



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO,
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**



**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA
VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS
DE LA PROVINCIA DE LAMPA 2023**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. OLGA YUDITH FAIJO MOLINA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA**

JULIACA - PERÚ

2024



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO,
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA
VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS
DE LA PROVINCIA DE LAMPA 2023**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. OLGA YUDITH FAIJO MOLINA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA**

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

:


Dr. DAVID JUAN GUTIERREZ MAYTA

PRIMER MIEMBRO

:


Dr. APOLINAR FLOREZ LUCANA


SEGUNDO MIEMBRO

:


Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

ASESOR DE TESIS

:


Dr. ENRIQUE GENARO APAZA CHIRINOS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS - (5311 - UNESCO)



RESOLUCIÓN N.º 0736-2024-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 04 de julio de 2024

Vistos: El expediente N° 2024-CU-6992 para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía**, por la modalidad de Sustentación de Tesis, el Dictamen de aprobación, emitido por el Jurado Evaluador del borrador de tesis y el jefe de la Oficina de Investigación, tesis intitulado: **CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE LAMPA 2023** presentado por el(la) Bachiller: **OLGA YUDITH FAIJO MOLINA**.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario y al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas, para la fijación de fecha y hora para la sustentación de tesis de manera presencial.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO- Ratificar a los **JURADOS** para la Sustentación de Tesis para optar el Título Profesional de: **Licenciado(a) en Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía**, del(la) bachiller: **OLGA YUDITH FAIJO MOLINA**; habiéndose designado por sorteo a los siguientes docentes:

- * PRESIDENTE : Dr. DAVID J. GUTIÉRREZ MAYTA
- * 1er. MIEMBRO : Dr. APOLINAR FLOREZ LUCANA
- * 2do. MIEMBRO : Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR
- * ASESOR DE TESIS : Dr. ENRIQUE G. APAZA CHIRINOS

SEGUNDO- Fijar fecha de la Sustentación de Tesis para el día **martes 09 de julio de 2024**, a horas **11:00 a.m. (presencial)** en el **Salón de Grados y Títulos** de la Facultad de Ciencias Administrativas Ciudad Universitaria - Juliaca.

TERCERO- Realizado la sustentación, el jurado levantará el acta en el libro respectivo, donde indicará el resultado obtenido por el Bachiller sustentante.

La Dirección de la Escuela Profesional de **Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía**, la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, y los jurados, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.

DISTRIBUCIÓN:

- Unid. Inv. (1)
- Jurados (3)
- Interesado (1)
- Asesor de Tesis (1)



UNIVERSIDAD ANDINA
"NESTOR CACERES VELÁSQUEZ"

Dr. Benigno Callata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



INSTITUTO VICE-RECTORADO DE INVESTIGACIÓN

RESOLUCIÓN N.º 1324-2023-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 01 de diciembre de 2023

VISTOS: El Expediente N° CU-15629, presentado por el(la) egresado(a): **OLGA YUDITH FAIJO MOLINA**, derivado por la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, en el cual solicita emisión de Resolución de revisión del Borrador de Tesis, habiéndose emitido la resolución de aprobación y autorización para la ejecución del proyecto de investigación, intitulado: **CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE LAMPA 2023**.

CONSIDERANDO:

Que el(la) egresado(a), ha solicitado la revisión del Borrador de Tesis: **CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE LAMPA 2023** con el propósito de optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía**.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario, al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas, para la revisión del borrador de tesis.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- Disponer la Revisión del Borrador de Tesis, presentado por: OLGA YUDITH FAIJO MOLINA, por el jurado que por sorteo está conformado por los siguientes docentes ordinarios:

- * PRESIDENTE : Dr. DAVID JUAN GUTIERREZ MAYTA
- * 1er. MIEMBRO : Dr. APOLINAR FLOREZ LUCANA
- * 2do. MIEMBRO : Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR
- * ASESOR DE TESIS : Dr. ENRIQUE G. APAZA CHIRINOS

SEGUNDO.- El Jurado dentro del plazo de quince (15) días calendarios elevará su dictamen correspondiente a la Dirección de la Unidad de Investigación, indicando las observaciones efectuadas si hubiere, caso contrario se dará por aprobado de conformidad a la Ley N° 27444 y modificatoria Ley N° 29060 y se procederá a fijar la fecha y hora para la sustentación.

TERCERO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, la Dirección de Escuela Profesional de Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía, Dirección de la Unidad de Investigación y el Jurado, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
Benigno Collata Quispe
Dr. Benigno Collata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:

- Unid. Investigación FCA.
- Jurados (3)
- Asesor (1)
- Interesado (1)
- Archivo (1)



RESOLUCIÓN N.º 820-2023-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 08 de setiembre de 2023

VISTOS: El oficio N° 062-2023-UI-FCA-UANCV-J del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, y copia del acta de Registro de Proyectos de Investigación de fecha 05 de setiembre de 2023, presentado por: **OLGA YUDITH FAIJO MOLINA**, para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía.

CONSIDERANDO:

Que, el(la) Bachiller(a): **OLGA YUDITH FAIJO MOLINA**, ha presentado el Proyecto de Investigación Titulado: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE LAMPA 2023, para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por la Directiva N° 004-2019-UANCV-VRAD-OI – Lineamientos para Asegurar la Calidad de Trabajos de Investigación con Fines de Obtener Grados Académicos y Títulos Profesionales.

Que, la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas en coordinación con el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, ha visto por conveniente **aprobar sin observaciones**, el Proyecto de Investigación presentado por el (la) Bachiller(a): **OLGA YUDITH FAIJO MOLINA** Titulado: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE LAMPA 2023, para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía, correspondiente a la línea de investigación: ORGANIZACIÓN Y DIRECCION DE EMPRESAS 5311.

Estando en la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, de acuerdo a la Directiva N° 004-2019-UANCV-VRAD-OI, y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria N° 30220, ley de Creación de la UANCV N° 23738, y modificatoria N° 24661, y el Estatuto Universitario promulgado por Resolución N° 0018-2020-UANCV-AU-R, al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas;

SE RESUELVE:

PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, presentado por el(la) Bachiller(a): **OLGA YUDITH FAIJO MOLINA**, Titulado: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE LAMPA 2023, para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía, conteniendo los siguientes datos:





UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN N.º 820-2023-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 08 de setiembre de 2023

| | |
|---|---|
| OBJETIVO GENERAL: | |
| Determinar la relación de la calidad de servicio y la satisfacción del turista visitante a los atractivos turísticos de la provincia de Lampa 2023. | |
| OBJETIVO ESPECÍFICO: | |
| 1. Determinar la relación de la calidad de servicio, y las expectativas del turista visitante a los atractivos turísticos de la provincia de lampa 2023 | |
| 2. Encontrar la relación de la calidad de servicio, y el costo al turista visitante a los atractivos turísticos de la provincia de lampa 2023. | |
| 3. Determinar la relación de la percepción y la calidad de servicio, al turista visitante a los atractivos turísticos de la provincia de lampa 2023. | |
| SEDE DE EJECUCIÓN: | Lampa |
| CRONOGRAMA: | FECHA INICIO: abril 2023 FECHA FIN: noviembre 2023 |
| PRESUPUESTO: | S/8126.00 |
| LÍNEA DE INVESTIGACIÓN | ORGANIZACIÓN Y DIRECCION DE EMPRESAS 5311 |

SEGUNDO: El Proyecto de Investigación deberá ejecutarse de acuerdo a lo establecido en el Reglamento de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales, y el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas.

TERCERO: RECONOCER como **ASESOR** del Proyecto de Investigación al docente Ordinario de la Facultad de Ciencias Administrativas: **Mg. ENRIQUE G. APAZA CHIRINOS.**

CUARTO: DISPONER que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, la Dirección de la Escuela Profesional de Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Dr. Domingo Calizta Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:
- Unidad de Investigación (1)
- Dirección EP.



RESOLUCIÓN N° 0668-2023-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 04 de agosto del 2023

VISTOS: El Oficio N° 049-2032-UI-FCA-UANCV-J, del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, en el cual comunica el sorteo realizado al expediente N° CU-5395, presentado por: **FAIJO MOLINA OLGA YUDITH**, en el cual solicita nominación del **jurado revisor y dictaminador del Proyecto de Tesis** Intitulado: **CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE LAMPA 2023**.

CONSIDERANDO:

Que, la Dirección de la Unidad de Investigación en coordinación con Decanatura de la Facultad de Ciencias Administrativas, ha realizado el sorteo para la conformación del jurado revisor y dictaminador del Proyecto de Tesis Intitulado: **CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE LAMPA 2023**, con el propósito de optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía.

Que, es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, el Estatuto Universitario y el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas para la nominación de Jurados.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, y estando al informe de la Presidencia de la Comisión de Grados y Títulos la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

PRIMERO: Nominar el jurado para que evalúe y dictamine el Proyecto de Tesis presentado por: **FAIJO MOLINA OLGA YUDITH**; Jurado que por sorteo está conformado por los siguientes docentes:

- * PRESIDENTE : Dr. DAVID JUAN GUTIÉRREZ MAYTA
- * 1^{er} MIEMBRO : Dr. APOLINAR FLOREZ LUCANA
- * 2^{do} MIEMBRO : Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR
- * ASESOR DE TESIS : Mg. ENRIQUE G. APAZA CHIRINOS

SEGUNDO: El Jurado dentro del plazo de quince (15) días calendarios elevará el dictamen correspondiente, indicando las observaciones efectuadas al mencionado Proyecto, si hubiere, caso contrario se dará por aprobado de conformidad a la Ley N° 27444 y modificatoria Ley N° 29060.

TERCERO: La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, la Dirección de la Escuela Profesional de Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía, Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y los Jurado, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.

DISTRIBUCIÓN:
- Unid. Investigación FCA.
- Jurado: (03)
- Asesor (1)
- Interesado (01)
- Archivo FCA (01)



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Benigno Callata Quispe
Dr. Benigno Callata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TUTOR VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE LAMPA 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

24%

INDICE DE SIMILITUD

20%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

19%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

| | | |
|---|---|-----|
| 1 | Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante | 13% |
| 2 | Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante | 2% |
| 3 | hdl.handle.net Fuente de Internet | 1% |
| 4 | repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet | 1% |
| 5 | Submitted to Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo Trabajo del estudiante | 1% |
| 6 | repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet | 1% |
| 7 | Submitted to North Eastern Regional Institute of Science and Technology Trabajo del estudiante | 1% |



Metadatos complementarios - UANCV

| TITULO TESIS | |
|---|---|
| CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE LAMPA 2023 | |
| Datos de autor | |
| Nombres y apellidos | OLGA YUDITH FAIJO MOLINA |
| Tipo de documento de identidad | DNI |
| Número de documento de identidad | 70130645 |
| URL de ORCID | https://orcid.org/0009-0006-7267-1016 |
| Datos de asesor | |
| Nombres y apellidos | ENRIQUE GENARO APAZA CHIRINOS |
| Tipo de documento de identidad | DNI |
| Número de documento de identidad | 02413103 |
| URL de ORCID | https://orcid.org/0000-0001-8602-3219 |
| Datos del jurado | |
| Presidente del jurado | |
| Nombres y apellidos | DAVID JUAN GUTIERREZ MAYTA |
| Tipo de documento | DNI |
| Número de documento de identidad | 02409816 |
| Miembro del jurado 1 | |
| Nombres y apellidos | APOLINAR FLOREZ LUCANA |
| Tipo de documento | DNI |
| Número de documento de identidad | 23901593 |
| Miembro del jurado 2 | |
| Nombres y apellidos | ROBBINS FLORES AGUILAR |
| Tipo de documento | DNI |



| | |
|--|--|
| Número de documento de identidad | 02426851 |
| Datos de investigación | |
| Línea de investigación | ORGANIZACION Y DIRECCION DE EMPRESAS – (5311-UNESCO) |
| Grupo de investigación | NO APLICA |
| Agencia de financiamiento | SIN FINANCIAMIENTO |
| Ubicación geográfica de la investigación | <p>Edificio: Municipalidad provincial de lampa País: Perú Departamento: Puno Provincia: Lampa Distrito: Lampa</p> <p>https://maps.app.goo.gl/Hyon8XzeohWZ6XNk7</p>  |
| Año o rango de años en que se realizó la investigación | DICIEMBRE 2022 – JUNIO 2024 |
| URL de disciplinas OCDE https://purl.org/pe-repo/ocde/ford https://concytec-pe.github.io - Librería | <p>Otras humanidades https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#6.05.00</p> <p>otras humanidades https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#6.00.00</p> |



UNIVERSIDAD ANDINA NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

DIRECCIÓN UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

Dr. Sc. Sr. Gerardo Aguilar Piñó
DIRECTOR
UNID. INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo OLGA YUDITH FAIJO MOLINA identificado con DNI Nro. 70130645 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional
- Programa de Segunda Especialidad,
- Programa de Maestría o Doctorado

ADMINISTRACIÓN EN TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico denominada:

CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE LAMPA 2023

Asesorado por: DR. ENRIQUE GENARO APAZA CHIRINOS

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 20 de 08 del 2024



FIRMA ASESOR



FIRMA TESISISTA



Huella



DEDICATORIA

A Dios todopoderoso por haberme otorgado la vida y una familia maravillosa, por permitirme concretar este sueño, por ser mi protector en todo momento.

A mis padres Dionicio y Leonora por apoyarme y creer en mi cuyo amor, paciencia, arduo trabajo y dedicación que siempre me guiaron; a mi hija Yandi Dashira quien fue mi mayor inspiración para convertirme en profesional la amo profundamente; a mi asesor por apoyarme en cada paso hasta este logro.



AGRADECIMIENTO

A la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, a mis docentes por la formación profesional que me brindaron. A mi familia que son lo más sagrado que tengo en la vida, por ser siempre mis principales motivadores y los formadores de lo ahora soy como persona.



