

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO - LAMAS**



**“PRINCIPALES CAUSAS QUE LIMITAN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE
LOS VISITANTES DEL ATRACTIVO TURÍSTICO LA CASCADA DE
AHUASHIYACU - DISTRITO BANDA DE SHILCAYO, PROVINCIA SAN
MARTÍN”**

INVESTIGADOR: FRANZ JHONN VARGAS GUZMÁN

TARAPOTO – PERÚ

SEPTIEMBRE 2016

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN-TARAPOTO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO**



INFORME DE TESIS

**“PRINCIPALES CAUSAS QUE LIMITAN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE
LOS VISITANTES DEL ATRACTIVO TURÍSTICO LA CASCADA DE
AHUASHIYACU - DISTRITO BANDA DE SHILCAYO, PROVINCIA SAN
MARTÍN”**

**TESIS PRESENTADA PARA OBTENCIÓN AL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO**

PRESENTADO POR:

VARGAS GUZMÁN FRANZ JHONN

ASESOR:

LIC. TUR. GISELA DEL PILAR MEDINA VELASQUEZ

TARAPOTO – PERÚ

2016

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - TARAPOTO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO



TESIS

**“PRINCIPALES CAUSAS QUE LIMITAN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE
LOS VISITANTES DEL ATRACTIVO TURÍSTICO LA CASCADA DE
AHUASHIYACU - DISTRITO BANDA DE SHILCAYO, PROVINCIA SAN
MARTÍN”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO**

PRESENTADO POR:

BACH. Vargas Guzmán, Franz Jhonn.

Aprobado el día 09 de Agosto del 2016 ante el siguiente jurado:

A blue ink signature of Lic. Tur. Mg. Very Rengifo Hidalgo.

Lic. Tur. Mg. Very Rengifo Hidalgo

PRESIDENTE

A blue ink signature of CPCC. Mg. Martha Liz Reátegui Reátegui.

CPCC. Mg. Martha Liz Reátegui Reátegui

SECRETARIA

A blue ink signature of Lic. Tur. Erika Patricia Chang Alva.

Lic. Tur. Erika Patricia Chang Alva

MIEMBRO

A blue ink signature of Lic. Tur. Gisela Del Pilar Medina Velásquez.

Lic. Tur. Gisela Del Pilar Medina Velásquez

ASESORA

DEDICATORIA

Dedico esta Tesis principalmente a mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional, sin importar nuestras diferencias de opiniones y la distancia física. A mi tía Olga Guzmán Arangurí, a quien quiero como a una madre, por compartir momentos significativos conmigo y porque siempre esta dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento. A mi Tío José Miguel Velásquez, porque es como un padre para mí y a él un cariño infinito, gracias a ellos por ayudarme a tener todos estos logros.

AGRADECIMIENTO

Agradezco al presidente de la Asociación de Conservación y protección Ecológica Cordillera Escalera “Alto Ahuashiyacu” el señor Oriol Fasabi Carbajal y a todos los socios por brindarme la oportunidad de aprender y al mismo tiempo darme todas las facilidades para el desarrollo de esta tesis de investigación.

A la Profesora Lic. Tur. Gisela Medina Velásquez encargada de guiarme y asesorarme en la elaboración de este trabajo de investigación y ayudándome en diversas ocasiones para no abandonar la tesis. Gracias por su apoyo.

A todos ellos, gracias por su apoyo incondicional

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado de Tesis:

De acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, tenemos a bien presentar la tesis titulada **“Principales causas que limitan el nivel de satisfacción de los visitantes del atractivo turístico Cascada de Ahuashiyacu; Distrito Banda de Shilcayo, Provincia San Martín, Región de San Martín”**; esperando satisfacer las expectativas y la importancia del proyecto, para obtener el título profesional de Lic. de Administración en Turismo.

La tesis se ha elaborado, considerando que existen muchas causas que puedan influir sobre el éxito turístico de un destino, en cuanto a la satisfacción del visitante los factores más importantes y cruciales puede estar ligado a los factores como la infraestructura turística, la información de los orientadores turísticos, así también como la seguridad que se brinda en el atractivo turístico de las cascadas de Ahuashiyacu.

Es así que la presente investigación viene siendo esencial, para determinar cuáles son las principales causas que limitan el nivel de satisfacción de los visitantes luego de haber visitado el atractivo turístico. Pues es así que identificando estas limitantes podremos tener un mejor entendimiento en cuanto al nivel de satisfacción de los visitantes, y tener indicadores que podrán ser usados para incrementar la afluencia de más visitantes al atractivo; en tanto someto a vuestro ilustrado criterio a fin de que sea evaluado de acuerdo a la normas establecidas por la Facultad de Ciencias Económicas.

INDICE

PORTADA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
PRESENTACIÓN	iv
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN	8
1.1 Formulación del problema.....	8
1.2 Justificación del estudio	12
1.3 Objetivos de la investigación.....	13
1.4 Limitaciones de la investigación.....	14
1.5 Hipótesis	14
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	15
2.1 Antecedentes de la investigación	15
2.2 Bases teóricas.....	18
2.3 Definición de términos básicos	27
CAPITULO III: METODOLOGÍA	35
3.1 Tipo de investigación.....	35
3.2 Nivel de investigación.....	35
3.3 Cobertura.....	35
3.4 Métodos de investigación	36
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	37
3.6 Técnicas y análisis de datos.....	38
CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	39
4.1 Resultados descriptivos y explicativos	39
4.2 Discusión de resultados	72
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	85
5.1 Conclusiones.....	85
5.2 Recomendaciones.....	86
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	87
ANEXOS	89

RESUMEN

La presente investigación surge del debate y discusión de uno de los problemas centrales del turismo en el Perú: conocer el nivel de satisfacción de los turistas que visitan los principales atractivos turísticos nacionales. Este tema ha sido abordado en los últimos congresos nacionales e internacionales de turismo y en las investigaciones más recientes.

La cascada de Ahuashiyacu no se encuentra ajena a esta realidad y se considera que la presente investigación suplirá la necesidad para conocer el nivel de satisfacción de los visitantes a uno de los atractivos turísticos más importantes de la provincia de San Martín, como lo es el atractivo Cascada de Ahuashiyacu; que en la actualidad es el más importante de la provincia y conocido por los visitantes nacionales e internacionales; en consecuencia la importancia gira en torno al visitante y a la satisfacción que es el resultado de factores que interactuando entre sí, dan origen a mayores o menores niveles de satisfacción.

Así también dada la importancia, de la presente investigación, resulta útil y pertinente para la formación académica y profesional. Asimismo, la investigación se orienta a servir como base a otros estudios, y a despertar el interés en los investigadores para profundizar las investigaciones en el tema de la presente investigación.

Asimismo, dada la importancia y trascendencia que tiene el recurso natural Cascadas de Ahuashiyacu como atractivo principal y como primer punto de la afluencia en Región San Martín y como este influye directamente en el nivel de satisfacción de los turistas que lo visitan.

ABSTRACT

This research arises from the debate and discussion of one of the central problems of tourism in Peru meet the satisfaction level of tourists visiting major national tourist attractions. This issue has been addressed in recent national and international conferences and tourism in the latest research.

Waterfall Ahuashiyacu is not oblivious to this reality and considers that this investigation will supply the need to know the level of satisfaction of visitors to one of the most important tourist attractions of the province of San Martin, as is the attractive waterfall Ahuashiyacu; which currently it is the most important of the province and known by national and international visitors ; importances accordingly revolves around visitors and satisfaction is the result of factors interacting with each other , they give rise to higher or lower levels of satisfaction.

Well given the importance of this research it is useful and relevant for academic and vocational training. The research also aims to serve as a basis for other studies, and to arouse interest in researchers to further research on the subject of this investigation.

Also, it is given the importance and significance that has the natural resource Waterfalls Ahuashiyacu main attraction and as a first point of the influx in San Martin Region as this directly affects the level of satisfaction of tourists who visit it.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Formulación del problema

El Perú tiene en el turismo un sector con enorme potencial de desarrollo, no sólo cuenta con importantes recursos naturales, sino también con una cultura diversa para atender todos los segmentos del mercado, porque su cultura tradicional y diversa ofrece una amplia gama de posibilidades a los turistas que lo visitan.

La Región San Martín, Provincia de San Martín, es considerado un lugar prodigioso por sus innumerables atractivos turísticos naturales que existen dentro de su ámbito geográfico, así como también por su presencia cultural y manifestaciones en sus comunidades nativas y tradiciones. Es por estos motivos, que muchos lugareños han visto un futuro promisorio del turismo en esta provincia con sus 14 distritos que son: Tarapoto, Morales, Banda de Shilcayo, San Antonio de Cumbaza, Sauce, Chazuta, Cabo Alberto Leveau, Shapaja, Papaplaya, Cacatachi, Chipurana, El Porvenir, Huimbayoc y Juan Guerra.

Tarapoto, es la ciudad capital de la Provincia San Martín, ubicado en la selva Nororiental Peruano a 06° 31' 30" de latitud Sur, 76° 21' 50" de longitud Oeste, se asienta en la ladera occidental del Cerro Escalera, en la Cordillera Azul, último contrafuerte de la Cordillera de los Andes en el Perú, es una ciudad privilegiada por su ubicación y por poseer a sus alrededores hermosos espacios naturales que motivan a cualquier persona a visitarla, ello la vuelve ideal para desarrollar las diferentes modalidades de turismo como turismo de aventura, ecoturismo, turismo rural y turismo cultural. Teniendo como consecuencia la inversión de empresarios que no solo desean invertir en el turismo sino también en el comercio que viene incrementándose debido a la demanda de los visitantes que va creciendo aceleradamente.

Esta ciudad no solo cuenta con infraestructura hotelera, restaurantes, tour operadores, agencias de viajes, también cuenta además con un aeropuerto que hace posible la llegada y salida de los visitantes a diario; el hecho de contar con estos elementos ha permitido la instalación de grandes empresas así como la posibilidad de incrementar el gran flujo turístico que existe en la región y concretamente en la provincia de San Martín. **(Ver anexo N°01)**

Las Cascadas de Ahuashiyacu, cuyo nombre significa “agua cantarina” o “agua que ríe”, se encuentran localizadas en el distrito de Banda de Shilcayo, en la provincia de San Martín a escasos minutos de la ciudad de Tarapoto; se trata de una espectacular caída de agua de aproximadamente 30 metros de altura.

Este atractivo que, turísticamente, está posicionado en la mente de los visitantes como el sitio turístico número uno de la Provincia San Martín, es parte del **Área Natural Protegida Cordillera Escalera**, que es una área de conservación y protección de bosques nubosos de selva alta en la cual se intenta proteger tanto la fauna como la flora que se encuentra en peligro de extinción. Es así que la actividad turística alrededor de este atractivo tiene que ser muy bien direccionada para poder cumplir el objetivo principal de esta área de protección. Por otro lado el turismo no es ajeno a ello y ha contribuido a generar e incrementar los ingresos en las familias de la zona, sin embargo, es mínima la atención dada por las autoridades del sector turístico y la de los gobiernos locales. **(Ver anexo N°02)**

Actualmente, el área turística cascada de Ahuashiyacu que es una sección o espacio especialmente designado para la actividad turística cuenta con infraestructura turística mínima al igual que los servicios turísticos que se prestan, los mismos que requieren urgente atención debido a que estos influyen directamente en el nivel de satisfacción de los visitantes que acuden a la referida cascada.

Si bien es cierto existen muchas causas que puedan influir sobre el éxito turístico de un destino, la satisfacción del visitante es el factor más importante y crucial, por tal razón es necesario determinar cuáles son las principales causas que limitan el nivel de satisfacción de los visitantes luego de haber visitado el atractivo turístico.

Es así que **Denis Lambin**, menciona que “la satisfacción del cliente está en el centro del proceso de establecimiento de relaciones a largo plazo. Los clientes insatisfechos presentan un alto poder destructivo pues transmiten su insatisfacción a otros nueve clientes potenciales”. (Lambin, 2000)

En este mismo sentido **Joseph Vavra**, asevera que cerca del 90% de los clientes insatisfechos no realizan reclamos, pero comienzan a consumir productos o servicios de otros referentes, lo cual constituye una cuestión bastante delicada pues dificulta saber incluso por qué se perdió el cliente. (Vavra, 1992)

Estudios actuales realizados para relacionar la importancia de los atributos que debe tener un atractivo o destino turístico con la satisfacción de los visitantes, han revelado que además de la motivación, existen otros factores que influyen en el nivel de satisfacción, como: infraestructura, servicios, diversificación de actividades, entre otros; razón por la cual recomiendan mejorar la calidad de los servicios para que el visitante tenga una buena estadía en el atractivo.

El nivel de satisfacción del turista es importante debido a que afecta de manera directa en la imagen que el visitante se forma del destino y en consecuencia, para que este lo recomiende a otros visitantes o regrese en una nueva visita.

La satisfacción es el sentimiento resultante de la comparación de un desempeño obtenido con relación a las expectativas de una persona. Esas expectativas son formadas e influenciadas por experiencias, recomendaciones de amigos, otras fuentes de información, y promesas de

los que participan de un determinado sistema turístico; incluyendo al propio gestor de la localidad.

En tanto es evidentemente que la atención de las expectativas del turista no siempre pueden ser determinantes para que regrese al destino, ya que el anhelo de descubrir y conocer nuevos lugares puede hacer que este escoja nuevos lugares para sus próximos viajes. No obstante es cierto que si queda insatisfecho, además de perder la oportunidad de tenerlo nuevamente como visitante, el esparcimiento de esta insatisfacción puede contaminar a otros visitantes potenciales. Caso contrario, también realizara apreciaciones positivas y motivara a otros visitantes a viajar al lugar.

Así, surge la cuestión crucial de conocer los factores y variables que posean significativa importancia en el nivel de satisfacción del visitante.

Lurence Bardin, por su parte asevera que: “Resulta relevante saber cuáles son los factores que influyen directamente en la satisfacción del turista. Considera como factores que influyen en la satisfacción del turista, los siguientes: accesos, costos (pasajes, estadías, alimentación y recreación), atractivos naturales, atractivos artificiales (bares, restaurantes) y planta turística (hospedajes, acceso a la información, comunicación, saneamiento, seguridad). (Bardin, 1977)

En consecuencia, es razonable suponer que existen factores que pueden ayudar a determinar el nivel de satisfacción que deben ser analizados y solucionados; por tal razón se ha planteado la presente investigación.

¿Cuáles son las principales causas que limitan el nivel de satisfacción de los visitantes del atractivo turístico Cascada de Ahuashiyacu; Distrito Banda de Shilcayo, Provincia y Departamento de San Martín?

1.2 Justificación del estudio

La presente investigación surge del debate y discusión de uno de los problemas centrales del turismo en el Perú: conocer el nivel de satisfacción de los turistas que visitan los principales atractivos turísticos nacionales. Este tema ha sido abordado en los últimos congresos nacionales e internacionales de turismo y en las investigaciones más recientes.

La cascada de Ahuashiyacu no se encuentra ajena a esta realidad y se considera que la presente investigación ayudara a conocer la necesidad en tanto al nivel de satisfacción de los visitantes a uno de los atractivos turísticos más importantes de la provincia de San Martín, como lo es el atractivo Cascada de Ahuashiyacu; que en la actualidad es uno de los más importante de la provincia y conocido por los visitantes nacionales e internacionales; en consecuencia la presente investigación se justifica desde el punto de vista práctico, debido a que beneficiará de manera directa a los operadores de turismo, investigadores y a futuros proyectos en relación al atractivo.

Así mismo, dada la importancia y trascendencia que tiene el recurso natural Cascadas de Ahuashiyacu como atractivo principal y como primer punto de la afluencia en Región San Martín y de no contar con investigaciones de este tipo en el lugar, esta investigación es relevante y totalmente válida.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Determinar las principales causas que limitan el nivel de satisfacción de los visitantes del atractivo Cascada de Ahuashiyacu; Distrito Banda de Shilcayo, Provincia y Departamento de San Martín.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Conocer el nivel de satisfacción de los visitantes con respecto a la infraestructura de descanso del atractivo Cascas de Ahuashiyacu.
- Identificar el nivel de satisfacción de los visitantes con respecto al manejo de información que realizan los guías u orientadores turísticos en el atractivo Cascadas de Ahuashiyacu.
- Definir el nivel de satisfacción de los visitantes con relación a los sistemas de seguridad con los que cuenta el atractivo Cascadas de Ahuashiyacu.
- Proponer un plan de capacitación referente a primeros auxilios denominado “La buena voluntad no salva vidas, estar preparado si”

1.4 Limitaciones de la Investigación

La limitación principal para la ejecución de este proyecto de tesis se dio en cuestión a las lluvias, la cual es totalmente impredecible; creando condiciones inapropiadas y limitando en cuestión al tiempo para la ejecución de las actividades programadas.

El Factor climático en cuestión a derrumbes y deslizamientos de tierra también retrasó y evitaron que se llegue al atractivo para ejecutar las actividades programadas, que por razones de seguridad personal.

Por otro lado las actividades a realizar estaban sujetas a una asamblea general de socios pues es así que no se pudo realizar dichas las actividades programadas hasta esperar un resultado y coordinación de la asamblea general de “Cordillera Escalera”.

Dicha asamblea se llevaba a cabo una vez por mes y cualquier actividad a realizar debía esperar ser aprobada.

Por otro lado la principal limitación fue el tiempo reducido de los turistas ya que algunos de ellos venían con un tours y cuentan con escaso tiempo para poder ayudar en las encuestas programadas; así mismo el espacio reducido asignado por la asamblea de Cordillera Escalera Alto Ahuashiyacu generaba que los visitantes encuestados sean en menor cantidad.

1.5 Hipótesis

El nivel de satisfacción de los visitantes a las cascadas de Ahuashiyacu está limitada principalmente por la falta de infraestructura de descanso,

inadecuado manejo de los orientadores y/o guías turísticos y la escasa seguridad turística.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

En los últimos años, medir el nivel de satisfacción de los turistas se ha convertido en una actividad fundamental porque ayuda a conocer si el turista ha quedado satisfecho o no con los servicios turísticos que ha recibido, es por ello que; diversos estudios sobre los niveles de satisfacción del turista se han realizado en América Latina, como por ejemplo la realizada por **Guadalupe Palacios**, quien investigó sobre el “Grado de satisfacción de las personas que visitan la comunidad de Buena Vista, Cajame a través de los corredores de turismo alternativo en el sur de Sonora”, ha considerado que el objetivo general de una investigación de esta naturaleza, fue conocer el grado de satisfacción del cliente sobre el servicio que le ofrecieron al visitar el corredor turístico de Buena Vista. Es por eso que se creó el corredor turístico Buena vista.

Ante el eminente desconocimiento del grado de satisfacción del visitante a esta comunidad; se planteó el siguiente cuestionamiento: ¿Cuál es el grado de satisfacción que obtiene el visitante del Corredor Turístico de Buena Vista?; para posteriormente identificar las áreas de oportunidad y/o beneficios del lugar. Uno de los destinos que se encuentran dentro de este corredor es la comunidad de Buenavista situada dentro del municipio de Cajeme, en México, que cuenta con un total de 366 habitantes aproximadamente, dentro de ella se pueden realizar diversas actividades como caminatas, cabalgatas, paseos por el río, además de disfrutar de los mitos y leyendas de la región, así como el contacto directo con sus habitantes y la apreciación de su naturaleza. (Palacios, 2012)

Otra investigación relacionada al presente proyecto es la de **María Devesa**, en su tesis titulada “Predicciones en el nivel de satisfacción percibida por los

turistas a partir de variables motivacionales y de valoración de la visita”. El problema de estudio fue el comportamiento del consumidor y cómo este adquiere una importancia fundamental si se atiende al concepto actual del marketing, que se centra en las necesidades de éste.

La autora llega a concluir que la satisfacción está vinculada a factores que determinan el nivel de satisfacción, ya que ello es importante para una buena gestión y planificación turística, conclusión que tomaremos en cuenta en la presente investigación. (Devesa, 2005)

En este sentido, parece necesario conocer los deseos de los consumidores, su proceso de toma de decisiones y su respuesta a ciertos estímulos si se quiere satisfacer sus necesidades. Lo mismo ocurre, lógicamente, en el caso del turismo. La investigación también hace ver que el turismo tiene una importancia económica y un potencial como motor de desarrollo y crecimiento de una localidad, concepto totalmente aplicable a la investigación.

Asimismo, **Braulio Olivera**, en su investigación denominada “Determinantes de la satisfacción del turista”. Un estudio en la ciudad de Huaruja – Brasil, concluye que la atracción y el mantenimiento de un flujo específico de turistas hacia un destino dependen fuertemente de la satisfacción que se les dé. Además de la revisión bibliográfica del tema "satisfacción", se realizó un estudio de campo en dos etapas: la primera, de carácter exploratorio, se propuso relevar factores importantes para la determinación de la satisfacción; y la segunda, de carácter descriptivo-conclusivo, intentó definir cuáles de los factores relevados en la primera etapa contribuyen más a discriminar la satisfacción. De los cinco factores considerados, dos (acceso y atractivos naturales) se presentaron como los más discriminatorios. Se espera contribuir al debate sobre el tema en cuestión, con el objetivo de desarrollar el conocimiento y la práctica de la gestión del turismo.

