



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA

Calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de
Cañete, departamento de Lima-2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

AUTORAS:

Flores Robles, Eypril Gisela (orcid.org/0000-0003-1457-2985)

Reategui Hoyos, Lierka Nayeli (orcid.org/0000-0001-8334-982X)

ASESORA:

Mg. Sc. Segovia Aranibar, Elizabeth Luz (orcid.org/0000-0002-8790-6707)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Turística

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedicamos esta tesis con mucho orgullo a nuestros padres por apoyarnos y confiar en nosotras, como también por sus consejos los cuales fueron de mucha ayuda para seguir avanzando y así lograr nuestros objetivos.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos en primer lugar a Dios porque todo lo hicimos en su nombre y también agradecemos a nuestra docente por sus enseñanzas, brindarnos su paciencia y habernos compartido sus experiencias, los cuales nos ayudaron mucho en esta etapa universitaria



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, SEGOVIA ARANIBAR ELIZABETH LUZ, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de

Tesis titulada: "Calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023", cuyos autores son REATEGUI HOYOS LIERKA NAYELI, FLORES ROBLES EYPRIL GISELA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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 vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 01 de Diciembre
del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
SEGOVIA ARANIBAR ELIZABETH LUZ DNI: 10460532 ORCID: 0000-0002-8790-6707	Firmado electrónicamente por: SARANIVARE el 01- 12-2023 20:26:08

Código documento Trilce: TRI - 0676949

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, REATEGUI HOYOS LIERKA NAYELI, FLORES ROBLES EYPRIL GISELA estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
EYPRIL GISELA FLORES ROBLES DNI: 75284511 ORCID: 0000-0003-1457-2985	Firmado electrónicamente por: EFLORESRO3 el 01-12-2023 00:28:50
LIERKA NAYELI REATEGUI HOYOS DNI: 73791323 ORCID: 0000-0001-8334-982X	Firmado electrónicamente por: LREATEGUIHO29 el 01-12-2023 00:31:53

Código documento Trilce: TRI - 0676952

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR/ AUTORES	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
II. INTRODUCCIÓN	1
III. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	13
3.1 Tipo y diseño de investigación	13
3.2 Variables y operacionalización	13
3.3. Población, muestra y muestreo	14
3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos	14
3.5 Procedimiento	15
3.6 Método de análisis de datos	16
3.7 Aspectos éticos	16
IV. RESULTADOS	18
V. DISCUSIÓN	27
VI. CONCLUSIONES	32
VII. RECOMENDACIONES	34
REFERENCIA	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Resultado descriptivo de la Variable Calidad del servicio	18
Tabla 2. Resultado descriptivo de la Dimensión 1 Elementos Tangibles	18
Tabla 3. Resultado descriptivo de la Dimensión 2 Empatía	19
Tabla 4. Resultado descriptivo de la Dimensión 3 Seguridad	20
Tabla 5. Resultado descriptivo de la Dimensión 4 Capacidad de Respuesta	21
Tabla 6. Resultado descriptivo de la Dimensión 5 Fiabilidad	22
Tabla 7. Resultado de objetivo específico 1	23
Tabla 8. Resultado de objetivo específico 2	23
Tabla 9. Resultado de objetivo específico 3	24
Tabla 10. Resultado de objetivo específico 4	24
Tabla 11. Resultado de objetivo específico 5	25

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Resultado descriptivo de la Variable Calidad del servicio	18
Figura 2. Resultado descriptivo de la Dimensión 1 Elementos Tangibles	19
Figura 3. Resultado descriptivo de la Dimensión 2 Empatía	20
Figura 4. Resultado descriptivo de la Dimensión 3 Seguridad	20
Figura 5. Resultado descriptivo de la Dimensión 4 Capacidad de Respuesta	21
Figura 6. Resultado descriptivo de la Dimensión 5 Fiabilidad	22

RESUMEN

El presente estudio de investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima – 2023. Su metodología fue tipo básico, enfoque cuantitativo, alcance descriptivo, diseño que se empleó fue no experimental y corte transversal. La población estuvo constituida por turista que practican canotaje en Lunahuaná, para la muestra se consideraron 160 turista que practicaron canotaje extraído de una agencia de turismo y fueron incluidos para poder realizarle la respectiva encuesta. La técnica que se utilizó en esta investigación fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario estandarizado perteneciente al modelo SERVPERF. Los resultados arrojaron en cuanto a la calidad del servicio el 80% indicó un nivel alto, por otra parte, el 16,9% nivel medio y finalmente el 3,1% nivel bajo. Se concluyó que la empresa brinda un buen servicio a sus clientes; en este sentido, cabe mencionar que diferentes aspectos de la calidad están acordes con el tipo de servicio prestado.

Palabras clave: Nivel de satisfacción, calidad, turismo, canotaje.