ÍNDICE GENERAL

| | |
|-------------------------|------|
| DEDICATORIA | x |
| AGRADECIMIENTO | iv |
| ÍNDICE GENERAL..... | v |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | ix |
| ÍNDICE DE FIGURAS | x |
| RESUMEN | xi |
| ABSTRACT..... | xii |
| INTRODUCCIÓN | xiii |

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

| | |
|---------------------------------------|----|
| 1.1. Planteamiento del problema | 15 |
| 1.2. Formulación del problema | 17 |
| 1.2.1. Problema general | 17 |
| 1.2.2. Problemas específicos..... | 17 |
| 1.3. Justificación del estudio | 18 |

CAPÍTULO II

OBJETIVOS

| | |
|----------------------------------|----|
| 2.1. Objetivo general | 20 |
| 2.2. Objetivos específicos | 20 |

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

| | |
|--|----|
| 3.1. Antecedentes de la investigación..... | 21 |
|--|----|



| | |
|---|-----------|
| 3.1.1. Antecedentes Internacionales..... | 21 |
| 3.1.2. Antecedentes nacionales..... | 25 |
| 3.1.3. Antecedentes locales..... | 27 |
| 3.2. Bases teóricas..... | 30 |
| 3.2.1. Calidad..... | 30 |
| 3.2.2. Servicio..... | 31 |
| 3.2.3. Calidad de servicio..... | 32 |
| 3.2.4. Satisfacción..... | 35 |
| 3.3. Marco conceptual..... | 37 |
| CAPÍTULO IV | |
| HIPÓTESIS Y VARIABLES | |
| 4.1. Hipótesis general..... | 39 |
| 4.2. Hipótesis específicas..... | 39 |
| 4.3. Variables..... | 40 |
| 4.4. Operacionalización de variables..... | 40 |
| CAPÍTULO V | |
| PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN | |
| 5.1. Enfoque de investigación..... | 43 |
| 5.2. Método de la investigación..... | 43 |
| 5.3. Tipo de Investigación..... | 44 |
| 5.4. Nivel de investigación..... | 44 |
| 5.5. Diseño de investigación..... | 44 |



5.6. Población y Muestra 45

5.6.1. Población 45

5.6.2. Muestra..... 45

5.7. Técnicas e instrumentos 48

5.7.1. Técnica. Se utilizó la encuesta. 48

5.7.2. Instrumento. Se utilizó un cuestionario estructurado 48

5.8. Confiabilidad y validez del instrumento..... 48

5.8.1. Confiabilidad 48

5.8.2. Validez 49

5.9. Procedimiento de tratamiento de datos 49

5.10. Contrastación de hipótesis 49

CAPÍTULO VI

RESULTADO Y DISCUSIÓN

6.1. Presentación de resultados 56

6.2. Discusión de resultados..... 64

CONCLUSIONES 67

RECOMENDACIONES 70

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 72

ANEXOS 76

Matriz de consistencia..... 77

Instrumento(s)..... 79

Validez de los instrumentos..... 82



Evidencias de recojo de datos..... 85



ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|----------|---|----|
| Tabla 1 | Operacionalización de la Variables | 40 |
| Tabla 2 | Cálculo de P - estadístico de prueba general | 50 |
| Tabla 3 | Cálculo de P - estadístico de prueba especifica uno | 52 |
| Tabla 4 | Cálculo de P - estadístico de prueba especifica dos | 53 |
| Tabla 5 | Cálculo de P - estadístico de prueba especifica tres | 54 |
| Tabla 6 | Pruebas de normalidad | 56 |
| Tabla 7 | Relación entre la calidad de servicio y satisfacción del turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa | 57 |
| Tabla 8 | Relación entre la calidad de servicio y las expectativas del turista visitante a los atractivos turísticos de la provincia de Lampa | 59 |
| Tabla 9 | Relación entre la calidad de servicio y el costo al turista visitante a los atractivos turísticos de la provincia de Lampa | 60 |
| Tabla 10 | . Relación entre la calidad de servicio y la percepción del turista visitante a los atractivos turísticos de la provincia de Lampa | 62 |



ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 Relación entre la calidad de servicio y satisfacción del turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa..... | 58 |
| Figura 2 Relación entre la calidad de servicio y las expectativas del turista visitante a los atractivos turísticos de la provincia de Lampa | 59 |
| Figura 3 Relación entre la calidad de servicio y el costo al turista visitante a los atractivos turísticos de la provincia de Lampa..... | 61 |
| Figura 4 Relación entre la calidad de servicio y la percepción del turista visitante a los atractivos turísticos de la provincia de Lampa | 62 |



RESUMEN

El estudio titulado "Calidad de servicio y satisfacción del turista visitante a los atractivos turísticos de la provincia de Lampa 2023" tuvo como objetivo principal determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del turista en dicha provincia. Desde el enfoque metodológico, se optó por una investigación cuantitativa, de tipo aplicada, con un diseño no experimental de corte transversal. La investigación se clasifica como correlacional y se utilizó el método deductivo para el análisis principal. La muestra estuvo compuesta por 92 turistas que visitaron la provincia de Lampa. Los datos obtenidos fueron procesados mediante el software SPSS. Para examinar, un método no paramétrico adecuado para este tipo de análisis. Los resultados evidencian una correlación significativa, positiva y de intensidad moderada (Rho de Spearman = 0,662) entre la calidad del servicio y la satisfacción del turista. Asimismo, el coeficiente de correlación de Kendall, Tau-b, mostró un valor de 0,514, indicando una correlación directa y estadísticamente significativa. El análisis estadístico arrojó un valor de ($p= 0,000$), confirmando la significación estadística de visitaron los atractivos turísticos de la provincia de Lampa en 2023. En conclusión, los hallazgos sugieren que mejorar la calidad del servicio podría incrementar la satisfacción del turista, lo que tiene implicaciones importantes para la gestión turística en la región.

Palabras clave: Atractivos turísticos, calidad, lampa, servicio.



ABSTRACT

The main objective of the study titled "Quality of service and satisfaction of tourists visiting the tourist attractions of the province of Lampa 2023" said province. From the methodological approach, a quantitative, applied research was chosen, with a non-experimental cross-sectional design. The research is classified as correlational and the deductive method was used for the analysis. For data collection, the survey technique was used, using a questionnaire as the main instrument. The sample was made up of 92 tourists who visited the province of Lampa. The data obtained were processed using SPSS software. To examine the relationship between the variables, Spearman's rho correlation coefficient was used, a non-parametric method suitable for this type of analysis. The results show a significant, positive correlation of moderate intensity (Spearman's Rho = 0.662) between service quality and tourist satisfaction. Likewise, Kendall's correlation coefficient, Tau-b, showed a value of 0.514, indicating a direct and statistically significant correlation. The statistical analysis yielded a value of ($p= 0.000$), confirming the statistical significance of the relationship between service quality and satisfaction of tourists who visited the tourist attractions of the province of Lampa in 2023. In conclusion, the findings suggest that improving service quality could increase tourist satisfaction, which has important implications for tourism management in the region.

Keywords: Tourist attractions, quality, lampa, service.



INTRODUCCIÓN

El trabajo de indagación actual, titulada "Calidad de Servicio y Satisfacción del Turista Visitante a los Atractivos Turísticos de la Provincia de Lampa 2023", tiene como objetivo fundamental el análisis exhaustivo de la excelencia en la atención del servicio en el contexto turístico y su impacto directo en la complacencia de los invitados que eligen la Provincia de Lampa como su destino.

La región de Puno se destaca por su riqueza cultural, atractivos naturales, mitos y tradiciones ancestrales, los cuales constituyen un elemento esencial para el progreso turístico en la región, aportando de manera significativa a la economía regional y del sur del Perú.

No obstante, el aumento sostenido de visitantes requiere una atención constante a la mejora de los servicios ofrecidos, lo que implica una inversión en implementaciones y alternativas que garanticen experiencias satisfactorias para los turistas.

En este contexto, se ha seleccionado la Provincia de Lampa como el escenario de estudio, dado que alberga una variedad de lugares turísticos respaldados por diversas entidades, así como potenciales destinos que aún no han sido promocionados de manera óptima para atraer tanto a turistas nacionales como internacionales.

Entre los lugares de mayor concurrencia se destacan el Templo Santiago Apóstol y el Puente Colonial en la ciudad de Lampa, así como las Montañas del distrito de Paratía, aunque aún representan una relevancia menor en comparación con el potencial que podría ser aprovechado.



Este estudio pretende, en última instancia, colaborar en una comprensión más sólida de los factores que afectan la calidad del servicio y satisfacción del turista visitante, brindando recomendaciones concretas para el fortalecimiento de la propuesta turística de la Provincia de Lampa y, por ende, de toda la región de Puno.

La estructuración del presente estudio se compone de seis apartados. En el primero, se aborda la delimitación del problema, su formulación y la base justificativa de la indagación. El apartado dos delinea el propósito del estudio, delineando tanto los generales como los específicos de manera pormenorizada.

El capítulo tres resume el marco conceptual contextualizando el estudio, fundamentándolo en teorías relevantes y estableciendo un marco conceptual que lo respalde. En la cuarta sección se plantean suposiciones, tanto a nivel general como específico, acerca de las variables bajo consideración y se presenta un enfoque flexible para su operacionalización.

En el quinto segmento se examina el procedimiento metodológico empleado en la investigación. Se especifica el enfoque seleccionado, los métodos, la naturaleza y extensión, así como las herramientas y métodos para la obtención de los datos. Además, se discutió el procedimiento de evaluación y comprobación de hipótesis.

El capítulo sexto se centra en un análisis detallado de las deducciones alcanzados y concluye con la presentación de conclusiones, encomiendas y eventuales anexos que completan la fase final del estudio.



CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

A nivel mundial, antes del inicio de la pandemia, la Organización Mundial de Turismo (OMT) reportó que alrededor de 1,400 millones de turistas viajaron a diferentes países, generando aproximadamente 120 millones de empleos y acumulando ingresos por un valor de 2 billones de dólares (Díaz, 2020, p. 8).

El turismo representa una fuente de ingresos significativa a nivel global, con el potencial de crear millones de empleos en diversos sectores, como transporte, alojamiento, gastronomía y entretenimiento. Sin embargo, estas oportunidades a menudo no son plenamente aprovechadas debido a la falta de promoción por parte de diversas entidades. Esta situación refleja la necesidad de un mayor compromiso y dedicación por parte de múltiples sectores para impulsar y desarrollar el turismo en diversas regiones.

En el contexto nacional, según (MINCETUR) en 2023, la recuperación en el sector turismo se está produciendo de manera lenta debido a los impactos severos de la pandemia. Se estima que tomará un tiempo considerable para que el turismo alcance los niveles registrados en los años anteriores a la crisis. En el primer mes



del año actual, tan solo 143,058 turistas internacionales llegaron al país, lo que representa el 38.60% de la cifra reportada en enero de 2020.

Por otro lado, de acuerdo con JL Consultores (2019), se observa que el 71% de los visitantes no regresan al destino turístico previamente visitado, principalmente debido a experiencias negativas que han tenido durante su estancia. Del 29% que decide volver, el 36% informa que experimentó problemas que compartió en sus redes sociales, mientras que el 64% no ha compartido sus malas experiencias. Esto resalta la importancia crucial de proporcionar un servicio de alta calidad para asegurar la satisfacción de cada visitante, tanto nacional como internacional.

La provincia de Lampa, ubicada en el departamento de Puno, presenta una diversidad de distritos que albergan una amplia gama de lugares turísticos, entre los cuales destacan el Templo Santiago Apóstol, el Puente Colonial y las Montañas de Paratía, entre otros. Sin embargo, existe una falta de promoción y difusión de otros destinos turísticos en la región que podrían atraer a un mayor número de visitantes. En este contexto, se plantea la imperativa necesidad de realizar un análisis exhaustivo con el propósito de identificar las influencias, tanto positivas como negativas, que experimentan los visitantes que exploran alguno de los destinos turísticos en la provincia de Lampa. Este análisis permitirá comprender mejor la dinámica turística en la zona y brindará información relevante para la formulación de estrategias de promoción y desarrollo turístico en la región.

Este estudio busca explorar de manera sistemática y científica el estado actual del turismo en la provincia de Lampa, centrándose en la excelencia de la rutina turística y el bienestar del visitante. A medida que la región de Puno ha sido históricamente un destino turístico importante en el sur del Perú, es crucial



entender cómo se están gestionando los recursos turísticos existentes y cómo se pueden aprovechar de manera más efectiva.

Además, dado que en su decisión de regresar y recomendar un destino, es fundamental determinar las áreas susceptibles de mejoras. Esta investigación abordará tanto las experiencias exitosas como los desafíos que enfrentan los turistas en la provincia de Lampa, con la intención de proporcionar recomendaciones concretas que aporten al progreso sostenible del turismo en la región.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

- ✓ ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023?

1.2.2. Problemas específicos

- ✓ ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y las expectativas del turista visitante a los atractivos turísticos de la provincia de lampa 2023?
- ✓ ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y el costo al turista visitante a los atractivos turísticos de la Provinia de Lampa 2023?



- ✓ ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la percepción al turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023?

1.3. Justificación del estudio

La justificación teórica de la tesis titulada “Calidad de servicio y satisfacción del turista visitante a los atractivos turísticos de la provincia de Lampa 2023” radica en la interdependencia, conceptos ampliamente estudiados en el ámbito del turismo. La calidad del servicio, definida a través del modelo SERVQUAL, se evalúa mediante, seguridad, las cuales impactan directamente en la experiencia del visitante. Según la teoría de disconfirmación de expectativas, la satisfacción se deriva de la comparación entre las expectativas previas y la experiencia real, lo que alta calidad para mejorar la percepción del turista. Este estudio busca aportar evidencia empírica sobre esta relación en el contexto específico de Lampa, donde una comprensión profunda de estos factores es esencial para desarrollar estrategias de gestión que promuevan el turismo sostenible y beneficien tanto a los visitantes como a la comunidad local, fomentando así el crecimiento económico y la preservación cultural en la región.

La justificación práctica de este estudio radica en la urgente necesidad de analizar y mejorar los servicios turísticos disponibles en la provincia de Lampa, con el objetivo de incrementar de manera significativa el flujo de turistas a nivel nacional e internacional. La optimización de la experiencia turística no solo favorecerá la llegada de visitantes, sino que también generará un impacto económico positivo en las áreas receptoras. Actualmente, muchos de estos destinos carecen de una planificación efectiva, lo que conlleva a



pérdidas financieras considerables. En este contexto, los resultados de esta investigación serán fundamentales para orientar estratégicamente la mejora en la calidad de la atención turística, garantizando así el bienestar de los visitantes y su elección de la provincia de Lampa como destino. Esta perspectiva práctica tiene el potencial de promover un desarrollo turístico sostenible en la región, beneficiando tanto a la economía local como a los propios turistas.

