



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“CALIDAD DE SERVICIO TURÍSTICO Y SATISFACCIÓN DEL  
TURISTA QUE VISITA EL DISTRITO DE PACHACÁMAC, 2015”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**AUTOR (A):**

Josseling H. Garcia Medina

**ASESOR:**

Mg. Edwin N. Gabriel C.

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Creatividad e innovación en el desarrollo de nuevos productos turísticos sostenibles

**LIMA – PERÚ**

**2015**

PÁGINA DEL JURADO

#### DEDICATORIA

A mi madre, quien ha estado junto a mí en todo momento, guiándome para ser una mejor persona y brindándome su apoyo incondicional.

A mi hermano que es mi mayor motivación.

A mi padre por su constante apoyo.

A mi abuela por su amor infinito.

## AGRADECIMIENTOS

-A Dios, por haberme dado la fuerza necesaria para llegar hasta donde estoy y por haber puesto en mi camino a quienes me han brindado su apoyo y compañía.

- A mis profesores, de quienes aprendí con gran fervor. A mis compañeros de aula, quienes han pasado a formar parte de mi vida.

-Al Magíster Edwin N. Gabriel C. asesor docente de la presente investigación por su dedicación y orientación en la elaboración de la tesis.

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Josseling Hilda Garcia Medina con DNI N° 48055006, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración en Turismo y Hotelería, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, ..... del .....

---

Josseling Hilda Garcia Medina

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Calidad de servicio turístico y satisfacción del turista que visita el distrito de Pachacámac, 2015”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título de Licenciado en Administración de Turismo y Hotelería.

## ÍNDICE

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	ix
Resumen	x
Abstract	xi
Introducción .....	13
1.2.    Objetivo General .....	25
Marco metodológico .....	27
2.1.    Hipótesis Principal .....	27
2.3.    Operacionalización de variables.....	27
2.4.    Metodología .....	28
2.5.    Tipo de estudio.....	29
2.6.    Diseño.....	29
2.7.    Población, muestra y muestreo .....	30
2.7.1. Población .....	30
2.8.    Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	31
2.9.    Métodos de análisis de datos.....	32
Resultados de la investigación .....	34
Discusión .....	46
Conclusiones .....	49
Recomendaciones .....	51
Referencias bibliográficas .....	53
Anexos.....	56

## Índice de tablas

Tabla N° 01. <i>Operacionalización de variable</i> Calidad de Servicio .....	28
Tabla N° 02. Operacionalización de variable Satisfacción del cliente .....	28
Tabla N° 03: Kolmogorov- Smirnov .....	32
Tabla N° 04: Tabla de frecuencias de la variable Calidad de servicio .....	34
Tabla N° 05: Tabla de frecuencias de la dimensión tangibilidad.....	35
Tabla N° 06: Tabla de frecuencias de la dimensión fiabilidad.....	36
Tabla N° 07: Tabla de frecuencias de la dimensión empatía .....	37
Tabla N° 08: Tabla de frecuencias de la variable Satisfacción del cliente.....	38
Tabla N° 09: Tabla de frecuencias de la dimensión disposición a pagar.....	39
Tabla N° 10: Tabla de frecuencias de la dimensión lealtad.....	40
Tabla N° 11: Correlación no paramétrica de Chi Cuadrado de la variable Calidad de servicio y Satisfacción del cliente.....	42
Tabla N° 12: Correlación no paramétrica de Chi Cuadrado de la dimensión Tangibilidad y Satisfacción del cliente.....	43
Tabla N° 13: Correlación no paramétrica de Chi Cuadrado de la dimensión Fiabilidad y Satisfacción del cliente.....	44
Tabla N° 14: Correlación no paramétrica de Chi Cuadrado de la dimensión Empatía y Satisfacción del cliente.....	45
Tabla N° 15: Matriz de Operacionalización de Variables .....	59
Tabla N°16: Turistas que visitan el Santuario Arqueológico de Pachaámac.....	661
Tabla N° 17: Base de datos.....	66



## Índice de figuras

Figura N° 01: Modelo SERVQUAL.....	67
Gráfico de barras de la variable calidad de servicio.....	35
Gráfico de barras de la dimensión tangibilidad .....	36
Gráfico de barras de la dimensión fiabilidad .....	37
Gráfico de barras de la dimensión empatía .....	38
Gráfico de barras de la variable satisfacción del cliente.....	39
Gráfico de barras de la dimensión competitividad .....	40
Gráfico de barras de la dimensión competitividad .....	41
Figura N° 2: Fotografía del encuestado en Pachacámac.....	62
Figura N° 3: Fotografía del encuestado en Pachacámac.....	67

## Resumen

La investigación, que lleva por título: “Calidad de servicio y satisfacción del cliente que visita el distrito de Pachacámac, 2015”; ha dado respuesta al problema: ¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y satisfacción del turista que visita el Complejo Arqueológico de Pachacámac 2015?, la cual a su vez ha tenido como objetivo general: Determinar si existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del turista que visita el Complejo Arqueológico de Pachacámac 2015.

La metodología empleada para la elaboración de esta tesis estuvo relacionada al enfoque cuantitativo. Es una investigación básica pura o fundamental que se ubica en el nivel explicativo. El diseño de la investigación es correlacional de corte transversal. La muestra estuvo representada por los turistas que visitan el Complejo Arqueológico de Pachacámac, obteniendo un total de 372 turistas, siendo el promedio de los totales de los últimos 3 años (2012,2013 y 2014) del mes de Julio. La técnica de investigación empleada para el presente trabajo, fue la encuesta; y el instrumento utilizado fue el cuestionario, elaborado con la guía del modelo SERVQUAL.

Entre los resultados más importantes obtenidos con la prueba de Chi-cuadrado, se observa que sí existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, por tanto, en base a los resultados estadísticos se toma la decisión de rechazar la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis de la investigación (nula).

Palabras clave: Calidad de servicio, tangibilidad, fiabilidad, empatía, lealtad y satisfacción.

## Abstract

The research, entitled: "Quality of service and customer satisfaction to visit the district of Pachacamac, 2015"; It has responded to the problem: What is the relationship between quality of service and satisfaction of tourists visiting the archaeological complex of Pachacamac 2015?, which in turn has had as general objective: To determine the correlation between quality of service and the satisfaction of tourists visiting the archaeological complex of Pachacamac 2015.

The methodology used for the preparation of this thesis was related to the quantitative approach. It is a pure or fundamental basic research that is located in the explanatory level. The research design is cross-sectional correlational. The sample was represented by the tourists who visit the archaeological complex of Pachacamac, obtaining a total of 372 tourists, being the average total for the last three years (2012.2013 and 2014) of July. The research techniques used was the survey and the instrument used was a questionnaire developed with the guidance of SERVQUAL model.

Among the most important results obtained with Chi-square test, we see that there is a relation between service quality and customer satisfaction, therefore based on the statistical results the decision to reject the alternative hypothesis is taken and accepting the research hypothesis (zero).

Keywords: Quality of service, tangibility, reliability, empathy, loyalty and satisfaction.