

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Servicios Turísticos

**“CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN
DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD CRUZ DE MAYO
EN LA LAGUNA PARON DEL DISTRITO DE CARAZ,
2025”**

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Servicios Turísticos

Autor:

Estefany Lizeth, Osorio Mejia

Asesor:

Dra. Monica Denise Zegarra Alva

<https://orcid.org/0000-0002-1069-753X>

Lima - Perú

2025

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	VICTORIA DEL ROSARIO KANO NOLASCO
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	JUANA GRACIELA PALMA VALLEJO
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	MONICA DENISE ZEGARRA ALVA
	Nombre y Apellidos

INFORME DE SIMILITUD



17% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Exclusiones

- ▶ N.º de fuentes excluidas
- ▶ N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 17%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 5%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi fuerza cuando sentí que ya no podía más, por iluminar mi camino con esperanza y por recordarme que no estoy sola.

A mi familia, por ser mi refugio, mi motivación constante y mi mayor bendición. Gracias por confiar en mí incluso cuando yo dudaba, por alentarme con amor, por sus sacrificios silenciosos y por estar presentes en cada paso de este camino. Este logro también les pertenece.

Y a aquellas amistades sinceras que la vida me mostró en los momentos más oscuros, gracias por sus palabras que sanaron, por su compañía silenciosa, por creer en mí cuando más lo necesitaba y por empujarme con cariño a seguir adelante. Ustedes también son parte de esta historia, porque me demostraron que no hay mejor compañía que quien quiere verte crecer.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Privada del Norte, por haber sido el espacio donde aprendí, crecí y descubrí cuánto amo mi carrera. Me siento agradecida por todo lo que me brindó durante estos años.

A mi asesora, por su orientación y por estar siempre dispuesta a ayudarme. En momentos de duda, su apoyo me dio la confianza para seguir adelante.

A mis profesores, por enseñarme con vocación y por mostrarme, a través de sus propias experiencias, el verdadero valor de esta profesión. Gracias también por confiar en mí cuando más lo necesitaba; su comprensión me motivó a no rendirme.

TABLA DE CONTENIDOS

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	7
RESUMEN.....	10
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN.....	11
CAPITULO II: METODOLOGÍA.....	36
CAPITULO III: RESULTADOS	54
REFERENCIAS	84
ANEXOS	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Modelos de calidad de Servicio.	24
Tabla 2 Modelo SERVQUAL: Dimensiones y Definición.	25
Tabla 3 Modelo SERVQUAL: Dimensiones e indicadores.	25
Tabla 4 Modelos de Satisfacción del Turista.....	27
Tabla 5 Aportes de cada Modelo.....	27
Tabla 6 Servicios ofrecidos por la comunidad Campesina Cruz de Mayo	30
Tabla 7 <i>Ingreso de visitantes al Parque Nacional Huascarán año 2018.</i>	42
Tabla 8 Características de la Muestra.....	44
Tabla 9 Criterios de inclusión y criterios de exclusión: encuesta.	45
Tabla 10 Criterios de inclusión y criterios de exclusión: entrevista.....	45
Tabla 11 Correlación entre variable Calidad de Servicio y Satisfacción turística	72
Tabla 12 Correlación entre la calidad del servicio y las expectativas iniciales del turista.....	73
Tabla 13 Correlación entre la calidad del servicio y la percepción del desempeño del turista....	74
Tabla 14 Correlación entre la calidad del servicio y la confirmación/desconfirmación de expectativas.....	75
Tabla 15 Correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción global del turista.	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Llegadas Internacionales de Turistas, Mundo y Regiones.	11
--	----

Figura 2 Dimensiones de la variable Satisfacción	28
Figura 3 Procedimiento para la recolección de datos cualitativos mediante entrevistas	50
Figura 4 Procedimiento para la recolección de datos cuantitativos mediante encuestas	52
Figura 5 Variables de la investigación	54
Figura 6 Dimensiones de calidad.....	55
Figura 7 Tangibilidad.....	56
Figura 8 Fiabilidad.....	57
Figura 9 Capacidad de Respuesta	58
Figura 10 Seguridad.....	59
Figura 11 Empatía.....	60
Figura 12 Dimensiones de satisfacción	61
Figura 13 Expectativas Iniciales	62
Figura 14 Percepción del Desempeño	63
Figura 15 Confirmación/Desconfirmación	64
Figura 16 Satisfacción Global.....	65
Figura 17 Relación entre la Calidad del Servicio y la Satisfacción del Turista en la Laguna Parón, 2025	66
Figura 18 Relación calidad del servicio y percepción del desempeño del servicio por parte del turista.....	67
Figura 19 Relación entre la calidad del servicio y las expectativas iniciales	68
Figura 20 Relación calidad del servicio y la confirmación/Desconfirmación de expectativas ...	69
Figura 21 Relación entre calidad del servicio y satisfacción global.....	70

RESUMEN

La investigación se centra en explorar cómo la calidad del servicio turístico proporcionado por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo se relaciona con la satisfacción de los turistas en la Laguna Parón, que se encuentra en el distrito de Caraz, en la región de Áncash, durante el año 2025. El estudio surge de la necesidad de mejorar la experiencia turística en un entorno natural que tiene un alto valor ecológico y cultural, pero que actualmente enfrenta desafíos en términos de infraestructura, atención al visitante y gestión comunitaria. Se llevó a cabo una investigación básica, con un diseño no experimental, un enfoque mixto y un alcance correlacional. La muestra incluyó a 162 turistas, tanto nacionales como extranjeros, seleccionados a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia. A estos turistas se les aplicó encuestas basadas en los modelos SERVQUAL y Expectativa-Desconfirmación. Además, se realizaron entrevistas semiestructuradas con proveedores de servicios turísticos de la comunidad. Los instrumentos fueron validados mediante el juicio de expertos y un análisis de confiabilidad (alfa de Cronbach > 0.8). Los resultados mostraron que la mayoría de los turistas percibe la calidad del servicio como alta (49%) o media (48%), destacando especialmente la empatía y la capacidad de respuesta. Sin embargo, también se identificaron áreas críticas en tangibilidad y seguridad. El análisis inferencial, utilizando el coeficiente Rho de Spearman, reveló una correlación positiva alta y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del turista ($\rho = 0.713$; $p < 0.01$). Se concluye que el fortalecimiento de la calidad del servicio, a través de infraestructura adecuada, atención personalizada, protocolos de seguridad y capacitación comunitaria, es fundamental para elevar la satisfacción del turista y asegurar la sostenibilidad del destino.

Palabras claves: Calidad de servicio, Satisfacción turística, Comunidad, Laguna Parón, Turismo comunitario, SERVQUAL.

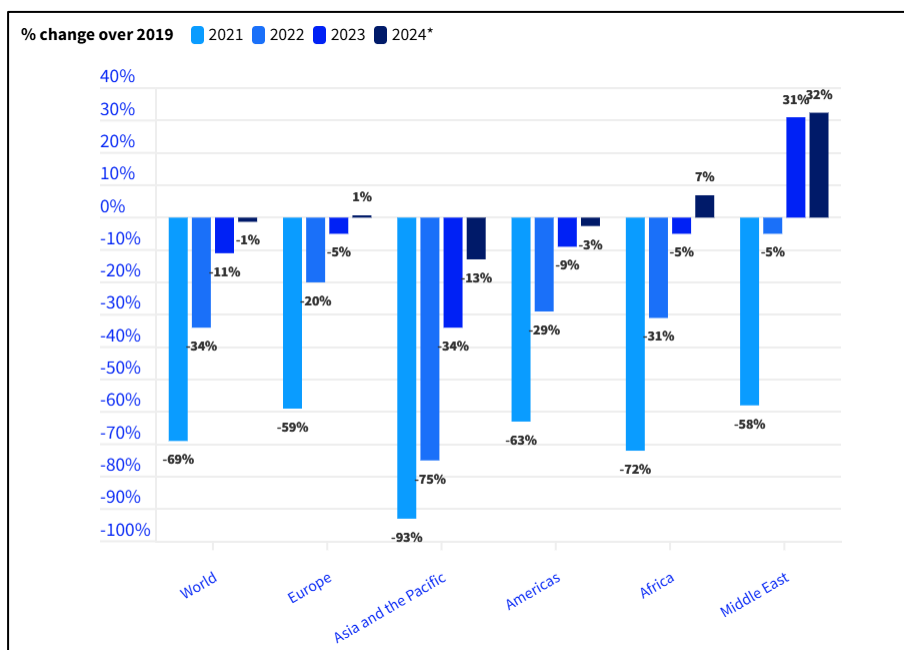
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

Realidad Problemática

A nivel mundial el turismo es una de las economías que ha demostrado una impresionante capacidad de recuperación tras la crisis sanitaria por COVID-19. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2025) a finales del año 2024, el número de llegadas internacionales alcanzó los 1.4 mil millones, recuperando el 99% de los niveles prepandemia. Este notable crecimiento del 11 % respecto a 2023, ha sido impulsado por una demanda contenida que finalmente se ha liberado, así como por la reactivación de numerosos destinos, especialmente en los continentes de Asia y el Pacífico. Esto evidencia el dinamismo del sector y su papel para la reactivación económica.

Figura 1

Llegadas Internacionales de Turistas, Mundo y Regiones.



Nota. Extraído de la Organización Mundial del Turismo, (2025).

En este contexto de recuperación, se debe tener en cuenta a quienes lo hacen posible, los turistas. Por ello, se debe entender sus motivaciones y necesidades para ofrecer experiencias que aseguren su satisfacción. López y Sastre (2021), respaldaron el uso de la motivación como criterio de segmentación y demostraron que la satisfacción turística está directamente relacionada con las motivaciones del visitante. Al conociendo el perfil y sus expectativas, se puede llegar a ofrecer un servicio de calidad que contribuya a su satisfacción. De forma similar, Galarza (2023), destacó la importancia de comprender las necesidades y expectativas de los turistas para diseñar estrategias de promoción turística efectivas.

La relación entre la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción del turista ha sido ampliamente estudiada. El concepto de "calidad" ha sido abordado por varios autores en el ámbito empresarial, destacando Crosby (1979) quien lo definió como la capacidad de cumplir o superar las expectativas del cliente. Este concepto fue posteriormente adaptado al sector de los servicios turísticos. Donde, Weiermair (1996) señaló que se cumple con la calidad en el turismo cuando todas las actividades asociadas a la cadena de servicios, desde el transporte y el alojamiento hasta la restauración y la recreación, se gestionan de manera efectiva.

Investigaciones recientes realizadas por Garganian y Naparota (2024) encontraron una fuerte correlación entre la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción del turista en Zamboanga del Norte. Por su parte, Chi et al. (2020) llevaron a cabo una investigación en comunidades rurales de China, donde identificaron una relación significativa entre la calidad percibida, el valor percibido, la satisfacción del turista y sus intenciones de comportamiento. Estos estudios subrayan la importancia de la calidad de los servicios para comprender cómo la percepción de los turistas sobre los servicios influye directamente en su nivel de satisfacción.

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2025) al cierre de 2024, el turismo receptivo en Perú experimentó un crecimiento del 29% en comparación con 2023, lo que resultó en la llegada de 732 mil turistas adicionales. Este aumento representó una recuperación del 74.5% respecto a los niveles prepandemia. Según la Superintendencia Nacional de Migraciones, la mayoría de los turistas provino de Chile, Estados Unidos, Ecuador, Bolivia, Brasil y Colombia, que en conjunto representaron el 65.7% del total de llegadas. En términos de turistas extranjeros, Perú recibió 3,256,693 visitantes en 2024, con países emisores como Bolivia y Costa Rica superando los niveles prepandemia. Respecto a la procedencia regional, Sudamérica fue la principal fuente de turistas, con un 51.6% del total, seguida por Norteamérica (24%), Europa (16.6%) y Asia (4%).

Al recibir un alto flujo de turistas, es conveniente analizar cómo perciben el destino que visitan. Por esta razón, el Castellucci (2011) realizó estudios a nivel regional sobre el grado de satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros, evaluando tanto la calidad de los servicios turísticos utilizados como la percepción general del destino. Estos estudios se llevaron a cabo en las regiones de Cusco, San Martín, Arequipa, Piura, y Áncash. Donde, se obtuvieron los siguientes resultados: La visita a Cusco, alcanzó una calificación de 91,2, resaltando la identidad de la gente con las costumbres de la región y el buen estado de conservación de sus atractivos turísticos. No obstante, la limpieza y la seguridad fueron los puntos peor valorados. En lo que respecta a San Martín, la calificación fue de 90,5, destacándose la hospitalidad y trato de la gente, la identidad cultural y la disposición para brindar información. En contraste, la limpieza de la ciudad y la seguridad para los turistas fueron los aspectos con las calificaciones más bajas.

En el caso de Arequipa, su calificación fue de 86,7, con la identidad de la gente y el estado de conservación de los atractivos turísticos siendo los puntos mejor puntuados. En contraste, la

limpieza y la seguridad fueron los aspectos con las calificaciones más bajas. Por su parte, Piura obtuvo una calificación de 83,4, siendo mejor valorados la identidad cultural de la población y la disposición para ofrecer información. En cambio, la seguridad y la limpieza de la ciudad recibieron calificaciones medias.

Áncash obtuvo una calificación de 88,5, destacándose principalmente la conservación de los atractivos turísticos y la conexión de la población con las tradiciones y costumbres locales. Sin embargo, la limpieza y la seguridad para los turistas fueron los aspectos menos valorados. Por los resultados obtenidos se debe incentivar la mejora de aspectos clave como la seguridad y la limpieza, para optimizar la experiencia turística. Según, Zeithaml et al. (1988) señalaron que la falta de capacitación en atención al cliente y los recursos limitados para mejorar la infraestructura turística son factores recurrentes que afectan negativamente la percepción de los destinos turísticos. Estas deficiencias influyen directamente en la satisfacción de los visitantes, reduciendo su experiencia general.

La oferta de servicios que cumplan con estándares de calidad es fundamental para el desarrollo económico local. En este contexto, Sukaris (2024) señaló que el turismo rural representa una oportunidad clave para fortalecer la economía de la región. A su vez, Castellucci (2011), resaltó la importancia de unir a diversos actores, como empresarios, entidades públicas y privadas, colaboradores y residentes, para fomentar una participación activa y colaborativa. Esta alianza debe llevarse a cabo mediante una estrategia común que garantice la provisión de productos y servicios de alta calidad, lo que impulsará tanto el desarrollo del territorio como de la comunidad, asegurando la satisfacción plena de los turistas.

En lo que respecta Ancash, según el Servicio Nacional de Áreas Protegidas por el Estado SERNANP (2019) mencionó que el Parque Nacional Huascarán, es un destino turístico destacado

en Áncash por sus lagunas cristalinas, nevados, bosques de quenuales y fauna diversa como cóndores, vizcachas y zorros. Alberga cerca de 660 glaciares y 300 lagunas de origen glaciar. Ofrece actividades como trekking, escalada en roca y hielo, esquí de alta montaña, turismo vivencial, navegación y ciclismo de montaña. Además, cuenta con 25 circuitos de trekking, 102 destinos de escalada y 33 sitios arqueológicos con arte rupestre y andenería.

En la actualidad, el turismo rural y comunitario representa una oportunidad clave para el desarrollo sostenible de los territorios altoandinos, permitiendo no solo la dinamización económica local, sino también la valorización de los saberes ancestrales y la conservación de los recursos naturales. Según Camones (2022), la laguna Parón, la más grande de la Cordillera Blanca y ubicada a 32 km de Caraz, resalta por sus aguas turquesas, resultado de los minerales provenientes del deshielo glaciar, y el imponente paisaje montañoso que la rodea, incluyendo los nevados Artesonraju, Pirámide, Huandoy, Pisco y Chacaraju. Reconocida como el depósito natural de agua dulce más grande de la región, esta laguna, vital para el ecosistema, es gestionada por la comunidad de Cruz de Mayo, que se beneficia económicamente del turismo a través de servicios como cobro de ingresos, paseos en bote, guías y venta de productos locales, impulsando así el desarrollo sostenible. Según los comentarios escritos en TripAdvisor entre 2019 y 2023, los turistas han señalado tanto aspectos positivos como negativos del lugar. Entre los elementos positivos destacan su belleza natural y la autenticidad de la experiencia. Sin embargo, también se mencionan aspectos críticos como los precios elevados, la deficiente infraestructura y señalización, problemas en los servicios higiénicos y un acceso complicado debido al estado del camino de trocha. No obstante, y a pesar del potencial turístico del área, diversas fuentes —incluyendo TripAdvisor (2019–2023) y estudios del SERNANP (2023)— evidencian debilidades persistentes en infraestructura, señalización, seguridad y atención al cliente, las cuales afectan directamente la calidad de la

experiencia del visitante. La ausencia de protocolos de atención estandarizados, la falta de capacitación continua del personal local y la precariedad de los servicios básicos son factores que podrían incidir negativamente en la satisfacción turística y, en consecuencia, comprometer la sostenibilidad del destino.

A partir de esto, se plantearon las siguientes interrogantes que marcaron el inicio de esta investigación: ¿Quién podría negar la belleza incomparable de la Laguna Parón, con sus aguas turquesas reflejando el cielo y las montañas nevadas que la rodean? Sin embargo, ¿de qué serviría su impresionante paisaje si no se garantiza una experiencia satisfactoria para los visitantes? Más allá del entorno natural, se debe complementar la oferta turística con servicios adecuados: paseos en bote, alojamiento, alquiler de caballos, venta de alimentos y bebidas, zonas de camping y estacionamiento, todos ellos gestionados por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo. Además, es necesario asegurar que estos servicios cumplan con estándares de calidad y seguridad, brindando a los turistas una experiencia placentera que motive su regreso y recomendación del destino.

En el caso de la Comunidad Campesina Cruz de Mayo, la ausencia de mejoras en estos aspectos podría afectar significativamente la percepción del destino. Si no se abordan adecuadamente, estas carencias podrían deteriorar su imagen a largo plazo, lo que impactaría en la reducción del flujo turístico hacia la Laguna Parón, afectando negativamente los ingresos económicos y las oportunidades laborales para las comunidades locales. Esto también podría perjudicar la reputación del destino como atractivo turístico, poniendo en riesgo su sostenibilidad.

Los aportes esperados de esta investigación buscan conocer aspectos sobre el servicio ofrecido por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo, con el fin de analizar la calidad y satisfacción de los turistas. Identificar las dimensiones para posteriormente formular recomendaciones que beneficien a la comunidad y a los turistas de tipo nacionales y extranjeros.

En el contexto internacional, se han realizado estudios relevantes como el llevado a cabo por Alrwajfah et al. (2019) quienes analizaron las características sociodemográficas de los residentes locales y el vínculo con la comunidad pueden influir en sus percepciones sobre el impacto del turismo y como estas repercutieron en la satisfacción con la gestión local de turismo. El instrumento que utilizaron fueron las encuestas donde se tuvo de muestra a 467 residentes de seis comunidades en la región de Petra, Jordania. Basándose en un análisis de regresión, se obtuvo que las características sociodemográficas y su vinculación con la comunidad influyen en sus percepciones sobre los impactos del turismo siendo valorado el impacto económico, asimismo se encontró que el género, la distancia y el respecto al sitio turístico son factores que afectaron las percepciones de los residentes pero que no fueron determinantes en su satisfacción. Este estudio es importante para mi investigación ya que profundiza en la gestión local y los efectos del turismo desde la perspectiva de los turista y residentes, lo que fue útil para el estudio de mis variables.

A su vez, Chi et al. (2020) en su estudio analizaron el creciente interés de los ciudadanos chinos en el ruralismo, destacando que muchas atracciones turísticas populares están rodeadas por comunidades rurales. Identificó doce dimensiones de la calidad percibida por los turistas y utilizó el valor percibido y la satisfacción como mediadores para explicar la relación entre la calidad percibida y tres dimensiones de las intenciones de comportamiento: intención de visitar, boca a boca positiva y disposición a pagar por productos rurales especiales. La investigación se basó en una muestra de 495 participantes, lo que permitió identificar cuatro dimensiones clave de calidad percibida: infraestructura y transporte turístico, hospitalidad y aprendizaje, artesanías y cultura, y entorno rural. Los resultados mostraron evidencia empírica de la relación entre la calidad percibida, el valor percibido, la satisfacción del turista y sus intenciones de comportamiento. Este antecedente es relevante para mi estudio porque brinda puntos de comparación entre las

dimensiones de calidad percibida y los servicios ofrecidos. Además, refuerza la importancia del valor percibido en la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del turista.

De igual manera, Pilco et al. (2022) llevaron a cabo un análisis de la calidad del servicio turístico comunitario en la Parroquia Santiago de Calpi, ubicada en el cantón Riobamba. Para ello, se utilizó un enfoque analítico y sintético que permitió caracterizar las variables involucradas. El diseño del estudio fue no experimental y transversal, y se realizaron encuestas utilizando una escala de Likert. Además, se optó por una muestra no probabilística por conveniencia, centrándose en los prestadores de servicios turísticos comunitarios de la parroquia y en expertos en turismo para evaluar la variable de calidad. Las hipótesis se verificaron mediante el análisis Rho de Spearman, que mostró que no hay una relación significativa entre la calidad del servicio y el turismo comunitario. A pesar de esto, el diagnóstico situacional reveló deficiencias en la calidad del servicio, limitaciones en conocimientos técnicos, una promoción turística insuficiente y pocos convenios con operadoras y agencias locales. Esta investigación es importante porque se enfoca en la calidad del servicio turístico comunitario, que es el eje central de mi estudio. Además, ayuda a identificar áreas de mejora que podrían ser analizadas en la comunidad campesina Cruz de Mayo, contribuyendo así a su desarrollo y a la mejora de los servicios turísticos.

De forma similar, Garganian y Naparota (2024) evaluaron la imagen del destino, la calidad de los servicios turísticos y sus efectos en la satisfacción del turista en la industria turística del tercer distrito congresional de Zamboanga del Norte. Se emplearon métodos cuantitativos, encuestas descriptivas y métodos de investigación correlacional, con un total de 100 encuestados. Para el análisis se utilizaron herramientas estadísticas como la media ponderada, desviación estándar y el coeficiente de correlación por rangos de Spearman. Los resultados mostraron que la imagen del destino se clasificó como "muy alta". Asimismo, la calidad de los servicios turísticos

también fue evaluada como "muy alta" en cuanto a calidad de acceso, alojamiento y atracciones. La satisfacción del turista se consideró "muy alta" en relación con la relajación, las instalaciones públicas y la calidad del servicio. Se identificó una correlación moderadamente positiva entre la percepción del destino y la satisfacción del visitante, así como una correlación fuertemente positiva entre la calidad de los servicios turísticos y dicha satisfacción. Este resultado es significativo para mi estudio, ya que confirma la relación favorable entre la calidad de los servicios turísticos y el grado de satisfacción del turista, respaldando así el análisis de las variables planteadas en el caso de la Laguna Parón.

Asimismo, Sukaris (2024) su estudio tuvo como objetivo investigar la satisfacción de los turistas en el turismo rural, analizando cómo la calidad de los servicios y la experiencia turística influyen en el valor percibido y la satisfacción, mediado por el valor ofrecido. Se utilizó un diseño cuantitativo y correlacional, con un enfoque empírico basado en el análisis de datos mediante el Modelado de Ecuaciones Estructurales (WarpPLS). El estudio se centró en una muestra de 123 turistas, y se empleó una encuesta como instrumento para recolectar los datos. Los resultados indicaron que la calidad del servicio en el turismo rural afecta positivamente el valor percibido y la satisfacción, y que la experiencia personalizada mejora este valor. Este estudio es fundamental para respaldar mi objetivo general, ya que sus hallazgos demuestran que la calidad de los servicios influye en la percepción del valor y la satisfacción del turista, aspecto central de la presente investigación. Además, destaca que las experiencias previas y las expectativas de los visitantes impactan su percepción, lo que permite comprender mejor las diferencias en la satisfacción entre turistas nacionales y extranjeros.

No obstante, Guevara et al. (2023) analizaron la influencia de la calidad del servicio turístico en la satisfacción del cliente, en establecimientos locales en cantón Guano, conocido como

la "Capital Artesanal del Ecuador". Los autores utilizaron un diseño no experimental, transversal, de tipo cualitativo, descriptivo y correlacional. El instrumento, validado mediante el alfa de Cronbach, consistió en cuestionarios con escala Likert aplicados a 15 establecimientos de alimentos y bebidas y 334 turistas. Las hipótesis se verificaron con la prueba de chi cuadrado en el software SPSS y los resultados mostraron no se evidencia un impacto relevante entre la excelencia del servicio turístico y el nivel de satisfacción del usuario. Sin embargo, se caracterizaron dimensiones como procesos, servicio, mejora, expectativas, experiencia y percepción. Este estudio es relevante para mi estudio porque identifica dimensiones clave en la percepción del turista, como servicio, expectativas y experiencia. Aunque concluye que la calidad del servicio no influye significativamente en la satisfacción, su metodología con escala Likert y alfa de Cronbach puede servir de referencia para la recolección de datos en la Laguna Parón.

A nivel nacional, se tiene la contribución de autores como Rey (2019) que en su investigación planteó determinar la relación entre la satisfacción y la calidad del servicio turístico en el comercio turístico del Callao en 2019. Se utilizó un diseño no experimental y transversal con un enfoque mixto y alcance descriptivo-correlacional, analizando una muestra de 383 turistas. Se aplicó un cuestionario revisado por expertos en el área, con una confiabilidad de 0.855 para satisfacción y 0.822 para calidad, medida mediante el alfa de Cronbach. Los resultados mostraron una correlación alta positiva entre satisfacción y calidad del servicio (Rho de Spearman de 0.660), concluyendo que existe una relación alta entre ambas variables. Este estudio contribuye de manera relevante a mi trabajo porque relación positiva y significativa entre calidad del servicio y satisfacción del turista en un contexto turístico específico. Además, de la importancia del uso de herramientas estadísticas, como el coeficiente de Spearman, para evaluar relaciones, lo que puede servir en la metodología.

De igual forma, Marticorena et al. (2023) en su estudio analizaron la influencia de la valoración de los turistas sobre la calidad estética del paisaje en la intención de realizar ecoturismo en el Parque Nacional Cerros de Amotape [PNCA]. Utilizando un diseño no experimental y transversal, se encuestó a 383 turistas peruanos de áreas urbanas en Tumbes, con nivel educativo superior. Se aplicó el método de subjetividad representativa [MDS] para evaluar la calidad visual del paisaje y una escala Likert para medir la intención de ecoturismo. Los resultados mostraron una asociación positiva moderada entre la calidad estética del paisaje y una actitud favorable hacia el ecoturismo, indicando que el paisaje motiva a los turistas a trasladarse desde entornos urbanos a rurales. Este estudio contribuye a mi investigación al resaltar la importancia de la percepción del paisaje en la motivación de los turistas para realizar ecoturismo, lo que puede ser un factor clave en la satisfacción de los visitantes de la Laguna Parón.

También, Quispe (2024) realizó una investigación con el propósito de explorar la conexión entre la calidad del servicio y la satisfacción de los visitantes en la Ruta del Sillar, en Arequipa. Para ello, empleó un diseño no experimental y transversal, adoptando un enfoque cuantitativo y un alcance descriptivo-correlacional. La muestra estuvo compuesta por 196 visitantes adultos que utilizaron servicios de tour operadores, seleccionados a través de un muestreo probabilístico aleatorio simple. Se realizaron encuestas basadas en dos cuestionarios cerrados con escala de Likert, adaptados de Colquehuanca (2022), los cuales mostraron una alta fiabilidad (0.985 y 0.987). Los resultados revelaron una fuerte relación lineal positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del visitante (p -valor < 0.005 ; $Rho = 0.789$), lo que indica que a medida que la calidad del servicio mejora, también lo hace la satisfacción de los visitantes. Este estudio se vincula estrechamente con mi propia investigación, ya que confirma la relación positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del turista, subrayando la importancia de ofrecer servicios de calidad

en la Comunidad Campesina Cruz de Mayo para lograr la satisfacción de los turistas en la Laguna Parón.

De forma similar, Aviles e Inocencia (2024) se propusieron determinar cómo la actividad de turismo de aventura con cuatrimotos afecta la satisfacción de los turistas que visitan la laguna. Este estudio, de enfoque descriptivo-correlacional y mixto, utilizó un cuestionario semiestructurado con 19 preguntas de opción múltiple, dirigido a turistas tanto nacionales como internacionales. Se recolectaron datos de 369 visitantes, que fueron analizados con SPSS para obtener resultados significativos. Las conclusiones revelaron un alto nivel de satisfacción entre los turistas que participan en el tour en cuatrimotos en la Laguna de Huaypo, destacando las impresionantes vistas y los paisajes naturales como factores motivadores. Este estudio es relevante para mi investigación, ya que subraya cómo actividades turísticas específicas, como el turismo de aventura, pueden influir en la satisfacción del visitante. Para mi investigación actual, esto permite considerar cómo los servicios ofrecidos por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo en la Laguna Parón pueden afectar la experiencia del turista.

Por último, la investigación de los autores Huamán y Calanchez (2025) estudió en Paracas cómo se relacionan la calidad del servicio al cliente y la sensación de exclusividad en las vivencias turísticas de lujo; lo hizo con un diseño no experimental, transversal y un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo-correlacional. Para ello, los autores aplicaron encuestas a 334 visitantes, con el fin de registrar las dos variables. Los datos revelaron que la calidad del servicio obtuvo un promedio de 54,5% y la exclusividad alcanzó 48,5%, mientras que el vínculo entre ambas fue positivo pero débil ($Rho=0,175$). Esta evidencia respalda mi investigación al confirmar que la calidad del servicio influye en la percepción general del viajero. Aunque el análisis se centra en el

segmento de lujo, sugiere que la Comunidad Campesina Cruz de Mayo debe valorar y mejorar su atención para elevar la satisfacción de quienes la visitan.

Marco teórico

Antes de iniciar el desarrollo del marco teórico, se toma en cuenta lo señalado por Arispe Alburqueque et al. (2020), quienes mencionaron que representa una fase importante del proceso de investigación en la que se debe especificar claramente la teoría que estructura el estudio. Es decir, se trata del modelo teórico que se utiliza como referencia para comprender la realidad que se está analizando.

Calidad de Servicio

A lo largo de las décadas, el término "calidad de servicio" ha experimentado una evolución significativa impulsada por una comprensión más profunda de las expectativas y percepciones del cliente. Originalmente, Lewis y Booms (1983) definieron la calidad del servicio como el grado en que una empresa cumple con las expectativas de sus clientes, enfocándose en cumplir sus promesas. Más tarde, Grönroos (1984) refinó este punto de vista desglosando la calidad en dos componentes fundamentales: la calidad técnica, que se refiere a los resultados tangibles que recibe el cliente, y la calidad funcional, que incluye la experiencia del cliente durante la prestación del servicio.