Investigaciones futuras pueden buscar la verificación de la aplicabilidad de los factores considerados en este trabajo, en otras localidades y a otro perfil de turistas” (Olivera, 2010).

Rony Flores, en su investigación “Servicio de guiado en el área de conservación regional Cordillera Escalera en los sitios turísticos: Cascadas de Ahuashiyacu y Ruta Turística Alto Shlicayo en el año 2012”, aporta elementos importantes al presente trabajo de investigación. Asevera que “la importancia del servicio de guiado y su calidad muchas veces determinan la satisfacción de los visitantes frente a un destino, el desarrollo y su sostenibilidad”; es decir, una comprensión acertada sobre los impactos negativos que podemos generar en nuestro contacto diario con la naturaleza puede ser perdonada cuando el guía u orientador turístico haya sobrepasado las expectativas de los visitantes y turistas. Un accidente, un error o una mala experiencia en el lugar visitado” (Flores, 2012)

El presente proyecto se relaciona favorablemente con las mencionadas investigaciones y nos ayudarán a entender las necesidades del turista y cómo estas influyen en su nivel de satisfacción en cuanto a la visita del atractivo turístico Cascadas de Ahuashiyacu, el cual cuenta con muchas de las descripciones que se realizan en las tesis mencionadas.

También se brinda una idea global de los principales factores que afectan en el nivel de satisfacción del visitante en un atractivo turístico y como esta percepción puede afectar directamente tanto positivamente cómo negativamente al atractivo, es por eso la gran importancia de realizar investigaciones sobre el nivel de satisfacción de este atractivo turístico bandera de la Región San Martín.

2.2 Bases Teóricas

En el desarrollo de la presente investigación se utilizaron conceptos que relacionan el nivel de satisfacción orientados al ámbito turístico referentes a su infraestructura de descanso, a la información brindada por los guías u orientadores turísticos hacia los visitantes y referente a la seguridad turística que el atractivo les brinda, pues es así que se ha decidido proporcionar una base al estudio mediante la aplicación de los siguientes conceptos:

Ignacio Pulido 2002, asevera que desde la segunda mitad del siglo XX el turismo se ha convertido en uno de los sectores fundamentales de la economía mundial constituyendo una de las principales fuentes de riqueza, desarrollo y crecimiento de muchos países. De igual forma, el profundo y rápido desarrollo de los espacios naturales los ha convertido en importantes destinos turísticos en la actualidad, aumentando cada año su número de visitantes en todo el mundo.

Por lo tanto se puede deducir que el turismo como tal ha asumido un importante rol dentro de la economía de las naciones y esta debe ser sostenible. De acuerdo con **Carlos Sanz 2006** “el turismo sostenible aparece con entidad propia en la «Conferencia Mundial sobre Turismo Sostenible» que tuvo lugar en Lanzarote y donde se adoptó la «Carta Mundial del Turismo Sostenible» o «Carta de Lanzarote».

Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Por tanto, el turismo sostenible tiene presente las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y

medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

Así, el turismo sostenible, de acuerdo a **Estrella Aco 2004** se puede definir como «el proceso de cambio cualitativo producto de la voluntad política que, con la participación imprescindible de la población local, adapta el marco institucional y legal, así como los instrumentos de planificación y gestión, a un desarrollo turístico basado en un equilibrio entre la preservación del patrimonio natural y cultural, la viabilidad económica del turismo y la equidad social del desarrollo»

Por otro lado, **Rogelio Ortega 2013** menciona que “podemos observar como la oferta turística de tipo natural, se ha incrementado en las dos últimas décadas cuando, por el uso de la naturaleza como escenario para la práctica de diversas actividades turísticas y recreativas, se ha convertido en un fenómeno creciente y en uno de los aspectos más dinámicos de uso producidos en los espacios naturales.

En tal sentido, el turismo de tipo natural ha ido en aumento y la diversificación de esta es cada vez más importante así lo menciona **Oscar Perelli 2014**, afirma mando que “la diversificación provocada por el crecimiento del turismo, tanto de los productos como de los destinos turísticos, ha repercutido entre otros, en un gran incremento de la demanda del turismo de naturaleza en todas sus vertientes (actividades de ecoturismo, visitas a parques nacionales y naturales, turismo rural, etc.), aumentando considerablemente, a medida que pasa el tiempo, tanto el número de personas que demanda el turismo a lugares y espacios naturales

Así mismo para reforzar lo referido a el crecimiento y la importancia de atractivos turísticos naturales; **Gustavo López 2011**, asevera que “el turismo de naturaleza, ha ido desarrollándose de forma considerable a lo largo de los últimos años lo que ha puesto de manifiesto el determinante papel que

desempeña la gestión del uso público de estos espacios en la satisfacción de los visitantes, debido principalmente al aumento del número de turistas a que generalmente, éstos son cada vez más exigentes (en gran parte porque desean que su viaje se convierta en una experiencia significativa, buscando la autenticidad cultural, el contacto con las comunidades locales y el aprendizaje sobre la flora, la fauna, los ecosistemas singulares así como la naturaleza en general y su conservación), y a la elevada concentración existente en determinados destinos turísticos.

De esta forma podemos concluir que el aumento de los visitantes a los atractivos turísticos de naturaleza ha ido en aumento y esto ha mejorado la economía del lugar, por otro lado es importante saber el nivel de satisfacción de los visitantes que ya han visitado los atractivos.

Así mismo de acuerdo con el estudio del **Perfil del Turista Extranjero 2008**, los cambios en los hábitos y estilos de vida de los turistas han originado crecientes exigencias referentes a los productos y servicios turísticos, con lo cual se ha logrado que la oferta sea variada y diferenciada. En tal sentido, surgió la necesidad de que las empresas prestadoras de servicios turísticos desarrollen estrategias innovadoras que contemplen las nuevas prioridades y necesidades de la demanda, la cual está compuesta, principalmente, por vacacionistas extranjeros, sin dejar de lado la presencia de turistas que llegan al Perú por motivo de negocios.

Diversos autores han tratado de concebir modelos generales que agrupen factores y variables relevantes para la competitividad turística de una localidad. Pero se debe considerar que, aunque muchos factores puedan influir sobre el éxito turístico de un destino, el foco de las estrategias y las acciones debe ser aquel que más se relaciona con la satisfacción del turista ya que priorizarlos puede optimizar los recursos empleados y consecuentemente generar nuevos recursos para emplear tanto en la oferta turística como en las demandas sociales existentes, por ejemplo, con huéspedes de un resort, cuyo objetivo fue relacionar la importancia y la performance de los atributos turísticos, la motivación del viaje y la

satisfacción reveló que la cordialidad y la calidad de los servicios son determinantes para la satisfacción general, y que la alimentación y la ubicación son importantes para la evaluación de la satisfacción .

Así también la importancia de la satisfacción es un factor clave que afecta directamente la imagen de un destino, el regreso del turista y la recomendación a otros turistas potenciales. La repetición de las visitas genera cierta estabilidad en el destino y contribuye a que surjan impresiones positivas sobre la localidad, reduciendo la necesidad de inversiones en la atracción de turistas. Asimismo, es de suma importancia para las empresas y destinos que quieren obtener los beneficios provenientes de un turismo desarrollado y, sobre el comportamiento pos-compra, siendo un importante elemento para el desarrollo de relaciones a largo plazo y para la formación de una imagen atractiva.

Según **Rolando Arellano 2006**, se debe realizar un estudio de campo en dos etapas: la primera, de carácter exploratorio, por medio de un debate en grupo foco, para relevar los elementos (variables) de la oferta turística que influyen en la satisfacción del turista; y la segunda, de carácter descriptivo, a mediante entrevistas a los turistas para determinar el grado de importancia de cada variable surgida en la etapa exploratoria para determinar la satisfacción del turista.

La satisfacción ha sido intensamente estudiado por el marketing, asociado al término "cliente", se buscaron referencias en esa disciplina que permitieran un adecuado desarrollo de este trabajo; y se optó por utilizar indistintamente los términos "cliente" y "turista", procurando guardar relación con la originalidad de los trabajos.

Así podemos decir que la orientación del consumidor dependerá de su necesidad así lo menciona **Cobb Douglas 2002**; este es el concepto central del marketing, y es por ello que surge la necesidad de entender a los clientes y de construir las organizaciones en torno a ellos. Esta característica es

fundamental en el caso de los servicios, que en muchas ocasiones tienden a estar dominados por las operaciones en vez de estar enfocados en el cliente. Debido a ello, es muy importante entender cómo eligen los consumidores entre las diferentes alternativas de servicios que se les ofrece, además de evaluar el grado de satisfacción una vez recibido el servicio. Por otro lado, las etapas por las que atraviesa el consumidor son: (a) la elección previa a la compra, (b) consumo, y (c) evaluación posterior a la compra. En todo este proceso, el consumidor emplea un modelo o proceso para su decisión de compra; sin embargo, no todas las compras se ajustan a un modelo predeterminado, dado que el impulso, estímulo o deseo varía de acuerdo con el grado de necesidad y no muestra, necesariamente, un patrón determinado.

De acuerdo a esta información, es importante saber las necesidades y el grado de satisfacción obtenida por el servicio brindado al cliente.

El servicio al cliente debe estar presente en todos los aspectos del negocio en donde haya alguna interacción con el cliente, desde el saludo del personal de seguridad que está en la entrada del negocio, hasta la llamada contestada por la secretaria, coincidiendo con **Larrea 2001** "El servicio al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministro con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo".

La satisfacción del cliente es un término que hace referencia a la cumplir con las expectativas que tiene un cliente con respecto a un producto que ha comprado o un servicio que ha recibido, cuándo éste ha cumplido o sobrepasado sus expectativas. La satisfacción es la evaluación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio respondió a sus necesidades y expectativas.

De acuerdo a **EIGLIER y LANGEARD** "la calidad de servicio se puede definir mediante la afirmación de que un servicio de buena calidad es el que en una situación concreta satisface al cliente".

Existen cuatro formas de entender la calidad del servicio:

- **Como Excelencia:** la calidad desde este punto de vista sería lo mejor en un sentido absoluto, por ello hay que hacer cualquier esfuerzo para conseguirlo. El punto débil de este planteamiento es establecer el punto de excelencia para saber qué es lo excelente.
- **Como Valor:** desde esta perspectiva es imposible que pueda encontrarse el mejor bien o servicio en sentido absoluto, pues ello depende de la calidad y del precio. Según esta perspectiva la calidad ejerce cierta presión sobre las empresas para alcanzar un cierto nivel de eficiencia interna y una determinada efectividad externa, sin embargo es preciso que las organizaciones se detengan en analizar los costes que conllevaría adoptar estos criterios de calidad y satisfacer las expectativas de los consumidores.
- **Como Ajuste a las especificaciones:** considera la calidad de forma que sirva para observar si la calidad en un periodo difiere de la conseguida en otro momento tomado como base, y para comparar la calidad conseguida en dos momentos para conocer si la diferencia se debe o no al azar. La deficiencia de esta perspectiva es que no evalúa la calidad desde el punto de vista del consumidor.
- **Como Satisfacción de las expectativas de los consumidores:** de este modo hay que considerar las expectativas de los consumidores o usuarios lo que supone incluir aspectos subjetivos relacionados con los juicios de las personas que reciben el servicio. (Langeard, 1993)

Phil Crosby 1979 afirman que “teniendo en cuenta la definición de calidad establecida por la Asociación Americana para el Control de la Calidad” (calidad es la totalidad de aspectos y características de un producto o servicio que permiten satisfacer necesidades definidas o explícitas), la

calidad así conceptuada está orientada hacia el cliente, de forma que se puede afirmar que cuando la utilización del producto o servicio deriva en la satisfacción del consumidor, existirá calidad. Es decir, la calidad de servicio se debe entender como la prestación de un servicio en un nivel superior a las expectativas del cliente.

El servicio al cliente debe estar presente en todos los aspectos del atractivo turístico; donde haya alguna interacción con el cliente o desde las instalaciones donde este se encuentra y por supuesto la seguridad que se brinda en el lugar.

En la cual **Cambridge Innette 1990** menciona que una infraestructura es el conjunto de elementos o servicios que están considerados como necesarios para que una organización pueda funcionar o bien para que una actividad se desarrolle efectivamente.

Así mismo **Lucio Luna 2011** hace una referencia sobre la infraestructura turística, afirmando que esa constituida por el conjunto de obras y servicios generales de acción estatal o particular que sirven de base para promover el desarrollo de la actividad turística y que son aprovechados o utilizados para impulsar dicha actividad.

Por otro lado según **Jorge Valencia 1991**, menciona que la infraestructura de descanso se refiere a las infraestructuras creadas en áreas especiales para el descanso de los visitantes donde estos pueden realizar paradas para el disfrute de la estancia y adquirir servicios destinados a la cobertura de las necesidades de la circulación, pudiendo incluir estaciones de suministro de alimentos, bebidas y otros servicios análogos destinados a facilitar la seguridad y comodidad de los usuarios.

Con esta información podemos deducir cuán importante es la infraestructura turística en los atractivos de naturaleza, así mismo resaltamos la importancia

de los estudios relacionados con el nivel de satisfacción de los visitantes que asisten a los atractivos por tal motivo es de suma importancia conocer toda la información relacionada a esta así **Idalberto Chiavenato 1983** afirmaba que la información consiste en un conjunto de datos que poseen un significado, de modo tal que reducen la incertidumbre y aumentan el conocimiento de quien se acerca a contemplarlos.

Estos datos se encuentran disponibles para su uso inmediato y sirven para clarificar incertidumbres sobre determinados temas. **Ferrell y Hirt 2003**, por su parte, dicen que esos datos y conocimientos están estrictamente ligados con mejorar nuestra toma de decisiones. Si un individuo se encuentra bien informado sobre un aspecto, seguramente su decisión al respecto podrá ser más acertada que uno que no lo esté.

En tanto podemos concluir que la información en el ámbito turístico es de suma importancia para que los visitantes puedan informarse, determinar y tomar una decisión acertada así lo menciona **Iván Turmero 2011** que refiere sobre la información turística que: “es el conjunto de servicios que se prestan al turista para informarle y orientarle durante su viaje o su estancia en destino.

La información puede ser transmitida por informadores turísticos en oficinas de turismo, o a través de guías intérprete, guías correo o acompañantes de grupo. Pero también por medios de telecomunicación y telemática, como Internet o la telefonía móvil.”

Así mismo **Centeno Hender 2011** dice que la información turística es muy útil para todas aquellas personas que deseen viajar o visitar un sitio que desconocen o del que quieren saber y adquirir más conocimientos.

Es como respuesta a esta necesidad que existen muchos tipos de información turística, aunque los más conocidos o populares son los puntos

de información turística que cada localidad o región, que recibe numerosas visitas, ofrece y pone al alcance de los interesados.

Todo ello, hace que el turismo tenga unas características informacionales especiales y por ello resulta tan importante conocer la información que pueda disponer cada uno de los actores que intervienen en la actividad turística.

Así mismo también es importante resaltar la seguridad de los lugares turísticos para un esparcimiento seguro de los visitantes dentro del lugar, como indica **Diego Rodríguez 2012**, el catálogo de riesgos potenciales que afecta al turismo es variado y numeroso; así lo confirman diferentes sucesos ocurridos a lo largo de la historia. Guerras, catástrofes naturales, crisis económicas, terrorismo, delincuencia o conflictos sociales han afectado a distintos destinos turísticos, demostrando que el turismo, a pesar de todo, posee una capacidad de recuperación mayor a la de otras actividades. Toda esta serie de acontecimientos, constituyen la base para la aparición del concepto “seguridad turística”.

En tal sentido **Jaime Álvarez de la Torre 2009**, menciona que el turismo y la seguridad son dos actividades que se caracterizan por su fuerte transversalidad y capacidad de influencia en diversos sectores. Una visión muy simple concluiría que a priori, son dos actividades independientes que únicamente se encuentran en casos puntuales de crisis o emergencias. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el turismo es un sector que necesita y utiliza múltiples servicios y recursos públicos y en este sentido, se requiere la existencia de cierto grado de coordinación y cooperación para el logro de destinos turísticos sostenibles.

2.3 Definición de Términos

ACCIDENTES AMBIENTALES: Evento o circunstancia de origen natural o antropogénico que afecte directa o indirectamente el medio ambiente. (Montoro, 2012, pág. 13).

AGUA: El agua es un recurso natural renovable, indispensable para la vida, vulnerable y estratégico para el desarrollo sostenible, el mantenimiento de los sistemas y ciclos naturales que la sustentan, y la seguridad de la Nación. (Huguet, 2015, pág. 9)

APROVECHAMIENTO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS NATURALES: La utilización de los recursos naturales en forma tal que no afecte las posibilidades de su utilización en el futuro de manera indefinida; respetando su integridad funcional y la capacidad de carga de los ecosistemas. Está referido específicamente a la explotación de los recursos naturales renovables; no siendo propiamente aplicable a los recursos naturales no renovables. (Viceministerio de Gestión Ambiental, 2012, pág. 67).

ÁREA DE CONSERVACIÓN MUNICIPAL: Son espacios naturales o modificados, continentales o marinos, que contienen biodiversidad y/o valores naturales importantes, prestan servicios eco sistémicos y/o poseen valores culturales. Son establecidas o reconocidas por el Municipio mediante un instrumento legal municipal en concordancia con las políticas ambientales,

territoriales y de desarrollo del país y el sistema de áreas protegidas. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2010, pág. 11)

ÁREAS DE CONSERVACIÓN REGIONAL: Categoría de área natural protegida que se establecen sobre áreas que teniendo importancia ecológica significativa no califica para ser declaradas como parte del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas (SINANPE) siendo complementarias a éste. Son administradas por el nivel regional de gobierno, pudiendo delegarse dicha administración a personas jurídicas de derecho privado. (ÍDEM, 2010, pág. 13)

ÁREAS DE MANEJO DE FAUNA SILVESTRE: Son predios de dominio público otorgados en concesión para la implementación de ambientes propicios para el desarrollo de poblaciones de determinadas especies de fauna silvestre. (Crist, 1987, pág. 21)

ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS: Espacios continentales y/o marinos del territorio nacional, expresamente reconocidos y declarados como tales, creados para conservar la diversidad biológica y demás valores asociados de interés cultural, paisajístico y científico, así como por su contribución al desarrollo sostenible del país. (Viceministerio de Gestion Ambiental, 2012, pág. 11)

ATRACTIVO TURÍSTICO: Son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un país y que constituyen la principal atracción del turista. (ÍDEM, Técnico en Turismo, 2003, pág. 33)

BOSQUES DE PROTECCIÓN: Categoría de Área Natural Protegida del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas, de Uso Directo, que se establecen con el objeto de garantizar la protección de las cuencas altas o colectoras, las riberas de los ríos y de otros cursos de agua y en general para la protección de los suelos contra la erosión así como las fuentes naturales de agua. (Viceministerio de Gestion Ambiental, 2012, pág. 32)

BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES: Se considera Buenas Prácticas Ambientales a quien ejerciendo o habiendo ejercido cualquier actividad

económica o de servicio, cumpla con todas las normas ambientales u obligaciones a las que se haya comprometido en sus instrumentos de gestión ambiental. (ÍDEM, 2012, pág. 31).

CALIDAD AMBIENTAL: Condición de equilibrio natural que describe el conjunto de procesos geoquímicos, biológicos y físicos, y sus diversas y complejas interacciones, que tienen lugar a través del tiempo, en un determinado espacio geográfico. La calidad ambiental se puede ver impactada, positiva o negativamente, por la acción humana; poniéndose en riesgo la integridad del ambiente así como la salud de las personas. (ÍDEM, 2012, pág. 33)

CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO: Es aquel nivel de “excelencia” que la empresa ha decidido alcanzar para satisfacer a sus clientes. Es decir fijar la satisfacción del cliente debe ser uno de los objetivos empresariales más importantes. (Bigné, 2001)

CAPACIDAD DE CARGA: Capacidad de un determinado ecosistema para sustentar organismos sanos y mantener su productividad, adaptabilidad y capacidad de renovación por tiempo indefinido. (Bonilla, 2008, pág. 8).