La justificación metodológica de esta investigación se basó en la necesidad de aplicar un enfoque riguroso y científico para analizar la calidad del servicio y la satisfacción del turista en la provincia de Lampa en 2023. Dado que el objetivo fue comprender en profundidad las variables subyacentes y las interrelaciones. La recolección de datos se llevó a cabo a través de encuestas, lo que permitió capturar una amplia gama de perspectivas y opiniones de los turistas. Además, se utilizaron análisis estadísticos avanzados para cuantificar las influencias y relaciones entre las variables de estudio. Este enfoque metodológico ofreció una base sólida para obtener resultados significativos y generalizables, que sirvieron como fundamento para el desarrollo de estrategias y recomendaciones orientadas a mejorar la oferta turística en la provincia de Lampa.



CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

- ✓ Determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.

2.2. Objetivos específicos

- ✓ Determinar la relación entre la calidad de servicio, y las expectativas del turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.
- ✓ Encontrar la relación entre la calidad de servicio, y el costo al turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.
- ✓ Determinar relación entre la percepción y la calidad de servicio, al turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la investigación

3.1.1. Antecedentes Internacionales

Suárez (2023) realizó el propósito central fue analizar la excelencia en el cuidado y la satisfacción del consumidor por la aplicación de técnicas que permitieran identificar las estrategias implementadas. En cuanto a la metodología, el estudio siguió una dirección descriptiva, combinando elementos cualitativos y cuantitativos, en cuando a la población tomó 14 clientes diarios promedio. En resultados indicó que la mayor parte de cuestionados quedaron satisfechos del servicio percibido por diferentes aspectos, concluyó que en dicho restaurant hay una buena atención hacia los clientes, la seguridad es óptima, los meseros prestan buena atención a cualquier requerimiento realizado.

Sampedro (2022) con la indagación tuvo como objetivo informar los percances que tienen los establecimientos de bebidas y alimentos por la afectación de la pandemia donde tuvieron que implementar un protocolo de seguridad, como metodología consideró de enfoque cualitativo, de naturaleza descriptiva y con un diseño no experimental, en cuando a la población tomó



3101 turistas del cantón del año 2019 del cual como muestra utilizó a 334 turistas, obtuvo como resultados que la excelencia de atención posee una conexión con la complacencia en donde obtuvo la correlación en 0.535 el cual es mayor del esperado por lo que rechazó esa hipótesis, en cuando a las operaciones llevadas a cabo en lo referente a la complacencia se obtuvo una correlación en 0.00 el cual es inferior al 0.05 por lo que aceptó la hipótesis planteada. Concluyó que obtuvo valores positivos significativos como también superiores del margen planteado, por lo que considera importante el análisis.

Álvarez et al. (2022) "Análisis de la excelencia y complacencia del Turista en conexión con la Imagen del Destino y su Impacto con el Propósito de Sugerir la Ciudad de Quito". El propósito primordial de esta tesis consistió en explorar la percepción de la imagen del destino, especialmente en lo referente al patrimonio cultural, y determinar si dicha percepción influye en la propensión del turista a recomendar o regresar a Quito. El enfoque metodológico adoptado fue de índole empírica, con un diseño cuantitativo que incluyó la realización de encuestas a turistas a nivel nacional y a los extranjeros que exploraban los puntos de interés cultural más destacados de la ciudad.

El estudio de un enfoque de modelos de ecuaciones estructurales facilitó el reconocimiento y la explicación de las conexiones entre las variables, validando así las hipótesis propuestas. Los hallazgos obtenidos revelan nuevos conocimientos acerca de la relevancia de la excelencia y complacencia derivadas de la exploración de la herencia cultural de Quito, así como el rango de impacto que ejerce la percepción del lugar en los turistas. Se determinó que el deseo de sugerir el destino a otras personas se ve afectada positivamente, aunque no incide de manera directa en la disposición de regresar o repetir la



visita a la Ciudad en adelante. Por consiguiente, se plantea la necesidad de notificar a la gestión pública y administradores de destinos con el fin de consolidar iniciativas orientadas a optimizar la impresión general del turista en el destino, con el propósito de rebasar sus anticipaciones y fortalecer así la ubicación de la Ciudad de Quito como un atractivo para el turismo.

Bolzán et al. (2020) hicieron un estudio titulado: "Colaboración en la Generación de excelencia en atención turística en poblaciones en línea: Estudio de las Conexiones en línea entre visitantes y hoteles en Natal, Brasil". Este estudio tiene como objetivo principal integrar procesos de innovación que permitan a los hoteles obtener ventajas competitivas mediante la mejora de las plataformas de información que emplean. En este contexto, la información producida por los usuarios dentro del contexto de la Web 2.0 sirve como base para impulsar interacciones y creación de valor. El estudio se centra en analizar la co-creación de valor en comunidades virtuales, examinando prácticas que influyen en la valoración de la calidad de servicios turísticos entre visitantes y hoteles. La metodología propuesta abraza un enfoque cualitativo, exploratorio y característico. Se realizó la observación de 773 unidades de análisis correspondientes a los 15 establecimientos hoteleros de 4 y 5 estrellas más calificados de Brasil. La técnica de examen de Información, enmarcada en un enfoque etnográfico, se empleó en conjunto mediante una investigación bibliográfica con el objetivo de respaldar la base teórica seleccionada. Los resultados del estudio respaldan la suposición de la presencia de un entorno de participación conjunta en la comunidad virtual analizada. Este entorno se caracteriza a través de un procedimiento. de relación que involucra interacciones en línea entre clientes y establecimientos hoteleros, generando



recomendaciones y orientaciones para mejorar la excelencia. Además, se observa una disposición por parte de los establecimientos hoteleros para validar estas ideas en el procedimiento de concepción y generación de valor.

Mamani y Borreda (2019), en su estudio: "Complacencia del cliente en Museos con Relación a la excelencia de atención en los Museos del municipio de la Vía Jaén", se debe al desconocimiento sobre el nivel de contenido del cliente en relación con la excelencia en la asistencia que existe en el ámbito urbano. Se ofrecen museos, ubicados en la calle Jaén de los Museos del municipio en la vía Jaén. El inicial capítulo aborda el problema, establece el propósito general de evaluar el nivel de satisfacción de los visitantes de los museos del municipio de la vía Jaén en términos de calidad del servicio, plantea las interrogantes de investigación, la lógica y la entidad de análisis, y la formulación y el análisis antes de la operación de las hipótesis. En el segundo apartado se elaboró una fundamentación teórica que considera las variables planteadas en la hipótesis, como por ejemplo la satisfacción de los visitantes y la calidad del servicio en los museos. El tercer capítulo aborda el marco metodológico y detalla la perspectiva del estudio (descriptivo) y el diseño transversal no experimental. Se detallan las herramientas utilizadas, como entrevistas, observaciones y encuestas, estas últimas desarrolladas utilizando el modelo SERVPERF para evaluar la satisfacción de los visitantes de museos nacionales y extranjeros. El cuarto capítulo presenta los resultados del análisis de entrevistas, observaciones e investigaciones de campo, así como un análisis de las indagaciones a las visitas de los cuatro museos. Estos resultados indicaron el grado de satisfacción de las visitas dentro del rango considerado satisfactorio y los datos se sistematizaron mediante gráficos y



tablas por indicador, tamaño, museo y tipo de visitante. El capítulo final presenta conclusiones y recomendaciones para implementar el propósito principal de evaluar la satisfacción de los visitantes en los museos. Se rechazan la investigación y las hipótesis alternativas 2 y 4, mientras que se aceptan las hipótesis alternativas 0, 1 y 3.

3.1.2. Antecedentes nacionales

Balcázar (2023), con una Propuesta de Mejora" como objetivo se planteó determinar las satisfacciones de los turistas que visitan el circuito mencionado, como parte de metodología indicó que es de tipo descriptivo, como población tomó a 117 turistas extranjeros, como resultados obtuvo que el 69% se encuentran satisfechos por las expectativas, 72% en lo que consiste en necesidades y 72% en cuanto a la calidad en hoteles, restaurantes y lugares de viaje. Concluyó que los resultados obtenidos permitieron dar una alternativa de mejora y de la misma manera promover la imagen turística.

Alarcón (2022), en su estudio llamado " Análisis de la Servicio de Calidad y Nivel de Satisfacción de Visitantes en Establecimientos Hoteleros en el Distrito de Máncora en el año 2021", se planteó como meta el descubrimiento de la conexión entre las variables de interés. Para alcanzar este propósito, adoptó un enfoque correlacional en el marco de una investigación aplicada de tipo no experimental. La muestra consistió en 200 viajeros, tanto de ámbito nacional como internacional, que exploraron el balneario de Máncora. Se obtuvo 0.948 para la variable de calidad de servicio y 0.929 para la variable de satisfacción, indicando una alta fiabilidad en la medición de ambas variables. Estos valores sugieren una alta consistencia interna en las mediciones. En sus conclusiones, Alarcón determinó que existe



una tendencia a la conexión de la efectividad del servicio ofrecido por los establecimientos hoteleros y el nivel de complacencia experimentado por los turistas en el destino de Máncora durante el año 2021.

Colquehuanca (2022) señaló que el objetivo principal de su estudio fue evaluar el grado de correlación del nivel de complacencia de los turistas y la eficacia de los servicios recibidos durante su estancia a la Montaña Vinicunca. Se optó por el diseño no experimental, enfoque cuantitativo siendo correlativo en el marco metodológico. El modelo se conformó con 375 turistas, tanto nacionales como internacionales, seleccionados mediante un método de muestreo no probabilístico. Los resultados indicaron que el 84.27% de los visitantes indicaron haber experimentado una calidad de atención satisfactoria, mientras que el 15.73% mencionó recibir un servicio de calidad regular. En términos de satisfacción, el 85.07% de los turistas expresaron estar satisfechos, y el 14.93% mencionó que su nivel de complacencia fue normal. Las conclusiones del estudio revelaron una relación importante y relación estadísticamente significativa entre la excelencia en la asistencia y el grado de complacencia del turista, respaldada por un coeficiente de Tau-b de Kendall de 0.600, con un p-valor de 0.000, el cual es inferior a 0.05.

Cáceres (2021), estableció como meta principal analizar cómo la prestación de la prestación turística afecta la complacencia de los visitantes en la localidad mencionada. Para llevar a cabo este propósito, seleccionó un enfoque cuantitativo, un estudio de naturaleza básica, de correlación y con un diseño no experimental. La determinación del modelo se realizó de manera aleatoria, con una confiabilidad del 95% y una tolerancia de error del 5%, resultando en un conjunto de 168 turistas que exploraron la ciudad. Los



hallazgos del estudio indicaron que el 87.5% de los participantes indicaron que el servicio turístico proporcionado fue adecuado, y el 80.4% expresaron satisfacción con los servicios recibidos. Las conclusiones de la investigación señalaron que se evidenció que la calidad del servicio tiene un impacto positivo en la complacencia del turista en la ciudad de Tacna, respaldado por un nivel estadísticamente significativo con $p < 0.05$.

Dentro del estudio de Arévalo (2019) sobre se exploró cómo la calidad de asistencia impacta la complacencia de turistas en dicha caseta. La técnica metodológica abarcó una orientación básica, de diseño no experimental y de tipo correlativo, abordando a una población de 50,000 visitantes durante la Semana Santa de 2018. La evaluación de actitudes se realizó mediante una escala de Likert y se validaron los resultados con SPSS. El análisis encontró una relación estadísticamente significativa (Rho de Spearman: 0.842, $p < 0.05$) entre la excelencia en el servicio y la satisfacción del visitante en el eje de información turística. En resumen, los hallazgos indican una conexión verdadera y significativa de la excelencia de la atención y la efectividad de los visitantes en ese contexto específico.

3.1.3. Antecedentes locales

Quispe (2022) se esforzó por averiguar la conexión del excelente servicio y su felicidad en ese negocio con su estudio. Con una tipología de línea de base, la metodología fue cuantitativa. Para recopilar información, se realizó un sondeo dirigida a cincuenta usuarias mediante el uso de una escala tipo Likert. Los resultados mostraron un coeficiente de correlación Rho de 0.814 con un grado de significación (valor $p = 0,000$) inferior a 0,05. Se cuenta



con evidencia concluyente de una conexión positiva entre el gusto del consumidor con el alojamiento y la calidad del servicio, al rechazar la hipótesis nula. Los resultados del análisis mostraron que existía una conexión moderadamente positiva en ambas dimensiones: la reactividad tenía un coeficiente rho de 0,596 y el nivel de empatía tenía un coeficiente rho de 0,664. Por último, en el Hospedaje San Carlos del barrio Antauta de Puno se hizo hincapié en lo crucial que es concentrarse en las cualidades de reactividad y empatía para ofrecer servicios de primera.

Laime, et al. (2021), en su estudio denominado "Examinando La Calidad del Servicio en los Hoteles según las Evaluaciones en TripAdvisor y Booking en Cusco y Puno de 2018 a 2020", explora la creciente influencia de los comentarios en línea en las decisiones de contratación de servicios hoteleros. El enfoque se enfoca en examinar el análisis de la eficacia de los negocios hoteleros, focalizado en Cusco y en Puno. El propósito principal es establecer si hay una conexión entre la complacencia y la atención en ambas plataformas de búsqueda, investigando la posible manipulación de las calificaciones. La hipótesis sugiere variaciones significativas en la cantidad de acotaciones y en la calificación promedio general lograda en TripAdvisor en comparación con Booking. Utilizando herramientas estadísticas como SPSS y Excel, la investigación analiza las valoraciones de usuarios en TripAdvisor y Booking, centrándose en indicadores como el personal, la limpieza, la ubicación y la relación de calidad y precio entre ambas búsquedas. Los resultados revelan variaciones en las calificaciones en el distrito de Puno, donde TripAdvisor muestra una satisfacción más alta con el servicio hotelero en comparación con Booking. Por otro lado, en el distrito de Cusco, se



observa una similitud en las valoraciones, indicando mayor coherencia debido a una mayor afluencia de turistas. La conclusión destaca la existencia de la alteración en la calificación de los hitos en la plataforma.

Gaston (2020), en su estudio "Análisis de Atención y Contenido de Turistas Extranjeros, se propuso evaluar la aptitud de la prestación de provisiones y refrescos en relación al nivel de contenido del visitante extranjero. El método analítico descriptivo. Siendo su población de estudio abarcó a 8,500 turistas que utilizaron el hotel entre junio y septiembre de 2019, seleccionando una muestra representativa de 117 turistas. Para cada dimensión de la calidad de la prestación, los resultados fueron los siguientes: un 97.8% en tangibles, un 99% en fiabilidad, un 97.63% en capacidad de respuesta, un 97% en seguridad y un 96.4% en empatía. En resumen, las expectativas de los turistas respecto al servicio fueron mayormente positivas en todas las dimensiones evaluadas. La mayoría expresó su acuerdo con la calidad del servicio, respaldando así una percepción positiva en estas cinco dimensiones específicas.