Parasuraman et al. (1985, 1988) desarrollaron el modelo SERVQUAL con cinco dimensiones esenciales y definieron la calidad como la divergencia entre las expectativas del cliente y su percepción del servicio. Sin embargo, el modelo SERVQUAL fue criticado por Cronin y Taylor (1992), quienes afirmaron que medir las expectativas del cliente era problemático y sugirieron el modelo SERVPERF, que se enfoca en el desempeño percibido por el cliente. Además,

Zeithaml y Bitner (2002) definieron la calidad del servicio como la evaluación general que el cliente hace sobre el servicio, basada en su propia percepción. Albacete-Sáez et al. (2007) enfatizaron la importancia de determinar las dimensiones específicas de la calidad del servicio para desarrollar herramientas de medición efectivas. Por último, Brochado y Pereira (2017) reiteraron que la calidad del servicio es una noción multifacética y compleja que abarca una variedad de factores interrelacionados.

Tabla 1

Modelos de calidad de Servicio.

Año	Autores	Modelos de la Calidad de Servicio
1984	Grönroos	Calidad Percibida del Servicio
1985	Parasuraman, Zeithaml y Berry	SERVQUAL
1992	Cronin y Taylor	SERVPERF
2002	Zeithaml y Bitner	Calidad de Servicio Global
2007	Albacete-Sáez et al.	Dimensiones Específicas de Calidad
2017	Brochado y Pereira	Multifacético de Calidad de Servicio

Nota. La tabla presenta de manera cronológica el desarrollo de los modelos utilizados para comprender la variable de calidad de servicio.

Este trabajo toma como punto de partida a Parasuraman et al. (1985), creadores de la herramienta SERVQUAL. Su propuesta mide la calidad del servicio comparando lo que el cliente esperaba con lo que realmente recibió, y lo hace a través de cinco ejes: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Por esa sencillez, el modelo está presente en numerosas organizaciones que buscan detectar fallos y trazar caminos claros hacia una mayor satisfacción del cliente.

Tabla 2*Modelo SERVQUAL: Dimensiones y Definición.*

Dimensiones	Definición
Tangibilidad	Hace referencia a un establecimiento, herramientas y el semblante de los trabajadores.
Fiabilidad	Consiste en la competencia para ejecutar el servicio que fue ofrecido con puntualidad y sin errores.
Capacidad de respuesta	Actitud favorable para acudir en ayuda de los usuarios así como atender requerimientos con presteza.
Seguridad	Personal especializado en la atención al cliente amigo, su tacto y significativa habilidad para generar confianza.
Empatía	Cuidado individualizado que una empresa ofrece a sus clientes.

Nota. Dimensiones modelo SERVQUAL propuestas por Parasuraman et al. (1988)

Asimismo, estas dimensiones incluyen una serie de indicadores específicos que facilitan la aplicación de encuestas y otros instrumentos de medición en diferentes sectores.

Tabla 3*Modelo SERVQUAL: Dimensiones e indicadores.*

Dimensiones	Indicadores
Tangibilidad	Modernos en su equipo, visualmente atractivos los empleados y las instalaciones, elementos estéticamente agradables.
Fiabilidad	Sincronía con el interés por resolver problemas y servicio cumpliendo lo prometido. Ejecutando todo bien al hacer su trabajo, no comete errores y termina dentro del tiempo promedio.
Capacidad de respuesta	Cuentan con rapidez en el servicio, disposición a ayudar, comunicación efectiva, nunca están saturados.

Seguridad	Comportamiento confiable, clientes seguros, amabilidad, y empleados con conocimiento suficientes.
Empatía	Centralización en requerimientos del cliente, atención individualizada junto a un horario conveniente demuestra preocupación por las necesidades.

Nota. Dimensiones modelo SERVQUAL y sus indicadores propuestos por Parasuraman et al. (1988).

Satisfacción del Turista

La satisfacción del consumidor es un tema ampliamente abordado en la literatura. Oliver (1997) la conceptualizó como una emoción derivada de la comparación entre las expectativas y el desempeño real del producto. En relación con ello, la calidad del desempeño de un destino o producto turístico influyó directamente en el nivel de satisfacción del consumidor (Oliver, 1998). Hoffman y Bateson (1997) diferenciaron la satisfacción del cliente, entendida como una experiencia de corto plazo, de la calidad del servicio, la cual representó una percepción sostenida en el tiempo que permitió evaluar el desempeño general. Asimismo, Kotler y Keller (2006) señalaron que la satisfacción surgió a partir de la comparación entre el rendimiento percibido y las expectativas previas del consumidor.

Por otra parte, Berry y Parasuraman (1991) identificaron dos niveles de expectativas en los consumidores: el mínimo aceptable y el nivel deseado. En esta misma línea, Tidichumrernporn et al. (2010) indicaron que los consumidores consideraron satisfactorios los servicios cuando estos cumplieron con sus expectativas, mientras que aquellas experiencias que superaron sus expectativas generaron un nivel de satisfacción más elevado. Del mismo modo, Sereeratana (2003) explicó que la satisfacción se manifestó tras la recepción del servicio y, en caso de no cumplirse

las expectativas del consumidor, este optó por buscar alternativas que respondieran mejor a sus necesidades.

En el ámbito turístico, Izaguirre (2014) destacó que la satisfacción estuvo vinculada a la capacidad del servicio para responder a las necesidades y deseos de los turistas, considerando factores como el precio, los canales de distribución, la promoción, el personal, la infraestructura y el entorno en el que se desarrolló el servicio. Finalmente, Patterson y Johnson (1993) resaltaron que la satisfacción incluyó tanto componentes emocionales como cognitivos, lo que evidenció la subjetividad inherente a su estudio y evaluación.

Tabla 4

Modelos de Satisfacción del Turista.

Año	Autores	Modelos de Satisfacción del Turista
1980	Oliver	Expectativa-Desconfirmación
1993	Patterson & Johnson	Satisfacción afectiva y cognitiva
1997	Hoffman & Bateson	Diferenciación entre satisfacción y calidad del servicio
2003	Sereeratana	Satisfacción post-servicio
2006	Kotler & Keller	Comparación desempeño-expectativas

Nota. La tabla presenta de manera cronológica el desarrollo de los modelos utilizados para comprender la variable de Satisfacción.

Tabla 5

Aportes de cada Modelo.

Autores	Aporte según Modelo
Patterson & Johnson	Destaca que la satisfacción involucra tanto emociones como evaluación racional del servicio recibido.

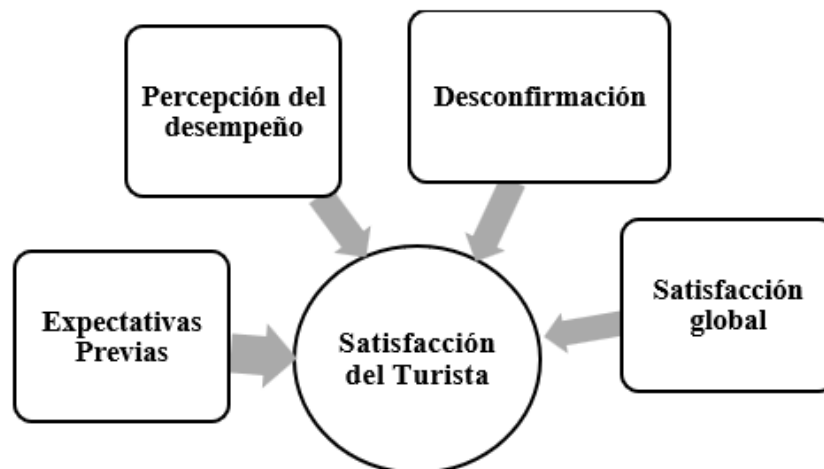
Oliver	Evalúa la satisfacción en función de la diferencia entre las expectativas del consumidor y el desempeño percibido del servicio o producto
Hoffman & Bateson	Define la satisfacción como una experiencia transaccional de corto plazo, mientras que la calidad del servicio se evalúa a largo plazo.
Sereeratana	Señala que la satisfacción se genera tras la recepción del servicio, y si no se cumplen las expectativas, el consumidor buscará alternativas.
Kotler & Keller	Explica que la satisfacción surge cuando el desempeño obtenido cumple o supera las expectativas del consumidor.

Nota. Los autores propusieron diversas perspectivas sobre la satisfacción, considerando expectativas, desempeño y factores emocionales y cognitivos.

Para la presente investigación en relación con la variable satisfacción del turista se tiene a autor base a Oliver (1980) que habla del Modelo Expectativa-Desconfirmación.

Figura 2

Dimensiones de la variable Satisfacción



Nota. El gráfico muestra las dimensiones de la variable satisfacción, adaptado del A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions, Oliver (1980).

Caraz

Según el portal de turismo Y tú que planes? (2025) , Caraz es un pintoresco pueblo ubicado en la sierra de Áncash, a una hora y media de Huaraz. Este destino destaca por su variada flora, especialmente los claveles y arándanos, que son distribuidos en el mercado nacional y extranjeros. Entre los principales atractivos turísticos se encuentran el Museo Municipal Hernán Osorio Herrera, la Granja Interactiva Municipal y el Sitio Arqueológico de Tumshukaiko. Además, Caraz ofrece paisajes impresionantes como el Cañón del Pato, la Laguna Miramar y la Laguna Parón, rodeada por la majestuosa Cordillera Blanca, siendo un punto de atracción para los amantes de la naturaleza y quienes practican el senderismo.

La Comunidad Campesina Cruz de Mayo ha sido históricamente un actor clave en la gestión y conservación de la Laguna Parón, asumiendo el rol de defender a la laguna en 2008, tras el conflicto socioambiental con la empresa Duke Energy. Según la Autoridad Nacional del Agua (2021), la construcción del túnel y el sistema de regulación de la laguna se completó en 1992, y durante los siguientes años, la laguna estuvo bajo regulación para fines de generación de energía eléctrica. Sin embargo, debido al conflicto, a partir de 2008, la comunidad asumió la responsabilidad de la laguna, que dejó de ser regulada para generación de energía y pasó a ser gestionada exclusivamente para su conservación y mantenimiento.

Desde ese momento como menciona Andina (2025), la Comunidad Cruz de Mayo ha trabajado en conjunto con el Ministerio del Ambiente (Minam) y el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp), asegurando que la Laguna Parón se mantenga como un área protegida. Esta colaboración ha permitido fomentar el ecoturismo y la preservación de la biodiversidad local, garantizando que las actividades turísticas sean respetuosas con el entorno y contribuyan al desarrollo sostenible de la región.

En cuanto a la defensa de la laguna, Romero (2016) comenta que la comunidad adoptó una acción organizada y pacífica para su recuperación. Después de la salida de Duke Energy, los campesinos comenzaron a custodiar la laguna, estableciendo puntos de control, como una “tranquera” en el acceso a la laguna, y se organizaron para gestionar las tomas y canales de agua a lo largo de la subcuenca Parón Llullán. Estas acciones resultaron ser la forma más efectiva para asegurar la colaboración de todos en la defensa de la laguna. La custodia de la laguna ha sido constante desde 2008, pasando por diversas etapas de protección y conservación.

La autora subraya que la organización y la lucha pacífica de la comunidad han sido fundamentales para la recuperación y conservación de la Laguna Parón. Gracias a estos esfuerzos, se ha logrado mantenerla como un atractivo turístico que fomenta un turismo responsable y sostenible, beneficiando tanto a la comunidad como al entorno natural.

Dentro de los servicios ofrecidos, según Romero (2024), con el objetivo de fortalecer el turismo sostenible y generar beneficios directos para la población local, la comunidad asentada en los alrededores de la Laguna Parón ha desarrollado una variedad de servicios turísticos. Estas iniciativas permiten a los visitantes disfrutar de manera segura y responsable de este importante recurso natural, al mismo tiempo que contribuye al desarrollo económico de las familias locales. A continuación, se presenta una tabla con los principales servicios brindados por la comunidad, junto con sus respectivos precios expresados en soles.

Tabla 6

Servicios ofrecidos por la comunidad Campesina Cruz de Mayo

Tipo de servicio	Precio
Restaurante	S/. 20,00 (Chicharrón)

	S/. 20,00 (Caldo de gallina)
	S/. 20,00 (Trucha)
	S/. 5,00 porción de (papa, queso, y choclo)
	S/. 2,00 infusión
Paseo en Bote	S/. 10,00 por persona (10 minutos)
Kayak	S/. 20,00 por persona (15 minutos)
Otros	S/. 1,00 (baño)

Nota. Los autores propusieron diversas perspectivas sobre la satisfacción, considerando expectativas, desempeño y factores emocionales y cognitivos.

Laguna Parón

Según Camones (2022), La Laguna Parón, ubicada a 32 km al este de Caraz, en el Parque Nacional Huascarán, se considera el reservorio de agua dulce más grande de la Cordillera Blanca. Su impresionante color azul turquesa, rodeado por los nevados Huandoy, Pisco, Chacaraju, Pirámide de Garcilaso y Artesonraju, le ha otorgado un paisaje único que la ha convertido en un destino turístico clave del Callejón de Huaylas, atrayendo a turistas tanto nacionales como extranjeros.

Reconocida por la UNESCO como Reserva de Biosfera en 1977 y Patrimonio Natural de la Humanidad en 1985, su valor ecológico ha sido destacado por su biodiversidad y por ser una fuente de vida que almacena agua y sustenta flora y fauna. En 2010, el Ministerio del Ambiente (MINAM) la declaró Patrimonio de la Nación (Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado [SERNANP], 2022).

Para regular su descarga, la laguna cuenta con un túnel de más de 1.200 metros, ubicado a 4 155 m s. n. m. La Autoridad Nacional del Agua (ANA, 2023), en su evaluación anual de la Laguna Parón, ha establecido que su nivel máximo de seguridad no debe superar los 4.185 m s. n. m. Sin embargo, en los últimos años, durante la temporada de lluvias, ha superado la cota de 4.190 m s. n. m., lo que representa un riesgo de desborde que podría afectar gravemente a Caraz y otras zonas cercanas.

Formulación del Problema

Considerando la realidad problemática descrita en previamente, se formulan las siguientes preguntas:

Problema General

- **PG:** ¿Existe relación entre la calidad de servicio ofrecido por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo y la satisfacción del turista en la Laguna Parón, Distrito de Caraz - 2025?

Problema Específicos

- **PE.1:** ¿Qué relación existe entre la calidad del servicio y la percepción del desempeño del servicio por parte del turista?

- **PE.2:** ¿Qué relación existe entre la calidad del servicio y las expectativas iniciales del turista?
- **PE.3:** ¿Qué relación existe entre la calidad del servicio y la confirmación o desconfirmación de expectativas?
- **PE.4:** ¿Qué relación existe entre la calidad del servicio y la satisfacción global del turista?

A raíz de los problemas planteados, este estudio tiene como objetivo analizar la relación entre la calidad de los servicios brindados por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo y la satisfacción de los turistas en la Laguna Parón. Para ello, se han establecido los siguientes objetivos generales y específicos, los cuales permitirán evaluar diversos aspectos de la calidad del servicio desde la perspectiva de los turistas, tanto nacionales como extranjeros.

Objetivos

Objetivo General

- **OG:** Determinar la relación entre la calidad de los servicios ofrecidos por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo y la satisfacción del turista en la Laguna Parón, Distrito de Caraz – 2025.

Objetivo Específicos

- **OE.1:** Identificar la relación entre la calidad del servicio y la percepción del desempeño del servicio por parte del turista.
- **OE.2:** Precisar la relación entre la calidad del servicio y la confirmación o desconfirmación de expectativas.

- **OE.3:** Describir las expectativas previas de los turistas en relación con los servicios turísticos ofrecidos en la Laguna Parón
- **OE.4:** Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción global del turista.

Hipótesis

Hipótesis General

- **HG:** Existe una relación significativa entre la calidad de los servicios ofrecidos por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo y la satisfacción del turista en la Laguna Parón, Distrito de Caraz – 2025.

Hipótesis Específicas

- **HE.1:** Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la percepción del desempeño del servicio por parte del turista en la Laguna Parón.
- **HE.2:** Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y las expectativas iniciales del turista que visita la Laguna Parón.
- **HE.3:** Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la confirmación o desconfirmación de expectativas por parte del turista.

- **HE.4:** Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción global del turista en la Laguna Parón.

La justificación teórica, según Parasuraman et al. (1988), la calidad de los servicios ha sido un factor determinante en la satisfacción del cliente, especialmente en el sector turístico. En este sentido, Oliver (1980) afirmó que la percepción positiva de los turistas sobre los servicios recibidos influye directamente en su nivel de satisfacción y en la probabilidad de que repitan su visita. En el caso específico de la Laguna Parón, García (2019) subrayó la necesidad de realizar investigaciones que conecten los servicios locales con la experiencia turística.

Por lo tanto, este estudio tiene como objetivo proporcionar una comprensión más profunda de cómo la calidad de los servicios influye en la satisfacción de los turistas en la comunidad Cruz de Mayo, lo cual resulta fundamental para el desarrollo sostenible del turismo.

En esta investigación se adoptó un enfoque metodológico mixto, integrando métodos cuantitativos y cualitativos, lo que permite obtener una visión más completa sobre la relación entre la calidad de los servicios y la satisfacción del turista en la Laguna Parón, Distrito de Caraz. Según Hernández y Mendoza (2023) este enfoque facilita la triangulación de datos, lo que enriquece el análisis y proporciona una comprensión más profunda del fenómeno estudiado. Previo consentimiento informado, se aplicarán encuestas a turistas nacionales y extranjeros, utilizando la escala de Likert para medir su satisfacción con los servicios turísticos. Paralelamente, se llevarán a cabo entrevistas con los prestadores de servicios locales para explorar sus percepciones sobre la calidad de los servicios y los desafíos que enfrentan. En cuanto a los instrumentos, estos serán validados por expertos para garantizar su fiabilidad y validez.

Este estudio tiene una justificación práctica, ya que los resultados que se obtengan pueden ser muy útiles para mejorar la calidad de los servicios turísticos en la Comunidad Cruz de Mayo. Esto, a su vez, ayudaría a aumentar la satisfacción de los turistas que visitan la Laguna Parón. Según Kotler y Keller (2016), la satisfacción del cliente en el sector turístico es clave para fomentar la lealtad y el regreso de los turistas. Además, los hallazgos de esta investigación podrían ser valiosos para desarrollar estrategias de marketing y para la mejora continua de los servicios en la región, lo que tendría un impacto positivo en la economía local.

Durante el desarrollo de la presente investigación se identificaron diversas limitaciones que influyeron tanto en el acceso a la información como en la ejecución del trabajo de campo. En primer lugar, se evidenció una escasa disponibilidad de estudios específicos sobre la Laguna Parón desde la perspectiva de la calidad del servicio y la satisfacción del turista. Si bien existen investigaciones relacionadas con el turismo en distintas regiones del país, muchas de ellas abordaban la Laguna de forma tangencial, priorizando fenómenos ambientales como la desglaciación de los nevados. Esta falta de investigaciones centradas en la experiencia del visitante dificultó la construcción de un marco teórico sólido y actualizado.

A esta situación se sumó que gran parte de la literatura consultada no era reciente, lo cual limitó la posibilidad de contar con una visión contemporánea sobre los desafíos turísticos que enfrenta este destino natural. Asimismo, se constató la ausencia de estudios turísticos a nivel local, tanto sobre la laguna en sí como sobre las comunidades circundantes, como Cruz de Mayo, que fue una pieza clave dentro del presente análisis. En la mayoría de los casos, las investigaciones locales se enfocaban en conflictos por el uso del agua o problemáticas vinculadas a la actividad hidroeléctrica, dejando de lado variables fundamentales como la percepción del visitante y la calidad de los servicios ofrecidos.

En cuanto al trabajo de campo, una de las principales dificultades fue la falta de registros públicos sobre el número de turistas que accedían a la Laguna Parón. Esta información estaba exclusivamente en manos de la comunidad local, responsable del control de ingreso mediante la venta de boletos. En un inicio, la ausencia de contactos institucionales dificultó el acceso a estos datos. Sin embargo, tras la obtención del permiso del entonces presidente comunal y la evaluación por parte de la comitiva respectiva, se logró acceder a la información necesaria para la investigación.

Otra limitación significativa fue la barrera lingüística durante las entrevistas a miembros de la comunidad. Muchos de los participantes se comunicaban principalmente en quechua, lo que representó un reto tanto para la interpretación como para la transcripción de sus respuestas. Este obstáculo exigió un esfuerzo adicional en el análisis cualitativo, al tiempo que puso en evidencia la necesidad de incorporar enfoques interculturales en estudios de este tipo.

Las condiciones climáticas también representaron un desafío considerable. Durante ciertos periodos del trabajo de campo, el acceso a la laguna fue suspendido por motivos de seguridad debido al incremento del nivel del agua y a las intensas lluvias que dañaron varios tramos de la carretera. Frente a esta situación, fue necesario adaptar la estrategia de recolección de datos. Se estableció un punto de contacto a lo largo de la ruta de retorno, lo que permitió entrevistar a turistas que regresaban de la visita. Muchos de ellos formaban parte de excursiones organizadas por agencias, por lo que se aprovechó la oportunidad de ingresar a las unidades vehiculares, gracias al apoyo de los operadores que autorizaron la aplicación de encuestas dentro de los buses.

No obstante, no todas las agencias brindaron facilidades. Algunas requerían permisos específicos emitidos por sus oficinas centrales en Huaraz, lo cual limitó el número total de

encuestas que se pudieron aplicar. Esta restricción, aunque ajena al control del equipo investigador, influyó en la cantidad y variedad de opiniones recogidas.

Además, el cambio de autoridades dentro de la comunidad representó una limitación adicional. En un inicio se había gestionado y obtenido la autorización con el presidente comunal en funciones; sin embargo, al finalizar el año se produjo un relevo en la dirigencia, lo que obligó a reiniciar el proceso de solicitud de permisos. Este hecho generó retrasos en el cronograma de ejecución, además de un reajuste logístico para culminar con las actividades planificadas.

Como en toda investigación aplicada a un contexto específico, las características metodológicas también introducen ciertos límites. El uso de un muestreo no probabilístico por conveniencia restringe la posibilidad de generalizar los hallazgos a la totalidad de turistas que visitan la Laguna Parón u otros destinos similares. Asimismo, el trabajo de campo se realizó durante la temporada alta del año 2025, lo cual podría incidir en las percepciones recogidas, ya que aspectos como el clima, el flujo de visitantes o la calidad del servicio pueden variar significativamente en otras épocas del año.

Por otro lado, si bien se empleó un enfoque mixto, el componente cualitativo se construyó a partir de un número reducido de entrevistas, lo que limitó la profundidad interpretativa desde la mirada de los prestadores de servicios comunitarios. A ello se añade la limitada disponibilidad de registros estadísticos oficiales sobre el flujo turístico hacia la laguna, lo cual impidió complementar el análisis con datos longitudinales que podrían haber fortalecido la comprensión de las dinámicas turísticas locales a lo largo del tiempo.

A pesar de estas limitaciones, el estudio logró identificar aspectos clave sobre la calidad del servicio y la experiencia del visitante en la Laguna Parón. A partir de estos hallazgos, se

considera necesario fomentar estudios longitudinales que analicen la evolución de la percepción del turista en diferentes temporadas y ciclos turísticos, lo cual permitiría establecer tendencias y evaluar el impacto de acciones de mejora implementadas. También resultaría valioso impulsar investigaciones comparativas entre diversas comunidades campesinas que gestionan destinos turísticos en Áncash u otras regiones del país, con el fin de identificar buenas prácticas replicables y comprender mejor los factores que condicionan la calidad del servicio en contextos rurales. Finalmente, sería pertinente desarrollar análisis sobre las políticas públicas orientadas al turismo rural comunitario, evaluando la eficacia de los programas de capacitación, promoción y formalización impulsados por entidades como MINCETUR, SERNANP o los gobiernos regionales.

Estas líneas de investigación futura podrían contribuir de manera significativa a fortalecer el conocimiento científico sobre el turismo comunitario en el Perú, así como a generar evidencia útil para la formulación de estrategias inclusivas, sostenibles y centradas en la mejora continua de la experiencia turística en destinos naturales como la Laguna Parón.

CAPITULO II: METODOLOGÍA

Esta investigación es de tipo aplicada porque se centra en resolver problemas específicos utilizando conocimientos científicos de manera práctica. Según Murillo (2008), la investigación aplicada tiene como objetivo generar resultados que se puedan implementar directamente en contextos concretos, ayudando no solo a resolver situaciones reales, sino también a crear nuevos conocimientos a través de la sistematización de la práctica. Este enfoque asegura que los hallazgos obtenidos tengan un impacto real y útil en el área de estudio.

El diseño de la investigación es no experimental y de corte transversal, lo que significa que los datos se recogerán en un solo momento y sin alterar las variables. Como mencionan Hernández y Mendoza (2023), este tipo de diseño es perfecto para observar fenómenos en su entorno natural, lo que resulta ideal para describir características y analizar las relaciones entre las variables de los turistas que visitan la laguna, la cual está gestionada por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo.

El estudio tiene un enfoque descriptivo-correlacional. Es descriptivo porque se encarga de identificar los niveles de calidad del servicio y la satisfacción de los turistas, y es correlacional porque intenta averiguar si hay una relación significativa entre estas dos variables. Según Arias (2012), el nivel de investigación refleja cuán profundo es el estudio, y Hadi et al. (2023) sostienen que este enfoque descriptivo-correlacional no solo permite caracterizar fenómenos, sino también analizar las conexiones entre ellos.

El enfoque es mixto esto según los autores Hernández y Mendoza (2023), señalaron que este integra sistemáticamente métodos cuantitativos y cualitativos en un solo estudio, permitiendo aprovechar la capacidad de generalización del método cuantitativo junto con la profundidad y contexto que ofrece el cualitativo, enriqueciendo la validez y confiabilidad de los resultados. Es

así que la presente investigación facilita el análisis de las dimensiones objetivas y subjetivas del fenómeno, proporcionando una comprensión más completa del problema de investigación.

Población y Muestra

Unidad de Estudio:

- Turistas nacionales y extranjeros.
- Pobladores pertenecientes a la comunidad Campesina de Cruz de Mayo, que ofrecieron algún servicio relacionado con el turismo dentro de la laguna Parón.

Población

Debido a la ausencia de un registro oficial actualizado sobre el número de visitantes a la Laguna Parón en el año 2025, se utilizó la cifra del año 2018 únicamente como referencia estimativa del tamaño poblacional total, mas no como base para la recolección ni el análisis de datos. La información del 2018, proporcionada por el Parque Nacional Huascarán, indica que 29,501 personas visitaron la laguna ese año. Sin embargo, los datos aplicados y analizados en la presente investigación corresponden exclusivamente a turistas encuestados en el año 2025.

Tabla 7

Ingreso de visitantes al Parque Nacional Huascarán año 2018.

INGRESO DE VISITANTES AL PARQUE NACIONAL HUASCARÁN POR TIPO DE VISITANTE Y PUESTO DE CONTROL DE INGRESO			
Puesto de Control	Nacionales	Extranjeros	Total
Llanganuco	117 558	36 671	154 229
Carpa	61 537	11 459	72 996
Purhuay	10 594	103	10 697
Quillcayhuanca	2 572	6970	9542
Llaca	358	702	1060
Huaripampa	120	6556	6676
Cashapampa	82	2697	2779
Ishinca	75	784	859
Ulta	5756	803	6559
Parón	14 264	15 237	29 501
Querococha	73 270	10 407	83 677
Total	286 186	92 389	378 575

Nota. La tabla presenta los ingresos y el perfil de los turistas que visitaron las diversas lagunas que conforman parte del Parque Nacional de Huascarán a lo largo del año 2018.

La población de estudio se compone de turistas nacionales y extranjeros que hayan visitado la Laguna Parón y adquirido alguno de sus servicios turísticos, así como de los pobladores de la comunidad campesina Cruz de Mayo, quienes ofrecen dichos servicios.

Muestra

Para la presente investigación se optó por un muestreo no probabilístico por conveniencia, el cual consiste en seleccionar a los participantes que se encuentran accesibles y disponibles durante el periodo de recolección de datos. Esta técnica resulta pertinente en contextos donde no es viable acceder a una muestra aleatoria representativa, pero se requiere obtener información de manera rápida y focalizada, en función de los objetivos específicos del estudio (Creswell, 2014).

En ese sentido, la muestra quedó conformada por un total de 162 turistas, encuestados durante los meses de marzo y abril en la Laguna Parón, área elegida como sitio de estudio. Para garantizar la pertinencia de los datos, se incluyó únicamente a aquellos visitantes que cumplieran con los criterios de inclusión establecidos (ver Tabla 9), tales como ser mayores de 18 años y haber adquirido al menos un servicio turístico local. De dicho total, 74 correspondían a turistas nacionales y 88 a extranjeros, lo que permitió contar con una base suficiente para la aplicación de análisis estadísticos inferenciales no paramétricos.

La aplicación de las encuestas se llevó a cabo en puntos estratégicos del retorno desde la laguna, con el apoyo logístico de operadores turísticos locales. Esta estrategia metodológica permitió captar las percepciones de los visitantes justo al término de su experiencia, lo cual favoreció la espontaneidad, precisión y relevancia de las respuestas obtenidas.

Complementariamente, se incorporó una fase cualitativa, mediante entrevistas semiestructuradas dirigidas a tres miembros clave de la comunidad local: el responsable del restaurante, el encargado del paseo en bote y el presidente de la Comunidad Campesina Cruz de Mayo. La selección de estos informantes se realizó de manera intencional, considerando su participación en la gestión del destino y su conocimiento directo sobre la dinámica turística del lugar. En la Tabla 8 se detallan los criterios de selección que se consideraron para la inclusión de los participantes en el análisis cualitativo, asegurando la relevancia y la diversidad de perspectivas.

El enfoque cualitativo fue reservado exclusivamente para los actores locales debido a que su rol como gestores del destino les permite ofrecer una visión más profunda y reflexiva sobre los procesos organizativos, los desafíos operativos y las decisiones comunitarias vinculadas al

turismo. A diferencia de los turistas —cuyo contacto con el entorno es momentáneo y limitado a la experiencia vivencial— los actores locales poseen una mirada estructural y sostenida en el tiempo, que resulta fundamental para comprender el contexto social, económico y cultural del desarrollo turístico.