CENTROS DE RESCATE: Los centros de rescate de fauna silvestre, son instalaciones públicas o privadas que se establecen para la cría o reproducción de especies de fauna silvestre, principalmente las clasificadas en alguna categoría de amenaza, con fines de protección, conservación y reintroducción. (Viceministerio de Gestion Ambiental, 2012, pág. 58)

COMPETITIVIDAD TURÍSTICA: Un destino turístico competitivo es aquel que contribuye, mediante esta actividad, a elevar la calidad de vida de la población residente. (Crouch, 1999)

CONSERVACIÓN: Es la gestión de la utilización de la biosfera por el ser humano, de tal suerte que produzca el mayor y sostenido beneficio para las generaciones actuales, pero que mantenga su potencialidad para satisfacer las

necesidades y las aspiraciones de las generaciones futuras. (ÍDEM, 2012, pág. 76)

CULTURA TURÍSTICA: es una serie de conocimientos y valores que mediante su práctica con nuestras actitudes y costumbres se favorece el fomento y el desarrollo de la actividad turística. (Flores, 2000, pág. 2)

DAÑO AMBIENTAL: Todo menoscabo material que sufre el ambiente y/o alguno de sus componentes, que puede ser causado contraviniendo o no disposición jurídica, y que genera efectos negativos actuales o potenciales. (Viceministerio de Gestión Ambiental, 2012, pág. 56)

DECLARACIÓN DE ZONAS DE RESERVA TURÍSTICA: Las declaraciones de Zonas de Reserva Turística se formularán en áreas de comprobado potencial turístico que amerite protección por parte del Estado, a fin de salvaguardar el recurso de acciones que generen depredación o alteración. (Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, 2014, pág. 7)

DEMANDA TURÍSTICA: Conjunto de bienes y servicios turísticos que el turista está dispuesto a adquirir a los precios internos en el caso del turismo nacional; y a precios determinados por las tasas de cambio, en el turismo internacional. (Pazoz, 1987, pág. 22)

DEMANDA: Es el resultado de todas las decisiones de la demanda individuales de los usuarios turísticos. También podemos definirla como la cantidad demandada por los consumidores a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes. (ÍDEM, Técnico en Turismo, 2003, pág. 23)

DESPLAZAMIENTO TURÍSTICO: Traslado de un lugar a otro con fines turísticos. (Silva, 2009, pág. 10)

DESTINO: Es un espacio físico en el que el visitante para al menos una noche, incluye productos turísticos (servicios de apoyo y atractivos y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en un día. Tiene límites físicos y

administrativos que definen su gestión e imágenes y percepciones que determinan su competitividad. (ÍDEM; 2009, pág. 12)

DURACION DE LA ESTANCIA: Es la técnica de la investigación de mercados que tiene un lugar o atractivo en el mercado y su auto sustentación del mismo. (Oliveira, 1998)

ECOLOGÍA: Es la ciencia que estudia las interrelaciones entre los seres vivos y su ambiente. (Naumov, 1972, pág. 20)

ESTACIONALIDAD TURÍSTICA: Concentración de la afluencia turística en determinadas épocas del año. (ÍDEM; 1987, pág. 66)

GUARDABOSQUES: El guardabosque es parte del personal técnico del Área Natural Protegida encargado de ejecutar las diversas actividades que implica el manejo y protección del área, bajo la dirección del Jefe de la misma. (ÍDEM, 2012, pág. 44)

GUÍA DE MANEJO AMBIENTAL: Documento de orientación expedido por la Autoridad Competente sobre lineamientos aceptables para los distintos subsectores o actividades de la industria manufacturera con la finalidad de propiciar un desarrollo sostenible. (ÍDEM, 2012, pág. 47)

IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO: Es la percepción global que se tiene del mismo; siendo la suma de todos los pensamientos, creencias, impresiones, prejuicios y expectativas que los individuos tienen con respecto a un lugar en particular. (Torrejón, 1991)

IMPACTO AMBIENTAL: Alteración, positiva o negativa, de uno o más de los componentes del ambiente, provocada por la acción de un proyecto. El “impacto” es la diferencia entre qué habría pasado con la acción y que habría pasado sin ésta. (ÍDEM, 2012, pág. 46)

INDICADOR DE CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO: Es una medida cuantitativa que refleja la cantidad de calidad que posee dicha actividad. Por lo

tanto, sirve o solo para evaluar un determinado aspecto de la calidad del servicio, sino para realizar un seguimiento de dicha medida a lo largo del tiempo y poder comparar la calidad. (Morillo, 2010)

INFORMACION TURÍSTICA: Es el conjunto de servicios que se prestan al turista para informarle y orientarle durante su viaje o estancia en un destino. La información puede ser transmitida por informadores turísticos en oficinas de turismo, o a través de guías turísticos o acompañantes de grupo. Pero también por medios de comunicación, como internet o telefonía móvil. (Turmero I, 2006)

INFRAESTRUCTURA DE DESCANSO: Se refiere a las infraestructuras creadas en áreas especiales para el descanso de los visitantes donde estos pueden realizar paradas para el disfrute de la estancia y adquirir servicios destinados a la cobertura de las necesidades básicas, pudiendo incluir suministros de alimentos, bebidas y servicios análogos destinados a facilitar la seguridad y comodidad de los usuarios. (Valencia, 1991)

INFRAESTRUCTURA DE TURÍSTICA: Término para señalar los elementos básicos para el desarrollo del turismo: vías de comunicación, aeropuertos, energía, agua potable y alcantarillado, salud, higiene, terminales de transporte, teléfonos, etc. (Valencia, 1991)

INSTALACIONES TURÍSTICAS: Todas las construcciones especiales (distintas a las del equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades normalmente turísticas. (Bullón, 2012)

NIVEL DE SATISFACCION DEL TURISTA: Es una medida cuantitativa que refleja el turista frente a su visita y a los diferentes servicios brindados en un determinado atractivo turístico, espacio o lugar. (Femenia, 2007)

OFERTA TURÍSTICA: Es el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario en un destino determinado, para su disfrute y consumo, proporcionando una experiencia de viaje. (Gurria, 1991, pág. 15).

PARQUES NACIONALES: Categoría de Área Natural Protegida del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas, de Uso Indirecto, que constituyen muestras representativas de la diversidad natural del país y de sus grandes unidades ecológicas. En ellos se protege con carácter intangible la integridad ecológica de uno o más ecosistemas, las asociaciones de la flora y fauna silvestre y los procesos sucesionales y evolutivos, así como otras características, paisajísticas y culturales que resulten asociadas. (Viceministerio de Gestión Ambiental, 2012, pág. 30)

POLÍTICAS DE PRECIOS: cuando se considera los métodos de fijación de precios en el sector turístico, se produce una modificación profunda de los sistemas tradicionales como consecuencia de la particular naturaleza del servicio: intangibilidad, inalmacenabilidad, bajo nivel de estandarización, participación del cliente en la producción, entre otros. (Solis, 2002, pág. 29)

POLÍTICAS DE PRODUCTOS TURÍSTICO: en el caso de los productos turísticos, debe desarrollarse en forma cubrir correctamente las necesidades de los consumidores de los segmentos de mercado seleccionados, consumidores que están en un proceso de selección y evaluación racional de los productos en competencia. (Solis, 2002, pág. 25)

SEGURIDAD TURÍSTICA: La seguridad turística es una variable de la seguridad ciudadana y debe ser analizada como parte de un sistema de seguridad integral pero con sus propios indicadores o ejes de trabajo. (Red de protección al turista, 2010)

SERVICIO TURÍSTICO: Organización adecuada y personal especializado destinados a satisfacer necesidades y deseos del turista. (Pazos, 1987, pág. 17)

TASA DE ESTACIONALIDAD DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA: La estacionalidad constituye uno de los indicadores de uso más frecuente en planificación turística y permite medir el grado de concentración y dispersión temporal de los flujos turísticos para una localidad durante el periodo de un año (Organización mundial del turismo, 1995)

TEMPORADA ALTA: Época del año en que el movimiento turístico alcanza la máxima proporción. (ÍDEM, 1987, pág. 19)

TEMPORADA BAJA: Época del año en que el movimiento turístico decae a la mínima proporción. (Silva; 2009, pág. 22)

TURISMO: actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior de una actividad remunerativa en el lugar visitada. (Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, 2014, pág. 25)

TURISTA Y/O VISITANTE: Turista es un visitante (persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, cuya finalidad principal no es ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado), si el viaje que realiza incluye pernoctación. (Flores, 2000, pág. 37)

VIAJE: Designa la actividad de los viajeros (personas que se desplazan entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración). (Fernandez, 1989, pág. 14)

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de Investigación

La presente investigación es de naturaleza básica.

3.2 Nivel de Investigación

El nivel de la investigación Descriptiva.

3.3 Cobertura

Universo de la población = 12816 visitantes del año 2013 – 2014

Muestra.

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 12816}{0.05^2(12816 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$
$$n = \frac{3.8416 \times 3204}{0.0025(12815) + 3.8416 \times 0.25}$$
$$n = \frac{12308.4864}{32.0375 + 0.9604}$$

$$n = \frac{12308.4864}{32.9979}$$

	90%	95%	98%	99%
a	0,90	0,95	0,98	0,99
z	1,645	1,96	2,33	2,575

$$n = 373.0081732$$

$$n = 373$$

Dónde: n: Tamaño de la muestra

Z²: Nivel de confiabilidad (1,96)

p: Probabilidad (0.5)

q: (1-p) = 0.5; Es la proporción de la población que no tienen la característica de interés

N: Tamaño de la población (12 816 visitantes al atractivo)

E: Nivel o margen de error admitido (0.5)

a : Grado de confianza se tiene en cuenta los visitantes del atractivo turístico Cascadas de Ahuashiyacu

TABLA ESTADÍSTICA

3.4 Métodos de Investigación

Métodos para análisis y procesamiento: Se utilizó frecuencia porcentual, en la cual después de haber registrado los valores numéricos se convertirán a porcentaje con la finalidad de conocer los resultados de forma definida e imparcial.

Descriptivo

Se describió las características, referentes al nivel de satisfacción de los visitantes al atractivo turístico Cascadas de Ahuashiyacu.

Deductivo

Esta forma de razonamiento permitió el pase de un conocimiento de lo general a casos específicos, a través de las técnicas e instrumentos aplicados para el recojo de información.

3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de Datos

Encuesta

A través de un cuestionario con preguntas de tipo abiertas y cerradas se pretende conocer y medir el nivel de satisfacción de los visitantes al atractivo turístico de Cascadas de Ahuashiyacu.

Entrevista

Mediante una guía de preguntas se recogió información acerca del nivel de satisfacción con respecto al atractivo turístico Cascadas de Ahuashiyacu.

Observación

Se utilizara libretas de campo con el fin de describir el los principales causas del nivel de satisfacción del visitante, la infraestructura de descanso y el escaso manejo de información por los guías u orientadores turísticos, en el mencionado atractivo.

3.6 Técnicas y Análisis de Datos

TÉCNICAS DE ACOPIO	INSTRUMENTOS	APLICACIÓN
Entrevistas.	Guía de Preguntas.	Visitantes del atractivo.
Encuestas.	Cuestionario.	A las personas dentro del atractivo.
Observación.	Fichas y Libretas de Campo.	Pasiva / Participativa según sea el caso.
Revisión Bibliográfica.	Fichas Bibliográficas.	Fuentes Textuales de Información.

TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE INFORMACION	INSTRUMENTOS	APLICACIÓN
Tabulación de datos manuales.	Tablas y cuadros.	Para tamaños de muestra pequeñas.
SPSS 22.	Software de SPSS 22.	Desarrollo de base de datos y tamaños de muestras más grandes.

TÉCNICAS DE ANALISIS DE INFORMACION	INSTRUMENTOS	APLICACIÓN
Tablas estadísticas	Software de Excel 2013	Comparación y contrastación de información.
Gráficos	Software de SPSS 22.	Explicación y contrastación grafica de los resultados de los datos obtenidos.

IV. Resultados y Discusión

4.1 Resultado Descriptivo y explicativo

4.1.1 Introducción

Para el análisis de los resultados que se muestran a continuación, se obtuvieron a través de la aplicación de encuestas a los visitantes del atractivo turístico Cascadas de Ahuashiyacu y que han terminado su recorrido por instalaciones del atractivo. Las encuestas se tomaron a la salida de los visitantes con el fin de saber cuál es el nivel de satisfacción con el que se van luego de haber visitado las Cascadas de Ahuashiyacu, todo esto con la finalidad de analizar los aspectos más importantes para la

confirmación de la hipótesis planteada y los estudios de las variables presentados para esta investigación.

Se ha considerado importante presentar primero tres variables como: Infraestructura, Información del guía u orientador turístico y por último la seguridad Turística; Para luego relacionarlos con el nivel de satisfacción que presentan referente al atractivo turístico y de este modo analizar el nivel de satisfacción que éstos presentan al finalizar el recorrido, ya que estos indicadores son vitales para seguir reforzando el turismo a esta zona del Departamento de San Martín.

De acuerdo a las actividades realizadas para la ejecución de esta tesis, se han considerado los resultados obtenidos por las encuestas (mediante cuadros y gráficos) y los resultados obtenidos por las entrevistas y bibliografía encontrada.

Para la primera parte de este capítulo, se mostrarán cuadros y gráficos con detalles de los resultados obtenidos a través de las encuestas.

4.1.2 Nivel de Satisfacción con respecto a la infraestructura.

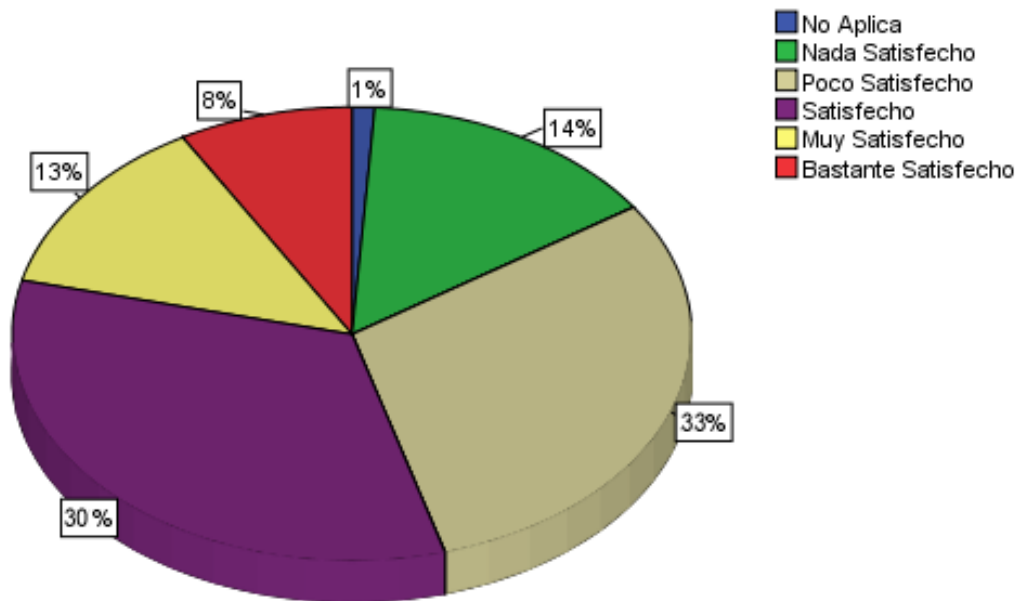
Tabla N°01:

Satisfacción con respecto a las zonas de descanso.

Gráfico N°01:

		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	No Aplica	4	1,1	1,1	1,1
	Nada Satisfecho	54	14,5	14,5	15,5
	Poco Satisfecho	124	33,2	33,2	78,8
	Satisfecho	112	30,0	30,0	45,6
	Muy Satisfecho	48	12,9	12,9	91,7
	Bastante Satisfecho	31	8,3	8,3	100,0
	Total	373	100,0	100,0	

Satisfacción con respecto a las zonas de descanso.



Con respecto a la satisfacción de las zonas de descanso de los turista que asisten al atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu en la provincia de San Martín, el 33 % de los visitantes están poco satisfecho con respecto a las zonas de descanso, el 30 % por su parte indica que está satisfecho con

respecto a las zonas de descanso, así mismo el 14% de estos menciona que está nada satisfecho, mientras el 13% manifiesta que está muy satisfecho con respecto a las zonas de descanso, asimismo el 8% dice que está muy satisfecho y por último el 1% marco que no aplica.

Interpretación:

En el análisis descriptivo y gráfico arriba indicado se evidencia una tendencia significativamente inclinada a la categoría “poco satisfecho”.

Ello significa que las zonas de descanso no satisfacen las expectativas que los visitantes tienen.

Se evidencia entonces que los resultados anteriores respecto al mejoramiento de la infraestructura de descanso influirán en el nivel de satisfacción de los visitantes.

Tabla N°02:

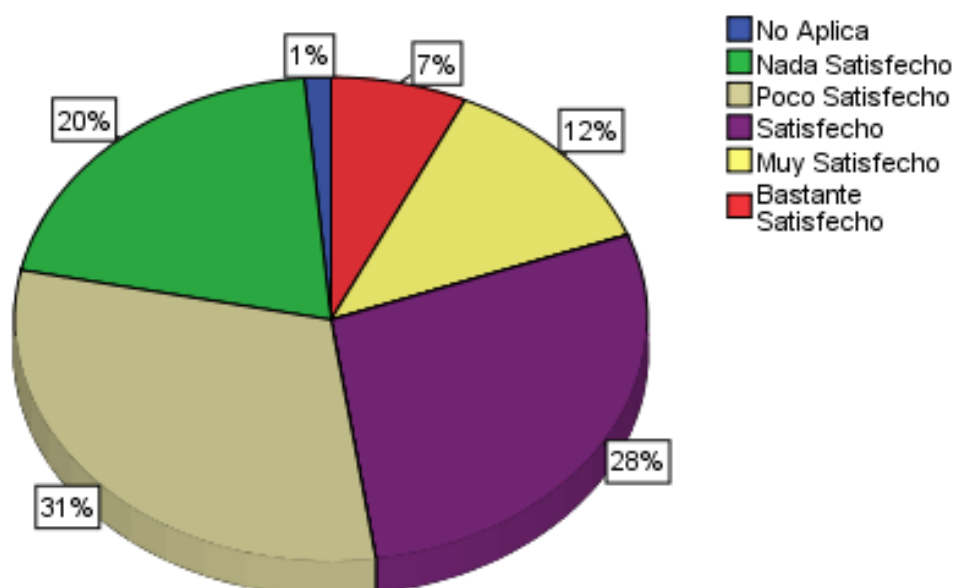
Satisfacción con respecto a la cantidad de sitios de descanso

		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	No Aplica	5	1,3	1,3	1,3
	Nada Satisfecho	76	20,4	20,4	21,7
	Poco Satisfecho	114	30,6	30,6	52,3
	Satisfecho	106	28,4	28,4	80,7
	Muy Satisfecho	46	12,3	12,3	93,0
	Bastante Satisfecho	26	7,0	7,0	100,0
	Total	373	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Gráfico N°02:

Satisfacción con respecto a las zonas de descanso.



Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Así también la satisfacción con respecto a la cantidad de sitios de descanso de los turista que asisten al atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu en la provincia de San Martín, está representado 31% de los visitantes que

mencionan que están poco satisfecho con respecto a la cantidad de sitios de descanso, mientras que el 28% menciona que está satisfecho, su parte el 20% menciona que esta nada satisfecho con respecto a las zonas de descanso, así mismo el 12% de menciona que está muy satisfecho, mientras el 7% manifiesta que está bastante satisfecho con respecto a las zonas de descanso, asimismo el 1% marco que no aplica.

Interpretación:

En el análisis descriptivo y gráfico arriba indicado se evidencia una tendencia significativamente inclinada a la categoría “poco satisfecho”.

Esto significa que el número de las zonas de descanso no satisfacen las expectativas que los visitantes tienen.

Se evidencia entonces que los resultados anteriores que el incremento de zonas de descanso influirá en el nivel de satisfacción de los visitantes.

Tabla N°03:

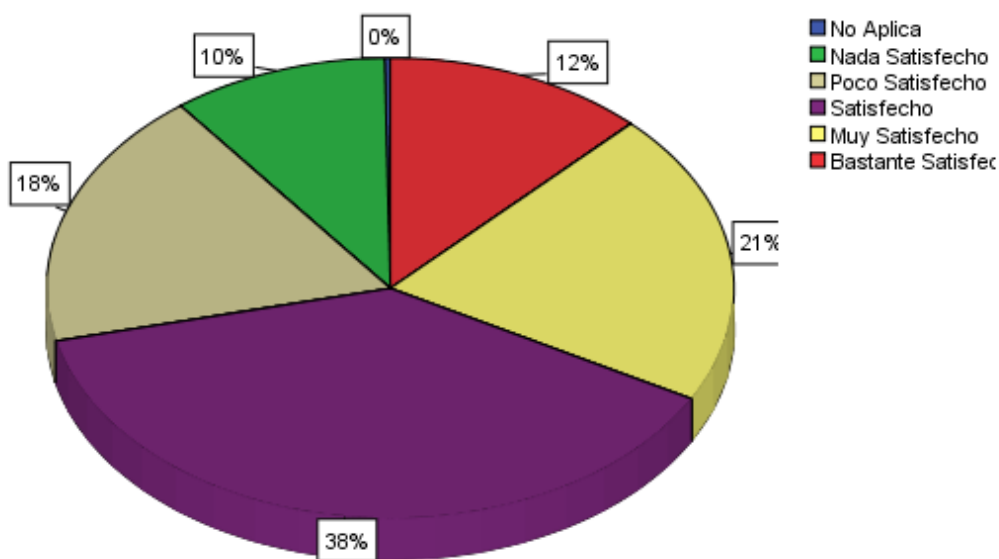
Satisfacción con respecto al estado de conservación de la infraestructura.

		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	No Aplica	1	,3	,3	,3
	Nada Satisfecho	38	10,2	10,2	10,5
	Poco Satisfecho	68	18,2	18,2	28,7
	Satisfecho	143	38,3	38,3	67,0
	Muy Satisfecho	77	20,6	20,6	87,7
	Bastante Satisfecho	46	12,3	12,3	100,0
	Total	373	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Gráfico N°03:

Satisfacción con respecto al estado de conservación de la infraestructura.



Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

En tanto la satisfacción con respecto al estado de conservación de la infraestructura del Atractivo Cascadas de Ahuashiyacu en la provincia de San Martín, está representado 38% de los visitantes que mencionan que están satisfecho, mientras que el 21% menciona que está muy satisfecho, su

parte el 18% menciona que esta poco satisfecho con respecto a la conservación de la infraestructura de descanso, así mismo el 12% de menciona que está bastante satisfecho, mientras el 10% manifiesta que está nada satisfecho con respecto al estado de conservación de la infraestructura del atractivo.

Interpretación:

En el análisis descriptivo y gráfico arriba indicado se evidencia una tendencia significativamente inclinada a la categoría “satisfecho” y “muy satisfecho.

Esto significa que la infraestructura de las zonas de descanso si satisface las expectativas que los visitantes tienen.

Se evidencia entonces que los resultados anteriores que la conservación de la infraestructura de descanso influye en el nivel de satisfacción de los visitantes.

Tabla N°04:

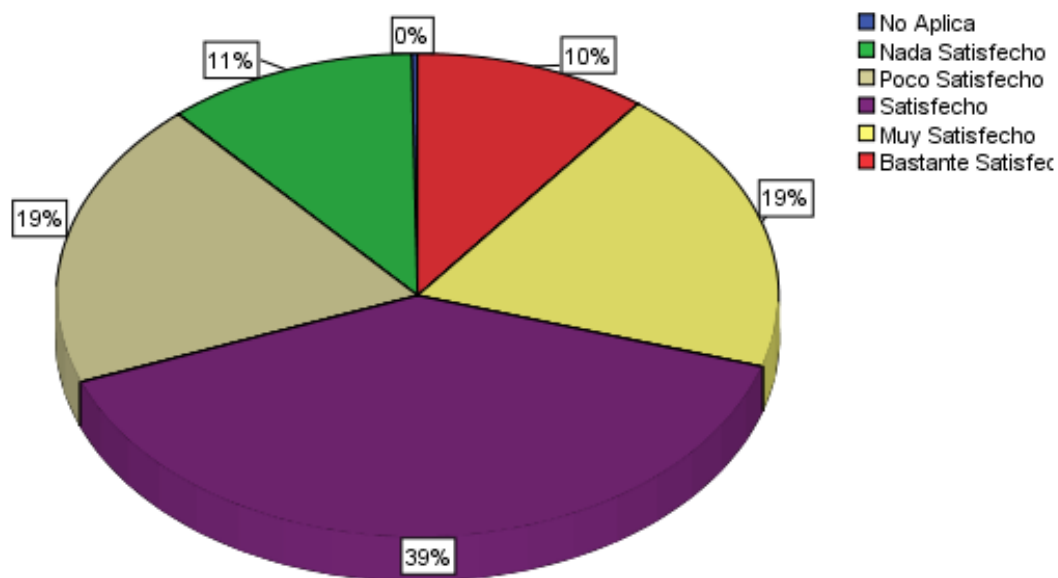
Satisfacción con respecto al material de elaboración y detalles de la infraestructura de descanso.

		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	No Aplica	1	,3	,3	,3
	Nada Satisfecho	42	11,3	11,3	11,5
	Poco Satisfecho	72	19,3	19,3	30,8
	Satisfecho	147	39,4	39,4	70,2
	Muy Satisfecho	72	19,3	19,3	89,5
	Bastante Satisfecho	39	10,5	10,5	100,0
	Total	373	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Gráfico N°04:

Satisfacción con respecto al material de elaboración y detalles de la infraestructura de descanso.



Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Se puede percibir que la satisfacción con respecto al material de elaboración y detalles de la infraestructura de descanso del atractivo cascadas de Ahuashiyacu en la provincia de San Martín, según el gráfico N°4 el 39% de

visitantes están satisfecho, mientras el 19 % están muy satisfecho, por su parte el otro 19% menciona que esta poco satisfecho, así mismo el 10% de estos menciona que está bastante satisfecho, mientras el 11% manifiesta que está nada satisfecho con respecto al material de elaboración y detalles de la infraestructura de descanso.

Interpretación:

En el análisis descriptivo y gráfico arriba indicado se evidencia una tendencia significativamente inclinada a la categoría “satisfecho” y “muy satisfecho”.

Esto significa que el material de elaboración y detalles de la infraestructura de descanso si satisface las expectativas que los visitantes tienen.

Se evidencia entonces que los resultados anteriores que el material de elaboración y los detalles de la infraestructura de descanso influye en el nivel de satisfacción de los visitantes.

Tabla N°05:

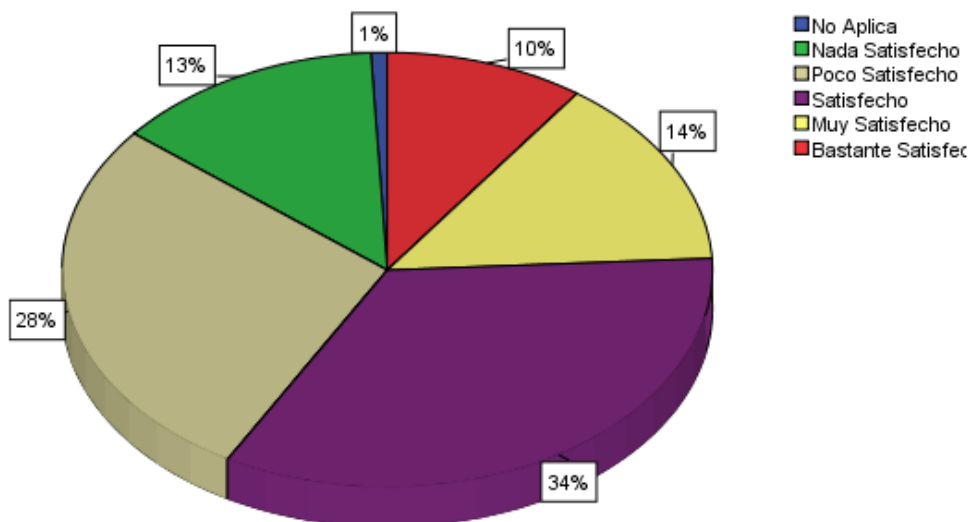
Satisfacción con respecto a la capacidad de aforo dentro de las zonas de descanso.

		Frecuencia	Porcentaje	Válido	acumulado
Válido	No Aplica	3	,8	,8	,8
	Nada Satisfecho	50	13,4	13,4	14,2
	Poco Satisfecho	103	27,6	27,6	41,8
	Satisfecho	127	34,0	34,0	75,9
	Muy Satisfecho	53	14,2	14,2	90,1
	Bastante Satisfecho	37	9,9	9,9	100,0
	Total	373	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Gráfico N°05:

Satisfacción con respecto a la capacidad de aforo dentro de las zonas de descanso.



Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

La población objeto de estudios menciona que la satisfacción con respecto a la capacidad de aforo dentro de las zonas de descanso del atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu en la provincia de San Martín, menciona que el

34% de los visitantes está satisfecho, mientras que el 28% menciona que está poco satisfecho, por su parte el 14% menciona que está muy satisfecho, así mismo el 13% de menciona que está nada satisfecho, mientras el 10% manifiesta que está bastante satisfecho con respecto a la capacidad de aforo dentro de las zonas de descanso, asimismo el 1% marco que no aplica.

Interpretación:

En el análisis descriptivo y gráfico arriba indicado se evidencia una tendencia significativamente inclinada a la categoría “satisfecho” y “muy satisfecho”.

Esto significa que la capacidad de aforo en las zonas de descanso satisfacen las expectativas que los visitantes tienen.

Se evidencia entonces que los resultados anteriores que la capacidad de aforo de las zonas de descanso influye en el nivel de satisfacción de los visitantes.

4.1.3 nivel de satisfacción con respecto a la información del guía u orientador turístico.

Tabla N°06:

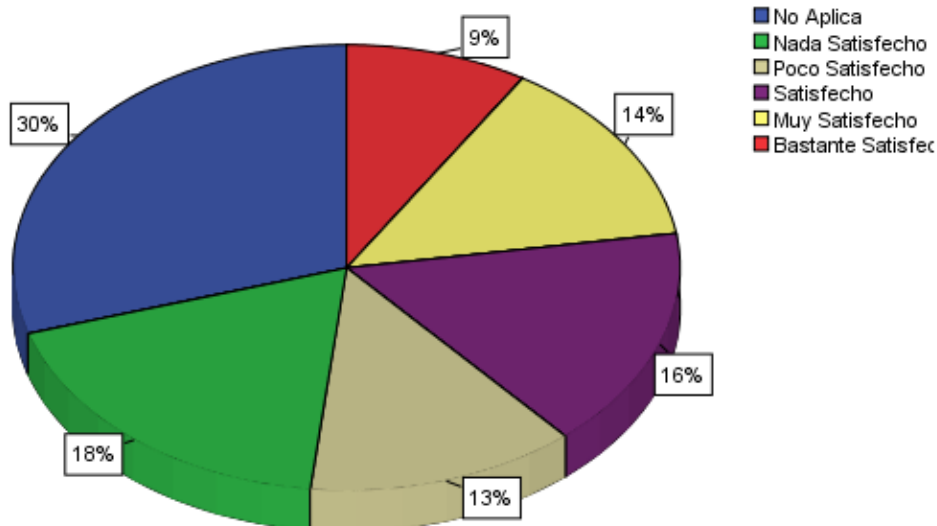
Satisfacción con respecto a la Información escrita brindada por el guía u orientador turístico.

	Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido				
No Aplica	111	29,8	29,8	29,8
Nada Satisfecho	69	18,5	18,5	48,3
Poco Satisfecho	49	13,1	13,1	61,4
Satisfecho	60	16,1	16,1	77,5
Muy Satisfecho	51	13,7	13,7	91,2
Bastante Satisfecho	33	8,8	8,8	100,0
Total	373	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Gráfico N°06:

Satisfacción con respecto a la Información escrita brindada por el guía u orientador turístico.



Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

En tanto la Satisfacción con respecto a la Información escrita brindada por el guía u orientador turístico que asisten al atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu en la provincia de San Martín, el 30% marco que no aplica, mientras que el 18% menciona que está nada satisfecho, por su parte el 16% menciona que está satisfecho, así mismo el 13% de visitantes menciona que está poco satisfecho, por otro lado el 14% está muy satisfecho, mientras el 9% manifiesta que está bastante satisfecho con respecto a la Información escrita brindada por el guía u orientador turístico.

Interpretación:

En el análisis descriptivo y gráfico arriba indicado se evidencia una tendencia significativamente inclinada a la categoría “no aplica” y “nada satisfecho”.

Esto significa que la información que proporciona el guía u orientador turístico no satisface las expectativas que los visitantes tienen.

Se evidencia entonces que los resultados anteriores que la información que proporciona el guía u orientador turístico influye en el nivel de satisfacción de los visitantes.

Tabla N°07:

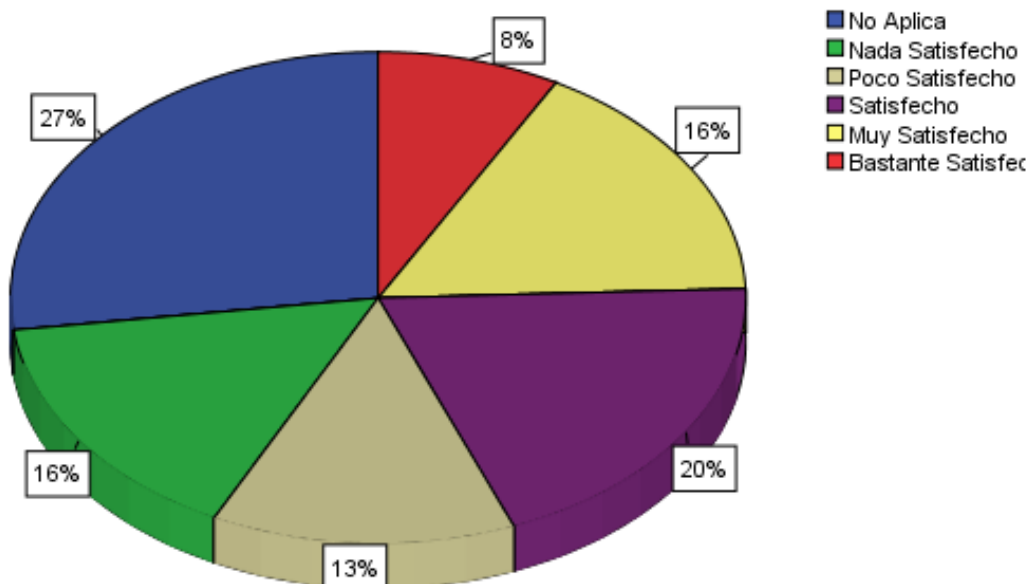
Satisfacción con respecto a la Información de la infografía dada por el guía u orientador turístico.

	Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	No Aplica	101	27,1	27,1
	Nada Satisfecho	58	15,5	42,6
	Poco Satisfecho	50	13,4	56,0
	Satisfecho	73	19,6	75,6
	Muy Satisfecho	61	16,4	92,0
	Bastante Satisfecho	30	8,0	100,0
	Total	373	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Gráfico N°07:

Satisfacción con respecto a la Información de la infografía dada por el guía u orientador turístico.



Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Tal como indica el gráfico N°07, la Satisfacción con respecto a la Información de la infografía dada por el guía u orientador turístico que asisten al atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu en la provincia de San Martín, el 27% marco que no aplica, mientras que el 20% menciona que está satisfecho, por su parte el 16% menciona que nada satisfecho, así mismo el otro 16% menciona que está muy satisfecho, así mismo el 13% menciona que esta poco satisfecho, mientras el 8% manifiesta que está bastante satisfecho con respecto a la Información de la infografía dada por el guía u orientador.

Interpretación:

En el análisis descriptivo y gráfico arriba indicado se evidencia una tendencia significativamente inclinada a la categoría “no aplica y “satisfecho”

Esto significa que la información de la infografía que proporciona el guía u orientador turístico no satisface al visitante en tanto que no recibió la información referente a la infografía, así mismo a otro grupo importante de estos si les satisface las expectativas que los visitantes tienen, sim embargo existe una buena parte de los visitantes que no se percataron de estos.

Se evidencia entonces que los resultados anteriores que la información de la infografía que proporciona el guía u orientador turístico influye en el nivel de satisfacción de los visitantes.

Tabla N°08:

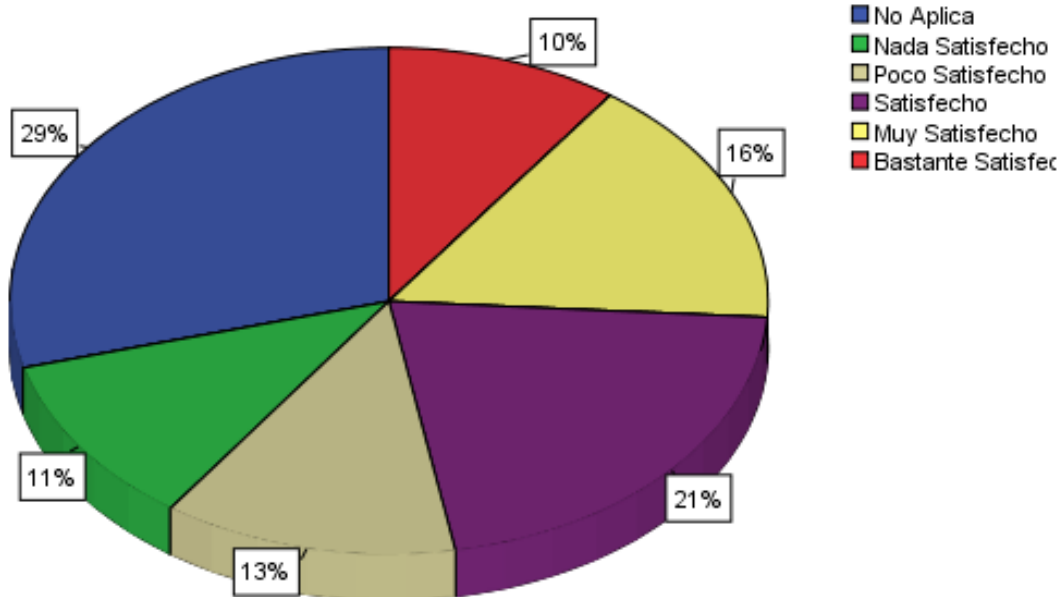
satisfacción con respecto a la claridad de la información que maneja el guía u orientador turístico.

		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	No Aplica	109	29,2	29,2	29,2
	Nada Satisfecho	41	11,0	11,0	40,2
	Poco Satisfecho	47	12,6	12,6	52,8
	Satisfecho	79	21,2	21,2	74,0
	Muy Satisfecho	60	16,1	16,1	90,1
	Bastante Satisfecho	37	9,9	9,9	100,0
	Total	373	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Gráfico N°08:

Satisfacción con respecto a la Claridad de la información que maneja el guía u orientador turístico.



Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Como se puede observar en el Gráfico N°08, la Satisfacción con respecto a la Claridad de la información que maneja el guía u orientador turístico que asiste al atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu en la provincia de San Martín, se menciona que el 29% marco que no aplica, mientras que el 21% menciona que está satisfecho, por su parte el 16% menciona que está muy satisfecho, así mismo el 13% de menciona que está poco satisfecho, mientras el 11% manifiesta que está nada satisfecho con respecto a la Claridad de la información que maneja el guía u orientador, asimismo el 10% marco que está bastante satisfecho.

Interpretación:

En el análisis descriptivo y gráfico arriba indicado se evidencia una tendencia significativamente inclinada a la categoría “no aplica” y “satisfecho”.

Esto significa que la claridad de la información que maneja el guía u orientador turístico no fue captada por el orientador o guía turístico en tanto el visitante no puede emitir una opinión referente a la claridad de la información, en tanto pero muchos de los turistas realizan el recorrido sin guías.

Se evidencia entonces que los resultados anteriores que la claridad de la información que maneja el guía u orientador turístico influye en el nivel de satisfacción de los visitantes.

Tabla N°09:

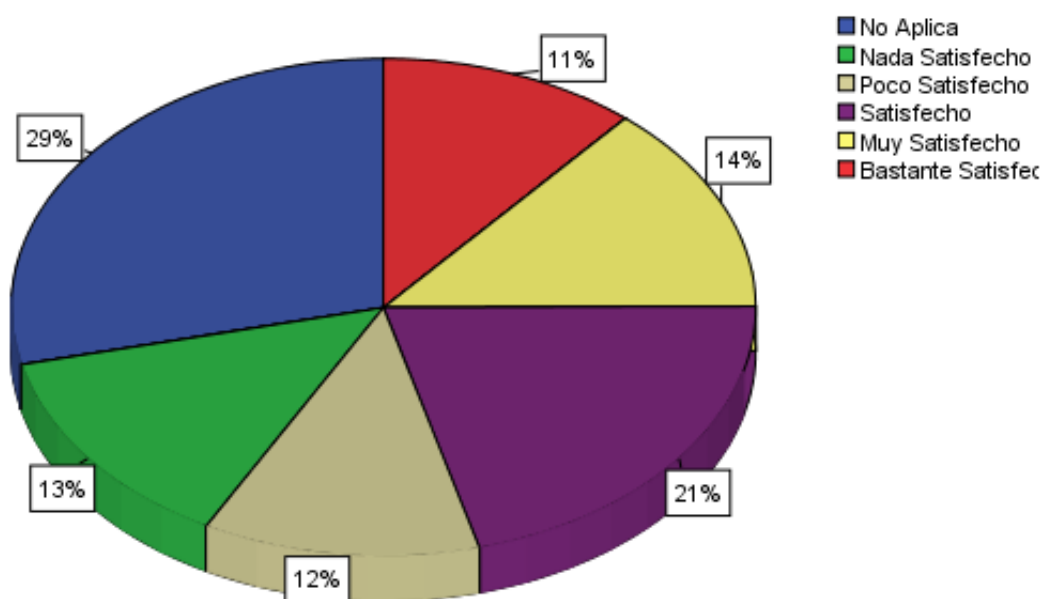
Satisfacción con respecto a la Cantidad de información brindada por el guía u orientador turístico.

		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	No Aplica	107	28,7	28,7	28,7
	Nada Satisfecho	50	13,4	13,4	42,1
	Poco Satisfecho	45	12,1	12,1	54,2
	Satisfecho	78	20,9	20,9	75,1
	Muy Satisfecho	51	13,7	13,7	88,7
	Bastante Satisfecho	42	11,3	11,3	100,0
	Total	373	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Gráfico N°09:

Satisfacción con respecto a la Cantidad de información brindada por el guía u orientador turístico.



Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

De acuerdo al Gráfico N°09 la Satisfacción con respecto a la Cantidad de información brindada por el guía u orientador turístico que asiste al atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu en la provincia de San Martín, se menciona que el 29% marco que no aplica, mientras que el 21% menciona que está satisfecho, por su parte el 14% menciona que está muy satisfecho, así mismo el 13% de menciona que está nada satisfecho, mientras el 12% manifiesta que está poco satisfecho con respecto a la Claridad de la información que maneja el guía u orientador, asimismo el 11% marco que está bastante satisfecho.

Interpretación:

En el análisis descriptivo y gráfico arriba indicado se evidencia una tendencia significativamente inclinada a la categoría “no aplica” y “satisfecho”.