Ortega (2019) llevó a cabo el objetivo principal fue identificar los factores que motivan y generan satisfacción en los turistas nacionales que visitan los templos mencionados. El enfoque metodológico adoptado fue cuantitativo de diseño no experimental. Además, se incluyó a 94 participantes, de los cuales 58 fueron considerados para el Museo San Juan y 36 para el templo Nuestra Señora de la Asunción. Los resultados revelaron que el elemento cultural se destacó como el factor primordial de motivación para los turistas nacionales que eligen explorar los templos-museo en la ciudad de Juli. Además, se destaca una valoración elevada de los elementos de empatía y de seguridad. En síntesis, la investigación destaca que la motivación del turista en el paseo a el museo



de Juli se centra en aspectos culturales, mientras que la satisfacción del visitante se evidencia principalmente en la empatía y la seguridad. Estos resultados brindan insights valiosos sobre los factores que afectan la elección y experiencia de los turistas nacionales en este entorno particular.

Mendoza et al. (2019) realizaron un análisis sobre la complacencia global de los consumidores, evaluando el impacto en la prestación de atención, empleó un enfoque descriptivo y correlacional utilizando un diseño transversal no experimental. Su muestra, compuesta por 118 consumidores seleccionados al azar de la empresa, participó en un proceso de encuesta utilizando un cuestionario de 28 ítems alineados con la clasificación de variables y por la escala del Likert de cinco elecciones de respuesta. Los datos recopilados fueron procesados y analizados mediante el software SPSS, presentando los resultados de manera visual a través de positiva ($R= 0,572$), entre la excelencia en el servicio y el gusto del consumidor. En resumen, los atributos tangibles, confiabilidad y eficiencia en la respuesta de los empleados comprador, sugiriendo que la ejecución de prácticas de excelencia en el servicio impacta favorablemente la experiencia global en eventos Dibu E.I.R.L.

3.2. Bases teóricas

3.2.1. Calidad

Concepto.



Según Chiavenato (2009), la calidad de vida en el trabajo se configura como una construcción de naturaleza compleja que abarca nueve factores distintos. Estos incluyen la satisfacción derivada de la idoneidad del trabajo, las perspectivas de desarrollo dentro de la organización y el reconocimiento obtenido por los logros alcanzados.

Deming (1988) definió la calidad como el grado previsible de uniformidad y confiabilidad alcanzado a un costo reducido, adaptado a las exigencias del mercado. Para Deming, la eficacia implica un constante cuestionamiento dirigido hacia la mejora continua.

Desde un enfoque normativo, la calidad se explica como el nivel en que un grupo de caracteres internos satisface las exigencias establecidas. Según Valls (2007), la consecución de la calidad implica la cumplimentación de una serie de requisitos, los cuales son específicamente demandados por el cliente.

3.2.2. Servicio

Concepto.

La teoría sostiene que el servicio representa la respuesta de la tenacidad o perseverancia del individuo. Según la definición de Kotler, et al., (2004), un servicio se caracteriza como una obra, una ejecución o una acción esencialmente intangible que no necesariamente conduce a la posesión de algo tangible.

En concordancia con la perspectiva de Sandhusen (2002), Las prestaciones se conceptualizan como acciones, ventajas o contentamientos que están disponibles para ser arrendados o



adquiridos, y que poseen la característica fundamental de ser esencialmente intangibles, no generando la adquisición de un bien material como resultado.

De acuerdo con la conceptualización de Serna (2006), el servicio al cliente se constituye como el acumulado de tácticas avanzadas por una empresa con el propósito de satisfacer, de manera superior a los rivales, las exigencias y las anticipaciones de los clientes externos.

3.2.3. Calidad de servicio.

Concepto

Según la perspectiva de Morocho y Santos (2018), la descripción de la excelencia en el servicio es la fusión de componentes que conforman un producto o servicio, que son obtenidos a través de un proceso beneficioso diseñado con el propósito de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

De acuerdo con la formulación de Castañeda (2013), La excelencia en el servicio implica la aptitud para cumplir y superar las anticipaciones de los clientes, subrayando su relevancia esencial en el triunfo de una empresa, la retención de la clientela, la lealtad y la sugerencia a terceros.

Desde una perspectiva turística, la excelencia en el servicio se evidencia mediante la provisión de atracciones a los visitantes, lo cual implica ofrecer una atención mejorada en aspectos como la generación de fiabilidad y prontitud de respuesta ante eventualidades, la empatía y



la creación de un entorno seguro, entre otros elementos. Este enfoque tiene como objetivo principal generar satisfacción en los turistas.

Estos aspectos pueden ser evaluados a través de diversas dimensiones que conforman la excelencia en el servicio, tales como:

✓ **Fiabilidad**

La percepción de los interesados se fundamenta en el servicio que reciben, evaluándolo en función del cumplimiento de lo acordado previamente, la fiabilidad y la generación de confianza (Miranda, et al., 2021, p. 1436).

Este aspecto adquiere una importancia destacada para establecer una sólida reputación como destino turístico, permitiendo ofrecer una atención de alta calidad a los visitantes. Asimismo, contribuye a generar un ambiente en el que los turistas se sientan seguros y confiados en la excelencia de los servicios proporcionados. Entre los aspectos cruciales a tener en cuenta se encuentran:

- Compromiso
- Orientación
- Honestidad y confianza
- Soluciones a problemas

✓ **Capacidad de respuesta**

Estos aspectos incluyen la actitud y disposición del personal que forma parte del equipo, permitiendo que puedan colaborar de manera

efectiva para asistir a los clientes y proporcionar un servicio eficiente y ágil (Arias, 2013, p. 16).

- Comunicación e información
- Servicios

✓ **Empatía**

Estos tienen una relación de manera individual, debido a que el cliente o visitante percibe una atención personal, de la misma manera tiende a pensar que cualquier interrogación podrá ser absuelta (Miranda y otros 2021, p. 1436).

- Comprensión
- Interés por atender
- Cortés

✓ **Seguridad**

Hernández, et al., (2017) señalan que los clientes tienden a asignar una importancia mayor a aspectos como la confianza y la seguridad en servicios donde perciben un mayor riesgo o en situaciones en las que experimentan inseguridad respecto a su habilidad para valorar los resultados.

Según Torres & Luna (2017) se encarga de medir los conocimientos y la cortesía de quienes atienden a los participantes de la misma manera su capacidad para iluminar cordialidad y seguridad

- Viajero confiado
- Asistencia al visitante
- Prontitud de respuesta
- Señalizaciones contra accidentes

- Limpieza, orden

✓ **Elementos tangibles**

Según Morocho & Santos (2018) en estos se establece que tipo de calidad se transmite al cliente u otro individuo, de la misma manera se ve la forma en como esté diseñada el lugar de atención, la percepción que el cliente tenga de la presentación, infraestructura, producto y otros aspectos visibles.

- Material informativo
- Imagen del personal
- Instalaciones atractivas

3.2.4. Satisfacción

Es crucial garantizar una presencia en clientes y en el mercado destinatario, y esta razón, es imperativo mantener satisfechos a todos los participantes, trascendiendo así las fronteras para llegar a una audiencia más amplia (Thompson, 2006, p. 1).

En consonancia con la perspectiva de Kotler (2016), la satisfacción se define como el estado emocional experimentado por una persona, el cual surge del contraste entre el desempeño percibido de un producto o servicio y las anticipaciones previas del cliente. La satisfacción, por lo tanto, representa el nivel de bienestar mental que una persona experimenta al evaluar la correspondencia entre lo que ha recibido y lo que esperaba (p. 123).

En el contexto de la provincia de Lampa, se busca determinar la complacencia de los turistas visitantes, dado que este nivel de

satisfacción puede influir en su capacidad para recomendar los atractivos lugares a otros en su círculo social. Una experiencia positiva puede llevar a recomendaciones, podría desalentar futuras visitas y recomendaciones negativas. En este sentido, se consideran diversas dimensiones para evaluar la satisfacción.

✓ **Expectativas**

Las expectativas del cliente son impredecibles, lo que impone la necesidad de adaptarse a las necesidades que plantean. Esto se debe a que los consumidores generan expectativas considerables, lo que requiere un esfuerzo por parte de las empresas para cumplir con estas expectativas y lograr la satisfacción del cliente (Miranda y otros, 2021, p. 1437).

✓ **Costos**

Estos reflejan directamente en la satisfacción, debido a que haya tenido buenas experiencias y satisface los costos invertidos, como también puede ocurrir a lo inverso, en tanto se tiene que trabajar de la mejor manera para generar buenas expectativas del visitante.

✓ **Percepción**

La apreciación del cliente está estrechamente ligada a la vivencia, ya que se forma al utilizar un servicio o conocer un determinado producto (Miranda y otros, 2021, p. 1437).



3.3. Marco conceptual

a. Calidad

Se caracteriza como el grado de excelencia, superioridad o cumplimiento de estándares y especificaciones en un producto, servicio o proceso. Implica la satisfacción de las exigencias y anticipos del cliente, así como la ausencia de defectos o deficiencias.

b. Consumo

El consumo se refiere al acto de utilizar o gastar un producto o servicio para cumplir con una carencia o deseo. Implica la adquisición y utilización de recursos en un proceso de satisfacción de necesidades.

c. Demanda

La demanda está relacionada con la cantidad de un artículo o administración que los compradores están dispuestos a adquirir en un periodo determinado y a un precio determinado. Es la expresión de la necesidad y deseo de los consumidores en el mercado.

d. Eficacia

La efectividad se caracteriza como la habilidad para lograr los resultados esperados o cumplir con los objetivos de manera efectiva. Implica hacer las cosas correctas para alcanzar un propósito determinado.

e. Eficiencia

La eficacia está relacionada con la capacidad de lograr los resultados deseados con una utilización ideal de los activos, minimizando los



desperdicios o la ineficiencia. Implica hacer las cosas de la manera más económica y productiva posible.

f. **Servicio**

Son esencialmente intangibles y no resultan necesariamente en la posesión de algo concreto. Pueden incluir aspectos como la atención al cliente, la asesoría, o cualquier acción que proporcione beneficios o satisfacción, pero que no implique la adquisición de un bien físico. La característica intangible de los servicios hace que su evaluación y percepción estén vinculadas a la experiencia y a la calidad del encuentro entre el proveedor y el comprador.



CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS Y VARIABLES

4.1. Hipótesis general

- ✓ Existe relación directa entre la calidad de servicio y satisfacción del turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.

4.2. Hipótesis específicas

- a) Existe la relación directa entre la calidad de servicio y las expectativas para el turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.
- b) Existe la relación directa entre la calidad de servicio y el costo al turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.
- c) Existe la relación directa entre la calidad de servicio y la percepción para el turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023



4.3. Variables

Variable 1

Calidad de servicio

Dimensiones:

- ✓ Fiabilidad
- ✓ Capacidad de respuesta
- ✓ Empatía
- ✓ Seguridad
- ✓ Elementos tangibles

Variable 2

Satisfacción del turista

Dimensiones:

- ✓ Expectativas
- ✓ Costo
- ✓ Percepción

4.4. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de la Variables

| Variable de estudio | Dimensiones | Indicadores | Escala de Calificación | Índice |
|---------------------|-------------|-------------|------------------------|--------|
|---------------------|-------------|-------------|------------------------|--------|



| | | | | |
|--|-----------------------------|---|-------------------------|---|
| Variable 1 Calidad de servicio | 1.1. Fiabilidad | 1.1.1. Compromiso | | |
| | | 1.1.2. Orientación | | |
| | | 1.1.3. Honestidad y confianza | | |
| | | 1.1.4. Soluciones a problemas | | |
| | 1.2. Capacidad de respuesta | 1.2.1. Comunicación e información | | |
| | | 1.2.2. Servicios | | |
| | 1.3. Empatía | 1.3.1. Comprensión | | |
| | | 1.3.2. Interés por atender | | |
| | | 1.3.3. Cortés | | 1 |
| | 1.4. Seguridad | 1.4.1. Turista seguro | Nunca | 2 |
| | | 1.4.2. Ayuda al turista | Casi nunca | 3 |
| | | 1.4.3. Capacidad de respuesta | Ocasionalmente | 4 |
| | | 1.4.4. Señalizaciones contra accidentes | Casi siempre | 5 |
| | | 1.4.5. Limpieza, orden | Siempre | |
| | 1.5. Elementos tangibles | 1.5.1. Material informativo | | |
| 1.5.2. Imagen del personal | | | | |
| 1.5.3. Instalaciones atractivas | | | | |
| Variable 2. Satisfacción del Turista | 2.1. Expectativas | 2.1.1. Emociones | En total | 1 |
| | | 2.1.2. Experiencias | desacuerdo | 2 |
| | | 2.1.3. Visita | Desacuerdo | 3 |
| | 2.2. Costo | 2.2.1. Precio de ingreso | Regularmente de acuerdo | |
| | | 2.3.1. Nivel de satisfacción | De acuerdo | 4 |
| | 2.3. Percepción | | | 5 |



2.3.2. Recomendación Totalmente de acuerdo

Nota: Creación original, según la variables, dimensiones e indicadores



CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Enfoque de investigación

Para la obtención de datos sobre la excelencia de servicio y la complacencia del turista que explora los sitios turísticos de la Provincia de Lampa, se aplicó un enfoque de investigación cuantitativa. Este enfoque involucra la recopilación y examen de información cuantitativa para evaluar y comprender las percepciones y experiencias de los turistas en conexión con la excelencia de atención y su rango de complacencia. Este método proporciona una base objetiva para examinar variables específicas y cuantificar resultados, permitiendo un análisis más preciso de las preferencias y opiniones de los turistas en la región de aplicación.

5.2. Método de la investigación

El estudio se distinguió por la adopción de procedimientos científicos en un marco no experimental. Se implementó especialmente el método deductivo para realizar el avance de la investigación. Este enfoque deductivo implica razonar desde lo general hasta lo particular, partiendo de principios o teorías



más amplias para llegar a conclusiones específicas acerca de la excelencia en el servicio y la satisfacción del turista en los lugares de interés turístico de la Provincia de Lampa.

