



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y MARKETING**

“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
DEL COMPLEJO TURÍSTICO BAÑOS DEL INCA,
CAJAMARCA 2024.”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Marketing

Autores:

Valeria Jiomayra Jauregui Alvarez
Katerine Sughey Linares Chavez

Asesor:

Mg. Cristian Joel Martinez Agama
Código ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9622-3724>

Cajamarca - Perú

2025

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	CESAR ZULOETA MIYASATO
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	SARA GUEVARA GARCIA
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	CRISTIAN JOEL MARTINEZ AGAMA
	Nombre y Apellidos

INFORME DE SIMILITUD



Página 2 de 79 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::1:3346088449




19% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 19%  Fuentes de Internet
- 4%  Publicaciones
- 13%  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.



Página 2 de 79 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::1:3346088449

Tabla de contenido

DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO.....	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
RESUMEN.....	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	10
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....	25
CAPÍTULO III: RESULTADOS.....	31
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	46
REFERENCIAS.....	55
ANEXOS.....	61

Índice de tablas

Tabla 1. Resultados estadísticos calidad del servicio y satisfacción del cliente	43
Tabla 2. Resultados estadísticos fiabilidad del servicio y satisfacción del cliente.....	43
Tabla 3. Resultados estadísticos capacidad de respuesta del servicio y satisfacción del cliente.....	44
Tabla 4. Resultados estadísticos seguridad y empatía del servicio y satisfacción del cliente.....	44
Tabla 5. Resultados estadísticos elementos tangibles del servicio y satisfacción del cliente	45
Tabla 6. Matriz de operacionalización de variables.....	63
Tabla 7. Matriz de consistencia lógica.....	62
Tabla 8. Operacionalización de variables.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 9. Estadísticos prueba de normalidad	42
Tabla 10. Calidad de servicio frecuencia acumulada	31
Tabla 11. Fiabilidad del servicio frecuencia acumulada.....	32
Tabla 14. Capacidad de respuesta del servicio frecuencia acumulada	33
Tabla 13. Seguridad en el servicio frecuencia acumulada	35
Tabla 14. Elementos intangibles del servicio frecuencia acumulada.....	36
Tabla 15. Satisfacción del usuario con servicio frecuencia acumulada.....	37
Tabla 16. Eficiencia del servicio frecuencia acumulada.....	38
Tabla 17. Relevancia del servicio frecuencia acumulada	39
Tabla 18. Pertinencia del servicio frecuencia acumulada	40
Tabla 19. Prueba de confiabilidad instrumento	72

Índice de figuras

Figura 1. Calidad del servicio del complejo turístico	31
Figura 2. Fiabilidad del servicio del complejo turístico	32
Figura 3. Capacidad de respuesta del servicio del complejo turístico.....	34
Figura 4. Empatía del servicio del complejo turístico	35
Figura 5. Elementos intangibles del servicio del complejo turístico	36
Figura 6. Satisfacción del cliente con el servicio del complejo turístico	37
Figura 7. Eficiencia del servicio del complejo turístico.....	38
Figura 8. Relevancia del servicio del complejo turístico	39
Figura 9. Relevancia del servicio del complejo turístico	40
Figura 10. Estadísticos de normalidad: media, desviación estándar..	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo determinar la relación existente entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el complejo turístico Baños del Inca, Cajamarca, 2024. Se adoptó un enfoque cuantitativo, con alcance correlacional y diseño no experimental. La unidad de análisis estuvo conformada por usuarios del servicio del complejo, seleccionándose una muestra de 372 personas que accedieron a las aguas termales. Para la recolección de datos, se aplicó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario estructurado en 24 preguntas, evaluadas con escala de Likert. El instrumento evidenció alta confiabilidad ($\alpha = 0.972$). El análisis estadístico se efectuó con la prueba Rho de Spearman, obteniéndose un coeficiente de correlación de 0.424, lo que demuestra una relación directa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Entre los hallazgos descriptivos, el 48.12% indicó que casi siempre el servicio es fiable; el 55.38% manifestó que a veces la capacidad de respuesta del personal es buena; y el 47.56% señaló que a veces existe seguridad y empatía por parte del personal. En conclusión, se confirma estadísticamente la existencia de esta relación, rechazándose la hipótesis nula (H_0) y destacando la importancia de mejorar los componentes evaluados para optimizar la experiencia del visitante.

Palabras clave: Calidad del servicio, Satisfacción del cliente, Turismo

NOTA

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto** por determinación de los propios autores, en concordancia con el Texto Integrado del Reglamento RENATI (artículo 12), la Directiva N°048-2020-CONCYTEC-P que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto (ALICIA) administrado por el pliego Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - CONCYTEC y la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales.