Esto significa que la cantidad de la información que maneja el guía u orientador turístico no fue percibida por los visitantes afectando en el las expectativas que los visitantes tienen, en el sentido que los turistas adquieren el servicio de guiado.

Se evidencia entonces que los resultados anteriores que la cantidad de la información que maneja el guía u orientador turístico influye en el nivel de satisfacción de los visitantes.

Tabla N°10:

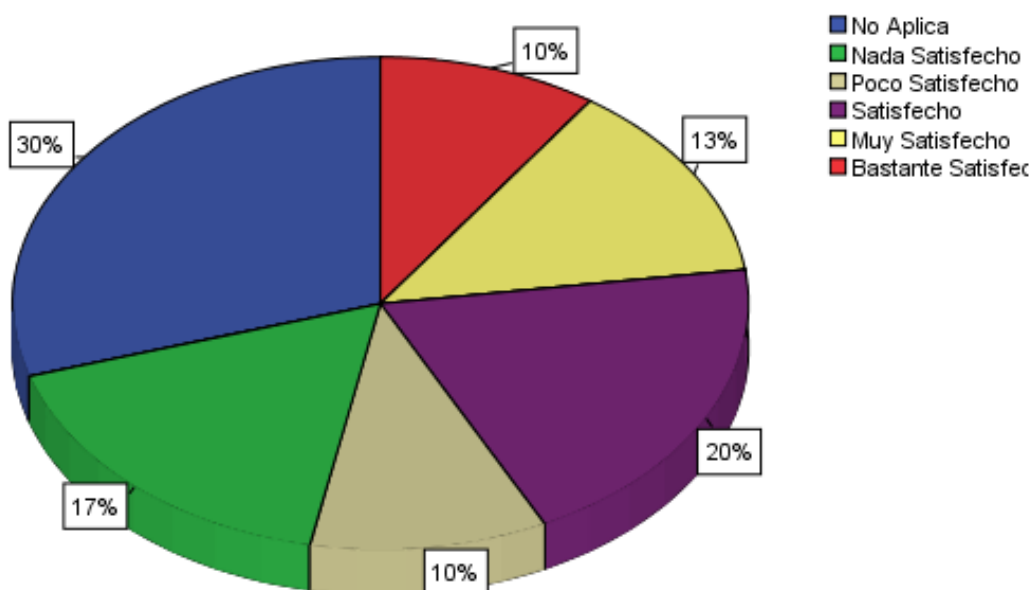
Satisfacción con respecto al Número de historia y relatos contados por el personal del guía u orientador turístico.

		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	No Aplica	111	29,8	29,8	29,8
	Nada Satisfecho	64	17,2	17,2	46,9
	Poco Satisfecho	39	10,5	10,5	57,4
	Satisfecho	74	19,8	19,8	77,2
	Muy Satisfecho	49	13,1	13,1	90,3
	Bastante Satisfecho	36	9,7	9,7	100,0
	Total	373	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Gráfico N°10:

Satisfacción con respecto al Número de historia y relatos contados por el personal del guía u orientador turístico.



Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Lo que nos indica el Gráfico N°10, es que la Satisfacción con respecto al Número de historia y relatos contados por el personal del guía u orientador turístico que asiste al atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu en la provincia de San Martín, se menciona que el 30% marco que no aplica, mientras que el 20% menciona que está satisfecho, por su parte el 17% menciona que está nada satisfecho, así mismo el 13% de menciona que está muy satisfecho, mientras el 10% manifiesta que está poco satisfecho con respecto al Número de historia y relatos contados por el personal del guía u orientador, asimismo el otro 10% marco que está bastante satisfecho.

Interpretación:

En el análisis descriptivo y gráfico arriba indicado se evidencia una tendencia significativamente inclinada a la categoría “no aplica” y “satisfecho”.

Esto significa que el número de historias y relatos contados por el personal del guía u orientador turístico no es relatado dentro del guiado que estos realizan afectando directamente las expectativas que los visitantes tienen, así mismo existe una gran parte de ellos que no pueden emitir una opinión frente a ello debida a que no recibieron la información.

Se evidencia entonces que los resultados anteriores que el número de historias y relatos contados por el personal del guía u orientador turístico influyen en el nivel de satisfacción de los visitantes.

4.1.4 Nivel de satisfacción con respecto a la seguridad turística

Tabla N°11:

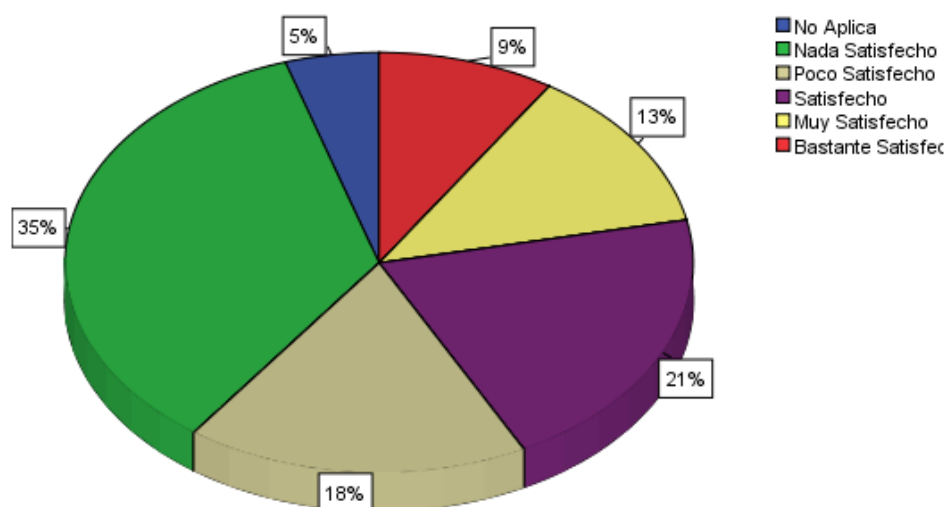
Satisfacción con respecto a la Información brindada por el personal del lugar referente a la seguridad.

		Frecuencia	Porcentaje	válido	Acumulado
Válido	No Aplica	18	4,8	4,8	4,8
	Nada Satisfecho	131	35,1	35,1	39,9
	Poco Satisfecho	66	17,7	17,7	57,6
	Satisfecho	77	20,6	20,6	78,3
	Muy Satisfecho	47	12,6	12,6	90,9
	Bastante Satisfecho	34	9,1	9,1	100,0
Total		373	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Gráfico N°11:

Satisfacción con respecto a la Información brindada por el personal del lugar referente a la seguridad.



Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Así también la Satisfacción con respecto a la Información brindada por el personal del lugar referente a la seguridad del atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu en la provincia de San Martín, menciona que el 35% de los visitantes esta nada satisfecho, mientras que el 21% menciona que está satisfecho, por su parte el 18% menciona que está poco satisfecho, así mismo el 13% menciona que está muy satisfecho, mientras el 9% manifiesta que está bastante satisfecho con respecto a la Información brindada por el personal del lugar referente a la seguridad, asimismo el 5% marco que no aplica.

Interpretación:

En el análisis descriptivo y gráfico arriba indicado se evidencia una tendencia significativamente inclinada a la categoría “poco satisfecho”.

Esto significa que la información brindada por el personal del lugar referente a la seguridad no satisface las expectativas que los visitantes tienen.

Se evidencia entonces que los resultados anteriores que la información brindada por el personal del lugar referente a la seguridad influye en el nivel de satisfacción de los visitantes.

Tabla N°12:

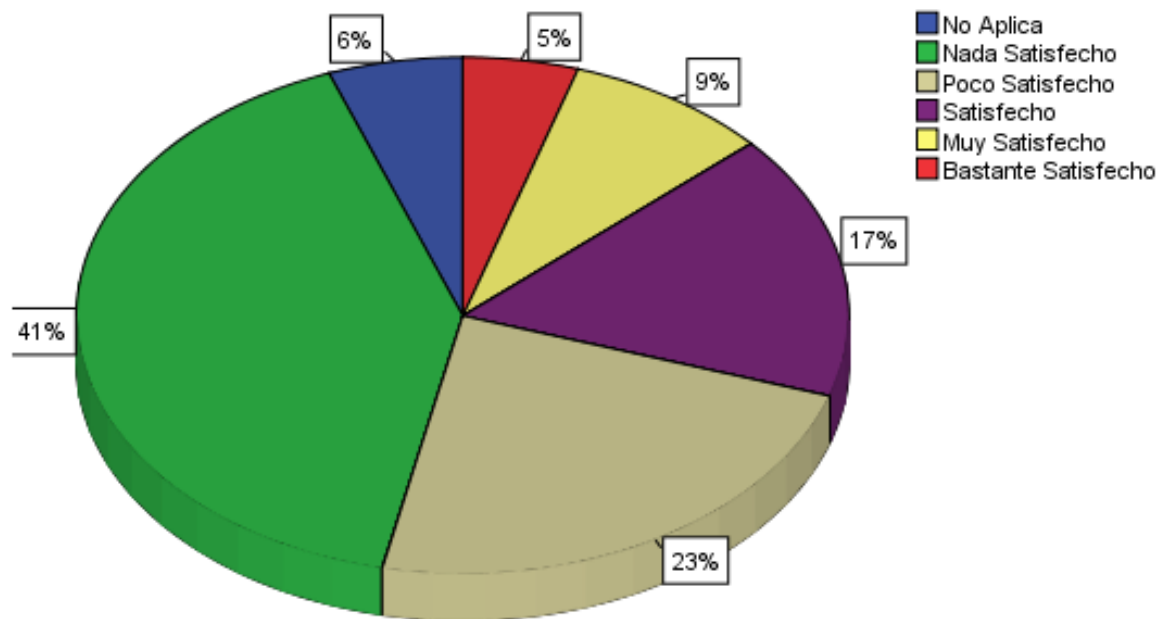
Satisfacción con respecto al Número de rutas de evacuación.

	Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido No Aplica	21	5,6	5,6	5,6
Nada Satisfecho	153	41,0	41,0	46,6
Poco Satisfecho	87	23,3	23,3	70,0
Satisfecho	62	16,6	16,6	86,6
Muy Satisfecho	32	8,6	8,6	95,2
Bastante Satisfecho	18	4,8	4,8	100,0
Total	373	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Gráfico N°12:

Satisfacción con respecto al número de rutas de evacuación.



Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Lo que refleja el gráfico N°12 es que la Satisfacción con respecto al Número de rutas de evacuación del atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu en la provincia de San Martín, menciona que el 41% de los visitantes esta nada satisfecho, mientras que el 23% menciona que está poco satisfecho, por su parte el 17% menciona que está satisfecho, así mismo el 9% menciona que está muy satisfecho, mientras el 5% manifiesta que está bastante satisfecho con respecto al Número de rutas de evacuación, asimismo el 6% marco que no aplica.

Interpretación:

En el análisis descriptivo y gráfico arriba indicado se evidencia una tendencia significativamente inclinada a la categoría “nada satisfecho”.

Esto significa que el número de rutas de evacuación no satisface las expectativas que los visitantes tienen.

Se evidencia entonces que los resultados anteriores que el número de rutas de evacuación influye en el nivel de satisfacción de los visitantes.

Tabla N°13:

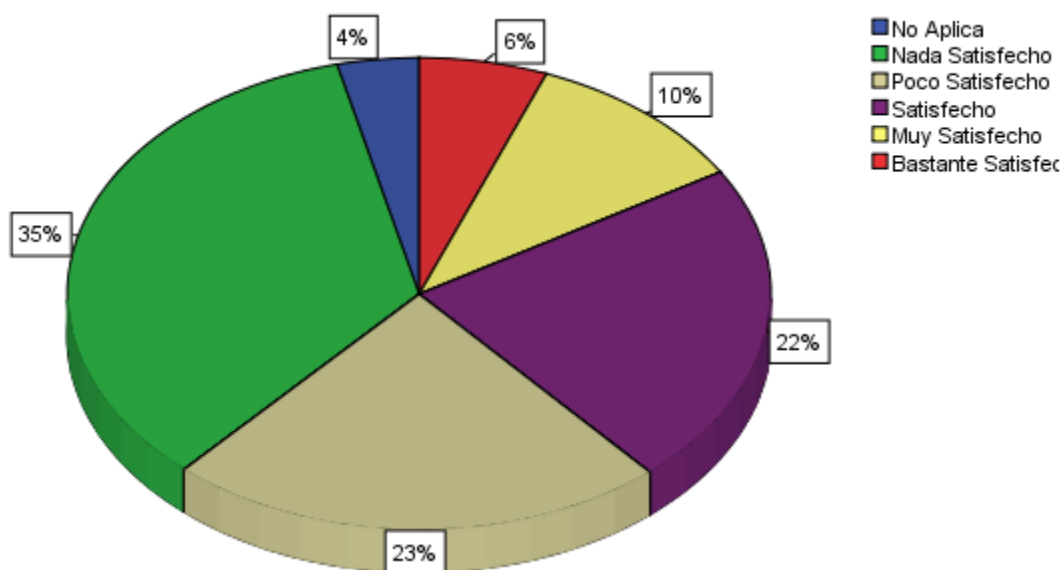
Satisfacción con respecto al Número de infografía sobre seguridad turística.

		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	No Aplica	14	3,8	3,8	3,8
	Nada Satisfecho	129	34,6	34,6	38,3
	Poco Satisfecho	86	23,1	23,1	61,4
	Satisfecho	83	22,3	22,3	83,6
	Muy Satisfecho	39	10,5	10,5	94,1
	Bastante Satisfecho	22	5,9	5,9	100,0
	Total	373	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Gráfico N°13:

Satisfacción con respecto al Número de infografía sobre seguridad turística.



Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

En tanto el Gráfico N°13 se aprecia que la Satisfacción con respecto al Número de infografía sobre seguridad turística del atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu en la provincia de San Martín, menciona que el 35% de los visitantes esta nada satisfecho, mientras que el 23% menciona que está poco satisfecho, por su parte el 22% menciona que está satisfecho, así mismo el 10% menciona que está muy satisfecho, mientras el 6% manifiesta que está bastante satisfecho con respecto al Número de infografía sobre seguridad turística., asimismo el 4% marco que no aplica.

Interpretación:

En el análisis descriptivo y gráfico arriba indicado se evidencia una tendencia significativamente inclinada a la categoría “nada satisfecho”.

Esto significa que la infografía sobre seguridad turística no satisface las expectativas que los visitantes tienen.

Se evidencia entonces que los resultados anteriores que la infografía sobre seguridad turística influye en el nivel de satisfacción de los visitantes.

Tabla N°14:

Satisfacción con respecto al Número de sistemas de seguridad.

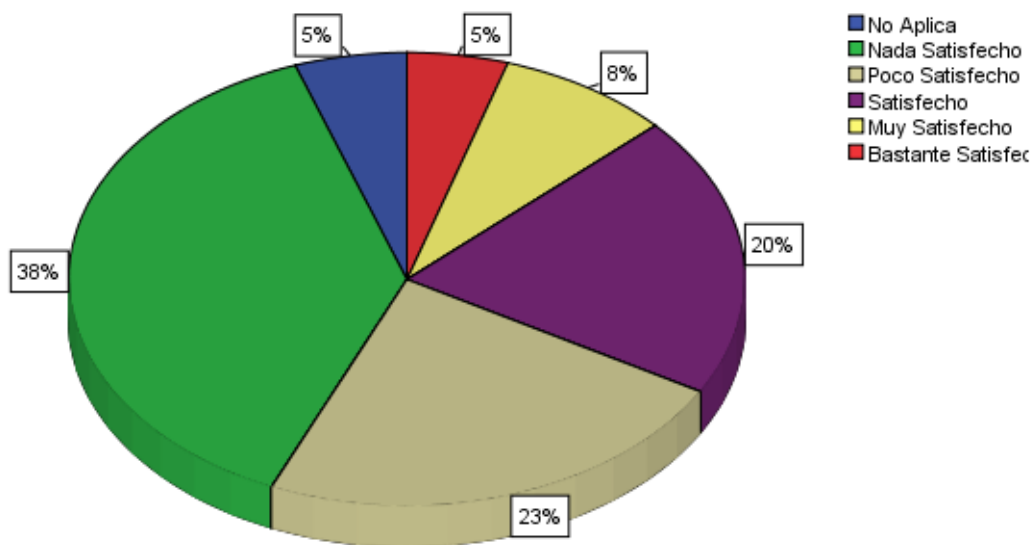
Tabla N°14:

	Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido No Aplica	20	5,4	5,4	5,4
Nada Satisfecho	142	38,1	38,1	43,4
Poco Satisfecho	87	23,3	23,3	66,8
Satisfecho	75	20,1	20,1	86,9
Muy Satisfecho	31	8,3	8,3	95,2
Bastante Satisfecho	18	4,8	4,8	100,0
Total	373	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Gráfico N°14:

Satisfacción con respecto al Número de sistemas de seguridad.



Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

En tanto, la Satisfacción con respecto al Número de sistemas de seguridad del atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu en la provincia de San Martín, menciona que el 38% de los visitantes esta nada satisfecho, mientras que el 23% menciona que está poco satisfecho, por su parte el 20% menciona que está satisfecho, así mismo el 8% menciona que está muy satisfecho, mientras el 5% manifiesta que está bastante satisfecho con respecto al Números de sistemas de seguridad en el atractivo., asimismo el 5% marco que no aplica.

Interpretación:

En el análisis descriptivo y gráfico arriba indicado se evidencia una tendencia significativamente inclinada a la categoría “nada satisfecho”.

Esto significa que el número de sistemas de seguridad no satisface las expectativas que los visitantes tienen.

Se evidencia entonces que el número de los sistemas de seguridad influye en el nivel de satisfacción de los visitantes.

Tabla N°15:

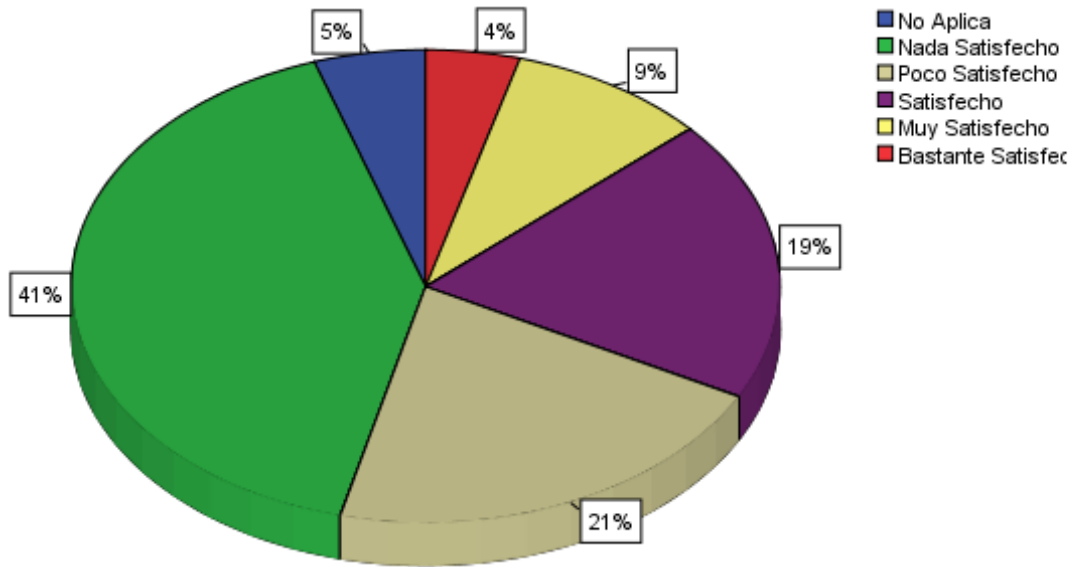
Satisfacción con respecto al Número de personal de seguridad dentro del atractivo.

		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	No Aplica	19	5,1	5,1	5,1
	Nada Satisfecho	153	41,0	41,0	46,1
	Poco Satisfecho	79	21,2	21,2	67,3
	Satisfecho	72	19,3	19,3	86,6
	Muy Satisfecho	34	9,1	9,1	95,7
	Bastante Satisfecho	16	4,3	4,3	100,0
	Total	373	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Gráfico N°15:

Satisfacción con respecto al Número de personal de seguridad dentro del atractivo.



Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Así mismo, la Satisfacción con respecto al Número de personal de seguridad dentro del atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu en la provincia de San Martín, menciona que el 41% de los visitantes esta nada satisfecho, mientras que el 21% menciona que está poco satisfecho, por su parte el 19% menciona que está satisfecho, así mismo el 9% menciona que está muy satisfecho, mientras el 4% manifiesta que está bastante satisfecho con respecto al Número de personal de seguridad dentro del atractivo, asimismo el 5% marco que no aplica.

Interpretación:

En el análisis descriptivo y gráfico arriba indicado se evidencia una tendencia significativamente inclinada a la categoría “nada satisfecho”.

Esto significa que el número de personal de seguridad dentro del atractivo no satisface las expectativas que los visitantes tienen.