5.3. Tipo de Investigación

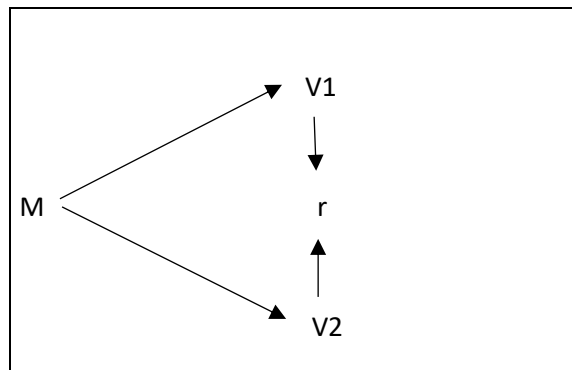
El carácter de la exposición fue de tipo aplicada, en vista que se centra aplicación en el campo a través del cuestionario debidamente diseñado, para traducir de manera concreta las variables relevantes. Este enfoque permitió abordar directamente la aplicación práctica de los principios y teorías vinculados a la calidad en la atención y el grado de satisfacción del visitante en los destinos turísticos de la Provincia de Lampa.

5.4. Nivel de investigación

- ✓ El grado de indagación de este estudio se clasifica en la categoría de investigación correlacional. Este enfoque metodológico permitió analizar las potenciales conexiones y correlaciones de las variables coherentes a la efectividad y la excelencia de atención y la complacencia del turista en los sitios turísticos de Lampa.

5.5. Diseño de investigación

- ✓ Según el diseño, esta indagación se categoriza como no experimental y de enfoque transversal.



- M : Muestra
V1 : Excelencia de atención
V2 : Complacencia del turista
R : Relación o conexión

5.6. Población y muestra

5.6.1. Población

Consta de un total de 1,996 turistas, tanto nacionales como internacionales, que visitaron la Provincia de Lampa. Estos datos se obtuvieron a partir de registros de entradas vendidas a los turistas a lo largo del período de investigación, realizado en la Provincia de Lampa, ubicada en Puno.

5.6.2. Muestra

Consiste en 92 turistas visitantes a la provincia de Lampa, y su clasificación se ha perpetrado de la siguiente manera:

Muestra Probabilística

Según Hadi y sus colaboradores (2023), el muestreo es un método utilizado para elegir elementos de personas de la población, permitiendo obtener información precisa y confiable, sin importar si la población es extensa o de difícil acceso (p. 73).

Siguiendo este enfoque, en este estudio, se realizará una muestra seleccionada mediante métodos de deducción estadística, con el objetivo de establecer una proporción adecuada que refleje una representación precisa del turista que exploran la Provincia de Lampa.

Donde:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

| | | | |
|----------------|---|--|------|
| N | = | Tamaño de la población | 1996 |
| α | = | Error alfa | 0.05 |
| 1- α | = | Nivel de certeza | 0.95 |
| Z_{α}^2 | = | Estimación al 95% de certeza equivalente a 1,96 o Z(1- α). | 1.96 |
| p | = | Frecuencia de la enfermedad | 0.4 |
| q | = | Suplemento de p | 0.6 |
| d | = | Precisión 7%. | 0.07 |
| n | = | Tamaño de la prueba | 50 |

$$n = \frac{1996 * 1.96 * 0.4 * 0.6}{0.07^2 * (1996 - 1) + 1.96 * 0.4 * 0.6}$$



$$n = \frac{1996 * 1.96 * 0.24}{0.07^2 * (1996 - 1) + 1.96 * 0.24}$$

$$n = \frac{938.9184}{10.2459}$$

$$n = 91.6385$$

$$n = 92$$

Criterio de inclusión:

1. Turistas nacionales e internacionales visitantes con buen estado de salud que registren su visita a la Provincia de Lampa en el periodo evaluado.
2. Turistas nacionales e internacionales en ambos géneros.
3. Turistas que no tengan ningún tipo de limitación para que exprese su facilidad al momento de la entrevista.

Criterio de exclusión:

1. Turistas nacionales e internacionales visitantes que tengan dificultades u otros percances que registren su visita a la Provincia de Lampa en el periodo evaluado.
2. Turistas que presenten síntomas de malestar durante el periodo evaluado
3. Turistas internacionales que no tengan facilidad de expresión o que no tengan conocimiento sobre el idioma inglés o español.



5.7. Técnicas e instrumentos

5.7.1. Técnica. Se utilizó la encuesta.

La Encuesta. - " Método que implica seleccionar un grupo representativo de individuos o participantes con el objetivo de obtener datos acerca de ellos o en conexión a un tema particular. " (Arias, 2006, p. 72).

5.7.2. Instrumento. Se utilizó un cuestionario estructurado

El Cuestionario. - Conforme a la conceptualización de Arias (2006), es entendido como una serie de interrogantes estructuradas de forma lógica y psicológicamente cohesiva, manifestadas en un idioma de fácil comprensión. Por lo tanto, este instrumento posibilita la recolección de información desde fuentes primarias, donde la ciencia de los datos desempeña un rol crucial en el procedimiento (p. 73).

5.8. Confiabilidad y validez del instrumento

Reafirmamos sugerencias proporcionadas de especialistas en el ámbito, que compartieron opiniones sobre la elaboración y contenido sobre el cuestionario.

5.8.1. Confiabilidad

Análisis de fiabilidad

Rho de Spearman

La valoración de la asociación de categorías constituye un método estadístico no paramétrico empleado para analizar la conexión entre las variables fundamentada en la disposición jerárquica de sus respectivos



valores. Esta técnica se utiliza fundamentalmente en el examen de información, siendo el propósito principal, determinar la coherencia e idoneidad de la evaluación del instrumento en relación con el objeto que se está analizando

5.8.2. Validez

El dispositivo fue validado mediante la revisión de investigadores:

- Dr. Roberto Payé Colquehuanca
- Eduardino Roque Roque
- Apolinar Florez Lucana

5.9. Procedimiento de tratamiento de datos

Las evaluaciones por datos estadísticos, representan un método científico que comprende la recopilación, estructuración, exposición y valoración de información investigación, tratamiento y examen. Este método permite obtener resultados fundamentales y la adopción de decisiones fundamentadas. En el marco de esta investigación, la información fue procesado utilizando SPSS V25.0.

5.10. Contratación de hipótesis

PRUEBA DE LA HIPOTESIS GENERAL

Formulación de las hipótesis estadísticas:

1. Hipótesis

Hipótesis Nula (Ho): No hay directa conexión de la excelencia de servicio y satisfacción del turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.

Hipótesis Alternativa (Ha): Hay conexión directa de la excelencia de atención y complacencia del turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.

2. Grado de confianza:

$\alpha = 0.05$, junto con una distribución t de Student con n-2 grados de libertad.

3. Criterios de elección. – Considerando que p-valor es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alternativa (Ha).

4. Valor de contrastación

Como los datos no son paramétricos y se puede acceder a una tabla de aspectos de cinco por cinco, se utilizó el modelo factual Tau-b de Kendall.

Tabla 2

Cálculo de P - estadístico de prueba general

| | | Error | | T | Significación |
|---------------------|------------------|-------|----------------------------------|-------|---------------|
| | | Valor | estándar asintótico ^a | | |
| Ordinal por ordinal | Tau-b de Kendall | ,514 | ,062 | 8,203 | ,000 |
| N de casos válidos | | 92 | | | |

a. No es aceptada la hipótesis nula.

b. Aplicación del error estándar aproximado, considerando la suposición de la hipótesis nula.

Nota: Creación original



- 5. Decisión:** Según se aprecia, el factor del índice Tau-b de Kendall ($\tau_b = 0.514$; $p\text{-valor} = 0.000 < 0.05$), que deduce la conexión evidente y relevante de la excelencia de los servicios y la complacencia del turista que explora los atractivos turísticos de Lampa 2023.

PRUEBA DE LA HIPOTESIS ESPECIFICA UNO

Formulación de hipótesis estadísticas:

1. Hipótesis

Hipótesis Nula (Ho): No hay conexión directa con la excelencia de atención y las expectativas para el turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.

Hipótesis Alternativa (Ha): Hay conexión directa con la excelencia de atención y las expectativas para el turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.

2. Grado de confianza:

$\alpha = 0.05$ y una τ_b con n-2 grados de libertad

- 3. Criterios de elección.** – Considerando que ($p\text{-valor} = 0,000 < 0,05$), se descarta la Ho y se valida la Ha.

4. Valor de contrastación

Como los datos no son paramétricos y se puede acceder a una tabla de aspectos de cinco por cinco, se utilizó el modelo factual Tau-b de Kendall.

Tabla 3*Cálculo de P - estadístico de prueba específica uno*

| | | Valor | Error estándar asintótico ^a | T aproximada ^b | Significación aproximada |
|---------------------|------------------|-------|--|---------------------------|--------------------------|
| Ordinal por ordinal | Tau-b de Kendall | ,429 | ,066 | 6,452 | ,000 |
| N de casos válidos | | 92 | | | |

a. No se acepta la especulación inválida.

b. Utilización del error estándar asintótico que conjetura la especulación inválida.

Nota: Creación original.

- 5. Decisión:** Según se aprecia, el factor del índice Tau-b de Kendall ($\tau_b = 0.429$; $p - valor = 0.000 < 0.05$) lo cual implica que la calidad de servicios guarda una conexión directa y significativa con las expectativas para el turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.

PRUEBA DE LA HIPOTESIS ESPECIFICA DOS

Formulación de hipótesis estadísticas:

1. Hipótesis

Hipótesis Nula (Ho): No hay conexión directa con la excelencia de atención y el costo al turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.

Hipótesis Alterna (Ha): Hay conexión directa con la excelencia de atención y el costo al turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.

2. Grado de confianza:

$\alpha = 0.05$ y una τ_b con n-2 grados de libertad

3. Criterios de elección. – Considerando que ($p_{\text{valor}} = 0,000 < 0,05$), se descarta la H_0 y se valida la H_a .

4. Valor de contrastación

Como los datos no son paramétricos y se puede acceder a una tabla de aspectos de cinco por cinco, se utilizó el modelo factual Tau-b de Kendall.

Tabla 4

Cálculo de P - estadístico de prueba específica dos

| | | Error | | | |
|---------------------|------------------|-------|----------------------------------|---------------------------|--------------------------|
| | | Valor | estándar asintótico ^a | T aproximada ^b | Significación aproximada |
| Ordinal por ordinal | Tau-b de Kendall | ,452 | ,057 | 7,561 | ,000 |
| N de casos válidos | | 92 | | | |

a. No se acepta la especulación inválida.

b. Utilización del error estándar asintótico que conjetura la especulación inválida.

Nota: Creación original.

5. Decisión: Según se aprecia el factor del coeficiente de *Tau – b de Kendall* ($\tau_b = 0.452$; $p - \text{valor} = 0.000 < 0.05$) lo cual implica que la calidad de servicios guarda una conexión directa y significativa con el costo al turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.

PRUEBA DE LA HIPOTESIS ESPECIFICA TRES

Formulación de hipótesis estadísticas:

1. Hipótesis

Hipótesis Nula (Ho): No hay conexión directa con la calidad de atención y la percepción al turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.

Hipótesis Alternativa (Ha): Hay una conexión directa con la excelencia de atención y la percepción al turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.

2. Grado de confianza:

$\alpha = 0.05$ y una τ_b con n-2 grados de libertad

3. **Criterios de elección.** – considerando que ($p_{\text{valor}} = 0,000 < 0,05$), se descarta la Ho y se valida la Ha.

4. Valor de contrastación

Como los datos no son paramétricos y se puede acceder a una tabla de aspectos de cinco por cinco, se utilizó el modelo factual Tau-b de Kendall.

Tabla 5

Cálculo de P - estadístico de prueba específica tres

| | | Error | | T | Significación |
|--------------------|----------|-------|----------------------------------|-------|---------------|
| | | Valor | estándar asintótico ^a | | |
| Ordinal por | Tau-b de | ,450 | ,068 | 6,455 | ,000 |
| ordinal | Kendall | | | | |
| N de casos válidos | | 92 | | | |

a. No se acepta la especulación inválida.

b. Utilización del error estándar asintótico que conjetura la especulación inválida.

Nota: Creación original.



- 5. Decisión:** Según se aprecia, el factor del coeficiente de *Tau – b de Kendall* ($\tau_b = 0.450$; *p – valor* = 0.000 < 0.05) lo cual implica que la calidad de servicios guarda una conexión directa y significativa con la percepción al turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.



CAPÍTULO VI

RESULTADO Y DISCUSIÓN

6.1. Presentación de resultados

Prueba de normalidad

Tabla 6

Pruebas de normalidad

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|---------------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| Calidad de servicio | ,123 | 92 | ,002 | ,955 | 92 | ,003 |
| Satisfacción | ,104 | 92 | ,016 | ,970 | 92 | ,033 |

a. La interpretación de datos de Lilliefors

Nota: Creación original.

Planteo de la hipótesis:

H0: La información recogida en este examen, la información se adhiere a un ordinario convence.

H1: Los datos recogidos en esta proposición la información no sigue un convence típico.

Regla de contraste:



Si el Valor $p > 0.05$, se valida la H_0 . Si Valor $p < 0.05$, se descarta H_0 .

interpretación

Con los datos más amplios a 50, se considera la medida de Kolmogorov - Smirnov, con descubrimientos de P-estima 0,002 y 0,016 lo que demostraría que están por debajo del alfa de 0,05 (5%) con lo que al final se da que las informaciones muestran una difusión no ordinaria, se utilizará la variable coeficiente de Spearman.

Resultados para el objetivo general.

Tabla 7

Conexión entre la naturaleza de la administración y la satisfacción de los turistas que visitan los destinos turísticos de la región de Lampa..