En consecuencia, el análisis estadístico de correlación fue aplicado exclusivamente a los datos cuantitativos recolectados a través de las encuestas a los turistas. Por su parte, las percepciones de los pobladores se abordaron desde el enfoque cualitativo, permitiendo una comprensión más amplia e integral del fenómeno estudiado.

Tabla 8

Características de la Muestra

Elemento	Descripción
Unidad de análisis	Turistas nacionales y extranjeros que visitaron la Laguna Parón y adquirieron servicios de la Comunidad Campesina Cruz de Mayo.
Población	29,501 turistas (según registros 2018 del Parque Nacional Huascarán); se estimó una población similar para 2025 dada la tendencia de recuperación.
Muestra	162 turistas: 74 nacionales y 88 extranjeros.
Técnica de muestreo	Muestreo no probabilístico por conveniencia.
Justificación del tamaño	Se consideró adecuado para pruebas correlacionales (Rho de Spearman), cumpliendo requisitos mínimos para inferencia en estudios sociales.
Complemento cualitativo	3 entrevistas a informantes clave (prestadores de servicio de la comunidad), seleccionados por muestreo intencional.

Nota. Elaborado por la autora. La tabla muestra las características que presenta la muestra seleccionada para el estudio.

Tabla 9*Criterios de inclusión y criterios de exclusión: encuesta.*

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Turistas mayores de 18 años.	Turistas que no cumplan con el requisito de edad mínima (mayores de 18 años).
Turistas nacionales y extranjeros que hayan visitado la Laguna Parón	Turistas que no hayan visitado la Laguna Parón.
Turistas que hayan contratado o utilizado alguno de los servicios ofrecidos por la comunidad campesina Cruz de Mayo	Turistas que no hayan utilizado ningún servicio ofrecido por la comunidad campesina Cruz de Mayo.
Personas dispuestas a compartir su experiencia sobre los servicios adquiridos.	Personas que no deseen participar o que no puedan brindar respuestas completas.

Nota. Elaborado por la autora. La tabla muestra los criterios que se tendrán en cuenta para seleccionar a quienes se realiza la encuesta.

Tabla 10*Criterios de inclusión y criterios de exclusión: entrevista.*

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Mayores de 18 años	Menores de 18 años
Miembros de la comunidad campesina Cruz de Mayo que ofrezcan servicios turísticos relacionados con la Laguna Parón.	Miembros de la comunidad que no estén directamente involucrados en la prestación de servicios turísticos.
Prestadores de servicios relacionados al turismo.	Prestadores de servicio turístico, que realizan sus actividades esporádicamente o de forma irregular.
Personas que estén dispuestas a compartir su experiencia y perspectiva sobre la calidad de los servicios ofrecidos.	Prestadores que no deseen participar en la entrevista o que no proporcionen información suficiente.

Nota. Elaborado por la autora. La tabla muestra los criterios que se tendrán en cuenta para seleccionar a quienes entrevistar.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Como se mencionó previamente, esta investigación adopta un enfoque correlacional de corte transversal, en concordancia con lo planteado por, Hadi et al. (2023), que permite identificar la relación entre variables en un momento específico del tiempo. Este diseño resulta pertinente para examinar cómo la calidad del servicio se asocia con la satisfacción del turista sin intervenir en el entorno natural de los sujetos de estudio. En este contexto, se utilizaron de forma complementaria dos técnicas principales de recolección de datos: el cuestionario estructurado y la entrevista semiestructurada. La combinación de ambas responde al enfoque mixto del estudio, permitiendo una triangulación metodológica que enriquece la interpretación de los resultados. Asimismo, para asegurar la confiabilidad de los instrumentos aplicados, se calculó el coeficiente alfa de Cronbach, el cual arrojó valores superiores a 0.8, lo que indica un alto nivel de consistencia interna. En cuanto a la validez, esta fue determinada a través del juicio de expertos, quienes evaluaron la claridad, pertinencia y coherencia de cada ítem, garantizando así la calidad técnica de los instrumentos utilizados.

En relación con el instrumento cuantitativo, el cuestionario se elaboró tomando como base dos modelos teóricos ampliamente reconocidos en la literatura sobre calidad de servicio y satisfacción del cliente: el modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman et al., y el modelo de Expectativa-Confirmación, propuesto por Oliver (1980). El primero permite evaluar cinco dimensiones clave de la calidad del servicio (tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía), mientras que el segundo se centra en el proceso de comparación entre lo que el cliente esperaba y lo que realmente experimentó. La integración de ambos modelos permitió construir un instrumento robusto, estructurado en escala tipo Likert de cinco puntos, que abarca distintas etapas del viaje del turista: desde sus expectativas previas hasta su satisfacción final. En

total, se incluyeron 15 ítems relacionados con SERVQUAL y 12 del modelo Expectativa-Confirmación, sumando un total de 27 preguntas, organizadas por dimensiones e indicadores específicos.

El cuestionario fue aplicado a turistas nacionales y extranjeros que visitaron la Laguna Parón durante los meses de marzo y abril. Con el objetivo de facilitar su comprensión y aumentar la fiabilidad de las respuestas, se diseñaron versiones en español para los turistas peruanos y en inglés para los extranjeros. Las encuestas se aplicaron en formato físico, de manera individual y anónima, en puntos estratégicos del retorno desde la laguna. Esta decisión metodológica respondió a la necesidad de captar impresiones frescas, inmediatas y contextualizadas tras la experiencia vivida, minimizando así el riesgo de respuestas condicionadas por el tiempo o la memoria. La recolección fue apoyada logísticamente por operadores turísticos locales, quienes facilitaron el acceso y la identificación de los participantes que cumplían con los criterios de inclusión.

Paralelamente, se incorporó una fase cualitativa mediante entrevistas semiestructuradas, orientadas a captar percepciones, experiencias y valoraciones más profundas por parte de los actores locales vinculados directamente a la gestión turística del destino. Según Hadi et al. (2023), la entrevista es una técnica especialmente útil para recolectar datos cualitativos, ya que permite explorar aspectos subjetivos que no pueden ser abordados mediante instrumentos estructurados. En ese sentido, López y Fachelli (2015) sostienen que la entrevista, en su modalidad semiestructurada, permite recoger discursos más complejos, abiertos y contextualizados, lo cual es clave cuando se busca comprender las dinámicas sociales desde la perspectiva de los actores. Esta herramienta facilita una aproximación flexible, en la que el entrevistador puede adaptar el orden y profundidad de las preguntas según las respuestas del entrevistado, enriqueciendo así la calidad de la información obtenida.

En este estudio, las entrevistas se dirigieron a tres miembros representativos de la Comunidad Campesina Cruz de Mayo: el responsable del restaurante, el encargado del paseo en bote y el presidente de la comunidad. La selección fue intencional, dado su conocimiento directo sobre la dinámica turística, sus responsabilidades operativas y su rol estratégico en la toma de decisiones. Las entrevistas fueron presenciales, con duración aproximada de 30 minutos, y se realizaron con previo consentimiento informado. En la Tabla 8 se detallan los criterios utilizados para la selección de los informantes, asegurando así la relevancia y diversidad de las perspectivas recogidas.

Cabe resaltar que el enfoque cualitativo fue reservado exclusivamente para los actores locales, y no para los turistas, debido a que su participación constante en la operación del destino les otorga una visión estructural y longitudinal del fenómeno turístico. Mientras que los turistas poseen una experiencia puntual, centrada en la vivencia inmediata, los actores locales pueden ofrecer información sobre procesos, cambios en el tiempo, problemáticas internas y dinámicas organizacionales. Este contraste entre ambas fuentes permite enriquecer el análisis al confrontar la experiencia del visitante con la perspectiva del proveedor de servicios. De esta forma, el estudio no solo mide la satisfacción desde la demanda, sino que también visibiliza los desafíos de la oferta local, lo que resulta esencial para plantear propuestas de mejora contextualizadas.

En consecuencia, el análisis estadístico de correlación —aplicado a través del coeficiente Rho de Spearman— se realizó exclusivamente sobre los datos cuantitativos recolectados mediante las encuestas a turistas. Por otro lado, las entrevistas se analizaron mediante codificación temática, permitiendo identificar patrones de sentido y categorías emergentes en los testimonios de los actores comunitarios. La combinación de ambos enfoques metodológicos fortalece la validez del

estudio, al ofrecer una comprensión más integral del fenómeno turístico en la Laguna Parón desde las perspectivas de quienes visitan y de quienes gestionan el destino.

Procedimiento de recolección de datos

La presente investigación utilizó dos procedimientos diferenciados para la recolección de datos: uno orientado a la descripción del problema mediante entrevistas cualitativas a actores clave de la comunidad, y otro destinado a la medición de la relación entre variables mediante encuestas cuantitativas dirigidas a los turistas. A continuación, se detallan ambos flujos de trabajo:

1. Procedimiento para la Recolección de Datos Cualitativos (Descripción del problema)

Se realizó con el objetivo de obtener información detallada sobre la percepción y participación de los actores locales en la gestión del destino turístico.

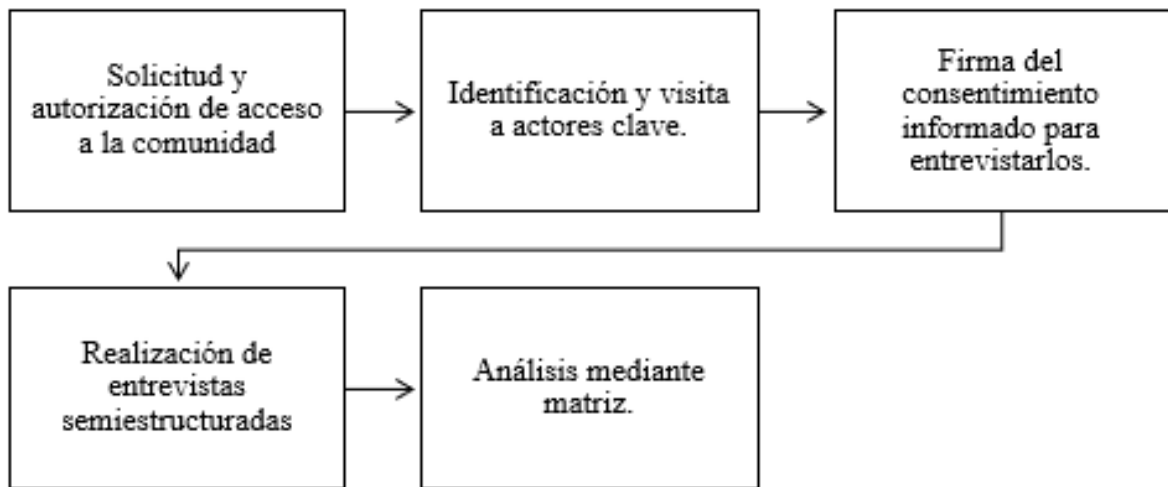
Flujo del procedimiento:

- Redacción de la carta de solicitud de acceso a la comunidad, dirigida al presidente de la Comunidad Campesina.
- Presentación formal de la solicitud al presidente y recepción de la carta de autorización comunitaria.
- Identificación de los actores clave (responsable del restaurante, encargado del paseo en bote, presidente de la comunidad).
- Coordinación y visita personalizada a cada actor clave.
- Firma del consentimiento informado por cada entrevistado.

- Desarrollo de las entrevistas semiestructuradas, registrando las respuestas de forma escrita y/o grabada.
- Elaboración de una matriz de análisis cualitativo donde se contrastaron hallazgos, coincidencias y aportes relevantes.

Figura 3

Procedimiento para la recolección de datos cualitativos mediante entrevistas



Nota. Elaborado por la autora. El presente flujograma resume las etapas seguidas para la recolección de información cualitativa, desde la gestión del acceso a la comunidad hasta el análisis de los hallazgos obtenidos a través de entrevistas semiestructuradas.

2. Procedimiento para la Recolección de Datos Cuantitativos (Medición de correlación de variables)

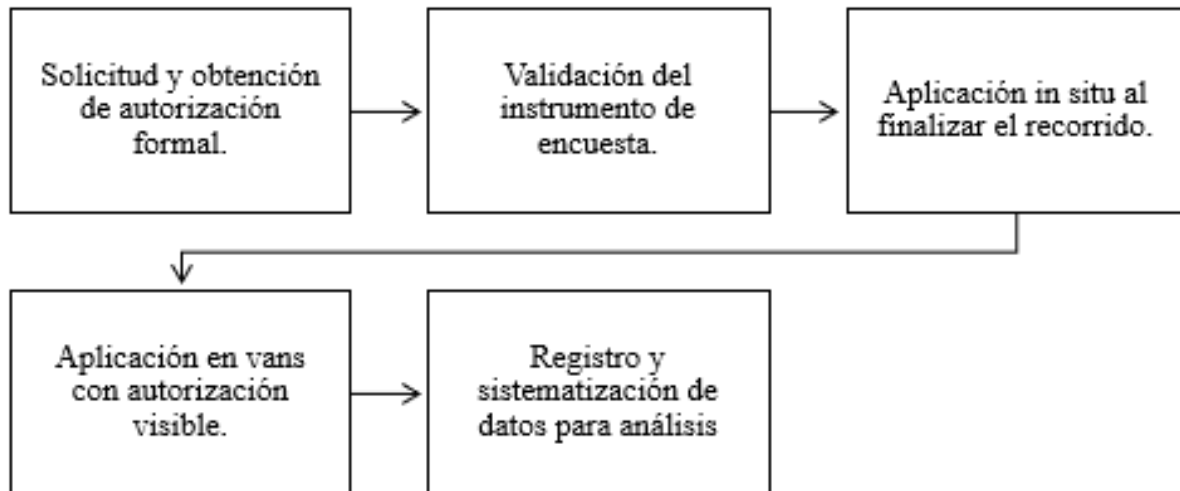
Se realizó con el objetivo de recopilar información de los turistas para medir la relación entre variables clave mediante análisis estadístico.

Flujo del procedimiento:

- Elaboración de la carta de solicitud de autorización para realizar encuestas en el área turística.
- Presentación de la carta ante la autoridad local y obtención de la autorización formal.
- Revisión y validación del instrumento de encuesta.
- Aplicación de las encuestas de manera in situ, abordando a los turistas al finalizar su recorrido por la Laguna Parón.
- Ingreso a las vans de agencias turísticas para aplicar encuestas, mostrando previamente la autorización al chofer y al guía.
- Registro manual o digital de las respuestas obtenidas.
- Sistematización de los datos recolectados para su posterior análisis estadístico de correlación.

Figura 4

Procedimiento para la recolección de datos cuantitativos mediante encuestas



Nota. Elaborado por la autora. Este flujograma resume las acciones realizadas para encuestar a turistas en el área de la Laguna Parón, desde la autorización oficial hasta el procesamiento de datos para el análisis estadístico.

Análisis de datos

Este estudio correlacional se analiza la relación entre la calidad del servicio ofrecido por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo y la satisfacción del turista en la Laguna Parón, partiendo de la hipótesis de que existe una relación significativa entre ambas variables. Para ello, se emplearán métodos cuantitativos y cualitativos. En el análisis cuantitativo se utilizará el software SPS versión 26 para procesar las encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros, con el fin de obtener frecuencias, porcentajes y evaluar la confiabilidad del instrumento mediante el alfa de Cronbach; además, se aplicarán pruebas de normalidad para determinar si se utilizará el coeficiente de Pearson y Spearman en el análisis de correlación. Por otro lado, el análisis cualitativo se fundamentará en las entrevistas realizadas a prestadores de servicios turísticos, utilizando la codificación selectiva para identificar patrones y extraer la perspectiva de los participantes, lo que permitirá realizar un diagnóstico y comparar los resultados obtenidos.

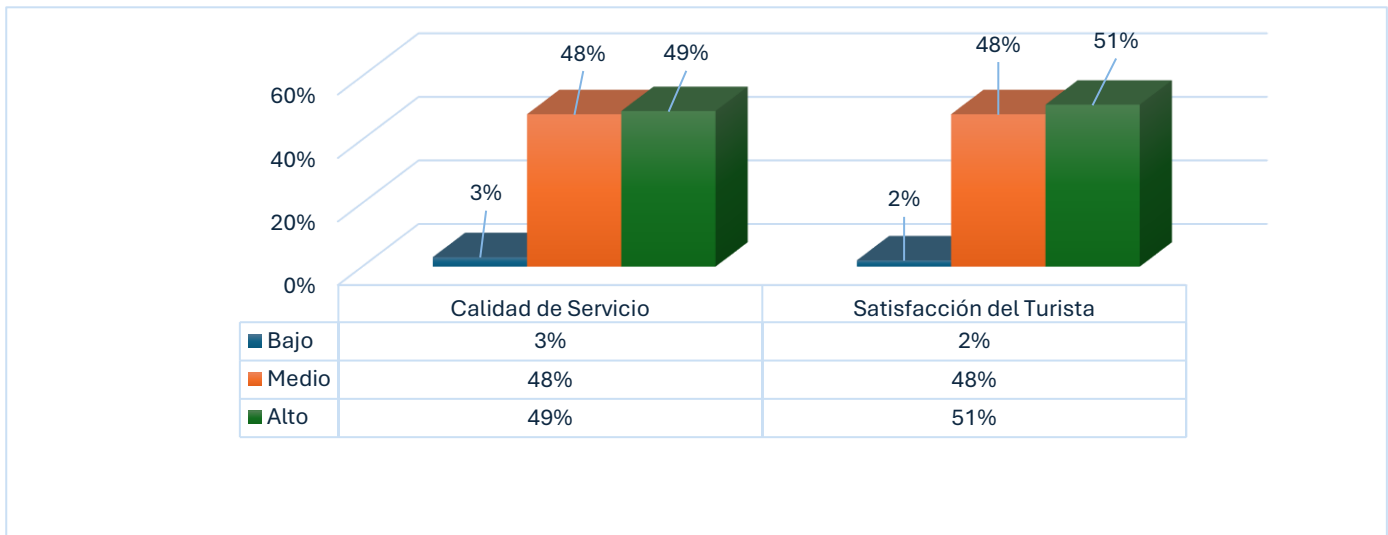
CAPITULO III: RESULTADOS

RESULTADOS DESCRIPTIVOS

Para interpretar los resultados descriptivos obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, se ha considerado una escala de valoración basada en tres niveles: bajo, medio y alto. Esta clasificación permite analizar de manera más clara y precisa la percepción de los encuestados. En este sentido, los valores comprendidos entre 1 y 2 se interpretan como un nivel bajo, lo que refleja una percepción negativa o insatisfactoria respecto al aspecto evaluado. El valor 3 representa un nivel medio, asociado a una percepción neutral o regular. Finalmente, los valores entre 4 y 5 corresponden a un nivel alto, indicando una valoración positiva y satisfactoria.

Figura 5

Variables de la investigación



Nota. En la gráfica se pueden apreciar los niveles obtenidos por la variable calidad de servicio y satisfacción del turista.

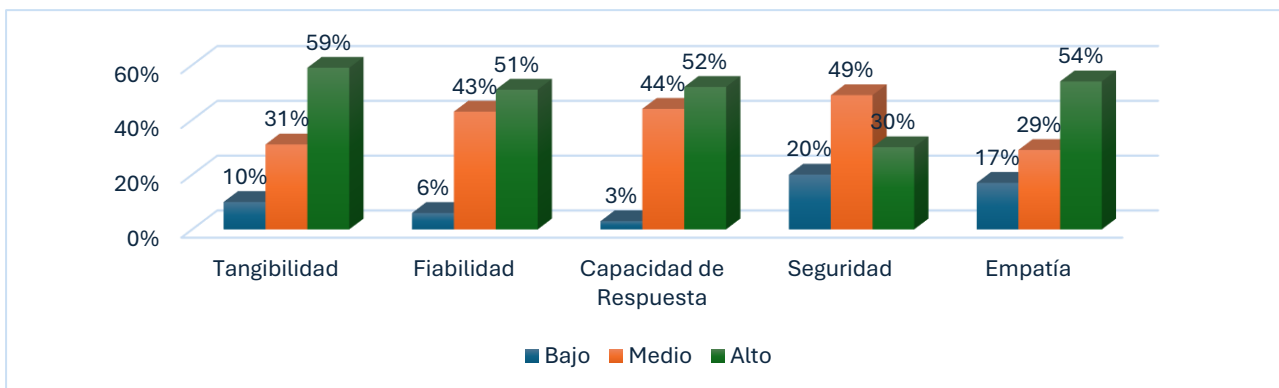
La percepción global de calidad del servicio alcanzó un 49 % en nivel alto, mostrando que, pese a limitaciones, el visitante quedó satisfecho con el servicio recibido. Esta percepción integra

todas las dimensiones medidas: tangibilidad, fiabilidad, empatía, entre otras. Según Brochado y Pereira (2017), la calidad del servicio es una noción multifacética que implica la convergencia de varios factores interrelacionados. En este caso, el desempeño colectivo de la comunidad permitió consolidar una experiencia satisfactoria. Los testimonios recogidos refuerzan esta visión: los turistas destacaron la belleza del paisaje y el trato cercano, aunque también señalaron áreas a mejorar como señalética y baños. El servicio es básico, sí, pero honesto, funcional y humano.

El 51 % de los turistas manifestó una alta satisfacción general, lo que indica que, en balance, la experiencia fue percibida como positiva. Esta satisfacción es el reflejo de una experiencia que superó o coincidió con lo esperado, integrando factores como paisaje, interacción comunitaria y servicio básico pero auténtico. Como señala la tesis, este indicador es el resultado de todas las dimensiones anteriores. Aunque hay retos evidentes en infraestructura y gestión, la calidez humana y el valor escénico fueron suficientes para generar una experiencia agradable y recordable. La comunidad Cruz de Mayo, pese a sus limitaciones, logró algo esencial: que los visitantes se vayan con una sonrisa.

Figura 6

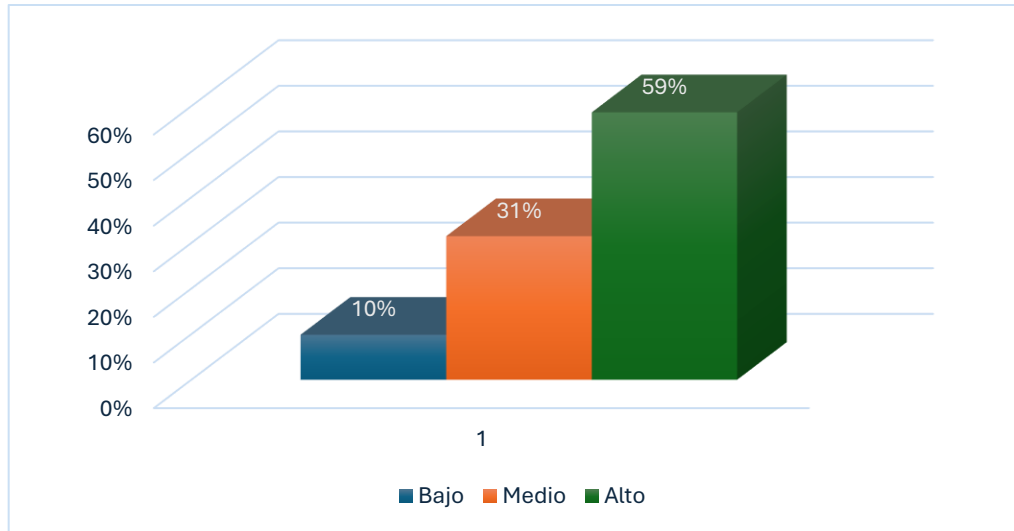
Dimensiones de calidad



Nota. El gráfico muestra los porcentajes de respuestas en los niveles bajo, medio y alto respecto a cada dimensión de la calidad del servicio.

Figura 7

Tangibilidad

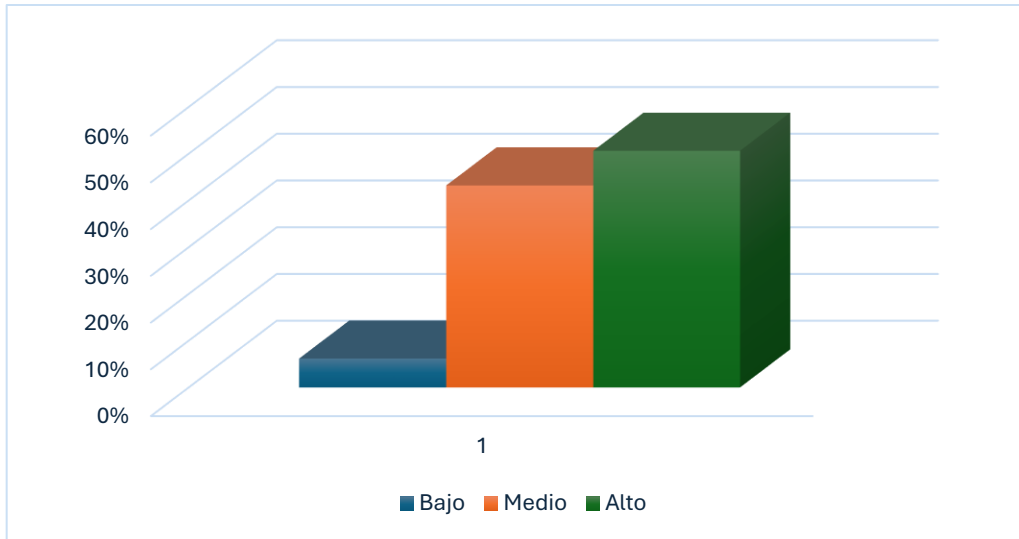


Nota. Se observa que el 59 % de los turistas perciben un alto nivel de tangibilidad, seguido de un 31 % con percepción media y solo un 10 % con percepción baja. Elaboración propia.

El 59 % de los encuestados percibió un nivel alto en la dimensión de tangibilidad, evidenciando que las instalaciones físicas, equipo visual y presentación del personal lograron generar una impresión favorable. Este resultado es clave considerando que la tangibilidad es la primera dimensión que el visitante experimenta al llegar al destino. Según Parasuraman et al. (1988), una adecuada apariencia física y materiales visuales influyen positivamente en la percepción inicial del servicio. En el contexto de la Comunidad Cruz de Mayo, esto puede deberse a la mejora progresiva en elementos visibles como los botes, carteles artesanales o vestimenta tradicional. Sin embargo, como mencionan los propios prestadores, aún existen áreas que requieren intervención en infraestructura y señalética. A pesar de ello, la presencia estética básica ha resultado suficiente para generar una percepción visual grata y funcional.

Figura 8

Fiabilidad

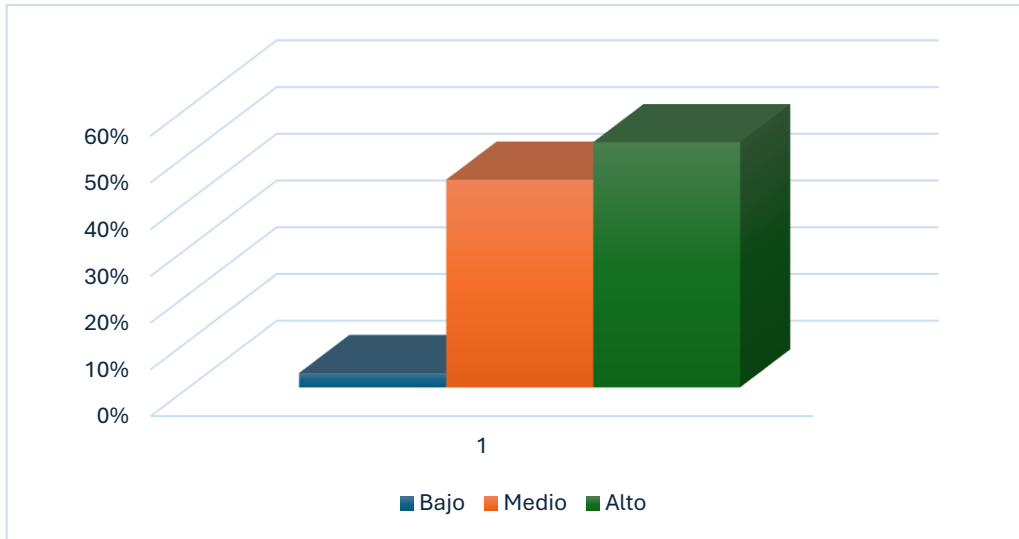


Nota. Se observa que el 51 % de los turistas perciben un alto nivel de fiabilidad en los servicios, el 43 % un nivel medio y solo el 6 % un nivel bajo. Elaboración propia.

Con un 51 % en nivel alto, la fiabilidad fue bien valorada, lo que indica que los turistas consideran que los servicios fueron entregados de forma puntual y sin errores. Este aspecto es esencial en turismo, ya que genera confianza en el visitante y asegura una experiencia fluida. La literatura señala que la fiabilidad consiste en la habilidad del servicio para ejecutar lo prometido sin fallos. En el caso de la Laguna Parón, este resultado sugiere que, pese a las limitaciones logísticas, la comunidad ha logrado entregar lo acordado, como los paseos en bote o la alimentación. Como lo sustenta Zeithaml et al. (1988), cuando lo ofrecido se cumple tal como fue anunciado, se refuerza la credibilidad del servicio. Este cumplimiento refuerza el vínculo de confianza entre el visitante y el prestador comunitario.

Figura 9

Capacidad de Respuesta

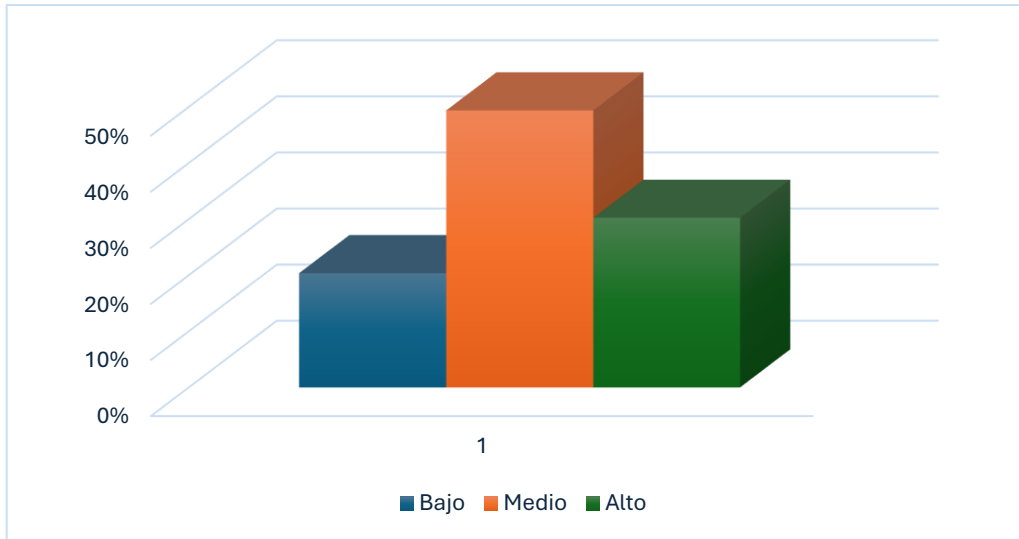


Nota. El 52 % de los encuestados valoró con nivel alto la capacidad de respuesta del personal, el 44 % con nivel medio y el 3 % con nivel bajo. Elaboración propia.