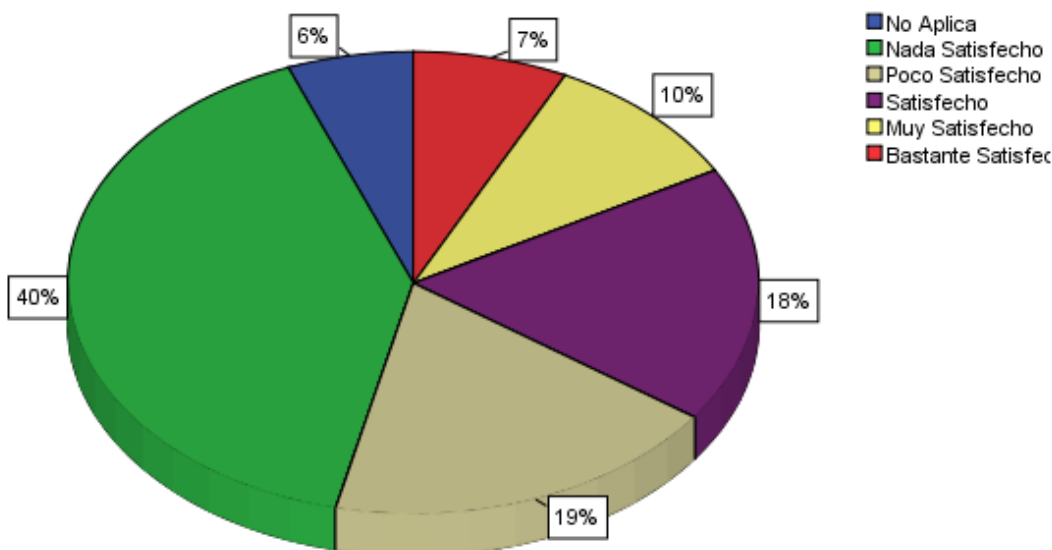
Se evidencia entonces que los resultados anteriores que el número de personal de seguridad dentro del atractivo influye en el nivel de satisfacción de los visitantes.

Tabla N°16:
Satisfacción con respecto al Número de señalizaciones de las rutas de evacuación

		Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	No Aplica	22	5,9	5,9	5,9
	Nada Satisfecho	151	40,5	40,5	46,4
	Poco Satisfecho	70	18,8	18,8	65,1
	Satisfecho	67	18,0	18,0	83,1
	Muy Satisfecho	36	9,7	9,7	92,8
	Bastante Satisfecho	27	7,2	7,2	100,0
	Total	373	100,0	100,0	

Gráfico N°16:

Satisfacción con respecto al Número de señalizaciones de las rutas de evacuación



Fuente: *Elaboración propia, Vargas. F; junio 2015*

Tal como indica el gráfico N°16 la Satisfacción con respecto al Número de señalizaciones de las rutas de evacuación dentro del atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu en la provincia de San Martín, menciona que el 40% de los visitantes esta nada satisfecho, mientras que el 19% menciona que está poco satisfecho, por su parte el 18% menciona que está satisfecho, así mismo el 19% menciona que está muy satisfecho, mientras el 7% manifiesta que está bastante satisfecho con respecto al Número de señalizaciones de las rutas de evacuación, asimismo el 6% marco que no aplica.

Interpretación:

En el análisis descriptivo y gráfico arriba indicado se evidencia una tendencia significativamente inclinada a la categoría “nada satisfecho”.

Esto significa que el número de señalizaciones de las rutas de evacuación del atractivo no satisface las expectativas que los visitantes tienen.

Se evidencia entonces que los resultados anteriores que el número de señalizaciones de las rutas de evacuación del atractivo influye en el nivel de satisfacción de los visitantes.

4.2 Discusión de los Resultados

Según el planteamiento de la hipótesis del presente trabajo de investigación: “El nivel de satisfacción de los visitantes a las cascadas de Ahuashiyacu está limitada principalmente por la falta de infraestructura de descanso, inadecuado manejo de los orientadores y/o guías turísticos y la escasa seguridad turística”, se observa que las principales causas que limitan el nivel de satisfacción de los visitantes en el atractivo turístico Ahuashiyacu, efectivamente están relacionadas con la infraestructura de descanso del atractivo, el inadecuado manejo de información de los guías turísticos/Orientadores turísticos y la escasa seguridad para el libre esparcimiento del visitante, esto a su vez influye directamente en el nivel de satisfacción del visitantes al atractivo turístico Cascadas de Ahuashiyacu.

Tomando en cuenta la presentación de datos generales, donde se ha descrito en forma objetiva los hallazgos más importantes en concordancia con los objetivos de esta tesis, a continuación se pasa a discutir cada uno de estos puntos vinculados con las variables de estudio.

Uno de los objetivos para el desarrollo de esta tesis, consiste en la identificación del nivel de satisfacción referente a los indicadores de Infraestructura de descanso y la descripción de las mismas. Es así, que dentro de los indicadores analizados están:

- Numero de infraestructuras de descanso: La cual refiere que la infraestructura de descanso son aquellos espacios especiales o destinados para el descanso pleno de los visitantes que asiste a la cascada de Ahuashiyacu.
- Estado de conservación de las infraestructuras de descanso: Se refiere básicamente al nivel o estado de conservación en la cual se encuentra la infraestructura turística de descanso del lugar al momento de la visita del turista.
- Numero de aforo en las infraestructuras de descanso: Se refiera a la cantidad de personas que pueden estar dentro de esta zona de descanso y como es percibida por el visitante.

INDICADORES

X_1 = Infraestructura de descanso.

X_2 = Inadecuado manejo de información de los orientadores o guías turísticos.

X_3 = Escasa seguridad en el atractivo de Ahuashiyacu.

VARIABLE INDEPENDIENTE:

Nivel de Satisfacción.

INDICADOR: X₁: Infraestructura de descanso.

La variable infraestructura de descanso se exploró en base a los siguientes indicadores: zonas de descanso; cantidad de sitios de descanso; conservación de infraestructura de descanso; material de elaboración y detalles de la infraestructura de descanso; capacidad de aforo dentro de las zonas de descanso. **(Ver anexo N°03)**

Los resultados de los ítems con que se midió cada indicador se encuentran en las tablas 1 al 5, que fueron respondidos por 373 visitantes del atractivo.

Se establecieron niveles de medición (valoración) que iban desde “nada satisfecho” hasta “bastante satisfecho”.

De la interpretación de los resultados contenidos en las tablas mencionadas se evidencia que existe una tendencia a la categoría de “poco satisfecho en relación a gráficos 1 y 2 con 33% y 31% respectivamente, por otro lado en los gráficos 3, 4 y 5 mencionan que se encuentran “satisfecho”.

En la planificación para el desarrollo de infraestructura se debe tener presentes los factores o agentes externos e internos que determinen las características físicas y funcionales que la infraestructura deberá de tener en el marco general del manejo y administración de un área protegida.

El diseño de la infraestructura tendrá que ir acorde a los objetivos que persigue el área protegida, partiendo de la premisa que el punto principal es el cuidado del atractivo por ser este el eje principal de la actividad y en base a ello se debe ejecutar la creación de la infraestructura de descanso.

Así también hay que tener en cuenta que una infraestructura es un conjunto de elementos y servicios que están considerados como necesarios para que un atractivo pueda funcionar adecuadamente, más aun cuando se trata de

un atractivo turístico en el que se tiene que realizar caminatas, así también se tiene que considerar la clase de visitantes que este atractivo recibe, así que son ellos quienes desean áreas especiales para su descanso cada determinado tiempo para que puedan reposar y continuar luego con su recorrido dentro de este atractivo.

El atractivo turístico de las cascadas de Ahuashiyacu no cuenta con una infraestructura de descanso en la cual los visitantes puedan realizar paradas para descansar dentro de su recorrido o estas ya están desgastadas por el tiempo o corroídas por la humedad que en la zona hay (**Ficha N°1**), también hay que tener en cuenta que al atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu asisten todo tipo de visitantes por ser unos de los principales atractivos de la región, así que podemos decir que ha este atractivo asisten desde niños hasta personas de la tercera edad.

En la observación directa se comprobó que la infraestructura de descanso de las cascadas de Ahuashiyacu no son suficientes mientras que las pocas áreas o espacio de descanso se encontraban deterioradas por el clima de la zona, es así que se pudo corroborar a través de las encuestas realizadas a los visitantes del atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu que la mayoría de personas encuestas esta poco satisfecha en relación a los sitios de descanso, mencionando que los espacio de descanso son muy pequeños considerando que es un área de protección, así como que son escasos y carecen de mantenimiento.

Se hace mención que estudios actuales realizados para relacionar la importancia del nivel de satisfacción de los visitantes a un atractivo está basada en la calidad referente a la infraestructura de descanso, lo cual eleva significativamente el nivel de satisfacción de los visitantes por lo que se debe tener en cuenta que la mayoría de visitantes que asisten al atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu están poco satisfechos.

Lo cual generaría que el nivel de los visitantes sea menos al término del recorrido; también es cierto que los visitantes al retornar a su sitio de origen

e interrelacionarse con amigos, familiares, jefes, etc. Así estos Trasmiten inmediatamente la inconformidad de la visita al atractivo. Hay que recordar que el nivel de satisfacción del turista es importante debido a que afecta de manera directa la imagen que el visitante se forma del destino y en consecuencia, para que este lo recomiende a otros visitantes o regrese en una nueva visita.

La satisfacción es el sentimiento resultante de la comparación de un desempeño obtenido con relación a las expectativas de una persona. Esas expectativas son formadas e influenciadas por experiencias, recomendaciones de amigos, otras fuentes de información, y promesas de los que participan de un determinado sistema turístico; incluyendo al propio gestor de la localidad. Por la cual se recomienda mejorar la calidad de los servicios para influir en el nivel de satisfacción del visitante.

Otra de las causas latentes que influyen dentro de la satisfacción de los visitantes es el estado de conservación de la infraestructura de descanso, esto se debe a que no solo basta con contar con infraestructura de descanso necesaria sino que se le debe dar un mantenimiento adecuado a este para el aprovechamiento ideal del visitante.

Referente a la observación directa de este punto, se pudo observar que se la Asociación encargada de la administración de este atractivo turístico, le brinda mantenimiento a estas áreas pero sin tomarle la importancia necesaria para elevar el nivel de satisfacción de los visitantes, aun así en contraste con las encuestas obtenidas de los visitantes estos menciona que están satisfechos con respecto a la conservación de los espacios de descanso ya que estos mencionan que por las condiciones de la zona estos requeriría que el mantenimiento sea diario, cuestión que puede ser complicada ya que la asociación cuenta con poco presupuesto para ejecutar esta maniobra.

Se ha podido establecer que los visitantes están satisfechos con respecto al número de personas que se encuentran en las zonas de descanso, mientras

que la cantidad de personas en un mismo lugar es importante con referencia a la satisfacción de quienes se encuentra allí es vital en las cascadas de Ahuashiyacu; Los visitantes mencionan que están satisfechos ya que entienden las limitaciones del atractivo, por otra parte geográficamente es imposible realizar cambios de expansión de los lugares o áreas de descanso y la cantidad de personas que en estas puedan permanecer pues es así que referente al número de personas a pesar que estos espacios son reducidos los visitantes están satisfechos. Mostrando que no afecta de forma directa el nivel de satisfacción de estos por los puntos anteriormente mencionados.

El diseño de la infraestructura debe de ir acorde a los objetivos que persigue el área protegida, partiendo de la premisa que el punto principal es el cuidado del atractivo por ser este el eje principal de la actividad y en base a ello se debe ejecutar la creación de la infraestructura de descanso. Pues así en tal sentido el atractivo turístico de las cascadas de Ahuashiyacu no cuenta con una infraestructura de descanso en la cual los visitantes puedan realizar paradas para descansar dentro de su recorrido o estas ya están desgastadas por el tiempo o corroídas por la humedad que en la zona hay, también hay que tener en cuenta que al atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu asisten todo tipo de visitantes por ser unos de los principales atractivos de la región, así que podemos decir que ha este atractivo asisten desde niños hasta personas de la tercera edad.

INDICADOR: X₂: Inadecuado manejo de información de los orientadores o guías turísticos.

La variable Inadecuado manejo de información de los orientadores o guías turísticos se exploró en base a los siguientes indicadores: Información escrita brindada por el guía u orientador turístico, información de la infografía dada por el guía u orientador turístico, claridad de la información que maneja el guía u orientador turístico, cantidad de información brindada por el guía u orientador turístico, numero de historias o relatos contados por el guía u orientador turístico.

Los resultados de los ítems con que se midió cada indicador se encuentran en las tablas 6 al 10, que fueron respondidos por 373 visitantes del atractivo.

Se establecieron niveles de medición (valoración) que se enmarcaban desde “no aplica, nada satisfecho, poco satisfecho, satisfecho, muy satisfecho y hasta bastante satisfecho” estos indicadores siguiendo la valoración de Likert o tabla de Likert, así obtener una forma real de medición y práctica.

De la interpretación de los resultados contenidos en las tablas mencionadas se evidencia que existe una tendencia a la categoría “No aplica” con un 40% que menciona que no puede emitir una opinión ya que no recibió la información, en lo que respecta al manejo de información de los orientadores o guías turísticos. Es importante también destacar que respecto a la información escrita entregada por los guías u orientadores turísticos indica que estos no se encuentran preparados en el sentido del material escrito que ellos deben dar a los turistas como una forma de darle un valor agregado a su trabajo realizado pues es así que esto influye directamente en el nivel de satisfacción del visitante.

De esta tendencia se concluye que el manejo de información de los orientadores o guías turísticos si influye en el nivel de satisfacción de los visitantes. Se menciona que el correcto manejo de información es un factor vital para el nivel de satisfacción del visitantes, en especial aquellos que visitan lugares naturales, ya que es natural su curiosidad por obtener información minuciosa del lugar, así mismo otro gran grupo de los visitantes no tiene mucho interés respecto a esto ya que prefieren disfrutar de la zona sin la necesidad de recibir esta información.

En cuestión al inadecuado manejo de información brindada por los guías turísticos genera que los visitantes tengan un mal concepto del atractivo turístico por lo tanto esto puede afectar de manera definitiva el nivel de satisfacción de los turistas, es por eso que a través de las encuestas se intenta conocer el nivel de satisfacción referente a este tema.

Los resultados fueron concretos en relación a que su nivel de satisfacción estaba totalmente ligada al inadecuado manejo de información que presentan los guías turísticos que asisten con grupos a este lugar, puesto que estos abandonan a sus turistas la mayoría de estos no puede dar una opinión certera de su nivel de satisfacción con relación a la información brindada asimismo los guías no recorren el atractivo con sus visitantes es así que en la encuesta la mayoría de visitantes marco que la encuesta no aplicaba.

En este sentido, parece necesario conocer los deseos de los visitantes en una próxima investigación para entender su proceso de toma de decisiones y su respuesta a ciertos estímulos si se quiere satisfacer sus necesidades. Lo mismo ocurre, lógicamente, en el caso del turista. Ya que esta tiene una importancia económica y un potencial como motor de desarrollo y crecimiento de una localidad.

Si el guía u orientador turístico no hace el recorrido con sus visitantes como anteriormente se menciona, el turista no podrá conocer el lugar donde se encuentra la información infografía así mismo estos no podrán explicar concretamente la información expuesta en estos paneles infográficos pues así el nivel de satisfacción está condicionada u sujeta a la apreciación del visitante.

Esto se puede observar en la encuesta que de forma consecutiva el visitante marco que no aplicaba por que no podía dar una opinión concreta referente algo que no se le había explicado, así mismo cabe mencionar que dentro de la investigación un 27% de la población encuestada menciona que estaba poco satisfecho en relación a la información explicada por el guía referente a los avisos infográficos que se encontraban dentro del atractivo turístico Cascadas de Ahuashiyacu.

Ahora si lo anterior en mención condicionaba al visitante a no emitir una respuesta referente al tema, los visitantes que asistían al atractivo y su guía realizaban el recorrido junto a ellos menciona que están satisfechos ya que estos mencionaban que la información dentro del atractivo es mínima por lo que es un espacio natural en el cual buscan tranquilidad para desarrollar su actividad.

Así mismo 87 personas de las 373 encuestadas menciona que esta nada satisfecho con referencia a la claridad de la información brindada por los guías u orientadores turísticos dentro del atractivo; esto genera que el nivel de satisfacción sea malo, aquí se plantea otra pregunta que puede ser motivo de próximas investigación porque aun no estando satisfechos siguen contratando los servicios de los tours operadores si estos no cuentan con guías oficiales.

En consecuencia los visitantes que hicieron su recorrido con su guía mencionan que con respecto a la cantidad de información brindada por los guías están satisfechos.

El 30% de las personas encuestadas menciona que le hubiese gustado escuchar alguna historia o relato del atractivo y con referencia en este sentido los mismos no pueden emitir una respuesta concreta con respecto a su nivel de satisfacción puesto que ninguno de ellos recibió o escucho alguna historia o relato por parte del guía.

Cabe mencionar que el nivel de satisfacción que puede presentarse en un visitante está sujeto a la forma de entretenimiento dentro del atractivo, esta no se observa en el atractivo turístico Ahuashiyacu puesto que los guías no realizan recorridos con ellos así mismo de cierta forma el mismo atractivo con su impresionante majestuosidad copa ese espacio vacío del visitante.

Para concluir podemos decir que el nivel de los visitantes en este sentido no se pudo especificar concretamente debido a lo mencionado líneas atrás, refleja la incertidumbre en cuanto a la información que brindan los orientadores u guías turísticos ya que estos no realizan los recorridos con sus visitantes, por otra parte muchos de ellos vienen solo con personas que los acompañan como: choferes, acompañantes, etc.

Las personas en mención no se encuentran técnicamente ni profesionalmente preparadas para brindar la información necesaria hacia los visitantes, así mismo les es complicada la explicación de datos técnicos, historias, relatos, datos geográficos, etc. Que el turista busca en su visita así también sobre la misma cascada como: profundidad, altura, año de descubrimiento, etc.

INDICADOR: X₃: Escasa seguridad en el atractivo de Ahuashiyacu.

La variable escasa seguridad en el atractivo Ahuashiyacu se exploró en base a los siguientes indicadores: información brindada por el personal del lugar referente a la seguridad, número de rutas de evacuación, infografía sobre seguridad turística, número de sistemas de seguridad, número de personal de seguridad dentro del atractivo y señalización de las rutas de evacuación.

Los resultados de los ítems con que se midió cada indicador se encuentran en las tablas 11 al 16, que fueron respondidos por 373 visitantes del atractivo.

Se establecieron niveles de medición (valoración) que iban desde “nada satisfecho, poco satisfecho, satisfecho, muy satisfecho y hasta bastante satisfecho” estos indicadores siguiendo la valoración de Likert o tabla de Likert, así obtener una forma real de medición y práctica.

De la interpretación de los resultados contenidos en las tablas mencionadas se evidencia que existe una tendencia a la categoría “nada satisfecho” en lo que respecta al nivel de seguridad en el atractivo turístico.

Se puede mencionar que dicha actividad es totalmente relevante con respecto al nivel de satisfacción de los visitantes ya que estos al percibir un nivel de seguridad turística alto su percepción de seguridad mejorar y se podrá explayar libremente por el atractivo turístico.

Así también se puede dejar precedentes para próximas investigaciones referentes a la seguridad y su impacto en el nivel de satisfacción de los visitantes a los atractivos turísticos ya que esta difiere dependiendo del atractivo turístico visitado.

Puesto que la tendencia concluye que existe una percepción de total inseguridad en el atractivo Ahuashiyacu debido a que la información brindada por el personal del lugar referente a la seguridad es insuficiente, el número de rutas de evacuación no es el adecuado, es mínima la infografía sobre seguridad turística, el número de sistemas de seguridad es mínimo, el número de personal de seguridad dentro del atractivo es insuficiente y la señalización de las rutas de evacuación es casi inexistente. **(Ver anexo N°04)**

Esto debido al bajo presupuesto de la asociación encargada de la seguridad dentro del atractivo, así también esto está sujeto a la asamblea general conformada por diferentes asociaciones de conservación puesto que estos toman la decisión para que se haga algún cambio dentro de estas zonas de protección, puesto que es importante la seguridad turística se debe prestar más atención a estos indicadores ya que el nivel de satisfacción que los visitantes tienen referente al atractivo está ligada netamente con este indicador.

Así también es importante definir que es seguridad turística ya que este tiene muchas variaciones dependiendo de la perspectiva que sea orientada, en tal

caso la seguridad turística no es la misma en un atractivo turístico natural que un atractivo turístico en la ciudad, ya sea por las condiciones geográficas que estas presentan o por el tiempo de visitante que a ellos asisten.

Es así que llamamos a la conclusión que la seguridad turística es indispensable para la protección de la vida, la salud y la integridad física, psicológica y económica de los visitantes a un destino turístico, de los prestadores de servicios y de los mismos miembros de la comunidad receptora.

Es difícil exagerar su importancia, ya que la Seguridad Turística es una variable primordial en la valoración de la demanda, y en la misma competitividad del destino turístico.

Para abordarla, debemos tener en cuenta que nos referimos no solamente a la inseguridad del turista, sino también de la del propio habitante local, y que aquí se conjugan la realidad de la inseguridad, medida de modo estadístico, con lo que probablemente sea lo más relevante: la percepción de inseguridad del turista, que puede no coincidir con la realidad.

Y si bien la sensación de inseguridad es una medida subjetiva, intervendrá en cada una de las etapas del proceso turístico: Antes de que el turista potencial decida la compra, durante el viaje, en el propio destino, y luego del regreso a casa.