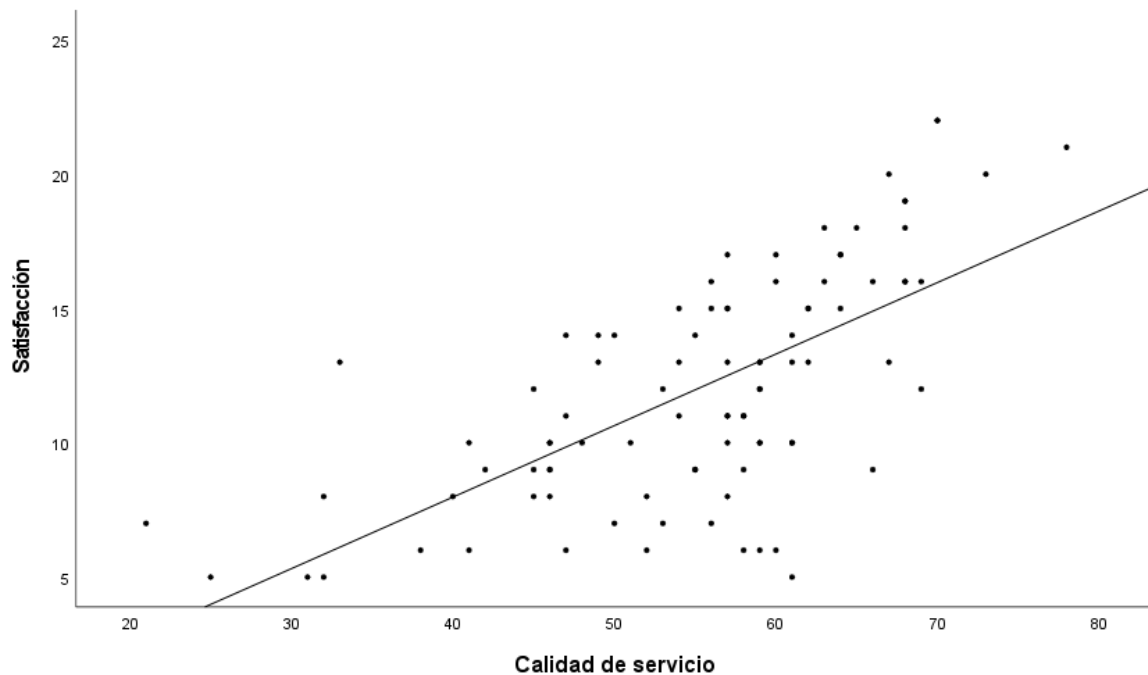
| | | | Calidad de servicio | Satisfacción |
|-----------------|---------------------|----------------------------|---------------------|--------------|
| Rho de Spearman | Calidad de servicio | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,662** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 92 | 92 |
| | Satisfacción | Coeficiente de correlación | ,662** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 92 | 92 |

** . La conexión es crítica en el nivel 0,01 (respectivo).

Nota: Creación original.

Figura 1

Conexión entre la naturaleza de la administración y la satisfacción de los viajeros que visitan los lugares de vacaciones de la región de Lampa.



Nota: Creación original

Interpretación

La revisión muestra según el factor de relación Rho de Spearman = 0,662 (66,2%) demostrando un nivel decentemente seguro de enorme conexión positiva. Esto significa realmente que a medida que avanzamos la excelencia de atención, mejor es la complacencia de los turistas que visitan los atractivos turísticos de Lampa 2023. En otras palabras, a medida que la calidad de atención ofrecida mejora, mejor será el rango de satisfacción experimentado por los turistas, indicando una relación directamente proporcional entre estos dos aspectos en el contexto del estudio.

Resultados para el objetivo específico uno.

Tabla 8

Conexión entre la naturaleza de la administración y los supuestos para los veraneantes que visitan los destinos vacacionales en la zona de Lampa.

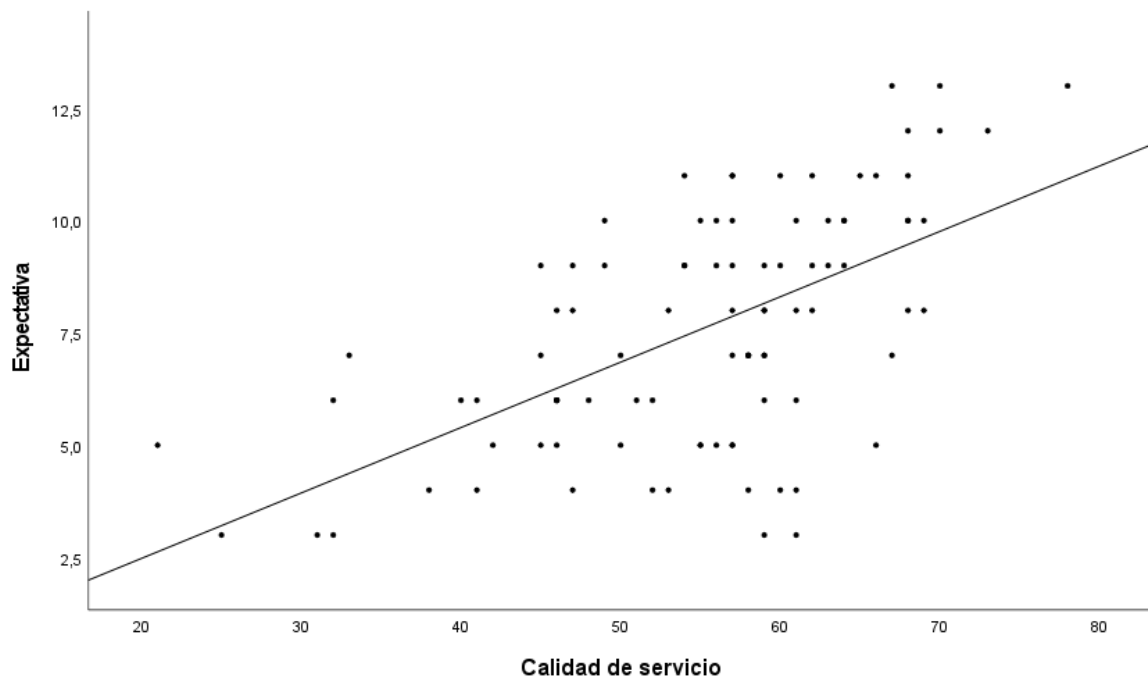
| | | | Calidad de servicio | Expectativa |
|-----------------|---------------------|----------------------------|---------------------|-------------|
| Rho de Spearman | Calidad de servicio | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,563** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 92 | 92 |
| | Expectativa | Coeficiente de correlación | ,563** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 92 | 92 |

** . La conexión es crítica en el nivel 0,01 (respectivo).

Nota: Creación original.

Figura 2

Conexión entre la naturaleza de la administración y los supuestos para los veraneantes que visitan los destinos vacacionales en la zona de Lampa.



Nota: Creación original

interpretación

El coeficiente de correlación Rho de Spearman 0.563 (56.3%) revela un grado moderado de correlación positiva significativa en el estudio. Este hallazgo indica que hay una conexión estadísticamente significativa de la excelencia de atención y la expectativa del turista que visitaron los atractivos turísticos de Lampa 2023. excelencia de atención mejora, las anticipaciones de los turistas también aumentan. Esta relación puede ser fundamental para la gestión del turismo en la zona, ya que destaca la relevancia de mantener altos estándares de excelencia de visitantes y, potencialmente, superarlas.

Resultados para el objetivo específico dos.

Tabla 9

Conexión entre la naturaleza de la administración y los supuestos para los veraneantes que visitan los destinos vacacionales en la zona de Lampa.

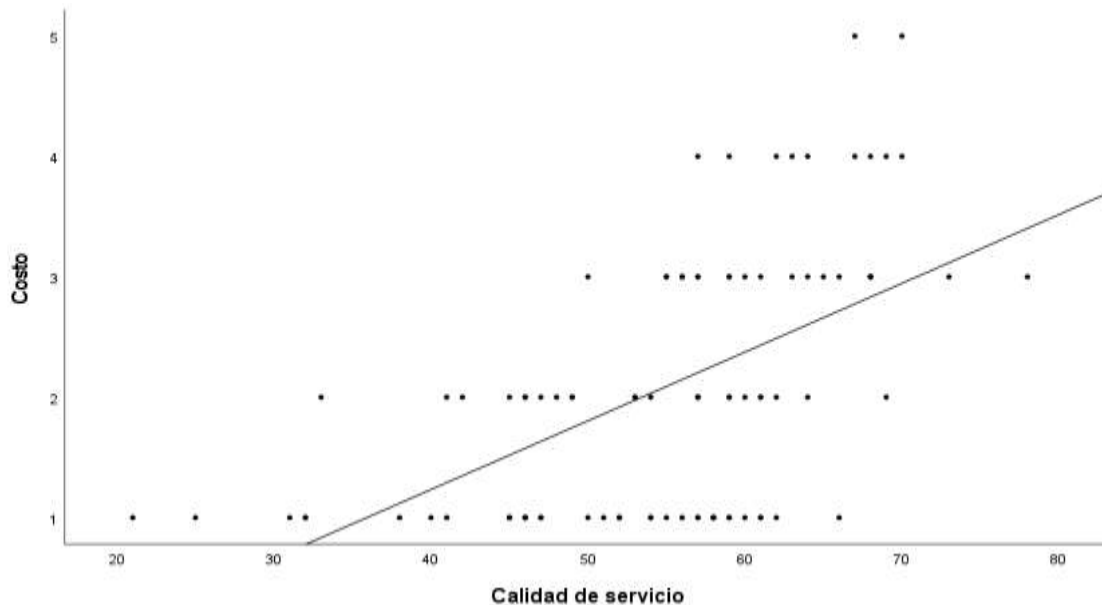
| | | | Calidad de servicio | Costo |
|-----------------|---------------------|----------------------------|---------------------|--------|
| Rho de Spearman | Calidad de servicio | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,576** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 92 | 92 |
| | Costo | Coeficiente de correlación | ,576** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 92 | 92 |

** . La conexión es crítica en el nivel 0,01 (respectivo).

Nota: Creación original.

Figura 3

Conexión entre la naturaleza de la administración y los supuestos para los veraneantes que visitan los destinos vacacionales en la zona de Lampa.



Nota: Creación original

Interpretación

El factor de correlación de Rho de Spearman 0.576 (57.6%) evidencia un grado moderado de correlación positiva y significativa en el estudio. Este resultado sugiere que hay una conexión estadísticamente considerable de la excelencia de atención y el costo, tal como es percibido por el turista que visitó los atractivos turísticos de Lampa 2023. En otras palabras, a medida que la excelencia de atención se incrementa, el costo percibido del turista tiende a mejorar, lo que puede ser interpretado como una inversión más satisfactoria para los visitantes. Este hallazgo puede ser valioso para la gestión turística, ya que destaca la relevancia de mantener altos niveles de excelencia de atención, lo que podría justificar costos más altos y, en última instancia, contribuir a una experiencia turística más positiva.

Resultados para el objetivo específico tres.

Tabla 10

Conexión entre la naturaleza de la administración y los supuestos para los veraneantes que visitan los destinos vacacionales en la zona de Lampa.

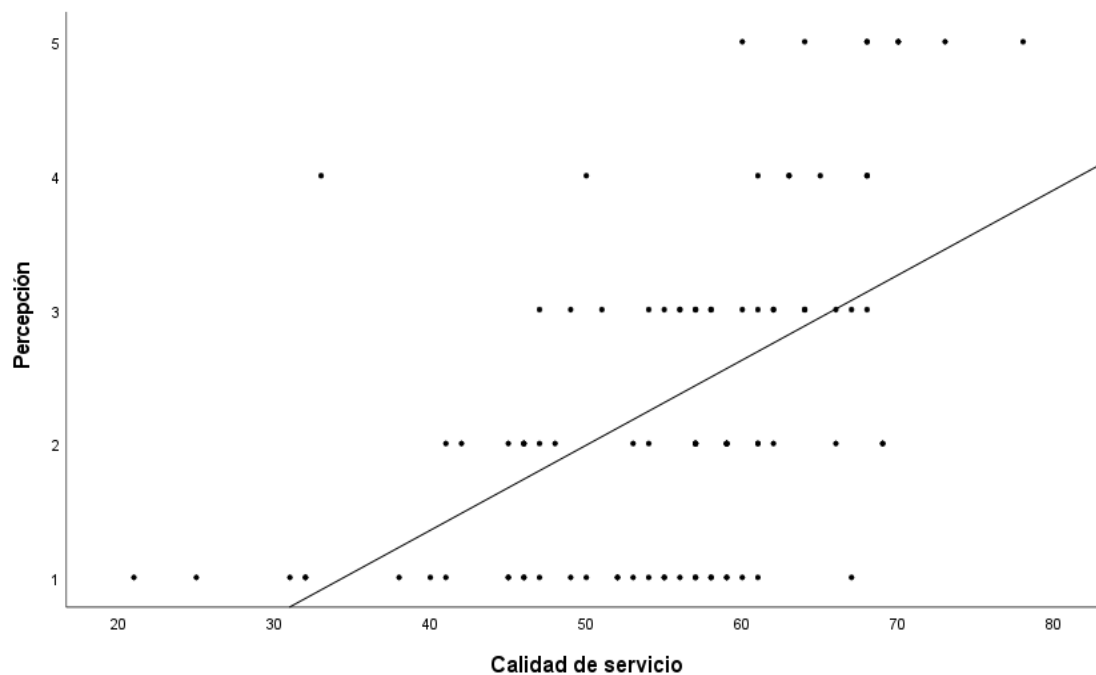
| | | | Calidad de servicio | Percepción |
|-----------------|---------------------|----------------------------|---------------------|------------|
| Rho de Spearman | Calidad de servicio | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,562** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 92 | 92 |
| | Percepción | Coeficiente de correlación | ,562** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 92 | 92 |

** . La conexión es crítica en el nivel 0,01 (respectivo).

Nota: Creación original.

Figura 4

Conexión entre la naturaleza de la administración y los supuestos para los veraneantes que visitan los destinos vacacionales en la zona de Lampa.



Nota: Creación original



interpretación

El coeficiente de correlación de Rho de Spearman 0.562 (56.2%) revela un grado moderado de correlación positiva y significativa en el estudio. Esto implica que hay una conexión estadísticamente significativa de la excelencia de atención y la percepción del turista que visitaron los atractivos turísticos de Lampa 2023. En términos prácticos, esto significa que mientras la excelencia de atención mejora, la percepción de los turistas sobre la experiencia turística en dichos atractivos también se torna más positiva. Este hallazgo subraya la relevancia de enfocarse en la excelencia de atención para mejorar la percepción de los visitantes y, en última instancia, maximizar su satisfacción. Un nivel moderado de correlación sugiere que hay margen para continuar trabajando en la optimización de la excelencia de atención con el objetivo de lograr una percepción aún más positiva por parte de los turistas.



6.2. Discusión de resultados

Los hallazgos de este estudio muestran una fuerte conexión de la calidad en la atención y la satisfacción de los turistas en los destinos turísticos de la Provincia de Lampa en 2023 están estrechamente relacionadas, respaldadas por el coeficiente de Tau-b de Kendall y el coeficiente de correlación de Rho de Spearman (0.662; 66.2%). Esto sugiere de los visitantes. Estos descubrimientos demuestran que mientras incrementa la excelencia del servicio, se incrementa la complacencia de los turistas también incrementa de manera significativa. Esta relación se alinea con investigaciones previas en el campo del turismo. Por ejemplo, Smith y colaboradores (2018) encontraron resultados similares al determinar la excelencia en el servicio tiene un impacto directo y positivo en la satisfacción del turista. Este hallazgo es consistente con la teoría de la satisfacción del consumidor en el sector de servicios, que establece que la percepción de atención de alta eficacia que resulta en una mayor complacencia de los clientes. Otros estudios también han resaltado la importancia crucial de ofrecer un servicio excelente en la industria turística. Investigaciones en hoteles, restaurantes y agencias de viajes han confirmado la conexión positiva entre la excelencia del servicio y la satisfacción del consumidor, respaldando así las derivaciones de este estudio.

