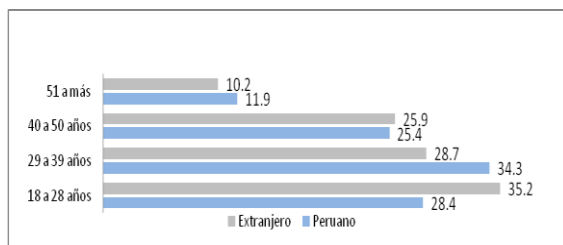
#### Técnicas de procesamiento y análisis de datos

La organización de datos se realizó a través de una matriz de contenido; la información se analizó a través de la técnica de frecuencia, análisis de datos comparación de promedios y correlaciones.

## Resultados

### Muestra 1: Expectativas del turista

El mayor número de turistas que visitan el Departamento de Amazonas, son extranjeros (62%). Respecto a la frecuencia del turismo, visitaban el departamento por primera vez, el 62% del total de turistas. Además, se encontró que los turistas más frecuentes de la zona son extranjeros entre 18 y 28 años, y nacionales, entre 29 y 39 años. (Véase Figura N°2).



**Figura 2. Turistas que visitan Amazonas según nacionalidad y edad**

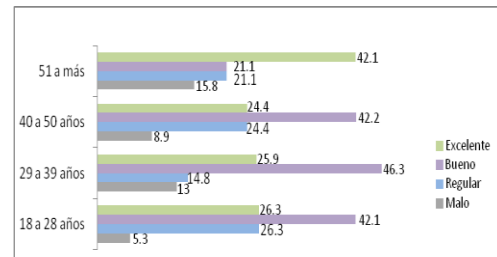
Fuente: Elaboración propia en base a la Muestra 1

Respecto al medio de transporte más utilizado por los turistas nacionales y extranjeros, se encontró preferencias por los ómnibus interprovinciales (62%), en proporciones similares tanto por jóvenes, adultos y adultos mayores (desde los 18 años hasta más de 51 años). Sin embargo, el 24% de los turistas prefieren utilizar moviidades particulares o alquiladas.

Sobre el medio de comunicación más utilizado por los turistas nacionales para informarse sobre la diversidad turística del Departamento de Amazonas, fue el internet (30%), las agencias de viaje (30%), televisión (28%) y radio (22%). En contraste, los turistas extranjeros emplearon el internet (28%), recomendaciones de familias y amigos (24%), agencias de viaje (20%) y radio (19%). Además, entre los turistas de 40 a 50 años, el medio de comunicación más utilizado es la televisión; mientras que los adultos entre 29 a 39 años utilizan el internet y las agencias de viaje.

Sobre la calidad de la atención ofrecida por las agencias de viaje, se encontró que más de la mitad de los turistas considera el servicio

como bueno y excelente (70%), con mayor énfasis en aquellos turistas de 18 a 39 años. Se encontró que mientras la edad se incrementa, este índice de satisfacción disminuye; es decir, a más edad la exigencia es mayor. (Ver Figura N° 3)



**Figura 3. Calidad de la atención recibida por parte de las agencias de viaje según la edad de los turistas**

Fuente: Elaboración propia en base a la Muestra 1

Respecto al servicio de los hoteles, se calificó el servicio recibido como excelente y bueno (73%), con mayor énfasis por los turistas de 51 años a más; sólo el 27% lo consideró regular o malo. Los turistas nacionales manifestaron satisfacción, mientras que los turistas extranjeros se mostraron mucho más exigentes, por lo que el índice de satisfacción disminuye. Se encontró que mientras la edad disminuye, este índice de satisfacción disminuye también; es decir, a menos edad la exigencia es mayor. Una tendencia similar se observa en la valoración de los restaurantes.

Finalmente, la atención de los restaurantes fue considerada buena por el 45% de los turistas; en contraste el 17% la considera regular. Además, los turistas extranjeros calificaron al servicio como bueno y satisfactorio en un 49%, mientras que los turistas nacionales en un 39%.