Cada turista valora muchos factores antes de elegir un destino. Entre ellos se encuentran los costos de viaje y estadía, los atractivos naturales, la calidad de atención, la oferta recreativa, la calidad de la hotelería y de la gastronomía, etcétera, y la seguridad.

Si bien es difícil que la seguridad sea un factor relevante en la valoración POSITIVA de un destino, sí es muy importante en su valoración NEGATIVA, ya que aunque el destino sea muy bello y económico, los turistas no lo

visitarán si perciben una gran inseguridad ciudadana, sanitaria o de cualquier otro tipo.

Por ello se debe mencionar que todos estos indicadores refiriéndonos a la información referente a seguridad que se brinda por personal del atractivo turístico o por los orientadores u guías turísticos es de vital importancia para que el visitante se sienta seguro, así mismo es importante que la información que se le brinda sea real; pues así si es que se presentara algún incidente los visitantes que asisten al atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu sabrán cómo reaccionar en estos casos por ejemplo:

- En caso de un sismo: el visitante podrá encontrar rápidamente los puntos de seguridad dentro del atractivo turístico de las cascadas de Ahuashiyacu.
- En caso de un deslizamiento de tierra: el visitante podrá acceder a una zona segura la cual lo resguarde de un huaico o deslizamiento de rocas.
- En caso de la pérdida de algún objeto del visitante: podrá conocer los puntos donde se encuentran el personal de seguridad, policía turístico o personal de seguridad ciudadana.
- En caso de algún accidente: estos podrán reconocer rápidamente al personal previamente identificado con elementos de diferenciación que este posea.

Sin embargo se tiene que resaltar que no solo estos indicadores influyen en el nivel de satisfacción con respecto a la seguridad de los visitantes que asisten al atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu, sino también está ligada a la infraestructura con la que esta cuenta para el libre esparcimiento del visitante dentro del atractivo.

Así como también se tiene que resaltar que las rutas de evacuación tienen que ser visibles y señaladas a los visitantes para que su nivel de seguridad con respecto al atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu sea buena, esto conllevará a que la percepción del turista con respecto a esto mejore por consiguiente el nivel de satisfacción con respecto a la seguridad turística por parte de los visitantes al atractivo turístico de cascadas de Ahuashiyacu será bastante buena.

es importante resaltar la seguridad de los lugares turísticos para un esparcimiento seguro de los visitantes dentro del lugar, el catálogo de riesgos potenciales que afecta al turismo es variado y numeroso; así lo confirman diferentes sucesos ocurridos a lo largo de la historia. Guerras, catástrofes naturales, crisis económicas, terrorismo, delincuencia o conflictos sociales han afectado a distintos destinos turísticos, demostrando que el turismo, a pesar de todo, posee una capacidad de recuperación mayor a la de otras actividades. Toda esta serie de acontecimientos, constituyen la base para la aparición del concepto “seguridad turística” (**Ficha N°2**).

En tal sentido, el turismo y la seguridad son dos actividades que se caracterizan por su fuerte transversalidad y capacidad de influencia en diversos sectores. Una visión muy simple concluiría que a priori, son dos actividades independientes que únicamente se encuentran en casos puntuales de crisis o emergencias. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el turismo es un sector que necesita y utiliza múltiples servicios y recursos públicos y en este sentido, se requiere la existencia de cierto grado de coordinación y cooperación para el logro de destinos turísticos sostenibles y seguros.

V. CONCLUSION Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

1. Se determinó que el nivel de satisfacción de los visitantes a las cascadas de Ahuashiyacu está limitada principalmente por la falta de infraestructura de descanso y la escasa seguridad turística para el libre esparcimiento del visitante.
2. El nivel de satisfacción de los visitantes respecto a la infraestructura de descanso del atractivo turístico Cascadas de Ahuashiyacu muestra una tendencia significativa a la categoría “poco satisfecho” con un 30%, comprobado a través de los cuadros comparativos y la observación directa, que los visitantes perciben que hay pocas zonas y sitios de descanso, en tal sentido los visitantes prefieren conservar la vista natural aunque estén poco satisfechos con los indicadores mencionados, sin embargo con la observación directa se puede apreciar que es necesario aumentarlos puesto que según la cantidad de visitantes diarios que varían aproximado de 300 a 350 visitas diarias y siendo solo 3 zonas de descanso con un aproximado de 9 sitios de descanso esto no sería suficiente , así se puede afirmar que la infraestructura de descanso limita el nivel de satisfacción de los visitantes a un atractivo turístico.
3. En relación al nivel de satisfacción de los visitantes respecto al manejo de información que realizan los orientadores turísticos del atractivo turístico Cascadas de Ahuashiyacu se puede afirmar que el nivel de satisfacción tiene una tendencia a “satisfecho” con un 21% de los visitantes; mostrando su conformidad con el servicio prestado por los orientadores y/o guías turísticos ligados al información escrita, información explicada de la infografía, claridad de la información, historias y relatos. Así mismo un 30% de estos mencionan no recibir información, lo que no nos permite evaluar su nivel de satisfacción, puesto que no tiene la información y no puede emitir una opinión frente a ello, en tal sentido ello indica que en esta hipótesis fue validad como nula en la medida que no constituye una limitante en la satisfacción del visitante.

4. Se concluyó que el nivel de satisfacción de los visitantes respecto a la seguridad del atractivo turístico Cascadas de Ahuashiyacu limita significativamente en el nivel de satisfacción teniendo en cuenta que se alcanzó un 41 % de la categoría “nada satisfecho” lo que nos permite afirmar que la seguridad si limita en el nivel de satisfacción de los visitantes a un atractivo turístico, puesto que estos se sienten vulnerables en caso de una emergencia en el lugar.

5.2. Recomendaciones.

- Se recomienda a la asociación encargada del atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu, más estudios referentes a la planificación del atractivo turístico y a la seguridad de esta, con la finalidad de direccionar correctamente el sitio.
- Se debe realizar un estudio de capacidad de carga con la finalidad de poder determinar el máximo número de turistas que pueden ser recibidos en la cascada, así poder determinar el mejor uso del área, sin poner en riesgo el lugar, los visitantes y sobre todo la biodiversidad del atractivo y sin dañar la calidad del medio natural.
- Se exhorta a la asociación a realizar proyectos de inversión dentro de la zona del atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu con la finalidad de implementar una buena infraestructura para aumentar el nivel de satisfacción del visitante a través del presupuesto participativo de la municipalidad de la Banda de Shilcayo.
- Se recomienda una participación por parte las autoridades de la localidad para crear espacios especiales de conversación referentes a facilidades que estos puedan recibir para implementar la seguridad e infraestructura de descanso.
- Se propone crear una red de asociaciones nacionales con respecto al cuidado he implementación de los atractivos turísticos, en relación a la infraestructura, información brindada por los guías u orientadores turísticos y referente a la seguridad dentro de los atractivos turísticos.
- Se indica que se debe señalar el recorrido de las cascadas con respecto a las rutas de evacuación en casos de un desastre, así también como la implementación de sistemas de seguridad y capacitaciones referentes a seguridad.
- Realizar investigaciones referentes al perfil del visitante que ingresa al atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aco, E. (2004). *Sostenibilidad y Turismo*. Madrid, España: Fundación Santander.
- Bardin, L. (1977). *Análisis de contenido*. Portugal: Ediciones Lisboa.
- Bonilla, J. M. (2008). *Turismo sostenible*. España.
- Buendía, S. (2005). *Bioseguridad*. Colombia: Universidad de Colombia.
- Chiavenato. (1983). *Definición de información*. España: Planejamento Estratégico.
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2008). *Nivel de satisfacción de turista extranjero 2008*. PERU: PROMPERÚ.
- Crist, R. (1987). *Viajes por la América Tropical*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Crosby, P. (1979). *Ajustarse a las especificaciones o conformidad de calidad*. E.E.U.U.
- Devesa, M. (2005). *Predicciones en el nivel de satisfacción percibida por los turistas a partir de variables motivacionales y de valoración de la visita*. España: U Valladolid.
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo. (2014). *LEY GENERAL DEL TURISMO N°294008*. SAN MARTÍN: BRUÑO.
- Douglas, C. (2002). *Fundamentos de marketing de servicios*. México, DF: Thompson.
- Ferrell, h. (2003). *Introducción a los negocios*. Colorado: State University.
- Flores, R. (2012). *Servicio de guiado en el Área de Conservación Regional Cordillera Escalera en los dos sitios turísticos: Cataratas de Ahuashiyacu y Ruta Turística Alto Shilcayo*. Tarapoto, San Martín: DIRCETUR.
- Gallopin. (1986). *Ecología y Medio Ambiente*. México.
- Hender, C. (2011). *sistemas de información turística*. Puerto Ordaz.
- Huguet, J. L. (2015). *El agua, su depuración y ahorro*. Barcelona: l'Aigua.
- IDEM. (2003). *Técnico en Turismo*. España: Cultural SA.
- Innette, C. (1990). *Vivir en la Ciudad*. España: adventure.

- Lambin, D. (2000). *Marketing Estratégico*. Mexico, D.F: McGraw-Hill.
- Langeard, E. (1993). *El marketing de los servicios*. Madrid: McGraw-Hill.
- López, G. (2011). *Turismo y gestión de espacios protegidos*. España: Universidad Jaume I.
- Luna, L. G. (2011). *sitios turisticos*. Cusco .
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2010). *Programa Desarrollo Rural Sostenible*. Peru: Agencia de Cooperación Técnica Alemana.
- Montoro, J. C. (2012). *Accidentes Ambientales*. madrid: Tébar S.L.
- Naumov. (1972). *The ecology of animals*. urbana: s.l.
- Olivera, B. (2010). *Determinantes de la satisfacción del turista. Un estudio en la ciudad de Guarujá-Brasil*. São Paulo - Brasil: Fundación Educacional Inaciana.
- Orellano, R. (2006). *Marketing, Enfoque América Latina*. México D.F: Mc Graw Hill.
- Ortega, R. (2013). *Satisfacción de Clientes*. . España, Madrid: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense.
- Palacios, G. (2012). *Grado de satisfacción de las personas que visitan la comunidad de Buena Vista, Cajame a través de los corredores de turismo alternativo en el sur de Sonora*. . Mexico: ITSON.
- Pulido, I. (2002). *El reto de la calidad en la gestión turística de los espacios naturales protegidos*. Valencia. España: V Congreso de Turismo Universidad y Empresa.
- Rodríguez. (2013). *Gestión de crisis en el turismo*. Universidad de Vigo.
- Solis, B. (2002). *El Consumidor Turístico*. ESIC EDITORIAL.
- Soriano, B. (1997). *El manejo forestal* . morelos.
- Torre, J. Á. (2009). *El turismo y la seguridad*. Coruña: University of A Coruña.
- Turmero, I. (2011). *SISTEMAS DE INFORMACIÓN*. Puerto Ordaz.
- Valencia. (1991). España: works.
- Vavra. (1992). *Markeying: Como mantener la fidelidad de los clientes a través del mercado de relacionamiento*. Sao Paulo. Brasil: Atlas.

ANEXOS

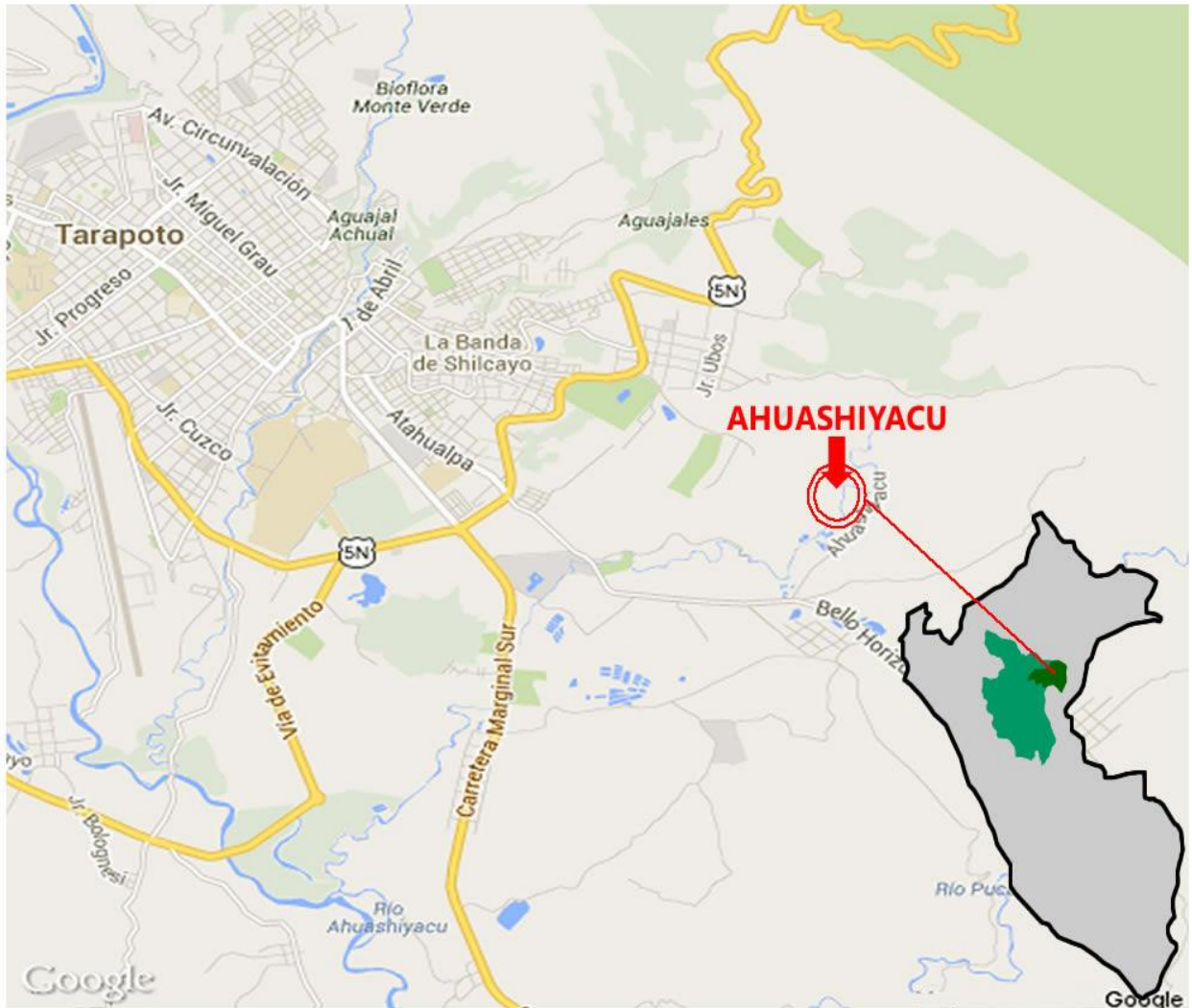
ANEXO N°01: Ubicación geográfica de las cascadas de Ahuashiyacu.

MAPA DEL PERÚ

DEPARTAMENTO DE SAN MARTÍN

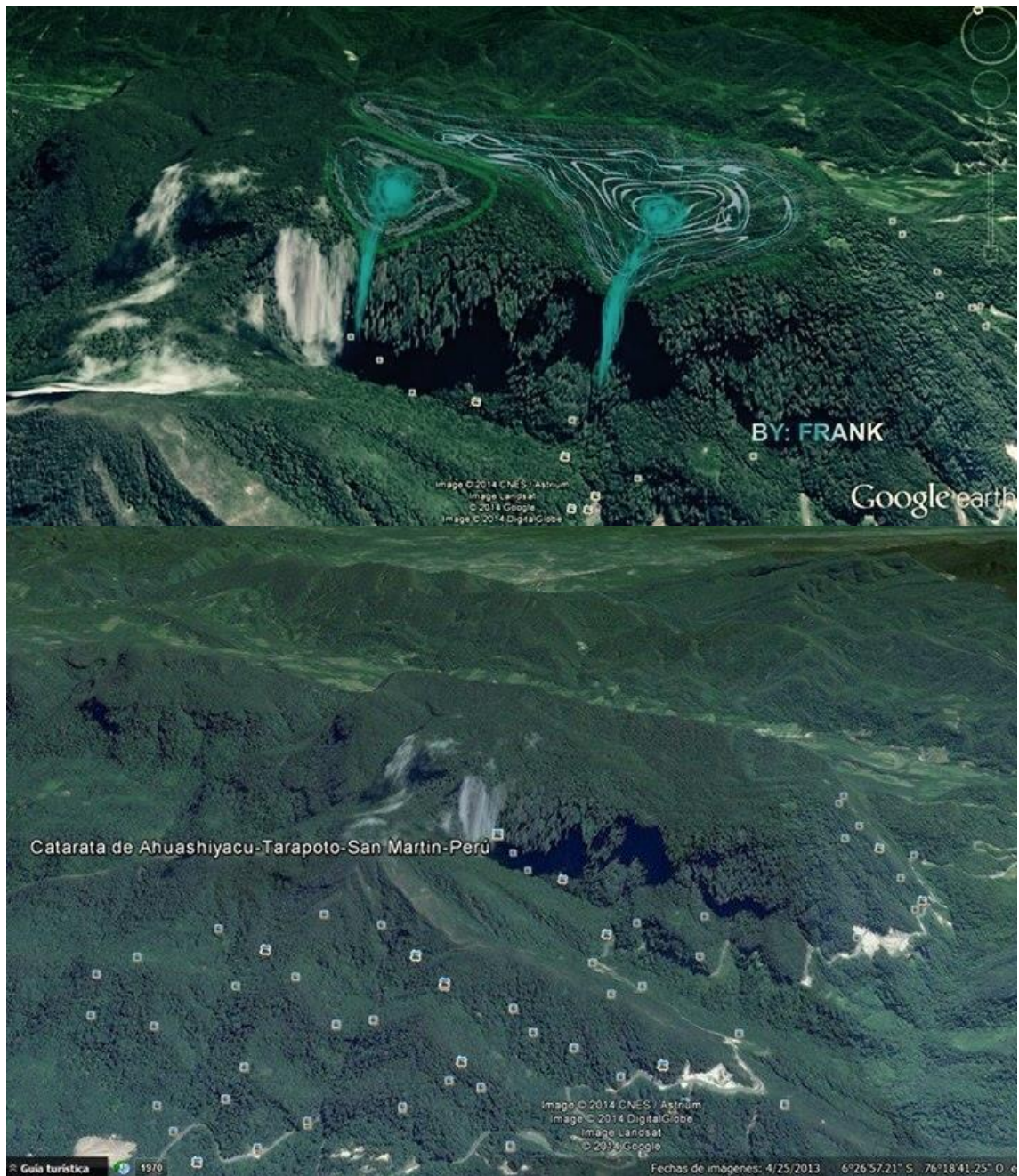
PROVINCIA DE TARAPOTO

ATRACTIVO TURISTICO DE CASCADA AYAHUASHIYACU



Fuente: Google Maps, Abril 2015

ANEXO N°02: Mapa satelital del recurso turístico de la investigación



Fuente: Google Earth,; Abril 2015

ANEXO N°03: Ficha N° 1: Observación Directa de la Infraestructura de descanso.

	<p>Fotografía de las Zona de descanso existentes en el atractivo turístico</p>	
	<p>Fotografía de zona de descanso en el mismo lugar de la cascada.</p>	
INDICADORES	NUMERO/ES TADO/MATERIAL	OBSERVACION
Cantidad de Zonas de descanso.	03	Las zonas de descanso se encuentran en la entrada de lugar, 50 mts antes de llegar al atractivo y a 20 mts del atractivo.
Cantidad de sitios de descanso.	09	Solo se pudo evidenciar 9 sitios de descanso.
Estado actual de conservación de la infraestructura de descanso.	Abandonado	Ya que se encontraban con hongos, húmedos, en un lugar con otros materias que no corresponden al lugar de descanso
Material de elaboración de los sitios de descanso.	Piedras y troncos de madera	Usados del mismo sitio o de árboles caídos.
Capacidad de aforo en relación a los lugares de descanso.	09	No cuenta con una capacidad de aforo, pero según los sitios de descanso (09)

Fuente: Elaboración propia. Vargas F, 2015

ANEXO N°04: Ficha N° 2: Observación Directa de las rutas de evacuación.

	<p>Ruta bloqueada, por deslizamiento de rocas.</p>	
	<p>Realización de maniobras para retornar a la entrada del atractivo turístico</p>	
INDICADORES	NUMERO/ESTADO/MATERIAL	OBSERVACION
Sistemas de seguridad.	0	No se cuenta con un sistema de seguridad
Estado de conservación de los sistemas de seguridad.	No cuenta	Una sola vía y una vía alterna que no funciona como vía de evacuación.
Personal capacitado en sistemas de seguridad.	0	No cuentan con personal capacitado.
Señalización respecto a seguridad.	0	No cuentan con señalización de seguridad.