Un 52 % percibe una alta capacidad de respuesta, lo que refleja que el personal mostró agilidad y disposición para resolver problemas o atender requerimientos. Esta dimensión, según SERVQUAL, refleja la voluntad del prestador de servicio para actuar con rapidez ante las necesidades del usuario. En un entorno rural como el de la Laguna Parón, donde los recursos son limitados, este resultado es aún más significativo, pues implica una atención cercana y flexible. Los entrevistados mencionan que suelen adaptarse a solicitudes especiales, como modificar horarios o preparar platos fuera del menú. Este nivel de adaptabilidad genera una experiencia personalizada, elemento vital para la satisfacción del turista rural. Como resalta la autora de la tesis, la disposición inmediata ha sido clave para transformar imprevistos en oportunidades de mejora perceptiva.

Figura 10

Seguridad

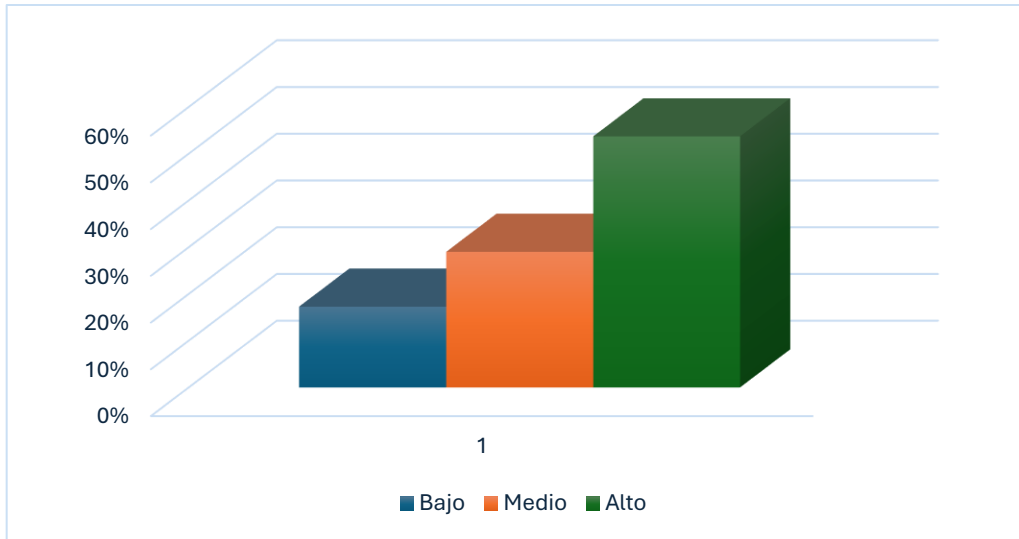


Nota. El 49 % de los turistas percibió un nivel medio de seguridad, el 30 % alto y el 20 % bajo, lo que evidencia oportunidades de mejora. Elaboración propia.

La seguridad obtuvo un 49 % en nivel medio, lo que sugiere que si bien los turistas no se sintieron inseguros, tampoco percibieron medidas destacables de protección. Esto puede explicarse por la falta de señalización preventiva, protocolos de emergencia o personal capacitado en primeros auxilios, como se detalla en las entrevistas. Aunque se realizan esfuerzos comunitarios para mantener el orden, la falta de un sistema estructurado limita la percepción de seguridad sólida. Oliver (1997) señalaba que incluso en destinos naturales, la percepción de seguridad influye en la experiencia emocional del turista. Por ello, esta percepción intermedia puede actuar como un inhibidor para algunos visitantes potenciales. Se evidencia así una oportunidad clara de mejora en capacitaciones y protocolos visibles.

Figura 11

Empatía

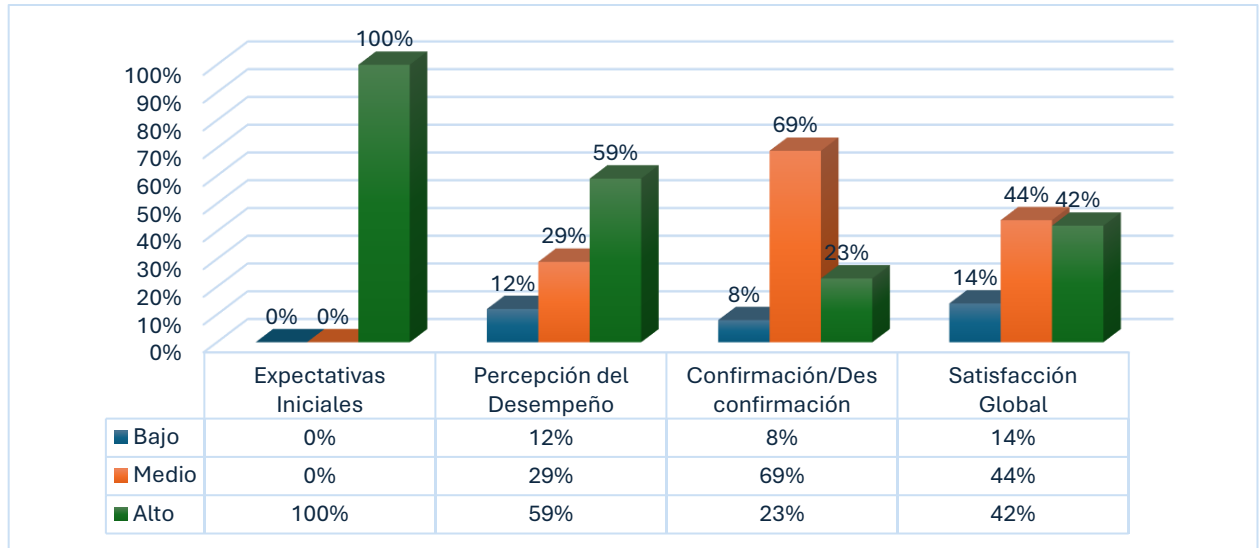


Nota. El 54 % de los turistas consideró alta la empatía del personal, el 29 % la calificó como media y el 17 % como baja. Elaboración propia.

El 54 % consideró que la empatía fue alta, lo que indica que los turistas percibieron una atención cálida, cercana y personalizada por parte de los prestadores. Esta valoración responde a la interacción directa con la comunidad, donde se valora no solo el servicio, sino el trato humano. Parasuraman et al. (1988) destacaron que la empatía refleja la capacidad del servicio para ofrecer atención individualizada. Los visitantes de la Laguna Parón valoraron que los guías compartieran historias, adaptaran los servicios o brindaran infusiones de cortesía. Este tipo de trato, como señala Kotler y Keller (2016), no solo satisface expectativas funcionales, sino que activa emociones positivas que elevan la experiencia global. Aquí, el turista no solo fue atendido sino que también fue escuchado.

Figura 12

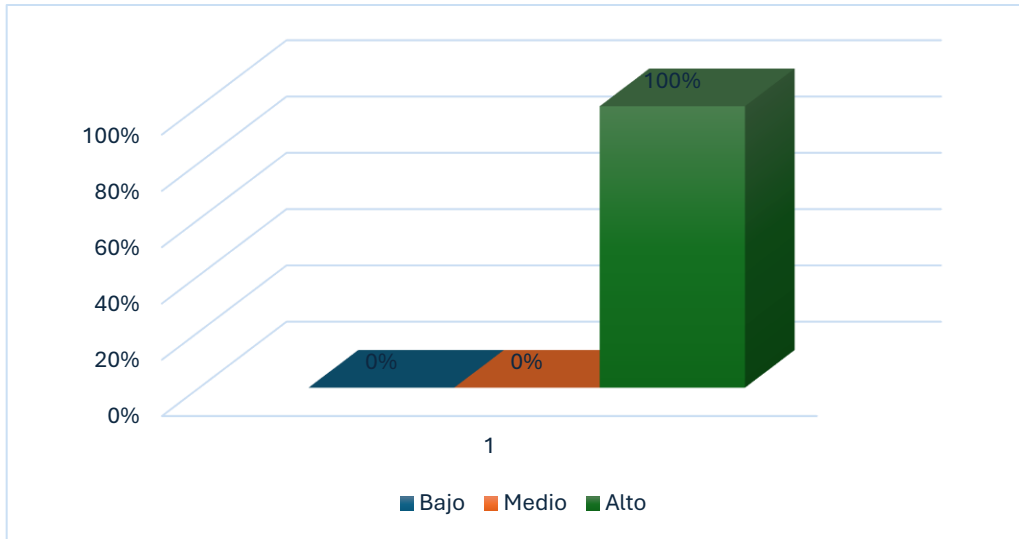
Dimensiones de satisfacción



Nota. Se aprecia que el 100 % de los turistas tenía expectativas altas, mientras que la satisfacción global se distribuyó en 42 % alta, 44 % media y 14 % baja. Elaboración propia.

Figura 13

Expectativas Iniciales

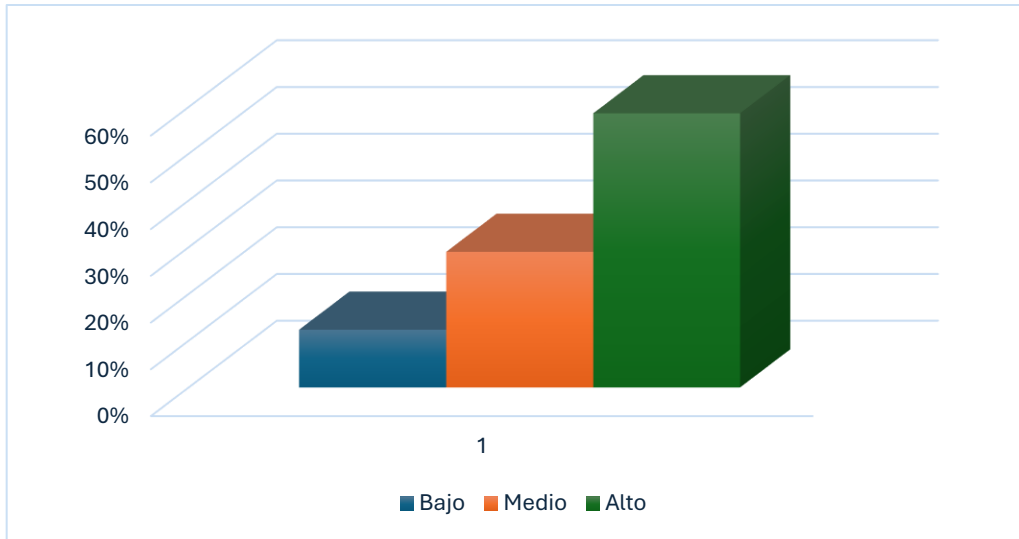


Nota. El 100 % de los turistas manifestó tener expectativas iniciales altas antes de su visita a la Laguna Parón. Elaboración propia.

Con un 100 % en nivel alto, todos los visitantes llegaron con expectativas elevadas, lo que demuestra un interés genuino y motivado por el destino. Esto se alinea con el modelo de Expectativa-Desconfirmación de Oliver (1980), que sostiene que las expectativas previas configuran el juicio posterior de satisfacción. En este caso, las redes sociales, agencias de viaje y el prestigio visual de la Laguna Parón (aguas turquesas, nevados imponentes) crearon un imaginario idealizado. Los testimonios confirman que muchos turistas ya venían con referencias de belleza escénica, tranquilidad y mística local. Este nivel tan alto plantea un reto: cumplir lo prometido o decepcionar. Afortunadamente, los datos sugieren que, en su mayoría, las expectativas fueron satisfechas o incluso superadas.

Figura 14

Percepción del Desempeño

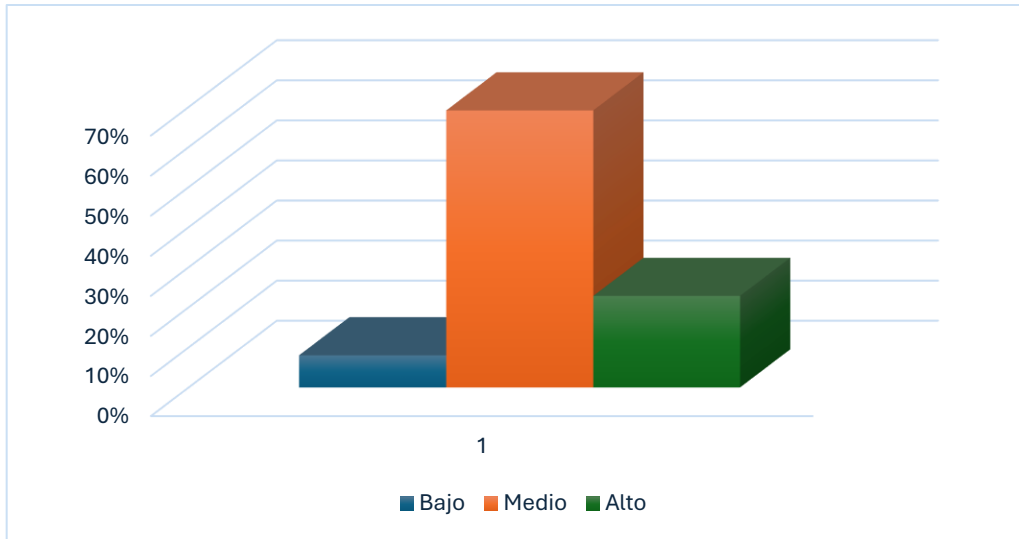


Nota. El 59 % de los turistas percibió un alto desempeño del servicio, el 29 % medio y el 12 % bajo. Elaboración propia.

El 59 % valoró positivamente el desempeño, lo que indica que los servicios fueron entregados de manera efectiva y con resultados satisfactorios. Esta percepción conecta directamente con la experiencia vivida, desde el acceso hasta la atención y las actividades realizadas. Según Zeithaml et al. (2009), el desempeño es la ejecución observable del servicio y es el elemento más tangible que el cliente percibe. En la Laguna Parón, los turistas percibieron que lo ofrecido fue entregado sin contratiempos graves, lo que refuerza una evaluación positiva. Además, los datos de correlación muestran que esta dimensión tuvo la relación más fuerte con la calidad del servicio ($Rho = .750$), confirmando su centralidad. En palabras simples: lo prometido se hizo.

Figura 15

Confirmación/Desconfirmación

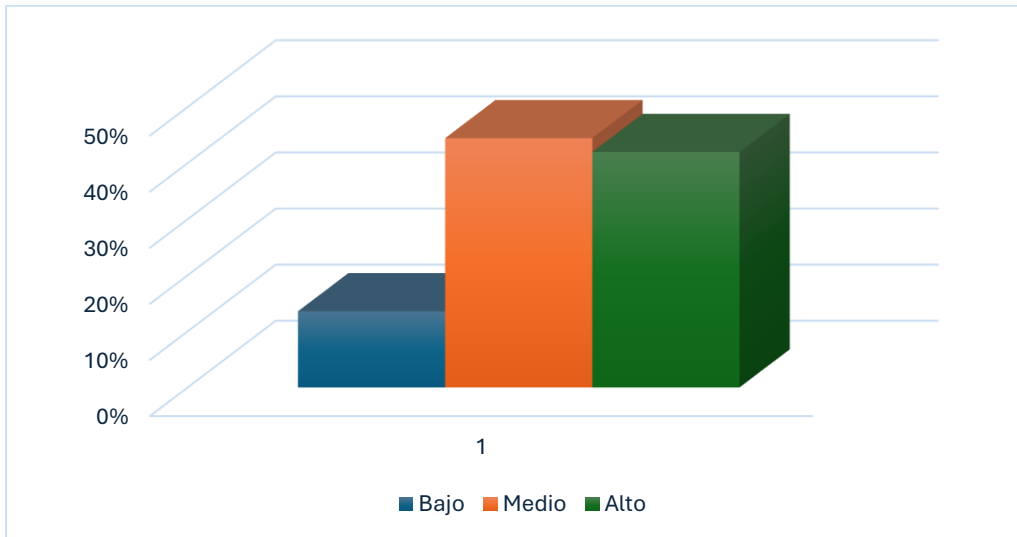


Nota. El 69 % de los encuestados indicó una confirmación media de sus expectativas, el 23 % alta y el 8 % baja. Elaboración propia.

La mayoría (69 %) ubicó esta dimensión en nivel medio, lo que implica que sus expectativas fueron confirmadas parcialmente. Esto puede interpretarse como una experiencia que cumplió, pero no sorprendió. El modelo de Expectativa-Desconfirmación de Oliver (1997) sostiene que una confirmación neutra no genera fidelidad, pero sí evita el rechazo. En este estudio, elementos como la belleza natural cumplieron con creces, pero servicios como baños o señalización impidieron una evaluación “excelente”. Los prestadores lo reconocen: hay voluntad, pero faltan recursos estructurales para brindar un servicio completo. Por eso, la experiencia fue buena pero con aspectos a mejorar.

Figura 16

Satisfacción Global



Nota. El 44 % de los turistas expresó una satisfacción global media, el 42 % alta y el 14 % baja. Elaboración propia.

El 44 % de los turistas calificó la satisfacción global como media, evidenciando que, aunque disfrutaron la experiencia, encontraron aspectos mejorables. Esta percepción se relaciona con la suma de expectativas, desempeño, emociones y memorabilidad. Patterson y Johnson (1993) afirman que la satisfacción es tanto afectiva como cognitiva, influida por lo emocional y lo racional. En ese sentido, la Laguna Parón ofrece un entorno que emociona, pero una logística que aún no convence del todo. Factores como la carretera, los baños o la informalidad del servicio podrían haber restado puntos. En suma: la naturaleza enamora... pero el servicio, todavía no seduce del todo.

RESULTADOS INFERENCIALES

OBJETIVO GENERAL: Determinar la relación entre la calidad de los servicios ofrecidos por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo y la satisfacción del turista en la Laguna Parón, Distrito de Caraz – 2025.

Figura 17

Relación entre la Calidad del Servicio y la Satisfacción del Turista en la Laguna Parón, 2025



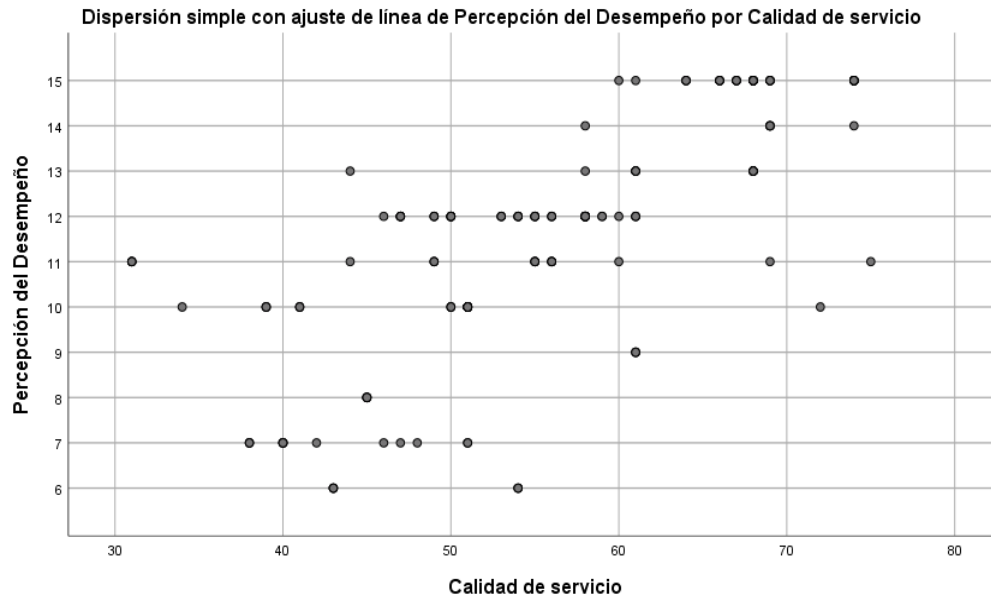
Nota. Se observa una correlación positiva entre calidad del servicio y satisfacción del turista ($R^2 = 0.508$). Elaboración propia.

El análisis gráfico permitió identificar una correlación directa entre la calidad de los servicios y la satisfacción del turista en la Laguna Parón. A medida que los turistas percibieron una mayor calidad en los servicios brindados por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo, también manifestaron niveles más altos de satisfacción. El valor de $R^2 = 0.508$ indicó la existencia de una asociación moderada y significativa, lo que sugiere que aproximadamente el 50.8 % de la variabilidad en la satisfacción del turista puede atribuirse a la calidad del servicio recibido.

OBJETIVO 1: Identificar la relación entre la calidad del servicio y la percepción del desempeño del servicio por parte del turista.

Figura 18

Relación calidad del servicio y percepción del desempeño del servicio por parte del turista



Nota. A mayor calidad del servicio, mayor percepción del desempeño por parte del turista.

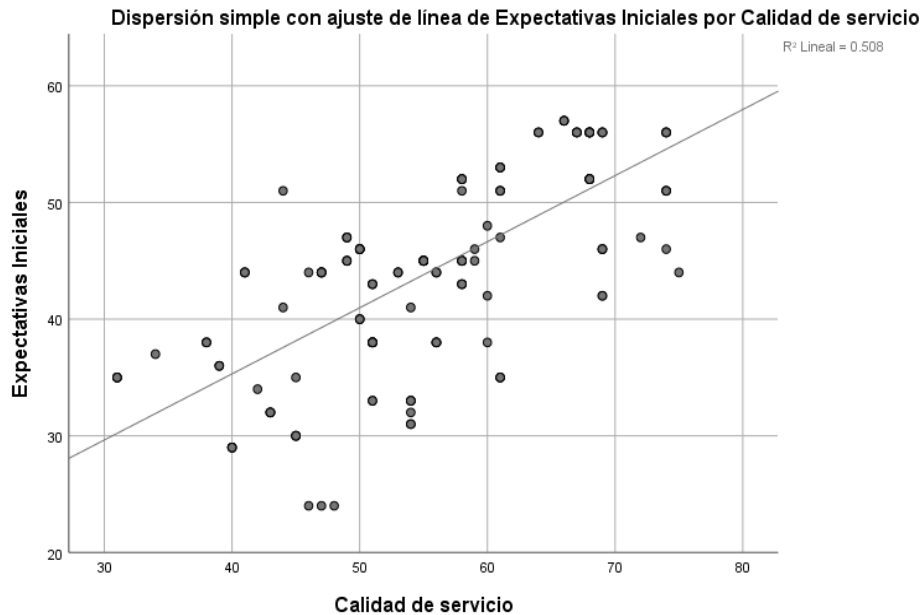
Elaboración propia.

El gráfico de dispersión muestra cómo se relacionan la calidad del servicio y la percepción del desempeño por parte de los turistas en la Laguna Parón. Se nota una tendencia positiva: a medida que mejora la calidad del servicio, también aumenta la percepción del desempeño. Esta relación se refleja en la concentración de valores altos de percepción (13 a 15) en niveles altos de calidad (60 a 70), mientras que las valoraciones más bajas se asocian con menor calidad. Aunque hay cierta dispersión en los valores intermedios, el patrón general indica que una mejor calidad impacta directamente en una evaluación más favorable del desempeño.

OBJETIVO 2: Precisar la relación entre la calidad del servicio y las expectativas iniciales del turista.

Figura 19

Relación entre la calidad del servicio y las expectativas iniciales



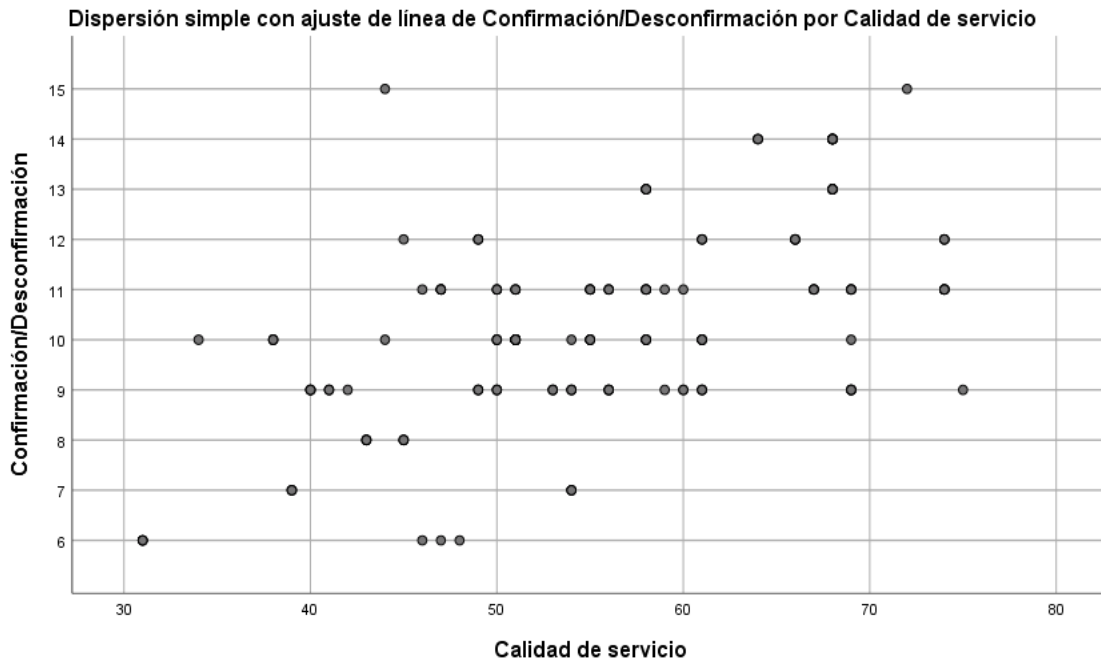
Nota. Se evidencia que turistas con mayor percepción de calidad tenían expectativas más altas. Elaboración propia.

El análisis del gráfico de dispersión evidenció una relación directa y moderadamente fuerte ($R^2 = 0.508$) entre la calidad del servicio y las expectativas del turista. Esto indica que a mayor percepción de calidad, mayores son las expectativas previas del visitante. El resultado sugiere que la calidad del servicio influye no solo en la experiencia durante la visita, sino también en las creencias y expectativas que el turista tiene antes de llegar al destino. Por lo tanto, mejorar la calidad del servicio ayuda a fortalecer la confianza del turista y alinear la experiencia con lo que espera recibir.

OBJETIVO 3: Describir la relación entre la calidad del servicio y la confirmación/Desconfirmación de expectativas.

Figura 20

Relación calidad del servicio y la confirmación/Desconfirmación de expectativas



Nota. A mayor calidad percibida, mayor confirmación de expectativas del visitante.

Elaboración propia.

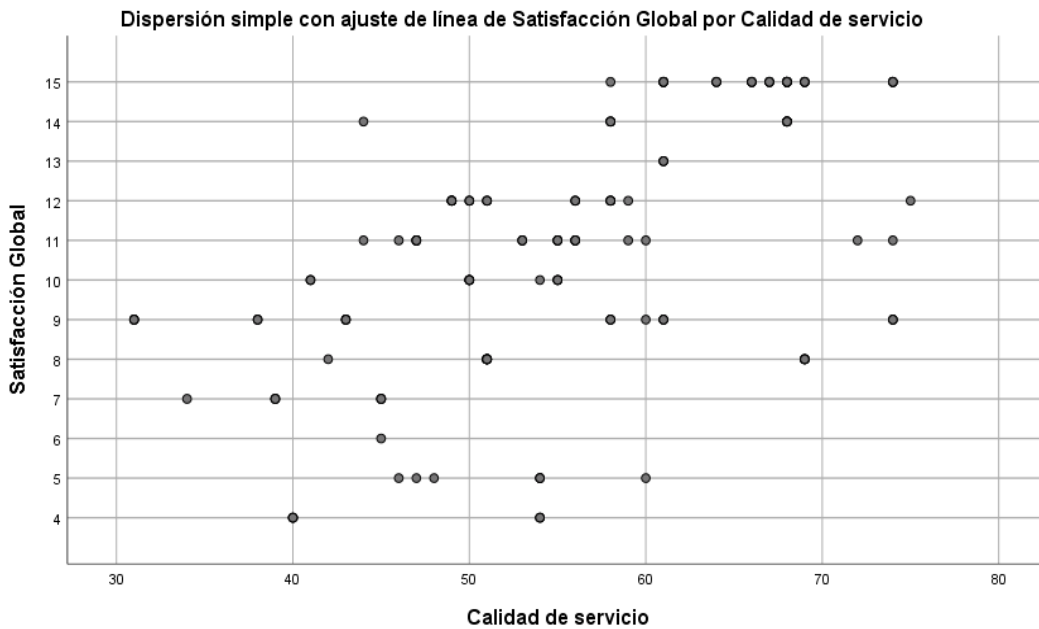
A partir del análisis gráfico, se evidencia una tendencia positiva: a mayor percepción de calidad, los niveles de confirmación de expectativas tienden a incrementarse. La distribución de los datos muestra una concentración significativa en valores medios-altos de ambas variables, lo cual indica que la mayoría de los visitantes sintió que sus expectativas fueron cumplidas en función de la calidad recibida. Esta tendencia es coherente con los planteamientos de Oliver (1980), quien señala que la satisfacción resulta de la confirmación de expectativas previas en contacto con el

servicio real. La interpretación visual es consistente con los resultados estadísticos del coeficiente Rho de Spearman, el cual mostró una correlación positiva significativa entre ambas variables.

OBJETIVO.4: Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción global del turista.

Figura 21

Relación entre calidad del servicio y satisfacción global



Nota. Se muestra una relación directa entre calidad del servicio y satisfacción global.

Elaboración propia.

Se observa una tendencia positiva moderada en la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción global del turista: a medida que aumenta la percepción de calidad del servicio, también tienden a incrementarse los niveles de satisfacción. Aunque esta relación no es perfectamente lineal, refleja que una mayor calidad del servicio está generalmente asociada con una mayor satisfacción. Sin embargo, se evidencia una cierta dispersión en los datos, lo que sugiere que

existen otros factores que también podrían estar influyendo en la satisfacción global, ya que se observan casos con niveles similares de calidad pero con distintos niveles de satisfacción. En conjunto, el gráfico respalda la existencia de una relación directa entre ambas variables, cumpliendo con el objetivo de analizar dicha asociación; no obstante, la variabilidad observada indica que la calidad del servicio no es el único factor determinante, por lo que sería recomendable considerar otras variables en investigaciones futuras.

PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL

Existe una relación significativa entre la calidad de los servicios ofrecidos por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo y la satisfacción del turista en la Laguna Parón, Distrito de Caraz – 2025.

Tabla 11

Correlación entre variable Calidad de Servicio y Satisfacción turística

Hipótesis general		
		Calidad de servicio
Satisfacción del Turista	Coefficiente de correlación Rho de Spearman	.713**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	162

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Luego del procesamiento y análisis de los datos obtenidos a través de la aplicación de los instrumentos, se realizó la prueba estadística Rho de Spearman, obteniendo un coeficiente de correlación de 0.713 con un nivel de significancia bilateral de 0.000 y una muestra total de 162 encuestados. Estos resultados permiten afirmar que existe una correlación positiva alta y estadísticamente significativa entre las variables de estudio. Es decir, a mayor percepción de calidad en los servicios ofrecidos por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo, mayor será el nivel de satisfacción expresado por los turistas que visitan la Laguna Parón.

Dado que el valor de significancia es menor a 0.01, se acepta la hipótesis general y se concluye que existe relación entre ambas no es producto del azar sino que representa un patrón consistente dentro de la población estudiada.

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1:

Existe relación entre la calidad del servicio y la percepción del desempeño del servicio por parte del turista en la Laguna Parón.

Tabla 12

Correlación entre la calidad del servicio y las expectativas iniciales del turista.

Expectativas Iniciales	Coeficiente de correlación Rho de Spearman Sig. (bilateral)	Calidad de servicio
		.713**
	N	162

Nota. La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).

Los resultados del análisis de correlación Rho de Spearman muestran un coeficiente de .713 con un valor de significancia de 0.000, lo que indica una correlación positiva alta y estadísticamente significativa entre la calidad del servicio y las expectativas iniciales del turista. Esto sugiere que los visitantes que perciben una mayor calidad en los servicios ofrecidos en la Laguna Parón tienden a coincidir en mayor medida con sus expectativas previas. Por tanto, se acepta la hipótesis específica 2, confirmando que las expectativas iniciales están fuertemente relacionadas con la percepción de la calidad del servicio.

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2:

Existe fuerte relación entre la calidad del servicio y las expectativas iniciales del turista que visita la Laguna Parón.

Tabla 13

Correlación entre la calidad del servicio y la percepción del desempeño del turista.

		Calidad de servicio
Percepción del Desempeño	Coefficiente de correlación Rho de Spearman	.750**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	162

Nota. La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).

Se obtuvo un coeficiente de correlación de .750, con un nivel de significancia de 0.000, lo cual evidencia una correlación muy fuerte, positiva y estadísticamente significativa entre la calidad del servicio y la percepción del desempeño. Esto implica que a medida que mejora la percepción del desempeño del servicio, también lo hace la valoración de la calidad de este. En consecuencia, se acepta la hipótesis específica 1, verificando una relación estrecha y determinante entre ambas variables en el contexto del turismo en la Laguna Parón.

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3:

Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la confirmación / desconfirmación de expectativas por parte del turista.

Tabla 14

Correlación entre la calidad del servicio y la confirmación/desconfirmación de expectativas.

Confirmación/Desconfirmación	Coeficiente de correlación Rho de Spearman Sig. (bilateral)	Calidad de servicio
		.546**
		0.000
	N	162

Nota. La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).

El análisis arrojó un coeficiente de .546, con una significancia de 0.000, lo que refleja una correlación moderada, positiva y significativa entre la calidad del servicio y la confirmación/desconfirmación de expectativas. Este resultado indica que los turistas que perciben un mayor nivel de calidad en el servicio recibido tienden a confirmar sus expectativas previas de manera más frecuente. Por ende, se acepta la hipótesis específica 3, demostrando que la percepción de calidad influye de manera significativa en el cumplimiento de las expectativas del visitante.

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA 4:

Existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción global del turista en la Laguna Parón.

Tabla 15

Correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción global del turista.

Satisfacción Global	Coeficiente de correlación Rho de Spearman Sig. (bilateral)	Calidad de servicio
		.569**
	N	162

Nota. La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral).

El coeficiente de correlación de Spearman fue de .569, con un valor de significancia de 0.000, lo que representa una correlación moderada, positiva y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción global del turista. Esto implica que, si bien la calidad del servicio es un factor relevante, no es el único determinante de la satisfacción global, aunque sí contribuye significativamente a ella. En consecuencia, se acepta la hipótesis específica 4, validando la relación entre ambas variables.

CAPITULO VI: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en esta investigación permitieron analizar la hipótesis general, que plantea la existencia de una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del turista en la Laguna Parón, en el distrito de Caraz. El coeficiente de correlación Rho de Spearman fue de .713, con un nivel de significancia de 0.000, lo que evidencia una correlación positiva alta y estadísticamente significativa. Este hallazgo guarda relación con lo sostenido por Parasuraman et al. (1988), quienes afirman que la calidad del servicio es un factor esencial en la satisfacción del cliente, especialmente en contextos donde los elementos intangibles tienen un papel predominante. De manera complementaria, Kotler y Keller (2016) sostienen que la gestión adecuada de dimensiones como la empatía, la fiabilidad y la capacidad de respuesta impacta de forma directa en la percepción y satisfacción del consumidor.

En cuanto a la primera hipótesis específica, que propuso la existencia de una relación entre la calidad del servicio y la percepción del desempeño del servicio por parte del turista, se observó un coeficiente de .750 con un nivel de significancia de 0.000. Este fue el valor más alto encontrado en los análisis, lo cual sugiere una relación muy fuerte, positiva y significativa. Tal resultado coincide con las afirmaciones de Zeithaml et al. (2009), quienes destacan que la percepción del desempeño constituye un componente crítico en la evaluación de la calidad del servicio, al representar la ejecución observable de las promesas ofrecidas al usuario. En el ámbito turístico, dicha percepción puede estar influenciada por la puntualidad, claridad de la información y amabilidad del personal, elementos que contribuyen a la construcción de la imagen del destino.

Respecto a la segunda hipótesis específica, referida a la relación entre la calidad del servicio y las expectativas iniciales del turista, se identificó una correlación de .713, también con significancia de 0.000. Este resultado puede ser interpretado a la luz del modelo de expectativa-confirmación propuesto por Oliver (1997), en el que las expectativas previas actúan como referentes evaluativos frente a la experiencia vivida. En este contexto, cuando los visitantes perciben que la calidad del servicio coincide o supera lo anticipado, tienden a generar valoraciones favorables. Además, como sostienen González y Pérez (2010), en espacios naturales protegidos, la atención personalizada y el respeto por el entorno suelen estar entre los aspectos más valorados, influenciando las expectativas y percepciones de los turistas.

En relación con la tercera hipótesis específica, que examinó la posible relación entre la calidad del servicio y la confirmación o desconfirmación de expectativas, se obtuvo un coeficiente de .546, con una significancia de 0.000, lo que representa una relación positiva de magnitud moderada. Este hallazgo es coherente con lo propuesto por Churchill y Surprenant (1982), quienes explican que la comparación entre expectativas y desempeño es un proceso clave en la evaluación del servicio. Una percepción favorable del servicio puede facilitar la confirmación de expectativas, aunque es importante considerar que factores externos como las condiciones climáticas, la accesibilidad o la gestión del flujo turístico también pueden incidir en este proceso evaluativo, introduciendo variabilidad en los juicios de los visitantes.

Con respecto a la cuarta hipótesis específica, que abordó la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción global del turista, el coeficiente de correlación fue de .569, con un nivel de significancia de 0.000. Esto indica una relación positiva y moderada, lo cual puede interpretarse desde una perspectiva multidimensional de la satisfacción turística. Según Yoon y Uysal (2005), la satisfacción en destinos turísticos no solo se ve influida por la calidad del servicio, sino también

por aspectos tangibles e intangibles relacionados con el entorno, las emociones, y la interacción con otros elementos de la experiencia. En entornos como la Laguna Parón, factores como el atractivo paisajístico, la tranquilidad del lugar y el vínculo emocional que los visitantes establecen con la naturaleza, pueden ejercer una influencia relevante y complementar la percepción del servicio ofrecido.

En conjunto, los resultados observados permiten establecer conexiones entre los datos empíricos y los marcos teóricos empleados, los cuales explican los procesos de evaluación de la calidad del servicio y su relación con distintas dimensiones de la experiencia turística. Las correlaciones encontradas en cada hipótesis permiten comprender mejor cómo interactúan las percepciones de los visitantes respecto a los servicios turísticos en un espacio natural protegido, y cómo dichas percepciones se articulan con sus expectativas, evaluaciones intermedias y valoraciones globales.

Respecto al objetivo general, se encontró una relación positiva y significativa entre la calidad de los servicios que ofrece la Comunidad Campesina Cruz de Mayo y la satisfacción de los turistas en la Laguna Parón, en el distrito de Caraz – 2025. El análisis del coeficiente de correlación de Spearman dio un valor de $Rho = .713$ con un nivel de significancia de 0.000, lo que indica una relación alta y estadísticamente significativa. Además, el análisis gráfico ($R^2 = 0.508$) mostró que el 50.8 % de la variabilidad en la satisfacción del turista puede explicarse por la percepción de la calidad del servicio recibido. Este hallazgo confirma que, en contextos turísticos de base comunitaria, la calidad del servicio es un componente esencial para enriquecer la experiencia del visitante.

En cuanto al primer objetivo específico, se concluyó que hay una relación muy fuerte ($Rho = .750$; $p < 0.01$) entre la calidad del servicio y la percepción del desempeño del servicio por parte

del turista. Este resultado sugiere que cumplir con lo prometido, la eficiencia del personal y la ejecución efectiva de los servicios ofrecidos influyen directamente en cómo el visitante evalúa su experiencia. La percepción del desempeño se convierte en una dimensión clave en el proceso de evaluación del servicio, ya que refleja hasta qué punto la oferta turística puede responder de manera efectiva a las necesidades del usuario.

Respecto al segundo objetivo específico, se identificó una correlación significativa ($Rho = .713$; $p < 0.01$) entre la calidad del servicio y las expectativas iniciales del turista. Este resultado indica que el servicio proporcionado por la comunidad local está, en su mayoría, alineado con las expectativas que los turistas traen al destino. La capacidad del servicio para cumplir con lo esperado contribuye de manera importante a una percepción positiva, reforzando la imagen del destino y promoviendo una experiencia satisfactoria.

En relación con el tercer objetivo específico, se llegó a la conclusión de que hay una relación moderada pero significativa ($Rho = .546$; $p < 0.01$) entre la calidad del servicio y la confirmación o desconfirmación de expectativas. Esto sugiere que, aunque la calidad del servicio tiene un impacto en el proceso de confirmación, no es el único factor en juego. Elementos externos como la logística, el entorno natural, la presencia de otros visitantes o incluso el clima pueden influir en la experiencia general, afectando cómo el turista evalúa si sus expectativas fueron cumplidas o no.

En lo que respecta al cuarto objetivo específico, se encontró una relación positiva moderada ($Rho = .569$; $p < 0.01$) entre la calidad del servicio y la satisfacción general del turista. Aunque la calidad del servicio es un aspecto importante, no es el único que determina la valoración final del visitante. Otros factores, como el paisaje natural, la conexión emocional con el entorno, la

interacción con la comunidad y el contexto general del viaje, también juegan un papel crucial en la satisfacción total.

Con los resultados obtenidos se confirma que la calidad del servicio turístico proporcionado por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo tiene un impacto significativo en las diversas dimensiones de la experiencia del visitante en la Laguna Parón. Las relaciones estadísticas encontradas respaldan la importancia de ofrecer un servicio coherente, personalizado y eficaz, ya que esto no solo mejora la percepción del turista, sino que también aumenta la probabilidad de crear experiencias satisfactorias, memorables y emocionalmente significativas en un entorno natural y culturalmente valioso.

Se proponen recomendaciones orientadas a fortalecer la gestión del turismo comunitario en la Laguna Parón, con énfasis en la mejora continua de la calidad del servicio percibida por los visitantes.

En términos de futuras investigaciones Se sugiere que futuras investigaciones profundicen en la experiencia turística en contextos similares al de la Comunidad Campesina Cruz de Mayo y la Laguna Parón, permitiendo así la comparación de resultados y la validación de los hallazgos obtenidos. Sería especialmente valioso desarrollar estudios longitudinales que analicen la evolución de la percepción de los turistas en distintas temporadas del año, considerando factores como el clima, la cantidad de visitantes y la disponibilidad de servicios. Esto permitiría identificar variaciones estacionales en la calidad del servicio, asociadas a factores como el clima, la afluencia de turistas o la disponibilidad de recursos logísticos. Tales investigaciones contribuirían a establecer tendencias y a evaluar el impacto de las estrategias implementadas por los prestadores de servicios turísticos, promoviendo así una planificación más informada y adaptativa por parte de las comunidades locales.

Asimismo, resulta pertinente fomentar investigaciones comparativas entre comunidades campesinas que gestionan destinos turísticos similares, tanto en la región Áncash como en otras zonas del país. Esta línea de estudio permitiría identificar buenas prácticas replicables y analizar factores socioculturales, organizativos y económicos que influyen en la percepción del servicio. Además, ayudaría a fortalecer las redes de colaboración entre comunidades rurales que apuestan por un modelo de turismo sostenible e inclusivo, generando aprendizajes compartidos y adaptados a realidades específicas.

En tercer lugar, se recomienda un análisis crítico de las políticas públicas de apoyo al turismo rural comunitario, especialmente aquellas impulsadas por entidades como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP), y los gobiernos regionales y locales. Dicho análisis debería centrarse en evaluar la eficacia de los programas de capacitación, promoción, asistencia técnica y formalización dirigidos a las comunidades gestoras de atractivos naturales como la Laguna Parón. La articulación entre las políticas públicas y las necesidades reales de los actores locales es clave para garantizar un turismo con enfoque territorial y sostenible.

Asimismo, se recomienda a la comunidad fortalecer los procesos de capacitación del personal turístico vinculado a los servicios que se brindan en la Laguna Parón. Esta formación debe ser continua y específica, abarcando aspectos clave como la atención al cliente, el manejo de protocolos de emergencia, la manipulación higiénica y segura de alimentos, y una adecuada interpretación y presentación del entorno natural. Estas acciones no solo elevarán la percepción de calidad en servicios como paseos en bote, alimentación, kayak y hospedaje, sino que también contribuirán a brindar una experiencia más segura, profesional y memorable para el visitante.

Del mismo modo, considerando que atributos como la empatía, fiabilidad y capacidad de respuesta fueron bien valorados por los turistas, se recomienda la elaboración de un plan de estandarización de buenas prácticas de atención al visitante. Este plan debe establecer lineamientos claros que garanticen una atención homogénea y de alta calidad en todos los momentos de interacción con el turista, desde el primer contacto hasta la despedida, fortaleciendo así su nivel de satisfacción general.

Se evidenciaron diferencias significativas entre la percepción de calidad de los turistas nacionales y extranjeros. En este sentido, resulta necesario implementar estrategias de atención diferenciadas, tales como ofrecer material informativo en diversos idiomas, mejorar la señalética turística —especialmente en inglés—, y diseñar experiencias que incorporen elementos culturales accesibles y atractivos para el visitante internacional. Estas medidas contribuirán a mejorar la percepción de calidad en ambos grupos y fortalecerán la competitividad del destino.

Asimismo, se sugiere establecer mecanismos permanentes de medición de la satisfacción turística. Considerando que en la zona de la laguna no se cuenta con acceso a internet, se propone el uso de formatos físicos como encuestas impresas o la instalación de un buzón acompañado de un cartel visible que motive a los visitantes a dejar sus comentarios de manera voluntaria. Esta información servirá como insumo para un monitoreo constante del servicio, permitiendo identificar oportunidades de mejora y adaptar la oferta a las expectativas de los diferentes tipos de turistas.

En la misma línea, se recomienda analizar la satisfacción del visitante según su perfil (nacional o extranjero, edad, tipo de grupo, motivación de viaje, etc.), a fin de implementar ajustes más precisos en la gestión del servicio turístico. Esta segmentación contribuirá a una toma de

decisiones más informada, enfocada en elevar la calidad percibida y asegurar una experiencia integralmente positiva en la Laguna Parón.

Por último, se recomienda fortalecer los mecanismos de sistematización y generación de información estadística oficial sobre el flujo turístico a la Laguna Parón, ya que la falta de registros actualizados limita la capacidad de monitorear el desarrollo turístico y tomar decisiones basadas en evidencia. Esta tarea puede ser liderada por la municipalidad provincial de Huaylas en coordinación con DIRCETUR Áncash y los comités de gestión turística local, incorporando herramientas tecnológicas para el conteo de visitantes y la recolección de datos sobre su experiencia.

REFERENCIAS

- Alrwajfah, M. M., Almeida-García, F., & Cortés-Macías, R. (2019). Residents' Perceptions and Satisfaction toward Tourism Development: A Case Study of Petra Region, Jordan. *Sustainability* 2019, Vol. 11, Page 1907, 11(7), 1907. <https://doi.org/10.3390/SU11071907>
- Arispe Alburqueque, C. M., Yangali Vicente, J. S., Guerrero Bejarano, M. A., Lozada de Bonilla, O. R., Acuña Gamboa, L. A., & Arellano Sacramento, C. (2020). La investigación científica. *La*

- Investigación Científica, Una Aproximación Para Los Estudios de Posgrado*, 69–70.
<https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4310>
- Camones Trejo, Y. P. (2022). *Recursos Turísticos*.
https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod_Ficha=554
- Carlos Aviles Luna, & Blanca Inocencia Tinta. (2024). *La satisfacción del turista y la actividad del turismo de aventura con cuatrimotos en la laguna de Huaypo, distrito de Chinchero, provincia de Urubamba, Cusco - 2022*. <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/9218>
- Castellucci Daniela. (2011). *Sistema de Calidad en Turismo: Posibilidades y restricciones de su implementación en Mar del Plata*.
- Chi, X., Lee, S. K., Ahn, Y., & Kiatkawsin, K. (2020). Tourist-Perceived Quality and Loyalty Intentions towards Rural Tourism in China. *Sustainability*, 12(9), 3614.
<https://doi.org/10.3390/su12093614>
- Crosby. (1979). Crosby, P.B. (1979) *Quality Is Free The Art of Making Quality Certain*.
https://issuu.com/victore.cardozodelgado/docs/la_calidad_no_cuesta_el_arte_de_ce
- Dr. Roberto Hernández-Sampieri, & Dra. Christian Paulina Mendoza Torres. (2023). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Segunda edición). McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A de C.v.
- Fidias G. Arias. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica* (Sexta edición). EDITORIAL EPISTEME, C.A.
https://tauniversity.org/sites/default/files/libro_el_proyecto_de_investigacion_de_fidias_g_arias.pdf
- Galarza Torres, A. (2023). Tesla Revista Científica. *Tesla Revista Científica*, 3(1), e214–e214.
<https://doi.org/10.55204/TRC.V3I1.E214>
- Garganian, M. E., & Naparota, L. C. (2024). *Image, Quality of Tourist Services and Tourist Satisfaction of Tourism Industry in the Selected Municipalities of the Third Congressional District of Zamboanga Del Norte*. <https://uijrt.com/articles/v6/i2/UIJRTV6I20010.pdf>
- Guevara, J. J. S., Chávez, R. H. H., & Vera, D. C. D. (2023). Quality of tourist service and customer satisfaction in the Guano canton, province of Chimborazo. *Explorador Digital*, 7(3), 103–120.
<https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v7i3.2693>
- Hadi, M. M., Christian, M., Carranza, P. M., Toribio, F., Meza, H., Rómulo, C., León, R., Luis, J., & Gonzáles, A. (2023). Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis. *Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú*.
<https://doi.org/10.35622/INUDI.B.073>
- Hadi, M., Martel, C., Huayta, F., Rojas, R., & Arias, J. (2023). Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis. In *Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú.
<https://doi.org/10.35622/inudi.b.073>

- Huamán de los Heros, C., & Calanchez Urribarri, Á. (2025). Customer service quality and exclusivity in Peru's luxury tourism experience. *Revista InveCom*, 5(1).
<https://doi.org/10.5281/ZENODO.12540162>
- López Díaz, G. S., & Sastre Espada, J. (2021). Perfil, motivación y satisfacción del visitante turístico: el caso de Cuenca, ciudad patrimonio de la humanidad. *Ayana. Revista de Investigación En Turismo*, 009. <https://doi.org/10.24215/27186717E009>
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA* (Creative Commons). <https://ddd.uab.cat/record/129382>
- MINCETUR. (2025). *Al cierre del 2024, el turismo receptivo creció en 29% con relación al año pasado - Noticias - Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Plataforma del Estado Peruano*. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/1091972-al-cierre-del-2024-el-turismo-receptivo-crecio-en-29-con-relacion-al-ano-pasado>
- Murillo. (2008). *La Investigación Básica y La Investigación Aplicada | PDF | Teoría | Science*. <https://www.scribd.com/document/411497428/La-Investigacion-Basica-y-La-Investigacion-Aplicada>
- Pablo Esteban Marticorena Landauro, M., Navarrete Wayki Alfredo, D., Armina Isabel Morán Baca, D., Luis Alberto Puño Rojas, M., Elizabet Monica Obeso Orbegoso, M., citar, C., Landauro, M., Alfredo, W., Baca, M., & Rojas, P. (2023). Calidad estética del paisaje y su implicancia en la intención de visita con fines de ecoturismo. El caso del parque nacional cerros de Amotape -Perú. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 2671–2689.
https://doi.org/10.37811/CL_RCM.V7I1.4615
- Pilco Yucta, E. A., Lascano Vera, F. M., & Moreno Aguirre, P. E. (2022). *La Calidad del Servicio Turístico Comunitario: Análisis desde el Estudio en la Parroquia Santiago de Calpi, Cantón Riobamba*. 7, 136–149. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i4.3818>
- Quispe, E. M. (2024). Calidad de servicio y satisfacción del visitante: Caso de la Ruta del Sillar, Arequipa – Perú. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(1), 276-286–276 – 286. <https://doi.org/10.56712/LATAM.V5I1.1586>
- Reserva de Biosfera Huascarán - Informes y publicaciones - Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado - Plataforma del Estado Peruano*. (n.d.). Retrieved January 30, 2025, from <https://www.gob.pe/institucion/sernanp/informes-publicaciones/3112782-reserva-de-biosfera-huascarán>
- Sandra Patricia, R. S. (2019). *Satisfacción y Calidad de Servicio del Turista en el Comercio Turístico del Callao, 2019*.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5698/REY_SS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- SERNANP. (2019). *Parque Nacional Huascarán - Informes y publicaciones - Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado - Plataforma del Estado Peruano*.
<https://www.gob.pe/institucion/sernanp/informes-publicaciones/1949215-parque-nacional-huascarán>

- Sukaris. (2024). Increasing Customer Satisfaction through Rural Tourism's Quality Service, Experience, and Offered Value. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 11(1), 29–44. <https://doi.org/10.24252/MINDS.V11I1.45305>
- Tripadvisor (2023). *Laguna Parón (Caraz) - Lo que se debe saber antes de viajar - Tripadvisor*. Retrieved February 11, 2025, from https://www.tripadvisor.com.pe/Attraction_Review-g304037-d3633267-Reviews-Laguna_Paron-Caraz_Ancash_Region.html
- UN Tourism. (2025). *International tourism recovers pre-pandemic levels in 2024*. <https://www.unwto.org/news/international-tourism-recovers-pre-pandemic-levels-in-2024>
- Weiermair, K. (1996). Calidad de servicios y su gestión en las empresas turísticas. *Papers de Turisme, ISSN 0214-8021, No. 20, 1996, Págs. 52-70, 20, 52–70*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=208945>
- Y tú que planes? (2025). *Caraz | Lugares turísticos | Turismo en Áncash | Y tú qué planes?* <https://www.ytuqueplanes.com/destinos/ancash/callejon-de-huaylas/caraz>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1988). *SERVQUAL A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. <https://www.researchgate.net/publication/200827786>

ANEXOS

Anexo N°1: Matrices

MATRIZ DE CONSISTENCIA: “CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD CAMPESINA CRUZ DE MAYO EN LA LAGUNA PARÓN, DISTRITO DE CARAZ – 2024”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Calidad de Servicio	TIPO DE INVESTIGACIÓN
¿Existe relación entre la calidad de servicio ofrecido por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo y la satisfacción del turista en la Laguna Parón, Distrito de Caraz - 2024?	Analizar la relación entre la calidad de los servicios ofrecidos por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo y la satisfacción del turista en la Laguna Parón, Distrito de Caraz – 2024.	Existe una relación significativa entre la calidad de los servicios ofrecidos por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo y la satisfacción del turista en la Laguna Parón, Distrito de Caraz – 2024.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fiabilidad. 2. Sensibilidad. 3. Seguridad. 4. Empatía. 5. Elementos tangibles. 	<p>Mixta (Cuantitativo y Cualitativo).</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Descriptivo-Correlacional.</p> <p>DISEÑO</p>
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Satisfacción Turística	POBLACIÓN
¿Cuál es el nivel de calidad del servicio ofrecido por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo en la Laguna Parón, Distrito de Caraz - 2024?	Identificar el nivel de calidad del servicio ofrecido por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo en la Laguna Parón, Distrito de Caraz - 2024.	Existe un nivel de calidad de servicio positivo ofrecido por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo en la Laguna Parón, Distrito de Caraz – 2024.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Expectativas iniciales. 2. Percepción del desempeño. 3. Confirmación / Desconfirmación. 4. Satisfacción global, 	<p>No experimental, Transversal.</p> <p>Turistas nacionales y extranjeros que visitan la Laguna Parón y miembros de la Comunidad Campesina Cruz de Mayo que ofrecen servicios turísticos.</p>
¿Cuál es el nivel de satisfacción de los turistas en la Laguna Parón, Distrito de Caraz - 2024?	Precisar el nivel de satisfacción de los turistas en la Laguna Parón, Distrito de Caraz - 2024.	Existe un nivel de satisfacción alto en los turistas en la Laguna Parón, Distrito de Caraz - 2024, debido a la calidad del servicio recibido.		

<p>¿Cómo varía la percepción de la calidad del servicio ofrecido por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo según el tipo de turista nacional y extranjero que visita la Laguna Parón, Distrito de Caraz - 2024?</p>	<p>Describir cómo varía la percepción de la calidad de los servicios ofrecidos por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo según el tipo de turista nacional y extranjero que visita la Laguna Parón, Distrito de Caraz - 2024.</p>	<p>Existe diferencia significativa entre la percepción de la calidad de los servicios ofrecidos por la Comunidad Cruz de Mayo y el tipo de turista nacional y extranjero que visita la Laguna Parón, Distrito de Caraz - 2024.</p>
<p>¿Cómo varía el nivel de satisfacción de los turistas según su perfil nacional y extranjero en la Laguna Parón, Distrito de Caraz - 2024?</p>	<p>Comparar el nivel de satisfacción de los turistas según el tipo de turista nacional y extranjero en la Laguna Parón, Distrito de Caraz - 2024.</p>	<p>Existe una diferencia significativa entre el nivel de satisfacción de los turistas en la Laguna Parón, Distrito de Caraz - 2024, y el tipo de turista nacional y extranjero.</p>

MUESTRA

162 turistas (nacionales y extranjeros) y 3 representantes de la comunidad: Miguel Capra (presidente), Víctor Huamán (restaurante), Edgar Pineo (botes/kayak).

TÉCNICA

Entrevista

Cuestionarios

Análisis de contenido

INSTRUMENTOS

Cuestionario tipo Likert y guía de entrevista.

**MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN: “CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD CAMPESINA
CRUZ DE MAYO EN LA LAGUNA PARÓN, DISTRITO DE CARAZ – 2024”**

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITÉMS	INSTRUMENTO
Calidad de Servicio	Parasuraman et al. (1985) proponen que la calidad del servicio se mide mediante la diferencia entre las expectativas previas de los clientes y su percepción del servicio recibido. Este modelo evalúa la calidad a través de cinco dimensiones. Asimismo, enfatiza que un servicio de alta calidad debe satisfacer o superar las expectativas del cliente.	Tangibilidad	Infraestructura y equipamiento adecuado.	1	Entrevista Según Hadí et al. (2023), la entrevista es una técnica de recolección de datos donde un entrevistador hace preguntas a un entrevistado para obtener información sobre un tema y permite conocer pensamientos y experiencias.
			Limpieza y orden en las áreas turísticas.	2	
			Apariencia del personal que brinda el servicio.	3	
		Fiabilidad	Cumplimiento de los servicios prometidos.	4	
			Puntualidad en las actividades programadas.	5	
			Confianza en el conocimiento del personal sobre el lugar.	6	
		Capacidad de respuesta	Disponibilidad del personal para atender consultas.	7	
			Rapidez en la atención de solicitudes.	8	
			Interés en resolver problemas o inconvenientes.	9	
		Seguridad	Sensación de seguridad durante las actividades	10	
			Profesionalismo del personal en situaciones de riesgo.	11	
			Conocimiento sobre medidas de seguridad y primeros auxilios.	12	
		Empatía	Atención personalizada	13	
			Comprensión de las necesidades del turista.	14	
			Flexibilidad para adaptarse a solicitudes especiales.	15	

Satisfacción del Turista	Oliver (1980) es uno de los autores más influyentes en la teoría de satisfacción. Según él, la satisfacción es un juicio posconsumo que resulta de la comparación entre las expectativas que una persona tenía antes del consumo de un servicio y la percepción de lo que realmente recibió. Es decir, si las percepciones coinciden con o superan las expectativas, el individuo experimenta satisfacción.	Expectativas iniciales	Expectativas sobre la calidad de los servicios ofrecidos.	16	Cuestionario Según López y Fachelli (2015), el cuestionario puede ser una técnica para recolectar datos o un método de investigación más amplio. Es un método basado en un cuestionario estructurado para recopilar información sobre opiniones, comportamientos o percepciones.
			Expectativas sobre el entorno natural y paisajístico.	17	
			Expectativas sobre la interacción con el personal de la comunidad.	18	
		Percepción del desempeño	Percepción de la calidad de los servicios proporcionados.	19	
			Percepción del entorno natural y su conservación.	20	
			Percepción de la atención del personal.	21	
		Confirmación/ Desconfirmación	Diferencia entre las expectativas y la experiencia real.	22	
			Evaluación de las áreas que superaron expectativas.	23	
			Evaluación de áreas que no cumplieron expectativas.	24	
		Satisfacción global	Satisfacción con la experiencia completa.	25	
	Intención de recomendar el destino.	26			
	Probabilidad de regresar al destino en el futuro.	27			

Anexo N°2: Carta de Solicitud de uso de Información

**CARTA DE SOLICITUD DE USO DE INFORMACIÓN PARA EL TRABAJO
DE INVESTIGACIÓN, TESIS O INFORME DE SUFICIENCIA
PROFESIONAL**

COMUNIDAD
CAMPESINA CRUZ DE
MAYO

Caraz, 18 de Enero del 2025

Señor
Miguel Capra Oropeza

Presidente de la Comunidad Campesina de Cruz de Mayo
Presente.-

Estimado señor Presidente:

Por medio de la presente, me dirijo a usted respetuosamente como estudiante de la carrera de Administración y Servicios Turísticos en la Universidad Privada del Norte. Me encuentro realizando mi tesis titulada "CALIDAD DE SERVICIO OFRECIDO POR LA COMUNIDAD CAMPESINA CRUZ DE MAYO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LA LAGUNA PARÓN, DISTRITO DE CARAZ - 2024".