El nivel de satisfacción, tanto de hombres como de mujeres, no mostró mayor diferencia. Utilizando el Análisis de Varianza (ANOVA), se confirmó que no existen diferencias significativas entre ambos sexos ( $F= 0.466$ ,  $p=0.496$ ).

La satisfacción con el servicio, considerando la edad, reflejó una diferencia mínima; es decir que, tanto los turistas de 18 o 51 años se encuentran disconformes ( $F= 1.109$ ,  $p=0.294$ ).

Además, los turistas nacionales y extranjeros suelen ser exigentes en cuanto a la calidad de los servicios recibidos, mostrando diferencias mínimas; es decir, ambos grupos de turistas están disconformes ( $F= 1.109$ ,  $p=0.294$ ).

También se encontró que los turistas nacionales y extranjeros que no recibieron un adecuado servicio turístico, no recomendarían visitar el Departamento de Amazonas. Se deduce que los turistas recomendaron visitar Amazonas por otras razones, por ejemplo, por la diversidad turística que posee.

**Muestra 2: Satisfacción experimentada**

Los turistas mostraron agrado sobre los diferentes lugares turísticos que recorrieron en el Departamento de Amazonas y reportaron un alto margen de satisfacción (77%), demostrando que Amazonas cuenta con recursos para satisfacer dicha demanda. Sin embargo, algunos mostraron neutralidad (4.6%) y unos pocos manifestaron estar insatisfechos (2.3%).

El mayor número de turistas nacionales y extranjeros calificaron el estado de los medios de acceso como neutrales (37%) y totalmente satisfactorios (28%). Sin embargo, un grupo de turistas (35%) manifestó su insatisfacción e incomodidad por el estado de las mismas; ello también se debe a la falta de inversión en vías de acceso y vehículos adecuados para realizar este servicio.

Respecto a la atención brindada por los guías, los turistas nacionales y extranjeros mostraron satisfacción (35%). Sin embargo, un grupo evaluó de forma neutral la calidad del servicio (26 %); se deduce que algunos turistas son mucho más exigentes y no lograron cumplir sus expectativas.

Sobre la infraestructura de hoteles y restaurantes se detectó un margen muy alto de turistas nacionales y extranjeros neutrales ante la calidad del servicio (36%), insatisfechos (22%) y completamente insatisfechos: (9%); lo cual se debe a la falta de inversión adecuada para poder satisfacer las necesidades en el momento y lugar oportuno.

Los turistas nacionales y extranjeros dijeron estar satisfechos con el trato que los brindaron los pobladores (Completamente satisfecho: 14.9%; Satisfecho: 36%). Existe un número alto de turistas insatisfechos (17.1%), neutrales (28.6%) y completamente insatisfechos (3.4%).

Respecto a los precios, la mayoría de turistas nacionales y extranjeros no estuvieron completamente satisfechos con estos, los consideraron neutrales y muy elevados (63%).

Finalmente, sobre la higiene de los servicios turísticos, el mayor número de turistas la consideraron como neutral (43%) y se mostraron disconformes (23%); demostrando que

existen factores inadecuados que se deberían mejorar. En contraste, sólo el 38% de ellos mostró satisfacción.

En la Tabla 2 se observa las correlaciones entre las variables que se analizaron para conocer la satisfacción turística en el Departamento de Amazonas.

**Tabla 2. Matriz de correlación de la satisfacción turística en el Departamento de Amazonas**

	Satisfacción de los lugares turísticos	Vías de acceso adecuadas	Atención de los guías turísticos	Infraestructura de hoteles y restaurantes	Medios de transporte adecuados	Pobladores amables y respetuosos	Precio adecuado
Vías de acceso son adecuadas	.019						
Atención de los guías turísticas	.801						
Infraestructura de hoteles y restaurantes	.000	.026					
Medios de transporte adecuados	.995	.735					
Pobladores amables y respetuosos	-.022	-.267	.055				
Precio adecuado	.778	.000	.474				
Higiene de los servicios turísticos adecuada	-.061	-.076	.070	.100			
	.420	.314	.357	.190			
	-.001	.023	.044	.065	.071		
	.994	.767	.565	.393	.348		
	.005	.036	.082	.055	.363	.099	
	.944	.636	.281	.473	.000	.192	
	-.011	.019	.207	-.082	-.076	-.002	.061
	.887	.801	.006	.280	.319	.980	.422

Fuente: Elaboración propia en base a la Muestra 2.