Referencias

- A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry. "The Behavioral Consequences of Service Quality". *Journal of Marketing*. Vol. 60, Issue 2, pp. 31-46. 1996.
- Alava Pisco, L. G., & Bastidas Cadena, J. A. (2016). Estudio de la calidad del servicio y satisfacción del cliente de las agencias de viajes en Puerto Ayora, Isla Santa Cruz (Bachelor's thesis).
- Andrade, E. & Santa Cruz, J. (2024). Estudio de caso: Turismo gastronómico y calidad de servicio para los comensales del restaurante El Tío Jhony del Distrito de Sullana, 2023. *Revista De Investigación Científica De La UNF – Aypate*, 3(2), 42–57.
<https://doi.org/10.57063/ricay.v3i2.90>
- Aznar, J. P., Bagur, L., & Rocafort, A. (2016). Impact of service quality on competitiveness and profitability: The hotel industry in the Catalan coast. *Intangible Capital*, 12(1), 147-166.
- Bauzá Martorell, F. J., & Melgosa Arcos, F. J. (2020). Turismo post Covid-19. El turismo después de la pandemia global: análisis, perspectivas y vías de recuperación.
- Bazán Hernández, K. L. (2020). Calidad de los servicios turísticos para mejorar el nivel de satisfacción del cliente en el Hotel Emperador, Chiclayo–Lambayeque.
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8706>
- Bento, P., Murta, L., & Sáez-Padilla, J. (2019). La calidad de los servicios de las empresas de turismo activo en Portugal. *Cuadernos de Turismo*, (44), 27-41.
- Carmona Martínez, A. T. (2019). Percepción del turista interno sobre la calidad de servicio al cliente, de la agencia de viajes y turismo, Perú Together Travel, en la ciudad de Trujillo, 2015.

- Casós Chávez, W. A. (2019). Calidad del servicio y la satisfacción del turista que visita la Casa de la Cultura de la Municipalidad Distrital de Catacaos, año 2017.
- Chacón, J., & Rugel, S. (2018). Artículo de revisión. Teorías, modelos y sistemas de gestión de calidad. *Revista espacios*, 39(50).
- Contreras Castañeda, E. D. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia. *Innovar*, 31(81), 35-48.
- Cruzado Saucedo, D., & Silva Mosqueira, C. (2020). Gestión de la calidad del servicio y satisfacción del cliente en las Agencias de Viajes y Turismo ubicadas en el perímetro de la plaza de armas de la provincia de Cajamarca, 2019.
- Cruzado Saucedo, D., & Silva Mosqueira, C. (2024). Gestión de la calidad del servicio y satisfacción del cliente en las agencias de viajes y turismo ubicadas en el perímetro de la Plaza de Armas de la Provincia de Cajamarca, 2019.
- Delgado, L., & Villagra, Y. (2024). Gestión de la calidad y satisfacción de las experiencias del turista en el resto bar Limbus-Cusco, 2021.
<https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/9600?locale-attribute=en>
- Espinoza Freire, E. E. (2018). La hipótesis en la investigación. *Mendive. Revista de Educación*, 16(1), 122-139.
- Ganga Contreras, F., Alarcón Henríquez, N., & Pedraja Rejas, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt-Chile. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27(4), 668-681.
- Gómez Varela, J., Río Rodríguez, D., & Rico, J. (2020). Reactivación de las actividades del turismo activo español hacia la “nueva normalidad” de la COVID-19: Análisis documental sobre su regulación, recomendaciones, propuestas y protocolos. *ROTUR. Revista De Ocio Y Turismo*, 14(2), 1-22.

- Guatozón Maldonado, M., Canto Esquivel, A. M., & Pereyra Chan, A. (2020). Calidad en el servicio en micronegocios del sector artesanal de madera en una comisaría de Mérida, México. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 28(1), 120-132.
- Hernández, D. S., & Vela, E. G. (2022). Análisis y propuestas para la mejora de la calidad del servicio percibida y la satisfacción del cliente del sector hotelero de Tamaulipas. *El Periplo Sustentable*, (42), 35-55.
- Herrera Marín, S. C. (2019). Mejora de la calidad de servicio ofrecido en las mypes de hospedaje ubicadas en destinos emergentes del Perú utilizando el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas.
- Homburg, C., Koschate, N., & Hoyer, W. D. (2005). Do satisfied customers really pay more? A study of the relationship between customer satisfaction and willingness to pay. *Journal of marketing*, 69(2), 84-96.
- INFOBAE. (2024). Obtenido de <https://www.infobae.com/peru/2024/02/25/turismo-en-cajamarca-mincetur-anuncia-que-supero-cifras-prepandemia/#:~:text=Incremento%20en%20las%20cifras%20del%20turismo%20de%20Cajamarca&text=En%20el%202022%2C%20el%20departamento,hospedaje%20y%208%20mil%20resta>
- IPE. (2021, diciembre 17). El turismo en Cajamarca aún se encuentra lejos de recuperarse. Instituto Peruano de Economía. <https://www.ipe.org.pe/portal/el-turismo-en-cajamarca-aun-se-encuentra-lejos-de-recuperarse/>
- Mendoza Rodríguez, R., & Yarahuan Puertas, J. A. (2021). Calidad de servicio turístico y satisfacción de los pasajeros del Terminal Terrestre de la ciudad del Cusco 2020.
- Meza Juárez, V. A. (2020). APAVIT y turismo seguro post pandemia del Covid-19.