El objetivo principal de mi investigación es Analizar la relación entre la calidad de los servicios ofrecidos por la Comunidad Campesina Cruz de Mayo y la satisfacción del turista en la Laguna Parón, con el propósito de proponer mejoras que beneficien tanto a los visitantes como a la comunidad local.

En este contexto, solicito su autorización y la de la Comunidad Campesina de Cruz de Mayo para acceder a información sobre la cantidad de turistas que ingresan a la Laguna Parón, correspondiente al último año o al período que tengan registrado. Estos datos son fundamentales para realizar un análisis detallado que contribuirá a la comprensión del impacto de la calidad del servicio en la experiencia de los visitantes y al desarrollo sostenible del turismo en la región.

Me comprometo a utilizar esta información únicamente para fines académicos y a respetar los protocolos establecidos por la comunidad. Agradezco mucho su apoyo y quedo a disposición para coordinar cualquier detalle adicional que sea necesario.

Esperando una respuesta favorable y su autorización, me despido cordialmente.

Atentamente,

Estefany Lizeth Osorio Mejia
Estudiante de Administración y Servicios Turísticos
Universidad Privada del Norte
Teléfono: 930174531

Recibido 18-01-2025



Comunidad Campesina Cruz de Mayo - C. de M.

Miguel E. Capra Oropeza
PRESIDENTE
Miguel E. Capra Oropeza.
DNI: N°: 46012424

CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05.04	NÚMERO VERSIÓN	1	PÁGINA	Página 1 de 1
FECHA DE VIGENCIA	27/01/2025				

Anexo N°3: Carta de Solicitud de uso de Información

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN PARA EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN, TESIS O INFORME DE SUFICIENCIA PROFESIONAL	COMUNIDAD CAMPESINA CRUZ DE MAYO
---	---

Yo Miguel Enrique Capra Dropeza,
(Presidente de Cruz de Mayo)

identificado con DNI N° 46012424, como representante legal de la / institución:
"Comunidad Campesina Cruz de Mayo"

ubicada en la ciudad de Caraz. Otorgo la **AUTORIZACIÓN** de uso de información a:
1) Estefany Lizeth Osorio Mejia, con DNI/CE 75801376

Egresada de la carrera profesional de Administración y Servicios Turísticos de la Universidad Privada del Norte, para que utilice la siguiente información:

Registro de la cantidad de turistas que han ingresado a la Laguna Parón durante los años 2022, 2023 y 2024, con el objetivo de obtener una muestra precisa para su investigación titulada: "CALIDAD DE SERVICIO OFRECIDO POR LA COMUNIDAD CAMPESINA CRUZ DE MAYO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LA LAGUNA PARÓN, DISTRITO DE CARAZ - 2024".

Asimismo, brindar orientación en los temas relacionados que puedan surgir durante el desarrollo de su investigación, en la medida de lo posible.

Este documento tiene validez para fines académicos exclusivamente.

con la finalidad de que pueda desarrollar su () Trabajo de Investigación, Tesis o () Trabajo de suficiencia profesional para optar al grado de () Bachiller, Título Profesional () Maestro, () Doctor.

Autorizo expresamente el uso de la información con fines académicos, incluyendo su publicación en el repositorio de la Universidad Privada del Norte, contribuyendo con la comunidad educativa y sociedad en su conjunto.

Respecto al uso del nombre y/o cualquier distintivo de la empresa, se determina:

() Mantener en reserva el nombre y/o cualquier distintivo.

Autorizo mencionar el nombre y/o cualquier distintivo.

Caraz; 18/01/2025

Comunidad Campesina Cruz de Mayo - Caraz

PRESIDENTE

Firma del Representante Legal o Autoridad
DNI o CE: 46012424
N° de celular de contacto: 981972434

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.

Firma del egresado 
DNI: 75801376

CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05.04	NÚMERO VERSIÓN	1	PÁGINA	Página 1 de 1
FECHA DE VIGENCIA	27/01/2025				

Anexo N°4: Guía de entrevista para Autoridades y Prestadores de servicio de la Comunidad Campesina Cruz de Mayo

Buenas tardes, Sr. _____ . Le agradezco sinceramente su tiempo y colaboración para la realización de esta entrevista. Asimismo, quisiera recordarle que toda la información, comentarios y datos que nos brinde serán de gran valor para el desarrollo de este estudio.

Cargo:

Nombre Completo:

DNI:

Fecha:

1. ¿Cómo describiría la infraestructura y equipamiento disponible para los turistas en la Laguna Parón?

- a) Adecuada y bien mantenida
- b) Necesita mejoras
- c) Insuficiente para la demanda actual
- d) otro

Ps: ¿Qué tipo de mejoras considera necesarias para la infraestructura y el equipamiento?

2. ¿Qué medidas se implementan para mantener la limpieza y el orden en las áreas turísticas?

- a) Contamos con un equipo de limpieza permanente
- b) Se realizan jornadas de limpieza periódicas
- c) No hay un sistema establecido
- d) otro

Ps: ¿Con qué frecuencia se realizan las jornadas de limpieza y quiénes participan en ellas?

3. ¿Cómo se garantiza la presentación y apariencia del personal que brinda los servicios?

- a) Uso de uniformes y normas de presentación
- b) No hay un código de vestimenta definido
- c) Se deja a criterio de cada prestador de servicio
- d) otro

Ps: ¿Considera que el uso de uniformes mejora la percepción de los turistas sobre el servicio?

4. ¿Se cumplen los servicios prometidos a los turistas?

- a) Sí, en su totalidad
- b) En la mayoría de los casos, pero hay excepciones
- c) No siempre, hay inconvenientes frecuentes
- d) otro

Ps: ¿Qué tipo de inconvenientes suelen ocurrir y cómo se manejan?

5. ¿Cómo se garantiza la puntualidad en la prestación del servicio?

- a) Se sigue un cronograma estricto.
- b) Se ajusta según la disponibilidad del personal y las condiciones climáticas.
- c) No hay un control riguroso.
- d) otro

Ps: ¿Qué medidas se toman cuando no se puede cumplir con el cronograma establecido?

6. ¿Cómo describiría la confianza del personal en su conocimiento sobre el lugar?

- a) Tienen un conocimiento profundo
- b) Conocen lo básico, pero podrían mejorar
- c) Falta de información en algunos casos
- d) otro

Ps: ¿Qué tipo de capacitación adicional cree que sería beneficiosa para el personal?

7. ¿Cómo responde la comunidad ante quejas o problemas reportados por los turistas?

- a) Solución inmediata
- b) Investigación previa y luego acción
- c) No se responden
- d) Otro

Ps: ¿Podría dar un ejemplo de una queja reciente y cómo se resolvió?

8. ¿Qué tan rápido puede la comunidad implementar mejoras solicitadas por los turistas?

- a) Inmediatamente
- b) En unas semanas
- c) En varios meses
- d) No se realizan mejoras

Ps: ¿Qué factores influyen en la rapidez con la que se pueden implementar las mejoras?

9. ¿Existen procedimientos establecidos para resolver problemas durante la visita de los turistas?

- a) Sí, hay un protocolo claro
- b) Se resuelven según el criterio del personal
- c) No hay un procedimiento específico
- d) Otro

Ps: Podría describir brevemente el protocolo que se sigue en caso de problemas?

10. ¿Qué tan seguro se sienten los turistas durante su visita?

- a) Muy seguro
- b) Seguro
- c) Neutral
- d) Inseguro

Ps: ¿Qué medidas de seguridad adicionales podrían implementarse para mejorar la percepción de seguridad?

11. ¿Los prestadores de servicio están preparados para atender emergencias y aplicar primeros auxilios si es necesario?

- a) Sí, cuentan con capacitación y equipos
- b) Algunos tienen conocimientos básicos
- c) No, no hay preparación específica
- d) Otro

Ps: ¿Con qué frecuencia se realizan capacitaciones en primeros auxilios?

12. ¿Qué protocolos se siguen en caso de emergencias relacionadas con turistas?

- a) Llamar a los servicios de emergencia
- b) Personal capacitado actúa inmediatamente
- c) No se tiene conocimiento de protocolos específicos.

Ps: ¿Qué tipo de emergencias son las más comunes y cómo se manejan?

13. ¿Los prestadores de servicio ofrecen una atención personalizada a los turistas?

- a) Sí, en todo momento
- b) Solo cuando lo solicitan
- c) No, la atención es generalizada
- d) Otro

Ps: ¿Qué aspectos de la atención personalizada son más valorados por los turistas?

14. ¿Cómo evaluaría la flexibilidad del personal para adaptarse a solicitudes especiales en su lugar de trabajo?

- a) Muy flexible
- b) Flexible
- c) Nada flexible

Ps: ¿Podría dar un ejemplo de una solicitud especial y cómo se manejó?

15. En una escala de 1 al 5 (donde 1 es "Nada flexible" y 5 es "Muy flexible")

¿cómo evaluaría la flexibilidad del personal para adaptarse a solicitudes especiales?

- a) 1 (Nada flexible)
- b) 2 (Poco flexible)
- c) 3 (Flexible)
- d) 4 (Bastante flexible)
- e) 5 (Muy flexible)

Ps: ¿Qué tipo de solicitudes especiales son las más comunes?

16. ¿Considera que los turistas tienen altas expectativas sobre la calidad de los servicios ofrecidos?

- a) Sí, los turistas esperan un servicio de calidad excepcional en todos los aspectos.
- b) Sí, los turistas tienen expectativas elevadas en la mayoría de los aspectos.
- c) No, los turistas mantienen expectativas moderadas sobre la calidad del servicio.
- d) No, en general, los turistas tienen expectativas bajas sobre la calidad.

Ps: ¿Qué aspectos específicos de la calidad del servicio son más importantes para los turistas?

17. ¿Cree que los turistas esperan encontrar un entorno natural y paisajístico bien conservado?

- a) Sí, demandan un entorno natural impecable y perfectamente conservado.
- b) Sí, esperan que el entorno natural se encuentre en óptimas condiciones.
- c) No, muestran un interés moderado en el estado del entorno natural.
- d) No, en general, no le otorgan gran importancia a la conservación del entorno.

Ps: ¿Qué medidas se toman para asegurar la conservación del entorno natural?

18. ¿Los turistas tienen expectativas de interactuar de manera significativa con los prestadores turísticos locales?

- a) Sí, esperan una interacción constante, personalizada y cercana durante toda la visita.
- b) Sí, valoran una interacción cordial y amistosa en momentos clave de su recorrido.
- c) No, para la mayoría la interacción es un aspecto secundario.
- d) No, prefieren mantener una relación formal y mínima con los prestadores turísticos locales.

Ps: ¿Qué tipo de interacciones son las más valoradas por los turistas?

19. ¿Cómo perciben los turistas la calidad de los servicios proporcionados?

- a) La calidad es excelente y supera ampliamente sus expectativas.
- b) La calidad es buena y cumple en gran parte con lo que esperaban.
- c) La calidad es aceptable, aunque existen áreas que podrían mejorar.
- d) La calidad es deficiente y no alcanza lo esperado.

Ps: ¿Qué áreas específicas del servicio podrían mejorarse según los turistas?

20. ¿Cómo valoran los turistas el estado de conservación del entorno natural?

- a) Consideran que el entorno está excepcionalmente bien conservado.
- b) Lo perciben como adecuado y en buenas condiciones.
- c) Lo valoran de forma regular, notando aspectos que requieren mejora.
- d) Lo consideran en malas condiciones y poco cuidado.

Ps: ¿Qué acciones se están tomando para mejorar el estado de conservación del entorno natural?

21. ¿Cómo evalúan los turistas la atención y el trato brindado por los prestadores turísticos locales?

- a) La atención es sobresaliente, con un trato muy cordial y profesional.
- b) La atención es buena, aunque podría mejorar en ciertos aspectos.
- c) La atención es aceptable, sin destacar especialmente.
- d) La atención es deficiente y no satisface las expectativas de los turistas.

Ps: ¿Qué aspectos del trato y la atención podrían?

22. ¿Cómo describiría la diferencia entre las expectativas previas y la experiencia real de los turistas?

- a) La experiencia real superó ampliamente las expectativas iniciales.
 - b) La experiencia real cumplió en gran parte con lo esperado.
-

-
- c) La experiencia real fue similar a lo que se esperaba, con leves diferencias.
 - d) La experiencia real estuvo por debajo de lo que se esperaba.

Ps: ¿Podría dar un ejemplo de una diferencia significativa entre las expectativas previas y la experiencia real de los turistas?

23. Considera que su área supera las expectativas de los turistas?

- a) Sí, la oferta supera ampliamente las expectativas en todos los aspectos.
- b) Sí, en ciertos aspectos el área supera las expectativas.
- c) No, la oferta apenas alcanza lo que se esperaba.
- d) No, en ningún aspecto se logra satisfacer las expectativas de los turistas.

Ps: ¿En qué aspectos específicos considera que su área supera las expectativas de los turistas?

24. ¿Existen áreas dentro de la oferta turística que no cumplen con las expectativas de los turistas?

- a) Sí, hay varias áreas que requieren mejoras significativas.
- b) Sí, existen algunas áreas que necesitan ser mejoradas.
- c) En general, la mayoría de las áreas cumplen con las expectativas, salvo algunas excepciones.
- d) No, prácticamente todas las áreas cumplen o incluso exceden las expectativas.

Ps: ¿Podría mencionar algunas áreas dentro de la oferta turística que no cumplen con las expectativas de los turistas?

25. ¿Se muestran los turistas satisfechos con la experiencia completa en la Laguna Parón?

- a) Sí, están completamente satisfechos y valoran la experiencia de forma excepcional.
- b) Sí, en general se muestran satisfechos, aunque identifican algunos aspectos a mejorar.
- c) La satisfacción es moderada y existen sentimientos encontrados respecto a la experiencia.
- d) No, la mayoría de los turistas se muestra insatisfecha con la experiencia en general.

Ps: ¿Qué aspectos específicos identifican los turistas como áreas a mejorar en su experiencia completa en la Laguna Parón?

26. ¿Expresan los turistas intención de recomendar el destino a otros?

- a) Sí, la gran mayoría estaría dispuesta a recomendarlo activamente.
- b) Sí, una parte considerable de los turistas expresaría intención de recomendarlo.
- c) Pocos turistas manifiestan intención de recomendar el destino.
- d) No, la mayoría no recomendaría el destino a otros.

Ps: ¿Qué factores influyen en la intención de los turistas de recomendar el destino a otros?

27. ¿Cómo evalúa la probabilidad de que los turistas regresen en el futuro?

- a) Alta, la mayoría expresa un firme deseo de volver.
- b) Moderada, una cantidad significativa podría considerar regresar.
- c) Baja, solo un pequeño porcentaje tiene intención de volver.
- d) Muy baja, prácticamente ningún turista tiene planes de regresar.

Ps: ¿Qué acciones podrían aumentar la probabilidad de que los turistas regresen en el futuro?

Comentarios Adicionales:

¿Qué propuestas tiene para mejorar la experiencia turística en la Laguna Parón?


¿Qué cambios cree que podrían implementarse a corto plazo para mejorar la satisfacción de los turistas?

Firma del Entrevistado. _____

Gracias, por su colaboración.

Anexo N°5: Matriz aprobada por expertos



MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:	CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD CAMPESINA CRUZ DE MAYO EN LA LAGUNA PARÓN, DISTRITO DE CARAZ – 2024			
Línea de investigación:	Desarrollo sostenible y Gestión empresarial			
Apellidos y nombres del experto:	AVILA LOYOLA, OLENKA SOFIA			
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Entrevista			
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Sugerencias:				
Firma del experto:				
DNI: 40367284				

Anexo N°6: Matriz aprobada por expertos



MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD CAMPESINA CRUZ DE MAYO EN LA LAGUNA PARÓN, DISTRITO DE CARAZ – 2024
Línea de investigación:	Desarrollo sostenible y Gestión empresarial
Apellidos y nombres del experto:	CORDERO GÓMEZ, SABRINA ZARELLA
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Entrevista

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Firma del experto:

DNI: 41553981

Anexo N°7: Matriz aprobada por expertos



MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD CAMPESINA CRUZ DE MAYO EN LA LAGUNA PARÓN, DISTRITO DE CARAZ – 2024
Línea de investigación:	Desarrollo sostenible y Gestión empresarial
Apellidos y nombres del experto:	BARRAZA LINO, ROBERTO PABLO
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Entrevista

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Firma del experto:

DNI:40622423

Anexo N°8: Encuesta en español



FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA: ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS TURÍSTICOS

TÍTULO: CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD CAMPESINA CRUZ DE MAYO EN LA LAGUNA PARÓN, DISTRITO DE CARAZ – 2024

Datos generales:

Genero:	Masculino <input type="checkbox"/>	Con quien viaja:	Solo <input type="checkbox"/>
	Femenino <input type="checkbox"/>		Familia <input type="checkbox"/>
			Amigos <input type="checkbox"/>
Procedencia:	Nacional <input type="checkbox"/>		Grupo turístico <input type="checkbox"/>
	Extranjero <input type="checkbox"/>		Pareja <input type="checkbox"/>
Edad:	<input style="width: 80px;" type="text"/>	¿Qué servicios ofrecidos por la comunidad adquirió durante su visita?	Hospedaje <input type="checkbox"/>
			Alimentación <input type="checkbox"/>
			Paseo en bote <input type="checkbox"/>
			Kayak <input type="checkbox"/>
			Otro: <input style="width: 80px;" type="text"/>

Instrucciones:

La encuesta es anónima. Lea cuidadosamente cada afirmación y marque con una (X) es la escala valorativa de 1-5, la opción que mejor refleje su respuesta. Complete todas las afirmaciones; recuerde que no hay respuestas correctas ni incorrectas, solo basadas en su experiencia y percepción.

(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Neutral	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
------------------------------	-------------------	-------------	----------------	---------------------------

Variable: Calidad de Servicio						
Tangibilidad		1	2	3	4	5
N° 1	Las instalaciones turísticas en la Laguna Parón, como el mirador, senderos, áreas de descanso y otros espacios acondicionados, cumplen con mis expectativas de calidad.					
N° 2	Los espacios en la Laguna Parón se encuentran limpios y ordenados.					
N° 3	Los miembros de la comunidad que ofrecen servicios tienen una presentación adecuada para la actividad turística.					
Fiabilidad		1	2	3	4	5
N° 4	El servicio que solicité de la comunidad anfitriona correspondió a lo que se me prometió.					
N° 5	Las actividades turísticas se realizaron en el tiempo programado.					
N° 6	El personal de la comunidad demostró un conocimiento adecuado sobre la Laguna Parón.					
Capacidad de Respuesta		1	2	3	4	5

N° 7	Los encargados del servicio en la comunidad estuvieron dispuestos a responder mis consultas de manera oportuna.					
N° 8	Mis solicitudes fueron atendidas rápidamente.					
N° 9	Los encargados mostraron interés genuino en resolver cualquier inconveniente durante mi visita.					
Seguridad		1	2	3	4	5
N° 10	Me sentí seguro durante las actividades realizadas en la Laguna Parón, así como en el trayecto por la carretera.					
N° 11	En caso de que hayas presentado alguna dificultad, ¿consideras que la comunidad anfitriona pudo manejar adecuadamente situaciones de riesgo durante tu visita?					
N° 12	Desde mi punto de vista, la comunidad anfitriona cuenta con los conocimientos necesarios sobre medidas de seguridad y primeros auxilios.					
Empatía		1	2	3	4	5
N° 13	El personal de la comunidad brindó un trato personalizado durante mi visita.					
N° 14	El personal de la comunidad entendió y atendió mis necesidades como turista.					
N° 15	El personal mostró flexibilidad para adaptarse a solicitudes específicas o especiales que realicé durante mi visita.					
Variable: Satisfacción del Turista						
Expectativas Iniciales		1	2	3	4	5
N° 16	Antes de mi visita, tenía altas expectativas sobre la calidad de los servicios ofrecidos.					
N° 17	Antes de mi visita, tenía altas expectativas sobre el entorno natural y paisajístico de la laguna Parón.					
N° 18	Antes de mi visita, tenía altas expectativas sobre la interacción con los miembros de la comunidad que ofrecen servicios.					
Percepción del desempeño		1	2	3	4	5
N° 19	La calidad de los servicios proporcionados cumplió o superó mis expectativas.					
N° 20	El entorno natural de la Laguna Parón y su conservación fueron adecuados.					
N° 21	La atención de la comunidad fue amable y satisfactoria.					
Confirmación/Desconfirmación		1	2	3	4	5
N° 22	Mi experiencia general en el destino fue mejor de lo que esperaba.					
N° 23	Hubo servicios que superaron mis expectativas.					
N° 24	Hubo aspectos del destino que no cumplieron con mis expectativas.					
Satisfacción global		1	2	3	4	5
N° 25	Estoy satisfecho con mi experiencia en este destino.					
N° 26	Recomendaría este destino a familiares o amigos.					
N° 27	Es muy probable que regrese a este destino en el futuro.					

Muchas gracias, por su colaboración.

Anexo N°9: Encuesta en inglés



FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA: ADMINISTRATION AND TOURIST SERVICES

QUALITY OF SERVICE AND TOURIST SATISFACTION IN THE CRUZ DE MAYO PEASANT COMMUNITY AT LAGUNA PARÓN, CARAZ DISTRICT – 2024

General Data:

Gender:	Male <input type="checkbox"/>	Traveling with:	Alone <input type="checkbox"/>
	Female <input type="checkbox"/>		Family <input type="checkbox"/>
			Friends <input type="checkbox"/>
Procedencia:	National <input type="checkbox"/>		Tour group <input type="checkbox"/>
	Foreign <input type="checkbox"/>		Partner <input type="checkbox"/>
Age:	<input style="width: 80px;" type="text"/>	What services offered by the community did you use during your visit?	Accommodation <input type="checkbox"/>
			Food <input type="checkbox"/>
			Boat ride <input type="checkbox"/>
			Kayaking <input type="checkbox"/>
			Other: <input style="width: 80px;" type="text"/>

Instructions:

The survey is anonymous. Please read each statement carefully and mark with an (X) on the 1-5 rating scale the option that best reflects your response. Complete all statements; remember that there are no right or wrong answers, only those based on your experience and perception.

(1) Totally disagree	(2) Disagree	(3) Neutral	(4) Agree	(5) Totally agree
----------------------	--------------	-------------	-----------	-------------------

Variable: Quality of Service						
		Tangibility				
		1	2	3	4	5
N° 1	The tourist facilities at Laguna Parón, such as the viewpoint, trails, rest areas, and other equipped spaces, meet my quality expectations.					
N° 2	The spaces at Laguna Parón are clean and orderly.					
N° 3	Community members providing services present them					
		Reliability				
		1	2	3	4	5
N° 4	The service I requested from the host community matched what was promised to me.					
N° 5	The tourist activities were carried out on schedule.					
N° 6	The community staff demonstrated adequate knowledge about Laguna Parón.					
		Capacidad de Respuesta				
		1	2	3	4	5
N° 7	The service staff in the community were willing to respond to my inquiries in a timely					
N° 8	My requests were attended to quickly.					

N° 9	The staff showed genuine interest in resolving any issues during my visit.					
Safety		1	2	3	4	5
N° 10	I felt safe during the activities at Laguna Parón, as well as on the road.					
N° 11	If you experienced any difficulties, do you believe the host community could adequately handle risky situations during your visit?					
N° 12	From my perspective, the host community has the necessary knowledge about safety measures and first aid.					
Empathy		1	2	3	4	5
N° 13	The community staff provided personalized attention during my visit.					
N° 14	The community staff understood and addressed my needs as a tourist.					
N° 15	The staff showed flexibility in adapting to specific or special requests I made during my visit.					
Variable: Tourist Satisfaction						
Initial Expectations		1	2	3	4	5
N° 16	Before my visit, I had high expectations regarding the quality of the services offered.					
N° 17	Before my visit, I had high expectations about the natural and scenic environment of Laguna Parón.					
N° 18	Before my visit, I had high expectations about interacting with community members providing services.					
Perceived Performance		1	2	3	4	5
N° 19	The quality of the services provided met or exceeded my expectations.					
N° 20	The natural environment of Laguna Parón and its conservation were adequate.					
N° 21	The attention from the community was friendly and satisfactory.					
Confirmation/Disconfirmation		1	2	3	4	5
N° 22	My overall experience at the destination was better than I expected.					
N° 23	There were services that exceeded my expectations.					
N° 24	There were aspects of the destination that did not meet my expectations.					
Overall Satisfaction		1	2	3	4	5
N° 25	I am satisfied with my experience at this destination.					
N° 26	I would recommend this destination to family or friends.					
N° 27	It is very likely that I will return to this destination in the future.					

Thank you very much for your collaboration.

Anexo N°10: Matriz aprobada por expertos



MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD CAMPESINA CRUZ DE MAYO EN LA LAGUNA PARÓN, DISTRITO DE CARAZ – 2024
Línea de investigación:	Desarrollo sostenible y Gestión empresarial
Apellidos y nombres del experto:	AVILA LOYOLA, OLENKA SOFIA
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Encuesta

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Firma del experto:

DNI:40367284

Anexo N°11: Matriz aprobada por expertos



MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD CAMPESINA CRUZ DE MAYO EN LA LAGUNA PARÓN, DISTRITO DE CARAZ – 2024
Línea de investigación:	Desarrollo sostenible y Gestión empresarial
Apellidos y nombres del experto:	CORDERO GÓMEZ, SABRINA ZARELLA
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Encuesta

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Firma del experto:

DNI: 41553981

Anexo N°12: Matriz aprobada por expertos



MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD CAMPESINA CRUZ DE MAYO EN LA LAGUNA PARÓN, DISTRITO DE CARAZ – 2024
Línea de investigación:	Desarrollo sostenible y Gestión empresarial
Apellidos y nombres del experto:	BARRAZA LINO, ROBERTO PABLO
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Encuesta

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Firma del experto:

DNI: 40622423

Anexo N°13: Acta de consentimiento del primer entrevistado

**CARTA DE CONSENTIMIENTO PARA ENTREVISTAR A AUTORIDADES
Y PRESTADORES DE SERVICIO TURISTICOS**

COMUNIDAD
CAMPESINA CRUZ DE
MAYO

Laguna Parón, Caraz 2025

Asunto: Carta de Consentimiento para Entrevista

Estimado/a: Miguel Enrique Capra Diopera.

Mi nombre es Estefany Lizeth Osorio Mejía, y soy estudiante de la Universidad Privada del Norte. Actualmente, estoy realizando una investigación para mi tesis titulada: "CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD CAMPESINA CRUZ DE MAYO EN LA LAGUNA PARÓN, DISTRITO DE CARAZ - 2024".

Con el objetivo de recolectar información relevante para mi estudio, me gustaría realizar una entrevista con usted, ya que desempeña un rol importante como prestador de servicios turísticos en la Laguna Parón. La entrevista se centrará en su experiencia, las prácticas de servicio que ofrece y su perspectiva sobre la satisfacción de los turistas. Su participación será fundamental para comprender mejor la calidad del servicio en la comunidad.

La entrevista será voluntaria y tendrá una duración aproximada de 30 minutos. Toda la información recopilada se utilizará exclusivamente con fines académicos. En caso de que haya grabaciones, se le solicitará su permiso explícito y podrá revisar el material antes de su uso final.

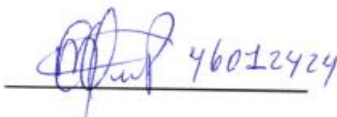
Al firmar esta carta, usted otorga su consentimiento para realizar la entrevista, registrar sus respuestas, y utilizar la información proporcionada en el marco de mi investigación.

Agradezco mucho su tiempo y disposición para colaborar en esta investigación.

Atentamente,

Estefany Lizeth Osorio Mejía
Estudiante de Administración y Servicios Turísticos
Universidad Privada del Norte
Teléfono: 930174531

Firma del entrevistado:


46012424

Firma del entrevistador:

(Estefany Osorio)



CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05.04	NÚMERO VERSIÓN	1	PÁGINA	Página 1 de 1
FECHA DE VIGENCIA	10/03/2025				

Anexo N°14: Respuestas del primer entrevistado

Anexo N°5: Guía de entrevista para Autoridades y Prestadores de servicio de la Comunidad Campesina Cruz de Mayo

Buenas tardes, Sr. presidente de la Comunidad Campesina Cruz de Mayo. Le agradezco sinceramente su tiempo y colaboración para la realización de esta entrevista. Asimismo, quisiera recordarle que toda la información, comentarios y datos que nos brinde serán de gran valor para el desarrollo de este estudio.

Cargo:	Presidente de la comunidad campesina Cruz de Mayo
Nombre Completo:	
DNI:	
Fecha:	

1. ¿Cómo describiría la infraestructura y equipamiento disponible para los turistas en la Laguna Parón?

- a) Adecuada y bien mantenida
- b) Necesita mejoras
- c) Insuficiente para la demanda actual
- d) otro

Ps: ¿Qué tipo de mejoras considera necesarias para la infraestructura y el equipamiento?

2. ¿Qué medidas se implementan para mantener la limpieza y el orden en las áreas turísticas?

- a) Contamos con un equipo de limpieza permanente
- b) Se realizan jornadas de limpieza periódicas
- c) No hay un sistema establecido
- d) otro

Ps: ¿Con qué frecuencia se realizan las jornadas de limpieza y quiénes participan en ellas?