Fuente: Elaboración y archivo propia. Vargas F, 2015

ANEXO N°05: Instrumento de evaluación - Encuesta

Principales causas que limitan el nivel de satisfacción de los visitantes al atractivo turístico “Cascada de Ahuashiyacu” Departamento y Provincia de San Martín,

Buen día, estimado visitante del atractivo turístico Cascadas de Ahuashiyacu, es de suma importancia conocer su nivel de satisfacción con referencia al atractivo en cuanto a su INFRAESTRUCTURA DE DESCANSO, MANEJO DE INFORMACIÓN DE LOS ORIENTADORES O GUÍAS TURÍSTICOS Y LA SEGURIDAD EN EL ATRACTIVO, por lo cual se está llevando a cabo este cuestionario, así mismo pido a usted su colaboración y veracidad.

Marcar con una “X” la alternativa que se ajuste a su opinión, teniendo en cuenta que:

NADA SATISFECHO	POCO SATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO	BASTANTE SATISFECHO
1	2	3	4	5

Nº	¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a?	APLICA		1	2	3	4	5
		SI	NO					
INFRAESTRUCTURA								
1	Tamaño de las zonas de descanso.							
2	La cantidad de sitios de descanso							
3	Estado de conservación de la infraestructura de descanso.							
4	Material, elaboración y detalles de la infraestructura descanso.							
5	A la capacidad de aforo dentro de la zona de descanso.							
INFORMACION DEL GUIA U ORIENTADOR TURÍSTICO								
6	Información escrita brindada por el guía u orientador turístico.							
7	Información de la infografía dada por el guía u orientador turístico.							
8	Claridad de la información que maneja el guía u orientador turístico.							
9	Cantidad de información brindada por el guía u orientador turístico.							
10	Numero de historia y relatos contados por el personal del guía u orientador turístico.							
SEGURIDAD TURÍSTICA								
11	Información brindada por el personal del lugar referente a la seguridad.							
12	Número de rutas de evacuación							
13	Número de infografía sobre seguridad turística.							
14	Número de sistemas de seguridad.							
15	Número de personal de seguridad dentro del atractivo.							
16	Numero de señalizaciones de las rutas de evacuación							

ENTREVISTA	
Entrevistador	Franz Vargas Guzmán (Investigador)
Entrevistada	Flor Dávila Bardales. (Socia de ACPCE “cascada Ahuashiyacu”)
CUESTIONARIO	
PREGUNTA	RESPUESTA
¿Cómo ha crecido la afluencia de los turistas en estos últimos años al atractivo turístico cascadas de Ahuashiyacu?	Ha aumentado bastante, ahora tenemos no solo los fines de semana turistas que llegan a conocer las cascadas, sino también los días jueves y viernes en las mañanas, así que podría decir que en los últimos años ha aumentado los turistas.
¿Cree que muchos de los turistas que visitan la cascada ya la han visitado anteriormente?	Si, muchos de los turistas siempre comentan que están volviendo después de años a la cascada y que siempre quieren volver pero que no lo pueden hacer por que trabajan, viven muy lejos o porque no pueden venir con sus familias, pero en algún momento vienen.
¿Por qué cree usted que ellos regresan?	Bueno les debe gustar la cascada, porque es un lugar tranquilo y por qué se pueden relajar aquí con la naturaleza.
¿Usted cambiaría algo referente a la infraestructura del atractivo?	Creo que podríamos mejorar en algunas cosas y quizás darle un poco más de mantenimiento, por ejemplo poner más sillas para que descansen y arriba donde estaba antes una “maloquita” allí podríamos usarlo para eso, porque no podemos usar otros espacios (hace referencia al are protegida).
¿Con respecto a los ambientes por ejemplo vestidores y baños?	A mi parecer eso está bien.
¿Por qué cree que están bien los baños?	Porque están bien cuidado y la gente no se queja mucho, se van felices de aquí, de repente mejorar un poquito los vestidores; ampliarlos creo que eso seria.

<p>¿Algo más referente a la infraestructura del lugar?</p>	<p>Ha sí, me gustaría que hubiese electricidad así las cosas mejorarían hay turistas que vienen y desean cargar sus cámaras para poder seguir tomándose fotos pero aquí no tenemos como ayudarlos por falta de electricidad.</p>
<p>¿Cree que los guías que vienen satisfacen a los turistas con la información que le dan del lugar?</p>	<p>Creo que no, porque ellos vienen y muchos se quedan abajo y mandan a los turistas con los choferes y no les explican nada sobre la historia de la cascada, hay algunos que si pero son poquitos, a mí me gustaría que les expliquen más de la cascada.</p>
<p>¿Si sucediera un sismo sabe cuáles son las rutas de evacuación?</p>	<p>No joven no sé. (Risas)</p>
<p>¿Nunca se han reunido para hablar sobre la seguridad en las cascadas?</p>	<p>Bueno si algunas veces en las reuniones para poner cintas para que las personas no pasen más arriba por que se pueden caer no ves que es una camino difícil y hay derrumbes por esa parte y bueno al señor Manuel (referencia al personal de serenazgo que se encuentra en la puerta) que ayuda a ver que todo esté bien a él lo ha puesto la municipalidad.</p>
<p>¿En caso que sucediera un evento desafortunado como el accidente de un turista ustedes estarían preparados?</p>	<p>Bueno nunca ha pasado nada, solo algunos que se han caído en algunas partes húmedas o se han resbalado, pero tenemos alcohol para echarles, pero además vienen con sus guías ellos los tienen que cuidar.</p>
<p>¿Cree que el turista después de eso regresara o con que impresión se va del lugar?</p>	<p>Depende, yo creo que viene por las cascadas que son bonitas y una caída es algo que le puede pasar a cualquiera quizás para eso podríamos poner as carteles indicando donde se pueden caer.</p>

FOTOGRAFÍAS

FOTOGRAFIA N°01: Recurso turístico de la presente investigación.



Fuente: archivo propia. Vargas F.; Septiembre 2015

FOTOGRAFIA N°02: Personas siendo encuestadas.



Fuente: archivo propia. Vargas F.; Septiembre 2015

FOTOGRAFIA N°03: Infraestructura de descanso.



Fuente: archivo propia. Vargas F.; Mayo 2015

FOTOGRAFIA N°04: Sitio de descanso en la ruta al atractivo.



Fuente: archivo propia. Vargas F.; Mayo 2015

FOTOGRAFIA N°05: Infografía al ingreso del atractivo.



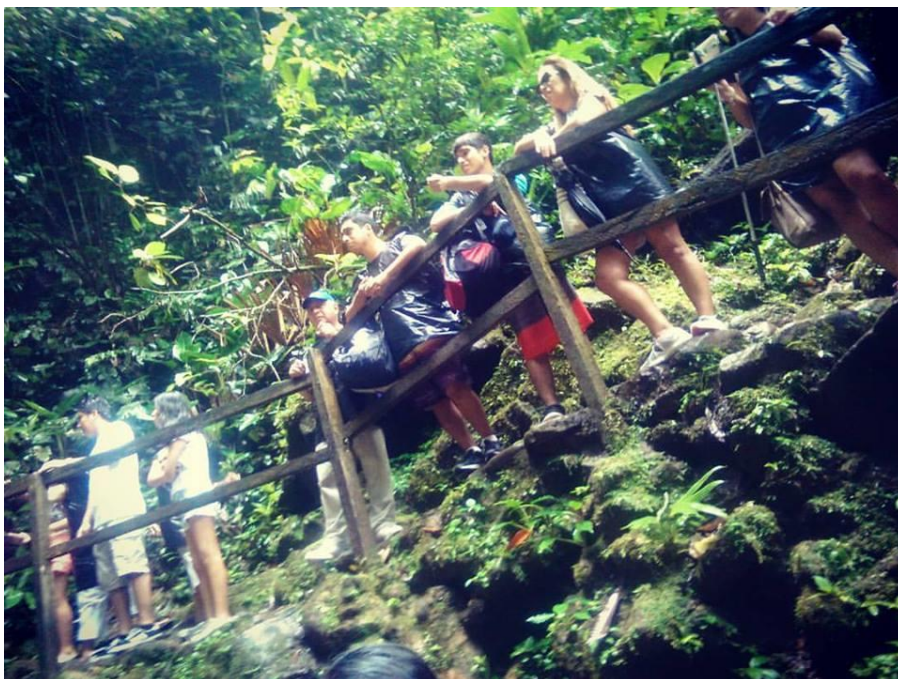
Fuente: archivo propia. Vargas F.; Mayo 2015

FOTOGRAFIA N°06: Infografía en la ruta al atractivo.



Fuente: archivo propia. Vargas F.; Mayo 2015

FOTOGRAFIA N°07: Turistas sin orientador y/o guía turístico.



Fuente: archivo propia. Vargas F.; Mayo 2015

FOTOGRAFIA N°08: Grupo de visitantes con orientador y/o guía turístico.



Fuente: archivo propia. Vargas F.; Mayo 2015

FOTOGRAFIA N°09: Visitantes en zona insegura.



Fuente: archivo propia. Vargas F.; Mayo 2015

FOTOGRAFIA N°010: Deslizamiento de árboles y tierra en el atractivo.



Fuente: archivo propia. Vargas F.; Mayo 2015

PLAN DE CAPACITACIÓN

PLAN DE CAPACITACION PARA LA ASOCIACIÓN DE CONSERVACIÓN Y PROTECCIÓN ECOLÓGICA CODILLERA ESCALERA “ALTO AHUASHIYACU (ACPECEAA)

PRESENTACIÓN

El Plan de Capacitación en materia de fortalecer el aprendizajes de conocimientos básicos relacionado a primeros auxilios, para el presente año 2015, constituye un instrumento que determina las prioridades de capacitación de los colaboradores de la Asociación De Conservación Y Protección Ecológica Codillera Escalera “Alto Ahuashiyacu” quienes son los encargados de la seguridad del atractivo turístico cascadas de Ahushiyacu.

La capacitación, es un proceso educacional de carácter estratégico aplicado de manera organizada y sistémica, mediante el cual el personal adquiere o desarrolla conocimientos y habilidades específicas relativas al trabajo, y modifica sus actitudes frente a aspectos de la organización, el puesto o el ambiente laboral.

Como componente del proceso de desarrollo de los Recursos Humanos, la capacitación implica por un lado, una sucesión definida de condiciones y etapas orientadas a lograr la integración del colaborador a su puesto en la organización, el incremento y mantenimiento de su eficiencia, así como su progreso personal y laboral en la asociación. Y, por otro un conjunto de métodos técnicas y recursos para el desarrollo de los planes y la implantación de acciones específicas de la asociación para su normal desarrollo y en la previsión de algún incidente. En tal sentido la capacitación constituye un factor importante para que el colaborador brinde el mejor aporte en el puesto asignado, ya que es un proceso constante que busca la eficiencia y la mayor productividad en el desarrollo de sus actividades, así mismo contribuye a elevar el rendimiento, la moral y el ingenio creativo del colaborador.

El Plan de Capacitación selecciona a todos los integrantes de la asociación; consta de una capacitación de conocimiento básico de primeros auxilios, esta a su vez podrá ser ejecutada dependiendo sea el caso por cualquier miembro de los colaboradores de la asociación, asimismo esto contribuirá a una mayor seguridad del atractivo turístico y de la zona de alto Ahuashiyacu en casos de accidentes o incidentes que ocurran en el lugar.

PLAN DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS

I. UBICACION DE LA ASOCIACION

Asociación De Conservación Y Protección Ecológica Codillera Escalera “Alto Ahuashiyacu (ACPECEAA), es una ASOCIACION El Área de Conservación Regional Cordillera Escalera se encuentra ubicada en el departamento de San Martín, cerca del límite con el departamento de Loreto, en la selva norte del Perú. Se extiende sobre las jurisdicciones de los distritos de Pinto Recodo, San Roque de Cumbaza, Pongo del Caynarachi y Barranquita, en la provincia de Lamas; y de los distritos de San Antonio de Cumbaza, Tarapoto, La Banda de Shilcayo, Shapaja y Chazuta, en la provincia de San Martín. Geográficamente, está ubicada en la zona 18 del sistema de proyección UTM, entre las coordenadas 302 115 E, 9 266 810 N y 400 150 E, 9 342 954 N, con Datum WGS 84. El Área de Conservación Regional Cordillera Escalera tiene una superficie de 149.870 hectáreas.

II. JUSTIFICACIÓN

La seguridad también juega un rol importante en la competitividad del sector. El PTE 2007, elaborado por PROMPERÚ, señala que si bien el nivel de satisfacción (97%) y el grado de recomendación del Perú (87%) son bastante alentadores, un 12% de los turistas mencionó que recomendaría el Perú, pero con cierta reserva debido a la delincuencia e inseguridad en sus atractivos turísticos. En el Perú, los problemas relacionados a seguridad turística se resumen en: delincuencia común, accidentes en los mismos sitios turísticos sin su pronto asistencia y reclamos sociales.

Analizando estos hechos, vemos la importancia que tiene para la asociación las buenas prácticas en la gestión de la Seguridad y la Salud Ocupacional. No solamente por existir normas legales que obligan a las organizaciones a tener sus programas de seguridad, sino también porque la Seguridad está directamente relacionada con la buena imagen del atractivo turístico, puesto que el accidente de un turista o de un trabajador de lugar o cualquier otro evento no deseado, puede llevar al atractivo a pérdidas irreparables o difíciles de restaurar, decrecimiento del afluente de turistas y tal vez lo más grave, deterioro de la imagen ya establecido de la asociación y del atractivo turístico en sí.

En tal sentido se plantea el presente Plan de Capacitación de SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL (PRIMEROS AUXILIOS), con la seguridad de contribuir con esto al mejoramiento continuo de la asociación dentro del atractivo turístico cascadas de Ahushiyacu.

III. ALCANCE

A todos los actores que están involucrados en la Asociación De Conservación Y Protección Ecológica Codillera Escalera “Alto Ahuashiyacu (ACPECEAA) que tienen la responsabilidad legal de garantizar un ambientes laborales libres de riesgos de accidentalidad para los trabajadores y los diferentes visitantes que asisten al atractivo turístico de Cascadas de Ahuashiyacu, al presidente, vicepresidentes, y jefes de área por cuanto ellos son responsables por el día a día de las actividades de su área y de los visitantes al atractivo. Son ellos quienes deben lograr que las condiciones y actos de los trabajadores y visitantes sean los apropiados con el fin de que no corran riesgos innecesarios.

Y los trabajadores y colaboradores de la asociación, quienes son finalmente los que realizan las labores y están en contacto directo con los visitantes, pero sobre todo su sustento y su propia integridad tanto de ellos como de los visitantes.

IV. FINES DEL PLAN DE CAPACITACION

Proporcionar a los participantes los conocimientos, protocolos, técnicas y herramientas que les permitan desarrollar competencias para la buena accionar frente a un accidente o incidente que se suscite tanto en la zona de Alto Ahuashiyacu como en el atractivo turístico.

Los puntos a tratar se basaran en lo siguiente:

- Elevar el nivel de rendimiento de los colaboradores frente a un incidente.
- Mantener la salud física y mental en tanto a la ayuda, prevenir accidentes de trabajo, y un ambiente seguro lleva a actitudes y comportamientos más estables.
- Brindar reconocimiento a los colaboradores identificados con los valores de la organización, competencias y con un alto rendimiento en sus labores.

V. OBJETIVOS DEL PLAN DE CAPACITACION

5.1 Objetivo General

Concientizara a los colaboradores sobre la importancia de los conocimientos básicos en relación a los protocolos de los primeros auxilios, basado en los factores de riesgos laborales y seguridad turística para el buen accionar frente a un incidente dentro del atractivo turístico cascadas de Ahushiyacu.

5.2 Objetivos Específicos

- Incentivar una cultura de la prevención en cuanto a seguridad y salud en el trabajo.

- Generar cambios de actitud en el desempeño laboral de los trabajadores del sector.
- Establecer las actividades de promoción y prevención pendiente a mejorar las condiciones de trabajo y salud de la población trabajadora, protegiéndola contra los riesgos derivados de la labor desempeñada y protegiendo a los visitantes.
- Suministrar una guía de las actividades encaminadas al mejoramiento continuo de las condiciones de trabajo para un buen desempeño frente a un incidente de un visitante a dicho atractivo.

VI. METAS

Capacitar a todos los colaboradores que trabajan en Asociación De Conservación Y Protección Ecológica Cordillera Escalera “Alto Ahuashiyacu (ACPECEAA) y concientizar sobre la importancia de los conocimientos básicos de primeros auxilios.

- Con dos capacitaciones de 3 horas por capacitación, primera parte de la capacitación de primeros auxilios y la segunda parte de primeros auxilios orientada a la supervivencia, con un total de 6 horas de charlas.
- Capacitar al 100% de los trabajadores que se refieren en el alcance de este programa.
- Cumplir con el 90% de las actividades establecidas, en el cronograma.
- Que las evaluaciones realizadas pos capacitación tengan puntajes aceptables mayores a 13 de 20.
- Cumplir con lo establecido en el presupuesto.

VII. ESTRATEGIAS

Las estrategias a emplear son:

- Presentación y análisis de casos reales con el uso de herramientas como (fotos o videos) de accidentes y enfermedades derivados de su actividad.
- Realizar talleres didácticos.
- Metodología de exposición – diálogo.

VIII. TIPOS DE CAPACITACIÓN

1. CAPACITACIÓN EN EL TRABAJO

Es una serie de acciones encaminadas a desarrollar actividades y mejorar actitudes en los trabajadores. Se busca lograr la realización individual y colectiva del personal dentro de la asociación.

Busca el crecimiento integral de la persona y la expansión total de sus aptitudes y habilidades. El desarrollo incluye las capacitaciones, pero busca principalmente la formación integral del individuo, la expresión total de su persona para una posible incidencia.

TEMA 1: PRIMEROS AUXILIOS (SOPORTE BASICO DE VIDA)

Las acciones para el desarrollo del programa de capacitación permitirán que los trabajadores mejoren sus condiciones de trabajo, para prevenir factores de riesgos laborales y estar preparado para actuar en caso estos se susciten para eso se considera capacitar en los siguientes módulos y temas:

.TITULO: ¡La buena voluntad no salva vidas, estar preparado sí!

HORAS: 3

TEMAS A TRATAR:

- ¿Qué es Primeros auxilios?
- ¿Objetivos de los primeros auxilios?
- Protocolos (PAS y A,B,C)
- Causas para un paro respiratorio.
- RCP (reanimación cardiopulmonar).
- Obstrucción de las vías aéreas.
- Maniobras de salvataje.

TECNICA DE CAPACITACIÓN:

Para el desarrollo de este módulo se utilizara la capacitación preventiva para involucrar a los trabajadores en el ámbito de la seguridad laboral. Se empleara la metodología de exposición, dialogo, trabajos en grupo y talleres didácticos.

Se manejaran técnicas que busca integrar de manera fácil y animada el conocimiento y presentación del grupo, con lo que nos permite crear un ambiente fraterno dentro del grupo de trabajadores con las siguientes técnicas:

Presentación por parejas: Permite el conocimiento y la integración de los participantes del grupo

Charla Educativa: Con la que se desarrolla un tema en forma continuo y ordenado, se caracteriza por la participación del grupo e interacción con el facilitador.

Taller: Busca la reflexión y acción, que permite análisis de la situación y problemas reales, con el fin de desarrollar alternativas de solución a estos.

EVALUACION:

Los asistentes a las capacitaciones del presente programa se evaluarán al final de la capacitación, con el fin de medir su efectividad.

TEMA 2: PRIMEROS AUXILIOS (ORIENTADOS A LA SUPERVIVENCIA)

TITULO: Todos podemos ser Héroes.

HORAS: 3

TEMAS A TRATAR:

- Fracturas.
- Quemaduras.
- Realización de una cocina para supervivencia
- Realización de un botiquín
- Posición de seguridad
- Como ordenar una mochila de primeros auxilios

TECNICA DE CAPACITACIÓN:

Para llevar a cabo el desarrollo de los temas se usará la capacitación preventiva, con el objetivo de brindar los conceptos necesarios sobre Seguridad Industrial, se empleará la metodología de exposición, presentación de casos reales o casuísticos (fotos o videos) de accidentes derivados de su actividad.

Se emplearán técnicas de análisis general como:

Phillips 6-6: Consiste en poner en común el conjunto de ideas y conocimientos que cada uno de los participantes tiene sobre el tema. Luego se debe llegar colectivamente a síntesis o cuerdos comunes.

Estudio de Caso: Permite llegar a conclusiones o a formular alternativas sobre una situación o problema real que conocen o con la que se identifican los participantes.

EVALUACION:

Los asistentes a las capacitaciones del presente programa se evaluarán al final de la capacitación, con el fin de medir su efectividad.

IX. RECURSOS

9.1 HUMANOS

- 1 Bombero del CGBVP con conocimiento de soporte básico de vida y supervivencia.
- 1 facilitador (estudiante universitario)
- participantes miembros de la Asociación.

9.2 MATERIALES

- Hojas de papel bond.
- Lapiceros.
- Folders.
- Laptop.
- Mesas y sillas.
- Proyector
- Kit de soporte básico de vida
- extintores

XI. FINANCIAMIENTO

El monto de inversión de este plan de capacitación, será financiada con ingresos propios.

XIII. PRESUPUESTO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Hojas de papel bond	50	0.10	12.00
Lapiceros	12	0.50	7.00
Folders	12	0.30	10.00
Laptop	1	1500.00	1500.00
Proyector	1	30.00	30.00
Mochila de primeros auxilios	2	100.00	100.00
Equipo de primeros auxilios	1	700.00	700.00
TOTAL S./			1559.00