En el primer objetivo específico, los resultados de este estudio muestran una conexión directa y significativa entre la calidad del servicio y las expectativas de los turistas que exploran los lugares de interés de la Provincia de Lampa en 2023. Esto se evidencia tanto a través. Estos descubrimientos muestran que, mientras crece la calidad del servicio incrementa, las expectativas de los turistas también se ven beneficiadas, lo que influye en una experiencia más positiva para los visitantes. Esta relación se alinea con investigaciones previas en el campo de la complacencia



del cliente en el ámbito turístico. Por ejemplo, estudios similares han encontrado que la percepción de la prestación de la vinculación entre un servicio de alta excelencia y la satisfacción y las expectativas cumplidas por parte de los turistas. Smith y colegas (2017) demostraron una conexión positiva entre la disposición del servicio y las expectativas cumplidas en el sector hotelero, respaldando los hallazgos de este estudio. La correlación positiva y significativa encontrada en este estudio es coherente en consonancia con la teoría de la satisfacción del cliente en el ámbito de los servicios, se propone que cuando las expectativas coinciden con la calidad percibida del servicio, se genera una satisfacción más elevada. En este sentido, se destaca turistas para lograr una experiencia turística altamente satisfactoria.

En el segundo objetivo específico, los resultados de este estudio indican una conexión una relación inmediata y significativa entre la excelencia de la prestación y el precio percibido por los turistas que exploran los lugares de interés de la Provincia de Lampa en 2023, como se evidencia a través y el coeficiente de correlación de Rho de Spearman (0.576; 57.6%). Estas conclusiones indican que, mientras aumenta la atención, crece la percepción de un costo apropiado por parte de los turistas también aumenta. Este hallazgo concuerda con investigaciones anteriores. Investigaciones previas, como la de Smith y colaboradores (2019), han evidenciado que la excelencia del servicio en hoteles impacta en la percepción de si el costo es justo y razonable. Este estudio respalda esos resultados al revelar una correlación positiva y significativa, resaltando la importancia de brindar servicios de excelencia en el sector turístico. Una alta excelencia en el servicio afecta la percepción de turistas sobre la adecuación del costo, contribuyendo así a una experiencia más satisfactoria en términos de relación calidad-precio.



En el tercer objetivo específico, los hallazgos de este estudio evidencian una conexión directa y significativa entre la excelencia en el servicio y la percepción de los visitantes que exploran los puntos de interés en la Provincia de Lampa en 2023, y el índice de correlación Rho de Spearman (0.562; 56.2%). Estas conclusiones señalan que a medida que se perfecciona la calidad del servicio, la percepción de los turistas acerca de su experiencia en los atractivos turísticos se torna más positiva. Estos resultados concuerdan con investigaciones previas sobre la percepción del turista en relación a la calidad de atención. Por ejemplo, estudios anteriores, como el de Smith y colaboradores (2017), arrojaron resultados similares al evidenciar que la eficacia del servicio tenía un impacto directo en la percepción de los turistas sobre de su experiencia en hoteles y restaurantes. Este descubrimiento se alinea con la teoría de la percepción del cliente en el ámbito de los servicios, proponiendo que la calidad de atención desempeña un papel primordial en la evaluación global de la experiencia por parte de los clientes. Además, otras investigaciones han subrayado la categoría de la percepción del turista en el sector turístico, mostrando que esta percepción influye en la satisfacción y la probabilidad de volver, respaldando así los resultados de este estudio.



CONCLUSIONES

PRIMERA: Se llega a la conclusión de que, en este estudio, se ha demostrado que existe, Se deduce que hay un factor de correspondencia de Rho de Spearman 0.662 (66.2%), sugiriendo que a medida que mejora la excelencia de servicio, la complacencia notada por los visitantes turísticos el atractivo turístico de la ciudad de Lampa en el año 2023 también se incrementa. Además, la prueba de hipótesis utilizando el índice de Tau - b de Kendall ($\tau_b = 0.514$; $p\text{-valor} = 0.000 < 0.05$) ratifica de forma explícita y sustancial la conexión entre la excelencia en los servicios y el contenido experimentada por los visitantes que exploran los atractivos visitantes de la Provincia de Lampa en el año 2023. Estos hallazgos subrayan la relevancia de conservar y perfeccionar la excelencia de servicio en la industria turística de la región, ya que está directamente vinculada a la satisfacción de los visitantes, el éxito y la promoción del turismo en esta área.

SEGUNDA: Se concluye que al respecto al primero objetivo, este estudio ha revelado un moderado grado de correlación positiva significativa, respaldado por un índice de correlación de Rho de Spearman 0.563 (56.3%), lo que indica que a medida que la excelencia de servicio progresa, las anticipaciones notadas por los visitantes que exploran los lugares de interés turístico en la ciudad de Lampa en el año 2023 también aumentan. Además, la prueba de hipótesis utilizando el índice de Tau - b de Kendall ($\tau_b = 0.429$; $p\text{-valor} = 0.000 < 0.05$) Corrobora de forma directa y notable la asociación que exploran los



atractivos turísticos de la Provincia de Lampa en el año 2023. Estos resultados señalan la relevancia de preservar y optimizar la calidad de servicio en la industria turística local, ya que está estrechamente vinculada a las expectativas de los visitantes, lo que puede influir en la satisfacción de los turistas y, en última instancia, en el éxito de la industria turística en la región.

TERCERA: En el segundo objetivo de la actual tesis se ha encontrado un moderado grado de correlación positiva significativa, sustentado de 0.576 (57.6%), se confirm, el costo percibido por los viajeros de los atractivos turísticos de la ciudad de Lampa en el año 2023 también disminuye. Además, la prueba de hipótesis utilizando el coeficiente de Tau - b de Kendall ($\tau_b = 0.452$; $p - valor = 0.000 < 0.05$) Corrobora de manera explícita y relevante la conexión entre la calidad de servicios y el costo para los turistas que exploran los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa en 2023. Estos hallazgos destacan la importancia de proporcionar un elevado estándar de calidad en el servicio en el sector turístico local, ya que esto se traduce en una percepción de menor costo por parte de los visitantes, lo que puede impactar de manera favorable en la competitividad y el atractivo de la región para los turistas.

CUARTA: En el tercero objetivo de la actual tesis se ha encontrado un nivel moderado de correlación positiva de significación, respaldado prestación de servicios, aumenta la percepción de aquellos visitantes que exploran los atractivos turísticos de la ciudad de Lampa en el año



2023 también mejora. Además, la prueba de hipótesis utilizando el índice de Tau - b de Kendall ($\tau_b = 0.450$; $p - valor = 0.000 < 0.05$) confirma de forma clara y sustancial la conexión entre la excelencia en los servicios y la percepción de aquellos visitantes que exploran los atractivos Lampa en el año 2023. Estos resultados subrayan la calidad de mantener y elevar el nivel de excelencia de la atención turística en la región, ya que esto se traduce en una percepción más positiva por parte de los visitantes, lo que puede influir en su satisfacción y en la promoción del turismo en la zona.



RECOMENDACIONES

PRIMERA: Con base en la conclusión que evidencia una correspondencia efectiva y demostrativa entre la aptitud de prestación y la satisfacción de turistas en la región de Lampa, se recomienda a los operadores turísticos, gerentes de hoteles y restaurantes, así como a las autoridades locales de turismo centrarse en la constante mejora de la excelencia del servicio. Este enfoque comprende la formación y fortalecimiento de habilidades del personal, la aplicación de normas de calidad y el logro de retroalimentación constante por parte de los visitantes. Dedicar atención a la calidad no solo puede incrementar la satisfacción de los turistas, además, podría generar un efecto positivo en la promoción y perfeccionamiento turístico de la región.

SEGUNDA: Dado que se ha evidenciado una asociación positiva y estadísticamente significativa entre la calidad en la prestación de servicios y las expectativas de los visitantes, se sugiere que los operadores turísticos, gerentes de hoteles y restaurantes, así como las autoridades de turismo de Lampa continúen enfocándose en mejorar el nivel de excelencia en los servicios ofrecidos. Esto implica no solo mantener, sino superar las expectativas de los turistas mediante una atención constante a la capacitación del personal, la innovación en los servicios y una gestión rigurosa de la calidad. Al mantener estándares elevados, la región podrá aumentar la satisfacción de los turistas y consolidar su posición como un destino turístico destacado.



TERCERA: Dado que se ha confirmado una correlación destacada entre la excelencia de los servicios y el costo percibido por los turistas, se recomienda a los operadores turísticos, gerentes de hoteles y restaurantes, así como a las autoridades de turismo de Lampa que mantengan una orientación hacia la mejora de la calidad sin necesidad de aumentar los precios. Esto sugiere una gestión eficaz de los recursos y la maximización de los costos, lo que permitirá ofrecer un elevado estándar de excelencia en el servicio sin incrementar los gastos para los visitantes. Esta estrategia puede mejorar la competitividad de la región como destino turístico al proporcionar una percepción de un mejor valor por el dinero invertido.

CUARTA: Basándonos en la asociación positiva entre la excelencia en el servicio y la percepción de los turistas, se aconseja a los operadores turísticos, gerentes de hoteles y restaurantes, así como a las autoridades de turismo de Lampa continuar esforzándose en mantener y mejorar la calidad de los servicios ofrecidos. Esto incluye la capacitación continua del personal, la atención a los detalles y la introducción de innovaciones en la provisión de servicios para garantizar una experiencia positiva para los visitantes. Al implementar estas medidas, la región podrá aumentar la satisfacción de los turistas y, en última instancia, promover el turismo de manera efectiva en la zona.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcon Linares, K. I. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción de turistas de los hoteles del distrito de Máncora, 2021*. Sullana: Universidad Nacional de Frontera.
- Arias Coello, A. (2013). *Calidad de los servicios y satisfacción del usuario*. Madrid: Máster GDBA.
- Arévalo Romero, M. C. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del turista en la caseta de información turística de la municipalidad provincial de Huaura, Huacho-2018*.
- Balcázar Palomino, M. Y. (2023). *satisfacción de los turistas extranjeros que visita los circuitos turísticos de la Provincia de Cajamarca, 2019 - 2020 y propuesta de mejora*. Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca.
- Behar Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la investigación*. Shalom.
- Bolzán, Ricardo Ernesto, & Fernandes Ferreira, Lissa Valéria. (2020). Co-creación de calidad en servicios turísticos en comunidades virtuales: Un estudio a partir de interacciones vía web entre huéspedes y hoteles en Natal - Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 29(1), 154-172. Recuperado en 28 de noviembre de 2023, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322020000100009&lng=es&tlng=.
- Cáceres Romero, R. S. (2021). *Calidad del servicio turístico y satisfacción del turista en la Provincia de Tacna 2020*. Lima: Universidad Alas Peruanas.
- Alvarez Calupiña, G. F., Jiménez-Caballero, J. L., & dos Santos Almeida, P. J. (2022). Calidad y satisfacción del turista en relación a la imagen del destino en la intención de recomendar la ciudad de Quito. *MQRInvestigar*, 6(4), 944–968. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.6.4.2022.944-968>
- Castañeda, S. (2013). *¿Qué es la calidad de servicio? concepto, tipos y medición*. Obtenido de <https://www.tiendanube.com/blog/mx/calidad-de-servicio/>



- Colquehuanca Quispe, L. A. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del turista que visita la montaña Vinicunca en la Comunidad de Chillihuani, Cusco, 2022*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Consultores, J. (2019). *Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeños*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/economia/empresas/calidad-de-servicio-influye-en-60-en-decision-de-compra-de-limenos-noticia/>
- Gaston Serena, I. (2020). *Calidad del servicio y satisfacción del turista extranjero en el bar y restaurante Alma del Hotel Casa Andina Premium de Puno - 2019*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Hadi Mohamed, M. M., Martel Carranza, C. P., Huayta Meza, F. T., Rojas León, C. R., & Arias Gonzáles, J. L. (2023). *Metodología de la investigación*. Puno: INUDI Perú.
- Hernández Sampieri, R. (2019). *Metodología de la investigación*. México: MCGRAW-HILL, INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. .
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la investigación*. Santa Fe: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA Editores.
- Hernández, C., Prieto, A. T., & Claudia, H. (2017). *Dimensiones de la calidad de servicio presentes en los programas de postgrado. Reflexiones teóricas*. Obtenido de <https://biblat.unam.mx/hevila/Impactocientifico/2017/vol12/no2/8.pdf>
- Herrera Chávez, R. H. (2022). *Calidad del servicio turístico y satisfacción del cliente en El Cantón Guano Provincia de Chimborazo*. Riobamba <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8753>: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Laime, L. I. C., Canahua, T. M., Paja, N. P., Apaza, Q. C., & Arenas, M. J. E. (2021). La Evaluación de la calidad del servicio Hotelero en los motores de búsqueda Tripadvisor y Booking de Cusco y Puno. *REVISTA DE INVESTIGACIONES EMPRESARIALES*, 2(1), 131-142.