### **Contrastación de hipótesis**

La primera hipótesis planteó que los problemas con mayor impacto para el desarrollo del turismo en el Departamento de Amazonas, están asociados a la mala calidad de infraestructura, medios de comunicación, vías de acceso y el transporte. A partir del análisis de los datos, existe evidencia empírica para afirmar que la hipótesis es válida.

Así mismo, se acepta la segunda hipótesis, pues los problemas más resaltantes que impidieron satisfacer a los exigentes turistas, están relacionados con la calidad de los servicios ofrecidos. Como se desarrolló anteriormente, la satisfacción se mide en función de la percepción de cada persona; para ello es importante conocer cuáles son las exigencias de los clientes, mantenerse constantemente actualizado y contar con productos y servicios altamente calificados. De acuerdo con los resultados obtenidos, los servicios percibidos y valorados por los clientes son:

- Elementos tangibles; calidad de la infraestructura, equipos, personal, materiales de comunicación y vías de acceso.
- Fiabilidad; confianza y seguridad.
- Capacidad de respuesta; personal calificado para tomar decisiones.
- Profesionalidad.
- Cortesía; educación, respeto, carisma y amabilidad del personal.
- Credibilidad; honestidad en el servicio que se brinda.
- Seguridad; inexistencia de peligros, riesgos o dudas.
- Accesibilidad; facilidad para ser contactados.
- Comunicación; emplear un lenguaje que los clientes entienden con facilidad.
- Comprensión del cliente; conocer a los clientes y sus necesidades.

En la tercera hipótesis se planteó que la inexistencia de una cultura orientada al cliente, proveedor y trabajador tendrá como resultado clientes insatisfechos, baja rotación de productos e incremento de la pobreza; lo cual impactaría económicamente en el Departamento de Amazonas. Al respecto, se acepta la hipótesis, dado que no solo los factores económicos tienen un impacto importante, sino porque al no contar con personal capacitado y concientizado, los recursos culturales y naturales se deteriorarán, perdiendo riqueza natural y cultural.

### **Discusión**

Se encuentra que el principal problema radica en la calidad de los servicios, precios elevados, medios de acceso precarios, el escaso nivel educativo y la falta de información y concientización por parte de los habitantes, empresarios, gobierno local y/o central. Sin embargo, si se analizan los casos con mayor profundidad, se podrán identificar más problemas y soluciones a los problemas planteados, que vienen ocasionando el lento desarrollo del turismo en Amazonas.

La investigación permitió detectar importantes oportunidades de negocio, tanto para el sector privado como para el sector público. Así, la unión de los esfuerzos llevará a lograr un departamento con una mejor calidad de vida, mayores oportunidades de inversión y/o desarrollo para los habitantes que radican en Amazonas y para posibles inversionistas que estén buscando nichos de mercado.

Se encontró que además de los problemas en la infraestructura, medios de comunicación, vías de acceso y el transporte; existen grandes deficiencias y diversos factores que impiden el desarrollo del turismo en el Amazonas.

### **Conclusiones**

Existen brechas significativas y negativas en la calidad de los servicios brindados a los turistas nacionales y extranjeros. Los resultados reflejan diferencias importantes entre las expectativas, percepciones y la calidad real del servicio recibido, dando indicadores importantes para mejorar la calidad de la oferta turística.

Los hoteles, restaurantes, agencias de viaje, hospitales, medios de comunicación, vías de acceso y el transporte, fueron identificados como los principales factores que limitan la capacidad de satisfacer la demanda turística en el Departamento de Amazonas.