- Michna, A. (2018). The mediating role of firm innovativeness in the relationship between knowledge sharing and customer satisfaction in SMEs. *Engineering Economics*, 29(1), 93-103.
- MINCETUR. (2024). Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6137010/5420947-reporte-regional-de-turismo-cajamarca-enero-2024.pdf?v=1712157141>
- Muñoz, G (2024). Metodología de investigación científica para el estudio de variables de aprendizaje en estudiantes. *Revista Multidisciplinaria Voces De América Y El Caribe*, 1(1), 380-406. <https://doi.org/10.69821/REMUVAC.v1i1.29>
- Murillo , W. (2024). Incidencia de la ejecución del Plan de Mantenimiento en la Satisfacción del Cliente Externo del Hotel Hilton Colon Guayaquil. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(5), 3366-3384. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.13816
- Ñancuñil, D. B., & del Castillo Bernal, M. F. (2021). Turismo y COVID-19: impactos en el sector de guías turísticos de la Comarca Virch-Valdés, Chubut, Patagonia Argentina.
- Nieto, M. (2024). Reseña: Metodología de la Investigación Científica en Derecho. Principios. Criterios. Técnicas (2023) de Ezequiel Abásolo. *Revista de Derecho (Universidad Católica Dámaso A. Larrañaga, Facultad de Derecho)*, (29). <https://doi.org/10.22235/rd29.3945>
- Nyadzayo, M. W., & Khajehzadeh, S. (2016). The antecedents of customer loyalty: A moderated mediation model of customer relationship management quality and brand image. *Journal of retailing and consumer services*, 30, 262-270.
- Okawa, S., Mwanza-Kabaghe, S., Mwiya, M., Kikuchi, K., Jimba, M., Kankasa, C., & Ishikawa, N. (2017). Adolescents' experiences and their suggestions for HIV serostatus disclosure in Zambia: a mixed-methods study. *Frontiers in public health*, 5, 326.

ONU. (2024). *Organización de Naciones Unidas*. Obtenido de

<https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-internacional-se-recupera-en-2024-hasta-los-niveles-anteriores-a-la-pandemia#:~:text=Seg%C3%BAn%20el%20%C3%BAltimo%20Bar%C3%B3metro%20del,niveles%20anteriores%20a%20la%20pandemia.>

Rey Sanchez, S. P. (2019). Satisfacción y calidad de servicio del turista en el comercio turístico del Callao, 2019.

Rodríguez, R (2024). La investigación científica universitaria y su impacto en la sociedad. *Uniandes Episteme. Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 11(1), 001-002.
<https://www.redalyc.org/journal/5646/564677294001/564677294001.pdf>

Sánchez, E. B., & González, A. R. (2022). Turismo y covid-19. Análisis de la productividad científica en Scopus. *Turismo y Sociedad*, 31, 25.

Suter, G. W. (2013). Review papers are important and worth writing. *Environmental Toxicology and Chemistry*, 32(9), 1929–1930

Tudela-Mamani, J. W., Cahui-Cahui, E., & Aliaga-Melo, G. (2022). Impacto del COVID-19 en la demanda de turismo internacional del Perú. Una aplicación de la metodología Box-Jenkins. *Revista de Investigaciones Altoandinas*, 24(1), 27-36.

Ubilla, M. A. B., Barreno, E. R. Z., Freire, F. O., & Sánchez, M. T. (2019). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. *Revista empresarial*, 13(2), 1-15.

Valdés, Z. M., Macías, N. P., & Bravo, L. L. (2021). Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 27(1), 265-277.

Velazco Gonzales, A. R., Flores Chávez, S. M., Medina Gámez, K. P., & Cuba Pacheco, L. G. (2021). Models and determinant variables of innovation to improve quality and

customer satisfaction in service companies. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 25(111), 23-32.

Vergara Schmalbach, J. C., Cortez Cantero, M. C., & Martínez Correa, M. F. (2019). Valoración de la calidad del servicio turístico de Cartagena de Indias, Colombia.

Zambrano, L. T., & Ramos, M. V. H. (2021). Análisis del nivel de satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio de un hotel situado en el centro de la ciudad de Guayaquil-Ecuador. *Dominio de las ciencias*, 7(3), 145-162.