3. ¿Cómo se garantiza la presentación y apariencia del personal que brinda los servicios?

- a) Uso de uniformes y normas de presentación
- b) No hay un código de vestimenta definido
- c) Se deja a criterio de cada prestador de servicio
- d) otro

Ps: ¿Considera que el uso de uniformes mejora la percepción de los turistas sobre el servicio?

4. ¿Se cumplen los servicios prometidos a los turistas?

- a) Si, en su totalidad
- b) En la mayoría de los casos, pero hay excepciones
- c) No siempre, hay inconvenientes frecuentes
- d) otro

Ps: ¿Qué tipo de inconvenientes suelen ocurrir y cómo se manejan?

5. ¿Cómo se garantiza la puntualidad en la prestación del servicio?

- a) Se sigue un cronograma estricto.
- b) Se ajusta según la disponibilidad del personal y las condiciones climáticas.
- c) No hay un control riguroso.
- d) otro

Ps: ¿Qué medidas se toman cuando no se puede cumplir con el cronograma establecido?

6. ¿Cómo describiría la confianza del personal en su conocimiento sobre el lugar?

- a) Tienen un conocimiento profundo
- b) Conocen lo básico, pero podrían mejorar
- c) Falta de información en algunos casos
- d) otro

Ps: ¿Qué tipo de capacitación adicional cree que sería beneficiosa para el personal?

7. ¿Cómo responde la comunidad ante quejas o problemas reportados por los turistas?

- a) Solución inmediata
- b) Investigación previa y luego acción
- c) No se responden
- d) Otro

Ps: ¿Podría dar un ejemplo de una queja reciente y cómo se resolvió?

8. ¿Qué tan rápido puede la comunidad implementar mejoras solicitadas por los turistas?

- a) Inmediatamente
- b) En unas semanas
- c) En varios meses
- d) No se realizan mejoras

Ps: ¿Qué factores influyen en la rapidez con la que se pueden implementar las mejoras?

9. ¿Existen procedimientos establecidos para resolver problemas durante la visita de los turistas?

- a) Sí, hay un protocolo claro
- b) Se resuelven según el criterio del personal
- c) No hay un procedimiento específico
- d) Otro

Ps: Podría describir brevemente el protocolo que se sigue en caso de problemas?

10. ¿Qué tan seguro se sienten los turistas durante su visita?

- a) Muy seguro
- b) Seguro
- c) Neutral
- d) Inseguro

Ps: ¿Qué medidas de seguridad adicionales podrían implementarse para mejorar la percepción de seguridad?

11. ¿Los prestadores de servicio están preparados para atender emergencias y aplicar primeros auxilios si es necesario?

- a) Sí, cuentan con capacitación y equipos
- b) Algunos tienen conocimientos básicos
- c) No, no hay preparación específica
- d) Otro

Ps: ¿Con qué frecuencia se realizan capacitaciones en primeros auxilios?

12. ¿Qué protocolos se siguen en caso de emergencias relacionadas con turistas?

- a) Llamar a los servicios de emergencia
- b) Personal capacitado actúa inmediatamente
- c) No se tiene conocimiento de protocolos específicos.

Ps: ¿Qué tipo de emergencias son las más comunes y cómo se manejan?

13. ¿Los prestadores de servicio ofrecen una atención personalizada a los turistas?

- a) Sí, en todo momento
- b) Solo cuando lo solicitan
- c) No, la atención es generalizada
- d) Otro

Ps: ¿Qué aspectos de la atención personalizada son más valorados por los turistas?

14. ¿Cómo evaluaría la flexibilidad del personal para adaptarse a solicitudes especiales en su lugar de trabajo?

- a) Muy flexible
- b) Flexible
- c) Nada flexible

Ps: ¿Podría dar un ejemplo de una solicitud especial y cómo se manejó?

15. En una escala de 1 al 5 (donde 1 es "Nada flexible" y 5 es "Muy flexible")
¿cómo evaluaría la flexibilidad del personal para adaptarse a solicitudes especiales?

- a) 1 (Nada flexible)
- b) 2 (Poco flexible)
- c) 3 (Flexible)
- d) 4 (Bastante flexible)
- e) 5 (Muy flexible)

Ps: ¿Qué tipo de solicitudes especiales son las más comunes?

16. ¿Considera que los turistas tienen altas expectativas sobre la calidad de los servicios ofrecidos?

- a) Sí, los turistas esperan un servicio de calidad excepcional en todos los aspectos.
- b) Sí, los turistas tienen expectativas elevadas en la mayoría de los aspectos.
- c) No, los turistas mantienen expectativas moderadas sobre la calidad del servicio.
- d) No, en general, los turistas tienen expectativas bajas sobre la calidad.

Ps: ¿Qué aspectos específicos de la calidad del servicio son más importantes para los turistas?

17. ¿Cree que los turistas esperan encontrar un entorno natural y paisajístico bien conservado?

- a) Sí, demandan un entorno natural impecable y perfectamente conservado.
- b) Sí, esperan que el entorno natural se encuentre en óptimas condiciones.
- c) No, muestran un interés moderado en el estado del entorno natural.
- d) No, en general, no le otorgan gran importancia a la conservación del entorno.

Ps: ¿Qué medidas se toman para asegurar la conservación del entorno natural?

18. ¿Los turistas tienen expectativas de interactuar de manera significativa con los prestadores turísticos locales?

- a) Sí, esperan una interacción constante, personalizada y cercana durante toda la visita.
- b) Sí, valoran una interacción cordial y amistosa en momentos clave de su recorrido.
- c) No, para la mayoría la interacción es un aspecto secundario.
- d) No, prefieren mantener una relación formal y mínima con los prestadores turísticos locales.

Ps: ¿Qué tipo de interacciones son las más valoradas por los turistas?

19. ¿Cómo perciben los turistas la calidad de los servicios proporcionados?

- a) La calidad es excelente y supera ampliamente sus expectativas.
- b) La calidad es buena y cumple en gran parte con lo que esperaban.
- c) La calidad es aceptable, aunque existen áreas que podrían mejorar.
- d) La calidad es deficiente y no alcanza lo esperado.

Ps: ¿Qué áreas específicas del servicio podrían mejorarse según los turistas?

20. ¿Cómo valoran los turistas el estado de conservación del entorno natural?

- a) Consideran que el entorno está excepcionalmente bien conservado.
- b) Lo perciben como adecuado y en buenas condiciones.
- c) Lo valoran de forma regular, notando aspectos que requieren mejora.
- d) Lo consideran en malas condiciones y poco cuidado.

Ps: ¿Qué acciones se están tomando para mejorar el estado de conservación del entorno natural?

21. ¿Cómo evalúan los turistas la atención y el trato brindado por los prestadores turísticos locales?

- a) La atención es sobresaliente, con un trato muy cordial y profesional.
- b) La atención es buena, aunque podría mejorar en ciertos aspectos.
- c) La atención es aceptable, sin destacar especialmente.
- d) La atención es deficiente y no satisface las expectativas de los turistas.

Ps: ¿Qué aspectos del trato y la atención podrían?

22. ¿Cómo describiría la diferencia entre las expectativas previas y la experiencia real de los turistas?

- a) La experiencia real superó ampliamente las expectativas iniciales.
- b) La experiencia real cumplió en gran parte con lo esperado.
- c) La experiencia real fue similar a lo que se esperaba, con leves diferencias.
- d) La experiencia real estuvo por debajo de lo que se esperaba.

Ps: ¿Podría dar un ejemplo de una diferencia significativa entre las expectativas previas y la experiencia real de los turistas?

23. Considera que su área supera las expectativas de los turistas?

- a) Sí, la oferta supera ampliamente las expectativas en todos los aspectos.
- b) Sí, en ciertos aspectos el área supera las expectativas.
- c) No, la oferta apenas alcanza lo que se esperaba.
- d) No, en ningún aspecto se logra satisfacer las expectativas de los turistas.

Ps: ¿En qué aspectos específicos considera que su área supera las expectativas de los turistas?

24. ¿Existen áreas dentro de la oferta turística que no cumplen con las expectativas de los turistas?

- a) Sí, hay varias áreas que requieren mejoras significativas.
- b) Sí, existen algunas áreas que necesitan ser mejoradas.
- c) En general, la mayoría de las áreas cumplen con las expectativas, salvo algunas excepciones.
- d) No, prácticamente todas las áreas cumplen o incluso exceden las expectativas.

Ps: ¿Podría mencionar algunas áreas dentro de la oferta turística que no cumplen con las expectativas de los turistas?

25. ¿Se muestran los turistas satisfechos con la experiencia completa en la Laguna Parón?

- a) Sí, están completamente satisfechos y valoran la experiencia de forma excepcional.
- b) Sí, en general se muestran satisfechos, aunque identifican algunos aspectos a mejorar.
- c) La satisfacción es moderada y existen sentimientos encontrados respecto a la experiencia.
- d) No, la mayoría de los turistas se muestra insatisfecha con la experiencia en general.

Ps: ¿Qué aspectos específicos identifican los turistas como áreas a mejorar en su experiencia completa en la Laguna Parón?

26. ¿Expresan los turistas intención de recomendar el destino a otros?

- a) Sí, la gran mayoría estaría dispuesta a recomendarlo activamente.
- b) Sí, una parte considerable de los turistas expresaría intención de recomendarlo.
- c) Pocos turistas manifiestan intención de recomendar el destino.
- d) No, la mayoría no recomendaría el destino a otros.

Ps: ¿Qué factores influyen en la intención de los turistas de recomendar el destino a otros?

27. ¿Cómo evalúa la probabilidad de que los turistas regresen en el futuro?

- a) Alta, la mayoría expresa un firme deseo de volver.
- b) Moderada, una cantidad significativa podría considerar regresar.
- c) Baja, solo un pequeño porcentaje tiene intención de volver.
- d) Muy baja, prácticamente ningún turista tiene planes de regresar.

Ps: ¿Qué acciones podrían aumentar la probabilidad de que los turistas regresen en el futuro?

Comentarios Adicionales:

¿Qué propuestas tiene para mejorar la experiencia turística en la Laguna Parón?

¿Qué cambios cree que podrían implementarse a corto plazo para mejorar la satisfacción de los turistas?

Firma del Entrevistado.



Gracias, por su colaboración.

Anexo N°15: Acta de consentimiento del segundo entrevistado

CARTA DE CONSENTIMIENTO PARA ENTREVISTAR A AUTORIDADES Y PRESTADORES DE SERVICIO TURÍSTICOS

COMUNIDAD
CAMPESINA CRUZ DE
MAYO

Laguna Parón, Caraz 2025

Asunto: Carta de Consentimiento para Entrevista

Estimado/a: Víctor Raul Heerman Lino

Mi nombre es Estefany Lizeth Osorio Mejía, y soy estudiante de la Universidad Privada del Norte. Actualmente, estoy realizando una investigación para mi tesis titulada: "CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD CAMPESINA CRUZ DE MAYO EN LA LAGUNA PARÓN, DISTRITO DE CARAZ - 2024".

Con el objetivo de recolectar información relevante para mi estudio, me gustaría realizar una entrevista con usted, ya que desempeña un rol importante como prestador de servicios turísticos en la Laguna Parón. La entrevista se centrará en su experiencia, las prácticas de servicio que ofrece y su perspectiva sobre la satisfacción de los turistas. Su participación será fundamental para comprender mejor la calidad del servicio en la comunidad.

La entrevista será voluntaria y tendrá una duración aproximada de 30 minutos. Toda la información recopilada se utilizará exclusivamente con fines académicos. En caso de que haya grabaciones, se le solicitará su permiso explícito y podrá revisar el material antes de su uso final.

Al firmar esta carta, usted otorga su consentimiento para realizar la entrevista, registrar sus respuestas, y utilizar la información proporcionada en el marco de mi investigación.

Agradezco mucho su tiempo y disposición para colaborar en esta investigación.

Atentamente,

Estefany Lizeth Osorio Mejía
Estudiante de Administración y Servicios Turísticos
Universidad Privada del Norte
Teléfono: 930174531

Firma del entrevistado:



Firma del entrevistador:
(Estefany Osorio)



CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05.04	NÚMERO VERSIÓN	1	PÁGINA	Página 1 de 1
FECHA DE VIGENCIA	10/03/2025				

Anexo N°16: Respuestas del segundo entrevistado

Anexo N°5: Guía de entrevista para Autoridades y Prestadores de servicio de la Comunidad Campesina Cruz de Mayo

Buenas tardes, Sr. Victor Raul Huaman Lino. Le agradezco sinceramente su tiempo y colaboración para la realización de esta entrevista. Asimismo, quisiera recordarle que toda la información, comentarios y datos que nos brinde serán de gran valor para el desarrollo de este estudio.

Cargo:	Responsable del restaurante comunitario
Nombre Completo:	
DNI:	
Fecha:	
1. ¿Cómo describiría la infraestructura y equipamiento disponible para los turistas en la Laguna Parón?	
<input checked="" type="checkbox"/> Adecuada y bien mantenida	
b) Necesita mejoras	
c) Insuficiente para la demanda actual	
d) otro	
Ps: ¿Qué tipo de mejoras considera necesarias para la infraestructura y el equipamiento?	
2. ¿Qué medidas se implementan para mantener la limpieza y el orden en las áreas turísticas?	
a) Contamos con un equipo de limpieza permanente	
b) Se realizan jornadas de limpieza periódicas	
c) No hay un sistema establecido	
<input checked="" type="checkbox"/> otro	
Ps: ¿Con qué frecuencia se realizan las jornadas de limpieza y quiénes participan en ellas?	
3. ¿Cómo se garantiza la presentación y apariencia del personal que brinda los servicios?	
<input checked="" type="checkbox"/> Uso de uniformes y normas de presentación	
b) No hay un código de vestimenta definido	
c) Se deja a criterio de cada prestador de servicio	
d) otro	
Ps: ¿Considera que el uso de uniformes mejora la percepción de los turistas sobre el servicio?	
4. ¿Se cumplen los servicios prometidos a los turistas?	
<input checked="" type="checkbox"/> Sí, en su totalidad	
b) En la mayoría de los casos, pero hay excepciones	
c) No siempre, hay inconvenientes frecuentes	
d) otro	
Ps: ¿Qué tipo de inconvenientes suelen ocurrir y cómo se manejan?	
5. ¿Cómo se garantiza la puntualidad en la prestación del servicio?	
a) Se sigue un cronograma estricto.	
<input checked="" type="checkbox"/> Se ajusta según la disponibilidad del personal y las condiciones climáticas.	
c) No hay un control riguroso.	
d) otro	
Ps: ¿Qué medidas se toman cuando no se puede cumplir con el cronograma establecido?	
6. ¿Cómo describiría la confianza del personal en su conocimiento sobre el lugar?	
<input checked="" type="checkbox"/> Tienen un conocimiento profundo	
b) Conocen lo básico, pero podrían mejorar	
c) Falta de información en algunos casos	
d) otro	
Ps: ¿Qué tipo de capacitación adicional cree que sería beneficiosa para el personal?	

7. ¿Cómo responde la comunidad ante quejas o problemas reportados por los turistas?

- Solución inmediata
- b) Investigación previa y luego acción
- c) No se responden
- d) Otro

Ps: ¿Podría dar un ejemplo de una queja reciente y cómo se resolvió?

8. ¿Qué tan rápido puede la comunidad implementar mejoras solicitadas por los turistas?

- Inmediatamente
- b) En unas semanas
- c) En varios meses
- d) No se realizan mejoras

Ps: ¿Qué factores influyen en la rapidez con la que se pueden implementar las mejoras?

9. ¿Existen procedimientos establecidos para resolver problemas durante la visita de los turistas?

- a) Sí, hay un protocolo claro
- Se resuelven según el criterio del personal
- c) No hay un procedimiento específico
- d) Otro

Ps: Podría describir brevemente el protocolo que se sigue en caso de problemas?

10. ¿Qué tan seguro se sienten los turistas durante su visita?

- a) Muy seguro
- Seguro
- c) Neutral
- d) Inseguro

Ps: ¿Qué medidas de seguridad adicionales podrían implementarse para mejorar la percepción de seguridad?

11. ¿Los prestadores de servicio están preparados para atender emergencias y aplicar primeros auxilios si es necesario?

- a) Sí, cuentan con capacitación y equipos
- Algunos tienen conocimientos básicos
- c) No, no hay preparación específica
- d) Otro

Ps: ¿Con qué frecuencia se realizan capacitaciones en primeros auxilios?

12. ¿Qué protocolos se siguen en caso de emergencias relacionadas con turistas?

- a) Llamar a los servicios de emergencia
- Personal capacitado actúa inmediatamente
- c) No se tiene conocimiento de protocolos específicos.

Ps: ¿Qué tipo de emergencias son las más comunes y cómo se manejan?

13. ¿Los prestadores de servicio ofrecen una atención personalizada a los turistas?

- Sí, en todo momento
- b) Solo cuando lo solicitan
- c) No, la atención es generalizada
- d) Otro

Ps: ¿Qué aspectos de la atención personalizada son más valorados por los turistas?

14. ¿Cómo evaluaría la flexibilidad del personal para adaptarse a solicitudes especiales en su lugar de trabajo?

- a) Muy flexible
- Flexible
- c) Nada flexible

Ps: ¿Podría dar un ejemplo de una solicitud especial y cómo se manejó?

15. En una escala de 1 al 5 (donde 1 es "Nada flexible" y 5 es "Muy flexible")
¿cómo evaluaría la flexibilidad del personal para adaptarse a solicitudes especiales?

- a) 1 (Nada flexible)
- b) 2 (Poco flexible)
- c) 3 (Flexible)
- d) 4 (Bastante flexible)
- e) 5 (Muy flexible)

Ps: ¿Qué tipo de solicitudes especiales son las más comunes?

16. ¿Considera que los turistas tienen altas expectativas sobre la calidad de los servicios ofrecidos?

- a) Sí, los turistas esperan un servicio de calidad excepcional en todos los aspectos.
- b) Sí, los turistas tienen expectativas elevadas en la mayoría de los aspectos.
- c) No, los turistas mantienen expectativas moderadas sobre la calidad del servicio.
- d) No, en general, los turistas tienen expectativas bajas sobre la calidad.

Ps: ¿Qué aspectos específicos de la calidad del servicio son más importantes para los turistas?

17. ¿Cree que los turistas esperan encontrar un entorno natural y paisajístico bien conservado?

- a) Sí, demandan un entorno natural impecable y perfectamente conservado.
- b) Sí, esperan que el entorno natural se encuentre en óptimas condiciones.
- c) No, muestran un interés moderado en el estado del entorno natural.
- d) No, en general, no le otorgan gran importancia a la conservación del entorno.

Ps: ¿Qué medidas se toman para asegurar la conservación del entorno natural?

18. ¿Los turistas tienen expectativas de interactuar de manera significativa con los prestadores turísticos locales?

- a) Sí, esperan una interacción constante, personalizada y cercana durante toda la visita.
- b) Sí, valoran una interacción cordial y amistosa en momentos clave de su recorrido.
- c) No, para la mayoría la interacción es un aspecto secundario.
- d) No, prefieren mantener una relación formal y mínima con los prestadores turísticos locales.

Ps: ¿Qué tipo de interacciones son las más valoradas por los turistas?

19. ¿Cómo perciben los turistas la calidad de los servicios proporcionados?

- a) La calidad es excelente y supera ampliamente sus expectativas.
- b) La calidad es buena y cumple en gran parte con lo que esperaban.
- c) La calidad es aceptable, aunque existen áreas que podrían mejorar.
- d) La calidad es deficiente y no alcanza lo esperado.

Ps: ¿Qué áreas específicas del servicio podrían mejorarse según los turistas?

20. ¿Cómo valoran los turistas el estado de conservación del entorno natural?

- a) Consideran que el entorno está excepcionalmente bien conservado.
- b) Lo perciben como adecuado y en buenas condiciones.
- c) Lo valoran de forma regular, notando aspectos que requieren mejora.
- d) Lo consideran en malas condiciones y poco cuidado.

Ps: ¿Qué acciones se están tomando para mejorar el estado de conservación del entorno natural?

21. ¿Cómo evalúan los turistas la atención y el trato brindado por los prestadores turísticos locales?

- a) La atención es sobresaliente, con un trato muy cordial y profesional.
- b) La atención es buena, aunque podría mejorar en ciertos aspectos.
- c) La atención es aceptable, sin destacar especialmente.
- d) La atención es deficiente y no satisface las expectativas de los turistas.

Ps: ¿Qué aspectos del trato y la atención podrían?

22. ¿Cómo describiría la diferencia entre las expectativas previas y la experiencia real de los turistas?

- a) La experiencia real superó ampliamente las expectativas iniciales.
- b) La experiencia real cumplió en gran parte con lo esperado.
- c) La experiencia real fue similar a lo que se esperaba, con leves diferencias.
- d) La experiencia real estuvo por debajo de lo que se esperaba.

Ps: ¿Podría dar un ejemplo de una diferencia significativa entre las expectativas previas y la experiencia real de los turistas?

23. Considera que su área supera las expectativas de los turistas?

- a) Sí, la oferta supera ampliamente las expectativas en todos los aspectos.
- b) Sí, en ciertos aspectos el área supera las expectativas.
- c) No, la oferta apenas alcanza lo que se esperaba.
- d) No, en ningún aspecto se logra satisfacer las expectativas de los turistas.

Ps: ¿En qué aspectos específicos considera que su área supera las expectativas de los turistas?

24. ¿Existen áreas dentro de la oferta turística que no cumplen con las expectativas de los turistas?

- a) Sí, hay varias áreas que requieren mejoras significativas.
- b) Sí, existen algunas áreas que necesitan ser mejoradas.
- c) En general, la mayoría de las áreas cumplen con las expectativas, salvo algunas excepciones.
- d) No, prácticamente todas las áreas cumplen o incluso exceden las expectativas.

Ps: ¿Podría mencionar algunas áreas dentro de la oferta turística que no cumplen con las expectativas de los turistas?

25. ¿Se muestran los turistas satisfechos con la experiencia completa en la Laguna Parón?

- a) Sí, están completamente satisfechos y valoran la experiencia de forma excepcional.
- b) Sí, en general se muestran satisfechos, aunque identifican algunos aspectos a mejorar.
- c) La satisfacción es moderada y existen sentimientos encontrados respecto a la experiencia.
- d) No, la mayoría de los turistas se muestra insatisfecha con la experiencia en general.

Ps: ¿Qué aspectos específicos identifican los turistas como áreas a mejorar en su experiencia completa en la Laguna Parón?

26. ¿Expresan los turistas intención de recomendar el destino a otros?

- a) Sí, la gran mayoría estaría dispuesta a recomendarlo activamente.
- b) Sí, una parte considerable de los turistas expresaría intención de recomendarlo.
- c) Pocos turistas manifiestan intención de recomendar el destino.
- d) No, la mayoría no recomendaría el destino a otros.

Ps: ¿Qué factores influyen en la intención de los turistas de recomendar el destino a otros?

27. ¿Cómo evalúa la probabilidad de que los turistas regresen en el futuro?

- a) Alta, la mayoría expresa un firme deseo de volver.
- b) Moderada, una cantidad significativa podría considerar regresar.
- c) Baja, solo un pequeño porcentaje tiene intención de volver.
- d) Muy baja, prácticamente ningún turista tiene planes de regresar.

Ps: ¿Qué acciones podrían aumentar la probabilidad de que los turistas regresen en el futuro?

Comentarios Adicionales:

¿Qué propuestas tiene para mejorar la experiencia turística en la Laguna Parón?

¿Qué cambios cree que podrían implementarse a corto plazo para mejorar la satisfacción de los turistas?

Firma del Entrevistado.



Gracias, por su colaboración.

Anexo N°17: Acta de consentimiento del tercer entrevistado

**CARTA DE CONSENTIMIENTO PARA ENTREVISTAR A AUTORIDADES
Y PRESTADORES DE SERVICIO TURISTICOS**

COMUNIDAD
CAMPESINA CRUZ DE
MAYO

Laguna Parón, Caraz 2025

Asunto: Carta de Consentimiento para Entrevista

Estimado/a: EDGUR Rodolfo Pizarro (Edu)

Mi nombre es Estefany Lizeth Osorio Mejía, y soy estudiante de la Universidad Privada del Norte. Actualmente, estoy realizando una investigación para mi tesis titulada: "CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA DE LA COMUNIDAD CAMPESINA CRUZ DE MAYO EN LA LAGUNA PARÓN, DISTRITO DE CARAZ - 2024".

Con el objetivo de recolectar información relevante para mi estudio, me gustaría realizar una entrevista con usted, ya que desempeña un rol importante como prestador de servicios turísticos en la Laguna Parón. La entrevista se centrará en su experiencia, las prácticas de servicio que ofrece y su perspectiva sobre la satisfacción de los turistas. Su participación será fundamental para comprender mejor la calidad del servicio en la comunidad.

La entrevista será voluntaria y tendrá una duración aproximada de 30 minutos. Toda la información recopilada se utilizará exclusivamente con fines académicos. En caso de que haya grabaciones, se le solicitará su permiso explícito y podrá revisar el material antes de su uso final.

Al firmar esta carta, usted otorga su consentimiento para realizar la entrevista, registrar sus respuestas, y utilizar la información proporcionada en el marco de mi investigación.

Agradezco mucho su tiempo y disposición para colaborar en esta investigación.

Atentamente,

Estefany Lizeth Osorio Mejía
Estudiante de Administración y Servicios Turísticos
Universidad Privada del Norte
Teléfono: 930174531

Firma del entrevistado:



Firma del entrevistador:
(Estefany Osorio)



CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05.04	NÚMERO VERSIÓN	1	PÁGINA	Página 1 de 1
FECHA DE VIGENCIA	10/03/2025				

Anexo N°18: Respuestas del tercer entrevistado

Anexo N°5: Guía de entrevista para Autoridades y Prestadores de servicio de la Comunidad Campesina Cruz de Mayo

Buenas tardes, Sr. EDGAR RODOLFO PINEO LEIVA. Le agradezco sinceramente su tiempo y colaboración para la realización de esta entrevista. Asimismo, quisiera recordarle que toda la información, comentarios y datos que nos brinde serán de gran valor para el desarrollo de este estudio.

Cargo:	Responsable de paseo en bote y kayak
Nombre Completo:	
DNI:	
Fecha:	

1. ¿Cómo describiría la infraestructura y equipamiento disponible para los turistas en la Laguna Parón?

- a) Adecuada y bien mantenida
- b) Necesita mejoras
- c) Insuficiente para la demanda actual
- d) otro

Ps: ¿Qué tipo de mejoras considera necesarias para la infraestructura y el equipamiento?

2. ¿Qué medidas se implementan para mantener la limpieza y el orden en las áreas turísticas?

- a) Contamos con un equipo de limpieza permanente
- b) Se realizan jornadas de limpieza periódicas
- c) No hay un sistema establecido
- d) otro

Ps: ¿Con qué frecuencia se realizan las jornadas de limpieza y quiénes participan en ellas?

3. ¿Cómo se garantiza la presentación y apariencia del personal que brinda los servicios?

- a) Uso de uniformes y normas de presentación
- b) No hay un código de vestimenta definido
- c) Se deja a criterio de cada prestador de servicio
- d) otro

Ps: ¿Considera que el uso de uniformes mejora la percepción de los turistas sobre el servicio?

4. ¿Se cumplen los servicios prometidos a los turistas?

- a) Sí, en su totalidad
- b) En la mayoría de los casos, pero hay excepciones
- c) No siempre, hay inconvenientes frecuentes
- d) otro

Ps: ¿Qué tipo de inconvenientes suelen ocurrir y cómo se manejan?

5. ¿Cómo se garantiza la puntualidad en la prestación del servicio?

- a) Se sigue un cronograma estricto.
- b) Se ajusta según la disponibilidad del personal y las condiciones climáticas.
- c) No hay un control riguroso.
- d) otro

Ps: ¿Qué medidas se toman cuando no se puede cumplir con el cronograma establecido?

6. ¿Cómo describiría la confianza del personal en su conocimiento sobre el lugar?

- a) Tienen un conocimiento profundo
- b) Conocen lo básico, pero podrían mejorar
- c) Falta de información en algunos casos
- d) otro

Ps: ¿Qué tipo de capacitación adicional cree que sería beneficiosa para el personal?

7. ¿Cómo responde la comunidad ante quejas o problemas reportados por los turistas?

- a) Solución inmediata
- b) Investigación previa y luego acción
- c) No se responden
- d) Otro

Ps: ¿Podría dar un ejemplo de una queja reciente y cómo se resolvió?

8. ¿Qué tan rápido puede la comunidad implementar mejoras solicitadas por los turistas?

- a) Inmediatamente
- b) En unas semanas
- c) En varios meses
- d) No se realizan mejoras

Ps: ¿Qué factores influyen en la rapidez con la que se pueden implementar las mejoras?

9. ¿Existen procedimientos establecidos para resolver problemas durante la visita de los turistas?

- a) Sí, hay un protocolo claro
- b) Se resuelven según el criterio del personal
- c) No hay un procedimiento específico
- d) Otro

Ps: Podría describir brevemente el protocolo que se sigue en caso de problemas?

10. ¿Qué tan seguro se sienten los turistas durante su visita?

- a) Muy seguro
- b) Seguro
- c) Neutral
- d) Inseguro

Ps: ¿Qué medidas de seguridad adicionales podrían implementarse para mejorar la percepción de seguridad?

11. ¿Los prestadores de servicio están preparados para atender emergencias y aplicar primeros auxilios si es necesario?

- a) Sí, cuentan con capacitación y equipos
- b) Algunos tienen conocimientos básicos
- c) No, no hay preparación específica
- d) Otro

Ps: ¿Con qué frecuencia se realizan capacitaciones en primeros auxilios?

12. ¿Qué protocolos se siguen en caso de emergencias relacionadas con turistas?

- a) Llamar a los servicios de emergencia
- b) Personal capacitado actúa inmediatamente
- c) No se tiene conocimiento de protocolos específicos.

Ps: ¿Qué tipo de emergencias son las más comunes y cómo se manejan?

13. ¿Los prestadores de servicio ofrecen una atención personalizada a los turistas?

- a) Sí, en todo momento
- b) Solo cuando lo solicitan
- c) No, la atención es generalizada
- d) Otro

Ps: ¿Qué aspectos de la atención personalizada son más valorados por los turistas?

14. ¿Cómo evaluaría la flexibilidad del personal para adaptarse a solicitudes especiales en su lugar de trabajo?

- a) Muy flexible
- b) Flexible
- c) Nada flexible

Ps: ¿Podría dar un ejemplo de una solicitud especial y cómo se manejó?