- Mamani Poma, C. H., & Borrega, Y. T. (2017). *Satisfacción del visitante a museos con respecto a la calidad del servicio en los museos municipales de la calle Jaén* (Doctoral dissertation).
- Miranda Cruz, M. B., Chiriboga Zamora, P. A., Romero Flores, M. L., Tapia Hermida, L. X., & Fuentes Gavilanez, L. S. (25 de junio de 2021). *La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio´s. Alausí*. Obtenido de http://obsinvestigacion.unach.edu.ec/sccitys/mod_ob/admin/news.jsp?codid=3013
- Morocho Revolledo, T. C., & Burgos, S. V. (2018). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018*. Obtenido de Neuroscience: https://www.researchgate.net/publication/346356252_Calidad_del_servicio_y_satisfaccion_del_cliente_de_la_empresa_Alpecorp_SA_2018
- Ortega Mamani, H. (2019). *Factores determinantes de la motivación y satisfacción del turista nacional que visita los templos Museo de la ciudad de Juli, periodo 2017*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Quispe Quispe, E. L. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente del hospedaje San Carlos del distrito de Antauta, Puno, 2022*.
- Sampedro Guevara, J. J. (2022). *Calidad del servicio turístico y satisfacción del cliente en El Cantón Guano Provincia de Chimborazo*. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8753>: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Suárez Zorrilla, E. M. (2023). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los restaurantes de Ballenita, Provincia de Santa Elena, año 2022*. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Thompson, I. (Julio de 2006). *La Satisfacción del Cliente*. Obtenido de <https://www.procace.cl/demos/tmk/docs/Satisfacci%C3%B3n%20al%20Cliente.pdf>
- Torres Fragoso, J., & Luna Espinoza, I. (7 de agosto de 2017). *Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo*



SERVPERF. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v62n4/0186-1042-cya-64c-04-01270.pdf>

Turismo, M. d. (Enero de 2023). *Reporte Mensual de Turismo.*

Valentina Conti, L. (2020). *Incidencia del Cambio Climático Inducido en los Destinos Turísticos. El caso de Riviera Maya (Quintana Roo, México).*
Obtenido de <http://repositorio.ub.edu.ar/handle/123456789/9367>



ANEXOS



Anexo 1

Matriz de consistencia

CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE LAMPA 2023

| PROBLEMA GENERAL | OBJETIVO GENERAL | HIPÓTESIS GENERAL | VARIABLES | METODOLOGÍA |
|---|---|--|--|---|
| ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023? | Determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023 | Existe la relación directa entre la calidad de servicio y satisfacción del turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023 | Variable 1: Calidad de Servicio. 1) Fiabilidad 2) Capacidad de respuesta 3) Empatía 4) Seguridad 5) Elementos tangibles Variable 2: Satisfacción del turista 1) Expectativas 2) Costo 3) Percepción | ENFOQUE: Cuantitativo MÉTODO: Deductivo TIPO: Aplicado NIVEL: Correlacional DISEÑO: No experimental. POBLACIÓN: La población está constituida por 1996 turistas visitantes a la provincia de Lampa MUESTRA De acuerdo a la fórmula para una muestra probabilística se obtiene que la muestra estará representada por 92 turistas visitantes. |
| PROBLEMAS ESPECÍFICOS | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | HIPÓTESIS ESPECÍFICAS | | |
| a) ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio, y las expectativas del turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023? b) ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio, y el costo al turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023? c) ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio, y la percepción al turista | a) Determinar la relación entre la calidad de servicio, y las expectativas del turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023. b) Encontrar la relación entre la calidad de servicio, y el costo al turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023. c) Determinar la relación entre la percepción y la calidad de servicio, del | a) Existe la relación directa entre la calidad de servicio y las expectativas para el turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023. b) Existe la relación directa entre la calidad de servicio y el costo al turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023. c) Existe la relación directa entre la calidad de servicio y la percepción al turista | | |



| | | | | |
|---|---|---|--|---|
| <p>visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023?</p> | <p>turista visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.</p> | <p>visitante a los atractivos turísticos de la Provincia de Lampa 2023.</p> | | <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS TÉCNICA: Encuesta INSTRUMENTO: Cuestionario</p> |
|---|---|---|--|---|

Anexo 2

Instrumento(s)

TÍTULO: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE LAMPA 2023

CUESTIONARIO

Estimado Sr. (a):

Reciba mi respetuoso saludo, soy egresada de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez de la Escuela Profesional de Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía, realizo la cuestión con fines de determinar la calidad de servicio en la Provincia de Lampa.

Instrucciones: tómese el favor de leer bien las preguntas, posterior a ellos marque con una (X) la respuesta que vea conveniente o adecuada refiriendo la escala de valoración

ESCALA DE VALORACIÓN

| Nunca | Casi nunca | Ocasionalmente | Casi siempre | Siempre |
|-------|------------|----------------|--------------|---------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

VARIABLE 1: CALIDAD DE SERVICIO

| ÍTEMS | | Escala de valoración | | | | |
|--|---|----------------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD | | | | | | |
| 1 | ¿El personal encargado del área de turismo están comprometidos con su trabajo? | | | | | |
| 2 | ¿El personal encargado del área de turismo orientan adecuadamente a los visitantes? | | | | | |
| 3 | ¿Durante la visita realizada percibió honestidad y confianza en la zona? | | | | | |
| 4 | ¿Notó que muestran dar soluciones a problemas en caso puedan presentarse imprevistamente? | | | | | |
| DIMENSIÓN 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA | | | | | | |
| 5 | ¿Comunican e informan a cerca de los lugares atractivos que tiene la Provincia de Lampa? | | | | | |
| 6 | ¿Durante la visita a la Provincia de Lampa presentó un servicio dinámico? | | | | | |
| DIMENSIÓN 3: EMPATÍA | | | | | | |



| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 8 | ¿Presentan interés por atender y orientar a los visitantes? | | | | | |
| 9 | ¿El trato que sirve el encargado le parece cortés? | | | | | |
| DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD | | | | | | |
| 10 | ¿Se sintió seguro al momento de recurrir los lugares turísticos de la Provincia de Lampa? | | | | | |
| 11 | ¿Notó que presentan ayuda al visitante en caso sea necesario? | | | | | |
| 12 | ¿Presentan una capacidad de respuesta adecuada frente a cualquier evento presentado? | | | | | |
| 13 | ¿Visualizó señalizaciones contra accidentes que podría ocasionarse durante la visita? | | | | | |
| 14 | ¿Percibió que durante el recorrido mantienen limpio y ordenado los lugares turísticos? | | | | | |
| DIMENSIÓN 5: ELEMENTOS TANGIBLES | | | | | | |
| 15 | ¿Le facilitaron materiales informativos para su orientación y cuál fue su importancia? | | | | | |
| 16 | ¿Cómo se presentan los personales encargados de turismo frente a los visitantes? | | | | | |
| 17 | ¿Durante las atenciones recibidas como percibió las instalaciones de atención? | | | | | |



TÍTULO: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE LAMPA 2023

CUESTIONARIO

Estimado Sr. (a):

Reciba mi respetuoso saludo, soy egresada de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez de la Escuela Profesional de Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía, realizo la cuestión con fines de determinar las satisfacciones de visitantes a la Provincia de Lampa.

Instrucciones: tómese el favor de leer bien las preguntas, posterior a ellos marque con una (X) la respuesta que vea conveniente o adecuada refiriendo la escala de valoración

ESCALA DE VALORACIÓN

| En total desacuerdo | Desacuerdo | Regularmente de acuerdo | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
|---------------------|------------|-------------------------|------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

VARIABLE 2: INFLUENCIA DE SATISFACCIÓN

| ÍTEMS | | Escala de valoración | | | | |
|----------------------------------|---|----------------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| DIMENSIÓN 1: EXPECTATIVAS | | | | | | |
| 1 | Al visitar la provincia de Lampa, emocionalmente como influyó en su perspectiva | | | | | |
| 2 | Al realizar el recorrido en lugares turísticos de la Provincia de Lampa le generó una buena experiencia | | | | | |
| 3 | Después de haber visitado la zona, en otras oportunidades tendrá la idea de volver. | | | | | |
| DIMENSIÓN 2: COSTO | | | | | | |
| 5 | El precio generado durante la visita a la Provincia de Lampa para ver lugares turísticos es razonable | | | | | |
| DIMENSIÓN 3: PERCEPCIÓN | | | | | | |
| 6 | Después de haber recorrido los lugares atractivos de la provincia queda satisfecho | | | | | |



Anexo 3

Validación del instrumento

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

Título de la tesis: Calidad de servicio y satisfacción del turista visitante a los atractivos turísticos de la provincia de Lampa 2023

I. REFERENCIAS

NOMBRE DEL EXPERTO : Eduardino Roque Roque
PROFESIÓN : Lic en Educación
CARGO ACTUAL : Docente
GRADO ACADÉMICO : Magister

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

1 = Deficiente. 2=Regular. 3 = Buena. 4 = Muy buena. 5= Excelente.

| INDICADORES | CRITERIOS | VALORES | | | | |
|--------------------|---|---------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. CLARIDAD | Está redactado con lenguaje apropiado | | | | ✓ | |
| 2. OBJETIVIDAD | Esta expresado en capacidades observables | | | | | ✓ |
| 3. ACTUALIDAD | Es adecuado al avance de la ciencia | | | | | ✓ |
| 4. ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica de los ítems con las variables | | | | ✓ | |
| 5. SUFICIENCIA | Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficiente | | | | | ✓ |
| 6. INTENCIONALIDAD | Esta adecuado para cumplir los objetivos de la investigación | | | | | ✓ |
| 7. CONSISTENCIA | Está basado en aspectos teóricos y científicos | | | | | ✓ |
| 8. COHERENCIA | Entre dimensiones, indicadores, ítems e índices | | | | ✓ | |
| 9. METODOLOGÍA | Responde al propósito de la investigación | | | | | ✓ |
| 10. PERTINENCIA | Es útil y adecuado para la investigación | | | | | ✓ |

Fuente: Tamayo y adaptado de Palomino, Juan; Peña Julio Daniel; Zevallos Gudella y Orizano Lincoln (2015, p. 217)

Coefficiente de valorización porcentual, C = Total/50 = 47

III. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

IV. RESOLUCIÓN

Aprobado (C>75% = 0,75)

Desaprobado (C<75% = 0,75)

Lugar y fecha: Juliaca 18 de septiembre de 2023

Firma

DNI N° 01534450

N° Celular 965989911



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

Título de la tesis: Calidad de servicio y satisfacción del turista visitante a los atractivos turísticos de la provincia de Lampa 2023

I. REFERENCIAS

NOMBRE DEL EXPERTO : APOLINAR FLOREZ LUCANA
PROFESIÓN : Lic. en ADMINISTRACIÓN
CARGO ACTUAL : DIRECTOR - DOLENTE
GRADO ACADÉMICO : DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

1 = Deficiente. 2=Regular. 3 = Buena. 4 = Muy buena. 5= Excelente.

| INDICADORES | CRITERIOS | VALORES | | | | |
|--------------------|---|---------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. CLARIDAD | Está redactado con lenguaje apropiado | | | | X | |
| 2. OBJETIVIDAD | Esta expresado en capacidades observables | | | | | X |
| 3. ACTUALIDAD | Es adecuado al avance de la ciencia | | | | | X |
| 4. ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica de los ítems con las variables | | | | X | |
| 5. SUFICIENCIA | Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficiente | | | | | X |
| 6. INTENCIONALIDAD | Esta adecuado para cumplir los objetivos de la investigación | | | | X | |
| 7. CONSISTENCIA | Está basado en aspectos teóricos y científicos | | | | X | |
| 8. COHERENCIA | Entre dimensiones, indicadores, ítems e índices | | | | | X |
| 9. METODOLOGÍA | Responde al propósito de la investigación | | | | X | |
| 10. PERTINENCIA | Es útil y adecuado para la investigación | | | | | X |

Fuente: Tamayo y adaptado de Palomino, Juan; Peña Julio Daniel; Zevallos Gudelia y Orizano Lincoln (2015, p. 217)

Coefficiente de valorización porcentual, C = Total/50 = ..45....

III. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

IV. RESOLUCIÓN

Aprobado (C>75% = 0,75)

Desaprobado (C<75% = 0,75)

Lugar y fecha: Juliana 18 de setiembre 2023

Firma

DNI N° 23901593

N° Celular 591 303905



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

Título de la tesis: Calidad de servicio y satisfacción del turista visitante a los atractivos turísticos de la provincia de Lampa 2023

I. REFERENCIAS

NOMBRE DEL EXPERTO : ROBERTO PÁYE COLQUEHUANCA
 PROFESIÓN : Lic. EN ADMINISTRACIÓN
 CARGO ACTUAL : DIRECTOR - DOLENTE
 GRADO ACADÉMICO : DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

1 = Deficiente. 2=Regular. 3 = Buena. 4 = Muy buena. 5= Excelente.

| INDICADORES | CRITERIOS | VALORES | | | | |
|--------------------|---|---------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. CLARIDAD | Está redactado con lenguaje apropiado | | | | X | |
| 2. OBJETIVIDAD | Esta expresado en capacidades observables | | | | | X |
| 3. ACTUALIDAD | Es adecuado al avance de la ciencia | | | | | X |
| 4. ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica de los ítems con las variables | | | | X | |
| 5. SUFICIENCIA | Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficiente | | | | X | |
| 6. INTENCIONALIDAD | Esta adecuado para cumplir los objetivos de la investigación | | | | | X |
| 7. CONSISTENCIA | Está basado en aspectos teóricos y científicos | | | | | X |
| 8. COHERENCIA | Entre dimensiones, indicadores, ítems e índices | | | | | X |
| 9. METODOLOGÍA | Responde al propósito de la investigación | | | | X | |
| 10. PERTINENCIA | Es útil y adecuado para la investigación | | | | | X |

Fuente: Tamayo y adaptado de Palomino, Juan; Peña Julio Daniel; Zevallos Gudelia y Orizano Lincoln (2015, p. 217)

Coefficiente de valorización porcentual, C = Total/50 = 46...

III. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

IV. RESOLUCIÓN

Aprobado (C>75% = 0,75)

Desaprobado (C<75% = 0,75)

Lugar y fecha: Juliaca 18 de setiembre de 2023


 Firma
 DNI N° 02175441
 N° Celular 996-993377

Anexo 4

Evidencias de recojo de datos













ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital.

Fecha de entrega: _____

I. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: OLGA YUDITH FAJTO MOLINA
Dirección: URB. SAN JULIAN MZ J4 LITE 18 SAN ROMAN JULIACA
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: DNI: 70130645
Teléfono: 914015943 email: olga.yudith.f@gmail.com

Nombres y Apellidos: OLGA YUDITH FAJTO MOLINA
Dirección: URB. SAN JULIAN MZ J4 LITE 18 SAN ROMAN JULIACA
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: DNI: 70130645
Teléfono: 914015943 email: olga.yudith.f@gmail.com

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Escuela Profesional o Mención: ADMINISTRACIÓN EN TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
Título o Grado Académico a optar: LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
Asesor: DR. ENRIQUE GENARO ARAZA CHIRINOS

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA VISITANTE A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS A LA PROVINCIA DE LAMPA 2023

Palabras claves, (3 a 5 términos): TURISMO, SERVICIO, CALIDAD, ATRACTIVOS.

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?

2

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.
² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Titulo 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
 Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
 No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

Sí autorizo
 No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral. Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS - (5311 - UNESCO)

Firma de Autor



huella digital

29-08-2024

Fecha