El gobierno central, regional y local no se muestra involucrado en el crecimiento y desarrollo turístico del Departamento de Amazonas.

Existe un gran número de turistas insatisfechos, debido a que las ofertas turísticas no satisfacen sus requerimientos exigentes, lo cual limita la posibilidad de tener un desarrollo sostenible en el tiempo.

El turismo en el Departamento de Amazonas no cuenta con una cultura orientada a



satisfacer a los clientes, ello debido al bajo nivel educativo de los habitantes. Además, los empresarios no están capacitados para satisfacer estándares exigentes, y los proveedores, tampoco se preocupan por vender productos que cumplan estándares de calidad; donde el producto final sea el resultado de los esfuerzos de toda la cadena (carencia de una cultura orientada a satisfacer al cliente).

## Recomendaciones

Realizar una investigación más profunda que otorgue oportunidades de negocio al Departamento de Amazonas, considerando los costos que se deberán invertir.

Desarrollar alianzas estratégicas entre el estado y las principales organizaciones, Canatur, Foncodes, Iperú, Fondo Ítalo Peruano; a fin de financiar proyectos de mejora y capacitación a asociaciones y empresarios, guías de viaje, etc.

El gobierno regional y la municipalidad provincial del Departamento de Amazonas deben involucrarse y establecer alianzas estratégicas con instituciones vinculadas al turismo, como la Cámara Regional de Turismo (Caretur), Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, Foncodes. Así, se podrá trabajar de manera conjunta y coordinada para mejorar la calidad de los servicios, creando una plataforma comercial competitiva, y brindando capacitación a las instituciones públicas, empresas privadas, y agentes vinculados en turismo.

El Gobierno Regional debe desarrollar estrategias que permitan crear una conciencia turística en toda la población y en las autoridades locales, provinciales y regionales. De modo que se logre un desarrollo sostenible, consolidando y ofreciendo una industria turística diversificada, con una amplia gama de servicios de calidad como el turismo histórico, ecológico y de aventura.

Desarrollar una infraestructura vial y de comunicaciones que permita el fácil y rápido acceso al Departamento de Amazonas y a todos sus destinos turísticos, construyendo aeropuertos y mejorando las carreteras.

Los empresarios deben capacitarse y capacitar a su personal y continuar invirtiendo para satisfacer la demanda de los turistas, crear mayores alternativas de consumo, especializar su oferta y generar mayor valor agregado a sus servicios.

Brindar asesoría especializada, por parte de algún organismo nacional o internacional con experiencia; con la finalidad de motivar no sólo la participación de instituciones y empresarios, sino de los principales representantes de cada distrito en el que se ubican los lugares turísticos.

## Referencias

- Baker, D. y Crompton, J. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- Chadee, D. y Mattsson, J. (1996). An empirical assessment of customer satisfaction in tourism. *Service Industries Journal*, 16(3), 305-320.
- Ekinci, Y.; Prokipaki, P. y Cobanoglu, C. (2003). Service quality in Cretan accommodations: Marketing strategies for the UK holiday market. *International Journal of Hospitality Management*, 22(1), 47-66.
- González, M.; Comesaña, L. y Brea, J. (2007). Assessing tourist behavioral intentions through perceived service quality and customer satisfaction. *Journal of Business Research*, 60(2), 153-160.
- Jamal, T. y Stronza, A. (2008). 'Dwelling' with ecotourism in the Peruvian Amazon: Cultural relationships in local - Global spaces. *Tourist Studies*, 8(3), 313-335.
- Kozak, M. y Rimmington, M. (1999). Measuring tourist destination competitiveness: Conceptual considerations and empirical findings. *International Journal of Hospitality Management*, 18(3), 273-283.
- McCleary, K.; Weaver, P. y Hsu, C. (2007). The relationship between international leisure travelers' origin country and product satisfaction, value, service quality, and intent to return. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 21(2-3), 117-130.
- Nield, K.; Kozak, M. y LeGrys, G. (2000). The role of food service in tourist satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 19(4), 375-384.
- Smith, R. (1996). *Drama bajo el manto amazónico: el turismo y otros problemas de los Huaorani en la actualidad*. 2ª ed. Quito: Abya-Yala.
- Stronza, A. (2007). The economic promise of

ecotourism for conservation. *Journal of Ecotourism*, 6(3), 210-230.