15. En una escala de 1 al 5 (donde 1 es "Nada flexible" y 5 es "Muy flexible")
¿cómo evaluaría la flexibilidad del personal para adaptarse a solicitudes especiales?

- a) 1 (Nada flexible)
- b) 2 (Poco flexible)
- c) 3 (Flexible)
- d) 4 (Bastante flexible)
- e) 5 (Muy flexible)

Ps: ¿Qué tipo de solicitudes especiales son las más comunes?

16. ¿Considera que los turistas tienen altas expectativas sobre la calidad de los servicios ofrecidos?

- a) Sí, los turistas esperan un servicio de calidad excepcional en todos los aspectos.
- b) Sí, los turistas tienen expectativas elevadas en la mayoría de los aspectos.
- c) No, los turistas mantienen expectativas moderadas sobre la calidad del servicio.
- d) No, en general, los turistas tienen expectativas bajas sobre la calidad.

Ps: ¿Qué aspectos específicos de la calidad del servicio son más importantes para los turistas?

17. ¿Cree que los turistas esperan encontrar un entorno natural y paisajístico bien conservado?

- a) Sí, demandan un entorno natural impecable y perfectamente conservado.
- b) Sí, esperan que el entorno natural se encuentre en óptimas condiciones.
- c) No, muestran un interés moderado en el estado del entorno natural.
- d) No, en general, no le otorgan gran importancia a la conservación del entorno.

Ps: ¿Qué medidas se toman para asegurar la conservación del entorno natural?

18. ¿Los turistas tienen expectativas de interactuar de manera significativa con los prestadores turísticos locales?

- a) Sí, esperan una interacción constante, personalizada y cercana durante toda la visita.
- b) Sí, valoran una interacción cordial y amistosa en momentos clave de su recorrido.
- c) No, para la mayoría la interacción es un aspecto secundario.
- d) No, prefieren mantener una relación formal y mínima con los prestadores turísticos locales.

Ps: ¿Qué tipo de interacciones son las más valoradas por los turistas?

19. ¿Cómo perciben los turistas la calidad de los servicios proporcionados?

- a) La calidad es excelente y supera ampliamente sus expectativas.
- b) La calidad es buena y cumple en gran parte con lo que esperaban.
- c) La calidad es aceptable, aunque existen áreas que podrían mejorar.
- d) La calidad es deficiente y no alcanza lo esperado.

Ps: ¿Qué áreas específicas del servicio podrían mejorarse según los turistas?

20. ¿Cómo valoran los turistas el estado de conservación del entorno natural?

- a) Consideran que el entorno está excepcionalmente bien conservado.
- b) Lo perciben como adecuado y en buenas condiciones.
- c) Lo valoran de forma regular, notando aspectos que requieren mejora.
- d) Lo consideran en malas condiciones y poco cuidado.

Ps: ¿Qué acciones se están tomando para mejorar el estado de conservación del entorno natural?

21. ¿Cómo evalúan los turistas la atención y el trato brindado por los prestadores turísticos locales?

- a) La atención es sobresaliente, con un trato muy cordial y profesional.
- b) La atención es buena, aunque podría mejorar en ciertos aspectos.
- c) La atención es aceptable, sin destacar especialmente.
- d) La atención es deficiente y no satisface las expectativas de los turistas.

Ps: ¿Qué aspectos del trato y la atención podrían?

22. ¿Cómo describiría la diferencia entre las expectativas previas y la experiencia real de los turistas?

- a) La experiencia real superó ampliamente las expectativas iniciales.
- b) La experiencia real cumplió en gran parte con lo esperado.
- c) La experiencia real fue similar a lo que se esperaba, con leves diferencias.
- d) La experiencia real estuvo por debajo de lo que se esperaba.

Ps: ¿Podría dar un ejemplo de una diferencia significativa entre las expectativas previas y la experiencia real de los turistas?

23. Considera que su área supera las expectativas de los turistas?

- a) Sí, la oferta supera ampliamente las expectativas en todos los aspectos.
- b) Sí, en ciertos aspectos el área supera las expectativas.
- c) No, la oferta apenas alcanza lo que se esperaba.
- d) No, en ningún aspecto se logra satisfacer las expectativas de los turistas.

Ps: ¿En qué aspectos específicos considera que su área supera las expectativas de los turistas?

24. ¿Existen áreas dentro de la oferta turística que no cumplen con las expectativas de los turistas?

- a) Sí, hay varias áreas que requieren mejoras significativas.
- b) Sí, existen algunas áreas que necesitan ser mejoradas.
- c) En general, la mayoría de las áreas cumplen con las expectativas, salvo algunas excepciones.
- d) No, prácticamente todas las áreas cumplen o incluso exceden las expectativas.

Ps: ¿Podría mencionar algunas áreas dentro de la oferta turística que no cumplen con las expectativas de los turistas?

25. ¿Se muestran los turistas satisfechos con la experiencia completa en la Laguna Parón?

- a) Sí, están completamente satisfechos y valoran la experiencia de forma excepcional.
- b) Sí, en general se muestran satisfechos, aunque identifican algunos aspectos a mejorar.
- c) La satisfacción es moderada y existen sentimientos encontrados respecto a la experiencia.
- d) No, la mayoría de los turistas se muestra insatisfecha con la experiencia en general.

Ps: ¿Qué aspectos específicos identifican los turistas como áreas a mejorar en su experiencia completa en la Laguna Parón?

26. ¿Expresan los turistas intención de recomendar el destino a otros?

- a) Sí, la gran mayoría estaría dispuesta a recomendarlo activamente.
- b) Sí, una parte considerable de los turistas expresaría intención de recomendarlo.
- c) Pocos turistas manifiestan intención de recomendar el destino.
- d) No, la mayoría no recomendaría el destino a otros.

Ps: ¿Qué factores influyen en la intención de los turistas de recomendar el destino a otros?

27. ¿Cómo evalúa la probabilidad de que los turistas regresen en el futuro?

- a) Alta, la mayoría expresa un firme deseo de volver.
- b) Moderada, una cantidad significativa podría considerar regresar.
- c) Baja, solo un pequeño porcentaje tiene intención de volver.
- d) Muy baja, prácticamente ningún turista tiene planes de regresar.

Ps: ¿Qué acciones podrían aumentar la probabilidad de que los turistas regresen en el futuro?

Comentarios Adicionales:

¿Qué propuestas tiene para mejorar la experiencia turística en la Laguna Parón?

¿Qué cambios cree que podrían implementarse a corto plazo para mejorar la satisfacción de los turistas?

Firma del Entrevistado.



Gracias, por su colaboración.

Anexo N°19: Percepción de los prestadores de servicios turísticos sobre la variable calidad de servicio

N°	Preguntas	Miguel Capra (presidente de la comunidad Cruz de Mayo)	Víctor Huamán (responsable del restaurante comunitario)	Edgar Pineo (responsable de paseo en bote y kayak)
1	¿Cómo describiría la infraestructura y equipamiento disponible para los turistas en la Laguna Parón?	<p>b) Necesita mejoras. Actualmente, la infraestructura del campamento y la cocina puede considerarse básica. Sin embargo, hay aspectos que se pueden mejorar, como la pintura y la presentación general del espacio. Todo lo relacionado al campamento podría recibir una mejora para brindar una mejor impresión.</p>	<p>a) Adecuada y bien mantenida. La infraestructura es básica. En mi cocina, por ejemplo, hay mesas grandes, sillas y utensilios necesarios, pero sentimos que hacen falta mejoras como mesas de diferentes tamaños para adaptarnos mejor a los grupos de turistas.</p>	<p>b) Necesita mejoras. La infraestructura es adecuada y está bien mantenida, aunque reconocemos que necesita mejoras. Estamos trabajando para implementar más servicios y atraer a más visitantes. Una de las principales necesidades es mejorar la carretera de acceso. Además, consideramos importante mejorar el hospedaje, señalizaciones y otros servicios para nuestros visitantes.</p>
2	¿Qué medidas se implementan para mantener la limpieza y el orden en las áreas turísticas?	<p>c) No hay un sistema establecido. Por el momento, no existe un sistema formal establecido. La limpieza la realizan el vigilante y el cocinero, quienes se turnan para mantener el orden. La directiva ha indicado claramente que la limpieza debe realizarse todos los días, especialmente por las tardes, luego de la salida de los turistas. Ellos recorren el área baja de la laguna y el mirador para asegurarse de que todo esté limpio.</p>	<p>d) otro No hay un equipo de limpieza permanente ni un sistema estructurado. En mi caso, yo mismo me encargo de la limpieza de mi área antes y después de atender a los clientes.</p>	<p>a) Contamos con un equipo de limpieza permanente. Nosotros, como trabajadores, recolectamos la basura diariamente. Realizamos jornadas de limpieza de manera permanente para mantener el área limpia y ordenada.</p>
3	¿Cómo se garantiza la presentación y apariencia del personal que brinda los servicios?	<p>c) Se deja a criterio de cada prestador de servicio. Actualmente, la presentación queda a criterio de cada trabajador, ya que no se cuenta con una identificación oficial. No obstante, la directiva está considerando implementar mejoras como chalecos o mandiles para el cocinero y prendas identificativas para el vigilante, como una casaca con el nombre del cargo. Esto ayudaría a que el turista identifique fácilmente al personal.</p>	<p>a) Uso de uniformes y normas de presentación. Actualmente no usamos uniforme ni delantal, por lo que no hay un código de vestimenta definido. Sin embargo, creemos que implementar uno mejoraría la imagen del servicio. Pero yo siempre cuido mi higiene.</p>	<p>b) No hay un código de vestimenta definido. Actualmente, no hay un código de vestimenta definido, pero tenemos planes de implementar un overol para todos los trabajadores, como parte de la comunidad, para que estén ordenados y presentables.</p>
4	¿Se cumplen los servicios prometidos a los turistas?	<p>c) No siempre, hay inconvenientes frecuentes. No siempre. Hay algunos inconvenientes, especialmente con los platos ofrecidos en la cocina, ya que a veces no están disponibles por</p>	<p>a) Sí, en su totalidad. Hacemos lo posible por cumplir lo que se ofrece en la carta, sobre todo en temporada alta. Durante la temporada de</p>	<p>a) Sí, en su totalidad. Sí, se les informa en qué consiste el servicio y se cumple tal cual. Si hay algún</p>

	temas logísticos. Los productos se envían desde Caraz dos veces por semana, lo que dificulta reponer ingredientes constantemente. En cuanto al hospedaje, se informa al turista previamente sobre la disponibilidad y características de las habitaciones, que cuentan con camarotes para compartir.	lluvias, puede faltar algún ingrediente, pero avisamos y tratamos de dar opciones.	inconveniente, se les da atención en el momento.
5	<p>¿Cómo se garantiza la puntualidad en la prestación del servicio?</p> <p>b) Se ajusta según la disponibilidad del personal y las condiciones climáticas. El servicio depende de la disponibilidad del personal y de las condiciones climáticas. Se sugiere que el equipo comience la limpieza temprano y esté atento a las necesidades de los turistas. Aunque no hay un horario fijo, se estima que el servicio está disponible desde las 7 a.m. hasta las 5 p.m., y si hay campamento, también se ofrece atención en horarios más flexibles.</p>	<p>b) Se ajusta según la disponibilidad del personal y las condiciones climáticas. Los horarios son flexibles, ya que dependemos de la llegada de los turistas. Atendemos según el momento: desayuno, almuerzo o cena. Normalmente se atiende almuerzo pero si me lo solicitan yo puedo realizarlo.</p>	<p>b) Se ajusta según la disponibilidad del personal y las condiciones climáticas. A veces, las visitas dependen de las condiciones climáticas y de la disponibilidad del personal. Orientamos a los turistas para que su experiencia sea buena tanto para ellos como para nosotros, la comunidad. Y todos los servicios se ofrecen diariamente no hay descanso y se va rotando mensualmente, y se respeta el horario que es de 7am a 5pm.</p>
6	<p>¿Cómo describiría la confianza del personal en su conocimiento sobre el lugar?</p> <p>b) Conocen lo básico, pero podrían mejorar. El personal conoce lo básico, pero aún hay mucho por mejorar. Se requiere capacitación en atención al cliente y en idiomas, especialmente inglés, ya que algunos turistas extranjeros no hablan español. La directiva está interesada en solicitar talleres o capacitaciones básicas en estas áreas.</p>	<p>a) Tienen un conocimiento profundo. Me siento confiado para responder preguntas básicas sobre la laguna, los nevados o la fauna local. Aun así, me gustaría recibir capacitaciones para mejorar.</p>	<p>c) Falta de información en algunos casos. Hay falta de información y capacitación en algunos casos. Queremos recibir capacitación para atender mejor a nuestros clientes, ser obedientes, tratables, pacientes y humildes</p>
7	<p>¿Cómo responde la comunidad ante quejas o problemas reportados por los turistas?</p> <p>b) Investigación previa y luego acción. Ante una queja, se realiza primero una evaluación interna como comunidad. Por ejemplo, tras reiteradas quejas sobre el mal estado de la trocha desde la tranquera hasta la Laguna, se hizo mantenimiento de las cunetas y se limpió la vía con machete para mejorar el acceso.</p>	<p>a) Solución inmediata. Siempre escucho las quejas y busco solucionarlas en el momento. No se deja pasar ninguna situación sin atención.</p>	<p>a) Solución inmediata. Nosotros, como trabajadores, junto con la Policía Nacional, solucionamos los problemas de manera inmediata. Por ejemplo, si hay malentendidos entre trabajadores y turistas, dialogamos para resolverlos.</p>
8	<p>¿Qué tan rápido puede la comunidad implementar mejoras solicitadas por los turistas?</p> <p>c) En varios meses. Depende del tipo de problema. En el caso de la carretera, las quejas venían desde el año anterior, y este año se logró realizar algunas mejoras, aunque no de forma inmediata.</p>	<p>a) Inmediatamente. Si está dentro de mis posibilidades, actúo de inmediato. Si no, informo a los dirigentes para que tomen medidas.</p>	<p>b) En unas semanas. Queremos mejorar y, si un turista sugiere algo, lo atendemos en unas semanas, a veces en 10 días. La rapidez depende de las decisiones que tomamos en nuestras reuniones como comunidad.</p>

9	¿Existen procedimientos establecidos para resolver problemas durante la visita de los turistas?	c) No hay un procedimiento específico No existe un procedimiento o protocolo formal. Se actúa según las posibilidades y recursos disponibles en el momento.	b) Se resuelven según el criterio del personal No hay protocolos formales, pero personalmente me acerco, converso con el turista y trato de solucionar el problema.	a) Sí, hay un protocolo claro. Sí, hay procedimientos. Si surge un problema, se informa y se actúa en consecuencia bajo a nuestro pensamiento.
10	¿Qué tan seguro se sienten los turistas durante su visita?	c) Neutral La seguridad es percibida como intermedia. No es un lugar totalmente riesgoso, pero tampoco se puede decir que es completamente seguro.	b) Seguro Los turistas suelen sentirse seguros, sobre todo cuando perciben una atención cercana y responsable.	b) Seguro Se sienten seguros. Nos preocupamos por su bienestar y pedimos a la directiva que implemente medidas como botiquines para atender cualquier emergencia.
11	¿Los prestadores de servicio están preparados para atender emergencias y aplicar primeros auxilios si es necesario?	c) No, no hay preparación específica. No, actualmente no hay preparación específica en primeros auxilios. Sin embargo, se reconoce la importancia del tema y se tiene la intención de solicitar capacitaciones con alguna institución o profesional.	b) Algunos tienen conocimientos básicos. No hemos recibido capacitación formal en primeros auxilios, pero reaccionamos lo mejor posible ante cualquier emergencia. En mi caso, he actuado rápido cuando alguien se atragantó.	b) Algunos tienen conocimientos básicos Sí, algunos de nosotros tenemos conocimientos básicos. Hemos recibido capacitaciones, como en casos de caídas en altas montañas.
12	¿Qué protocolos se siguen en caso de emergencias relacionadas con turistas?	a) Llamar a los servicios de emergencia. En caso de accidente, el vigilante se comunica con Defensa Civil, y se coordina la atención de acuerdo con las posibilidades.	b) Personal capacitado actúa inmediatamente. Se actúa de inmediato y, si no se puede resolver el problema, se comunica a los dirigentes para contactar con las autoridades o profesionales.	b) Personal capacitado actúa inmediatamente El personal capacitado actúa inmediatamente. Intervenimos para atender al turista y, si es necesario, solicitamos ayuda adicional.
13	¿Los prestadores de servicio ofrecen una atención personalizada a los turistas?	b) Solo cuando lo solicitan. Solo cuando se solicita específicamente. Si no hay una reserva o pedido previo, no se ofrece un servicio personalizado. A veces, los turistas se quedan sin mayores detalles o atenciones.	a) Sí, en todo momento Sí, si un turista pide algo fuera de la carta y tengo los ingredientes, se lo preparo. También ofrecemos detalles como un matecito de cortesía en ocasiones especiales.	b) Solo cuando lo solicitan Sí, mientras tengamos los ingredientes o recursos, adaptamos nuestros servicios. Por ejemplo, si un turista quiere un plato especial o una habitación individual, lo atendemos.
14	¿Cómo evaluaría la flexibilidad del personal para adaptarse a solicitudes especiales en su lugar de trabajo?	b) Flexible Son flexibles dentro de sus posibilidades. Si el turista desea, por ejemplo, una habitación privada o el uso de kayaks, se puede coordinar. Sin embargo, servicios como duchas con agua caliente aún no están disponibles, aunque se considera implementar mejoras a futuro.	b) Flexible Muy alta. Siempre tratamos de adaptarnos a lo que necesita el turista.	b) Flexible Somos flexibles. Si un turista solicita algo fuera de lo común, como alquilar para ellos solos por algún compromiso el bote, se llega a un trato y se alquila sin problema.

15 En una escala de 1 al 5 (donde 1 es "Nada flexible" y 5 es "Muy flexible")	b) 2 (Poco flexible) Se ubicarían en un 4. Hay disposición y apertura, pero aún hay limitaciones por la infraestructura y los recursos.	d) 4 (Bastante flexible) En la medida de que yo cuente en los ingredientes, le comenté cuanto me demorare para atenderlo procedo a realizar el platillo.	b) 2 (Poco flexible) Un poco flexible. Estamos dispuestos a adaptarnos, pero reconocemos que hay áreas en las que podemos mejorar.
---	--	---	---

Nota. La tabla presenta las respuestas de los entrevistados respecto a la variable Calidad de servicio. Los participantes desempeñan roles clave en la prestación de servicios turísticos en la Laguna Parón, durante el año 2025. Elaboración propia.

Las entrevistas realizadas al presidente de la comunidad Cruz de Mayo, al responsable del restaurante comunitario y al encargado de los paseos en bote y kayak indican que la calidad del servicio turístico en la Laguna Parón es aceptable, aunque con áreas de mejora. En este sentido, se identifican deficiencias en infraestructura, equipamiento, señalización, limpieza y presentación del personal. Aunque se cumple con los servicios ofrecidos, existen limitaciones logísticas y falta de estandarización. A pesar de ello, la comunidad muestra disposición para mejorar, destacándose la atención personalizada y el interés en recibir capacitación. Sin embargo, persisten desafíos en términos de organización, protocolos de seguridad y profesionalización, cuya superación resulta clave para elevar la calidad del destino y fortalecer su gestión comunitaria.

Anexo N°20: Percepción de los prestadores de servicios turísticos sobre la variable satisfacción turística

N°	Preguntas	Miguel Capra (presidente de la comunidad Cruz de Mayo)	Víctor Huamán (responsable del restaurante comunitario)	Edgar Pineo (responsable de paseo en bote y kayak)
16	¿Considera que los turistas tienen altas expectativas sobre la calidad de los servicios ofrecidos?	c) No, los turistas mantienen expectativas moderadas sobre la calidad del servicio. Sí. Especialmente porque muchos han visitado otros lugares turísticos con mayor desarrollo, por lo que llegan con ciertas referencias. Esperan comodidad, limpieza y una buena atención.	b) Sí, los turistas tienen expectativas elevadas en la mayoría de los aspectos. Sí, esperan buena atención, una experiencia agradable y un entorno limpio.	b) Sí, los turistas tienen expectativas elevadas en la mayoría de los aspectos. Sí, los turistas esperan un servicio de calidad excepcional en todos los aspectos y todas las áreas.
17	¿Cree que los turistas esperan encontrar un entorno natural y paisajístico bien conservado?	b) Sí, esperan que el entorno natural se encuentre en óptimas condiciones. Sí, definitivamente. Los turistas visitan la Laguna Parón atraídos por su belleza natural y esperan un entorno limpio, sin contaminación visual ni sonora. Valoran mucho el respeto por la naturaleza.	b) Sí, esperan que el entorno natural se encuentre en óptimas condiciones. Sí, los turistas valoran mucho la conservación del entorno natural.	a) Sí, demandan un entorno natural impecable y perfectamente conservado. Sí, esperan que el entorno natural se encuentre en óptimas condiciones. Nos esforzamos por mantenerlo limpio y bien conservado.
18	¿Los turistas tienen expectativas de interactuar de manera significativa con los prestadores turísticos locales?	b) Sí, valoran una interacción cordial y amistosa en momentos clave de su recorrido. Sí. Esperan conocer más sobre las costumbres locales, recibir información de primera mano y sentirse bienvenidos por las personas que conocen el lugar.	b) Sí, valoran una interacción cordial y amistosa en momentos clave de su recorrido. Sí, muchos nos hacen preguntas, conversan y esperan una experiencia cercana y auténtica.	b) Sí, valoran una interacción cordial y amistosa en momentos clave de su recorrido. Sí, valoran una interacción cordial y amistosa durante su visita. Nosotros compartimos leyendas y conocimientos sobre el lugar cuando nos lo solicitan.
19	¿Cómo perciben los turistas la calidad de los servicios proporcionados?	c) La calidad es aceptable, aunque existen áreas que podrían mejorar. En general, la percepción es positiva. Se valora la amabilidad y el esfuerzo del personal, aunque hay comentarios sobre la necesidad de mejorar en aspectos como la variedad de servicios y la señalización.	a) La calidad es excelente y supera ampliamente sus expectativas. En general, los comentarios que recibo son positivos. A veces incluso me dicen que mi comida es mejor que la de cocineros anteriores.	d) La calidad es deficiente y no alcanza lo esperado. La calidad es buena y cumple con gran parte de lo que esperaban. Sin embargo, reconocemos que hay áreas que podrían mejorar.
20	¿Cómo valoran los turistas el estado de conservación del entorno natural?	b) Lo perciben como adecuado y en buenas condiciones. La mayoría lo valora positivamente. Se percibe un esfuerzo por mantener limpio el lugar, aunque se recomienda reforzar el	a) Consideran que el entorno está excepcionalmente bien conservado. Lo valoran mucho. Les gusta ver el paisaje limpio y bien cuidado.	a) Consideran que el entorno está excepcionalmente bien conservado. Consideran que el entorno está excepcionalmente bien conservado. Nos esforzamos por mantenerlo así.

		control de residuos y la educación ambiental para los visitantes.		
21	¿Cómo evalúan los turistas la atención y el trato brindado por los prestadores turísticos locales?	b) La atención es buena, aunque podría mejorar en ciertos aspectos. Muy buena. Se destaca la hospitalidad y el trato amable, lo cual contribuye significativamente a que los turistas se sientan cómodos y bien recibidos.	a) Consideran que el entorno está excepcionalmente bien conservado. Muy bien. Se sienten bienvenidos y cómodos por el trato amable y personalizado.	c) La atención es aceptable, sin destacar especialmente. La atención es aceptable. Podríamos mejorar en aspectos como dar la bienvenida y explicar nuestras comidas tradicionales.
22	¿Cómo describiría la diferencia entre las expectativas previas y la experiencia real de los turistas?	b) La experiencia real cumplió en gran parte con lo esperado. En muchos casos, la experiencia supera las expectativas, especialmente por la belleza del paisaje. Sin embargo, algunos esperaban una infraestructura más desarrollada o actividades organizadas.	b) La experiencia real cumplió en gran parte con lo esperado. Por lo general, la experiencia real supera sus expectativas, sobre todo en lo que respecta a la atención y a la belleza del lugar.	a) La experiencia real superó ampliamente las expectativas iniciales. La experiencia real supera ampliamente las expectativas.
23	¿Considera que su área supera las expectativas de los turistas?	b) Sí, en ciertos aspectos el área supera las expectativas. Sí. El paisaje impresionante, la tranquilidad y el contacto directo con la naturaleza superan lo que muchos turistas esperaban.	a) Sí, la oferta supera ampliamente las expectativas en todos los aspectos. Sí, muchas veces nos lo hacen saber, especialmente con comentarios sobre la comida y el buen trato.	a) Sí, la oferta supera ampliamente las expectativas en todos los aspectos. Sí, muchos visitantes quedan sorprendidos al llegar y les gusta que les cuente sobre leyendas mientras estamos en el bote.
24	¿Existen áreas dentro de la oferta turística que no cumplen con las expectativas de los turistas?	b) Sí, existen algunas áreas que necesitan ser mejoradas. Sí. Se han señalado deficiencias en servicios básicos como baños adecuados o puntos de información, y también en el acceso durante ciertas temporadas.	d) No, prácticamente todas las áreas cumplen o incluso exceden las expectativas. Sí, principalmente en infraestructura y limpieza general, ya que no hay un equipo encargado de manera constante.	b) Sí, existen algunas áreas que necesitan ser mejoradas. Necesitan ser mejoradas en equipamiento para eso debemos hablar con la comunidad y la junta directiva para que se pueda llegar a implementar y mejorar.
25	¿Se muestran los turistas satisfechos con la experiencia completa en la Laguna Parón?	b) Sí, en general se muestran satisfechos, aunque identifican algunos aspectos a mejorar. En su mayoría, sí. La experiencia en la Laguna deja una impresión positiva y muchos turistas se van satisfechos por haber conocido un lugar tan especial.	a) Sí, están completamente satisfechos y valoran la experiencia de forma excepcional. Sí, la mayoría de los turistas se va contenta, tanto por la vista como por la atención recibida.	a) Sí, están completamente satisfechos y valoran la experiencia de forma excepcional. Sí, la mayoría se va contenta. Nos agradecen por el paseo en bote, la atención y por mantener el lugar limpio y ordenado
26	¿Expresan los turistas intención de recomendar el destino a otros?	c) Pocos turistas manifiestan intención de recomendar el destino. Sí. indican que recomendaría visitar la Laguna Parón, destacando su belleza natural y el	a) Sí, la gran mayoría estaría dispuesta a recomendarlo activamente.	a) Sí, la gran mayoría estaría dispuesta a recomendarlo activamente. Recomendar sobre todo a familiares.

	ambiente de desconexión que ofrece. Pero por errores como en vías de acceso se limitan.	Sí, muchos comentan que recomendarán el lugar por su belleza y la calidez del trato.	
27	<p>¿Cómo evalúa la probabilidad de que los turistas regresen en el futuro?</p> <p>b) Moderada, una cantidad significativa podría considerar regresar. Hay turistas que expresan su deseo de volver, motivados por la tranquilidad del lugar y el impacto visual que deja el paisaje.</p>	<p>a) Alta, la mayoría expresa un firme deseo de volver. He escuchado a varios decir que volverán o que quieren traer a sus familias en otra oportunidad.</p>	<p>b) Moderada, una cantidad significativa podría considerar regresar. Considero que si quieren volver, pero debemos mejorar para eso, en cuanto atención.</p>

Nota. La tabla presenta las respuestas de los entrevistados respecto a la variable Satisfacción Turística. Los participantes desempeñan roles clave en la prestación de servicios turísticos en la Laguna Parón, durante el año 2025. Elaboración propia.

Los resultados de las entrevistas realizadas a los actores claves del turismo en la Laguna Parón evidencian que los visitantes llegan con altas expectativas respecto a la calidad del servicio, la conservación del entorno natural y la interacción con los prestadores locales. En general, la experiencia turística cumple o incluso supera dichas expectativas, especialmente por el valor escénico del paisaje y la calidez del trato recibido. No obstante, los testimonios coinciden en señalar ciertas limitaciones, como deficiencias en infraestructura, servicios básicos y señalización, aspectos que podrían afectar la percepción general del destino si no se abordan adecuadamente. A pesar de ello, los turistas suelen expresar satisfacción con su visita, una predisposición significativa a recomendar el lugar, y en muchos casos, la intención de regresar.

Anexo N°21: Prueba de normalidad

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Tangibilidad	0.205	162	0.000	0.905	162	0.000
Fiabilidad	0.143	162	0.000	0.928	162	0.000
Capacidad de Respuesta	0.108	162	0.000	0.933	162	0.000
Seguridad	0.130	162	0.000	0.949	162	0.000
Empatía	0.156	162	0.000	0.910	162	0.000
Calidad de servicio	0.091	162	0.002	0.974	162	0.004
Expectativas Iniciales	0.099	162	0.001	0.954	162	0.000
Percepción del Desempeño	0.156	162	0.000	0.915	162	0.000
Confirmación/Desconfirmación	0.140	162	0.000	0.959	162	0.000
Satisfacción Global	0.115	162	0.000	0.932	162	0.000
Satisfacción del Turista	0.099	162	0.001	0.954	162	0.000

Anexo N°22: Foto Laguna Parón



Foto: Christian Figueroa (2025).

Anexo N°23: Mirador



Foto: Andres Jacobi (2021).

Anexo N°24: Kayak



Foto: Andres Jacobi (2021).

Anexo N°25: Paseo en bote



Foto: TripAdvisor (2019).

Anexo N°26: Servicios de Alimentación



Foto: Página de Facebook de la comunidad campesina Cruz de Mayo (2020).

Anexo N°27: Servicios Higiénico y Hospedaje



Foto: Archivo personal (2025).

Anexo N°28: Fotos de trabajo de campo Entrevista



Foto: Archivo personal

(2025).

Anexo N°29: Foto Entrevista _ Presidente de la comunidad Miguel Capra Oropeza



Foto: Archivo personal (2025).

Anexo N°30: Entrevista _ Encargado de Paseo en bote y Kayak Edgar Pineo Leiva



Foto: Archivo personal (2025).

Anexo N°31: Foto Entrevista _ Encargado de Alimentación Victor Huaman Lino



Foto: Archivo personal (2025).

Anexo N°32: Encargado en la Tranquera



Foto: Archivo personal (2025).

Anexo N°33: Foto Encuesta a Turistas



Foto: Archivo

personal (2025).



Foto: Archivo personal (2025).



Foto: Archivo personal (2025).