Tribe, J. y Snaith, T. (1998). From SERVQUAL to HOLSAT: holiday satisfaction in Varadero, Cuba. *Tourism Management*, 19(1), 25-34.

Yoon, Y. y Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.

## Anexos

### Anexo 1

Encuesta para medir el Índice de Expectativas de los Turistas que visitan el Departamento de Amazonas

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para evaluar el nivel de expectativas, para luego hacer una comparación de cuán lejos o cerca se encuentra la calidad del servicio que brinda el Departamento de Amazonas y pueda satisfacer sus necesidades.

Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

**Instrucciones:** marcar con un aspa o encerrar en un círculo, la pregunta que más se adapte a su respuesta.

I. Responda las siguientes preguntas:

**1. Nacionalidad**

- a) Extranjera
- b) Peruana

**2. Sexo**

- a) Femenino
- b) Masculino

**3. Edad**

Rango	Edad
a)	18 - 28
b)	29 - 39
c)	40 - 50
d)	51 - 61

II. Puede marcar con un aspa o círculos más de una respuesta.

### Anexo 2

Encuesta para medir la Satisfacción Turística en el Departamento de Amazonas

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para medir el grado de satisfacción turística en el Departamento de Amazonas y evaluar la calidad de los servicios, que venimos brindando a la fecha. Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

**Instrucciones:** La matriz está compuesta por nueve (9) preguntas, cada una de ellas, debe ser calificada en una escala del 1 al 5. En las columnas se detallan las respuestas numéricas y en las filas los aspectos a evaluar. Las

**4. ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizó para llegar a esta ciudad?**

- a) Movilidad particular
- b) Ómnibus Interprovincial
- c) Otros

**5. ¿Cómo se enteró de la diversidad turística del Departamento de Amazonas?**

- a) Internet
- b) Radio
- c) Televisión
- d) Periódico
- e) Agencias de viaje
- f) Familia, amigos
- g) Folletos

III. Sólo puede marcar con un aspa o círculo una respuesta.

**6. ¿La atención que recibió por parte de las agencias de viaje?**

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo

**7. ¿La atención que recibió en los hoteles donde se alojó?**

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo

**8. ¿La atención que recibió en los restaurantes donde visitó?**

- a) Excelente
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo

**9. ¿Con qué frecuencia visita el Departamento de Amazonas?**

- a) Es la primera vez
- b) Una vez al año o menos
- c) Varias veces al año
- d) Una vez al mes

**10. ¿Recomendaría visitar el Departamento de Amazonas por todo el potencial turístico que posee?**

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Probablemente
- d) Nunca

**Muchas gracias por su colaboración**

opciones de respuesta son excluyentes entre sí, por lo que se ha de marcar UNA SOLA OPCIÓN para cada aspecto a evaluar.

I.- Por favor, indíquenos con una X su grado de satisfacción.

<b>ITEMS</b>	<b>Completamente satisfecho</b>	<b>Satisfecho</b>	<b>Neutral</b>	<b>Insatisfecho</b>	<b>Completamente insatisfecho</b>
<b>PUNTAJE</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
¿Le agradaron los lugares turísticos?					
¿Las vías de acceso son adecuadas?					
¿La atención de los guías turísticos fue adecuada?					
¿La infraestructura de hoteles y restaurantes fue adecuada?					
¿Los medios de transporte fueron adecuados?					
¿Los pobladores fueron amables y respetuosos?					
¿El precio fue adecuado?					
¿La higiene de los servicios fue la adecuada?					

**Muchas gracias por su colaboración**