ABSTRACT

The objective of this research study was to determine the level of tourism quality in the practice of Canoeing in Lunahuaná, province of Cañete, Lima - 2023. Its methodology was basic, quantitative approach, descriptive scope, design used was non-experimental and cutting cross. The population was made up of tourists who practice canoeing in Lunahuaná. For the sample, 160 tourists who practiced canoeing were taken from a tourism agency and were included in order to carry out the respective survey. The technique used in this research was the survey and the instrument was the standardized questionnaire belonging to the SERVPERF model. The results showed that in terms of service quality, 80% indicated a high level, on the other hand, 16.9% indicated a medium level and finally 3.1% indicated a low level. It was concluded that the majority of respondents consider that the company provides good service to its customers; In this sense, it is worth mentioning that different aspects of quality are in accordance with the type of service provided.

Keywords: Level of satisfaction, quality, tourism, canoeing.

I. INTRODUCCIÓN

Hasta hace algunos años, la actividad turística representaba el 10% del PIB mundial, es decir, el 30% de las exportaciones de servicios; asimismo, esta actividad económica es responsable de la creación de aproximadamente el 10% de los empleos a nivel mundial (World Tourism Organization, 2018, citado en Contreras, 2021); ante ello, es importante disponer de destinos turísticos que cumplan con altos estándares de calidad.

La calidad de servicio es considerada una estrategia esencial para obtener una diferenciación competitiva y paulatinamente, la lealtad de los clientes. Es por ello que, el sector turismo es uno de los campos ideales para el desarrollo de la económica de un país, donde buscan promover su desarrollo y mejora continua, pues, es el turista quien tiene dicha percepción, la cual es obtenida durante su visita a algún destino o en la utilización de algún servicio (González et al., 2020).

Las empresas a nivel mundial se vienen preocupando por brindar calidad a sus clientes, tal y como lo vienen haciendo, la mayoría de las MIPYMES turísticas en México, donde los dueños de este tipo de negocios han comprendido el valor de la obtención de los sellos de calidad para mejorar la competitividad turística de México (Sánchez et al., 2021).

En Perú, también existe una iniciativa que garantiza la calidad turística como es el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas – SABP, perteneciente al Plan Nacional de Calidad Turística - CALTUR, tiene como objetivo principal guiar a los proveedores de servicios turísticos en la implementación de procesos de mejora de calidad de manera constante, dicha herramienta está basada en la aplicación de buenas prácticas de gestión adaptadas a cada tipo de servicio.

A nivel local, en Lunahuaná, ubicado en la provincia de Cañete, es uno de los dieciséis distritos de esta zona y cuenta con diversos atractivos turísticos como su Plaza de Armas, el sitio arqueológico Incahuasi sus viñedos, puente colgante de Catapalla y el bendecido río Cañete. Asimismo, dentro de esta localidad se pueden practicar deportes de aventura, entre los que mencionaremos al canopy, escalada

en roca y canotaje, siendo esta última la actividad más solicitada por turistas durante su visita a Lunahuaná, pero a la vez es el deporte de aventura con mayor insatisfacción del visitante, debido a la deficiente calidad de los servicios ofrecidos por las compañías involucradas en esta industria.

En Lunahuaná se evidencia la falta de regulación adecuada y un control efectivo por parte de las autoridades que conllevan a prácticas inseguras en el canotaje, colocando en peligro la integridad física de los turistas y afectando negativamente su experiencia y la imagen de la zona. A ello, se le suma la deficiente capacitación de los guías y operadores de canotaje en términos de habilidades técnicas, seguridad y primeros auxilios, y el insuficiente mantenimiento de equipos como botes, remos y chalecos salvavidas que, en algunos casos, se encuentran en mal estado. Así como, la contaminación del río y la falta de infraestructura adecuada.

Ante esta problemática, surge la siguiente interrogante de estudio ¿Cuál es el nivel de calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima - 2023? De esta situación se derivan los siguientes problemas específicos ¿Cuál es el nivel de elementos tangibles en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima - 2023?, ¿Cuál es el nivel de fiabilidad en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima - 2023?, ¿Cuál es el nivel de capacidad de respuesta en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima – 2023?, ¿Cuál es el nivel de seguridad en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima - 2023? Y ¿Cuál es el nivel de empatía en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima - 2023?

Referente a la justificación teórica con este trabajo investigativo se busca avalar las teorías en las que está fundamentado, también, se aporta al desarrollo de conocimientos relativos al análisis de la calidad turística en la práctica de Canotaje, asimismo, (Arias et al., 2021) con el análisis de datos actualizados que logra aportar al campo científico datos relevantes que pueden ser utilizados como fundamento para futuros trabajos investigativos. En referencia a la justificación práctica conlleva el propósito de llevar a cabo la investigación donde basa en la realidad observada

(Carrasco, 2015), en el estudio se buscó determinar la información sobre el nivel de calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, lo cual resulta de gran importancia para los turistas que desean realizar tal actividad recreativa en dicha localidad, pues permitirá precisar si la calidad de los servicios recibidos son los adecuados o necesitan de un proceso de mejora continua.

Con respecto a la justificación metodológica se propone la aplicación de un instrumento estandarizado como es el perteneciente al modelo SERVPERF que será adaptado para evaluar los servicios de las empresas dedicadas a la práctica del canotaje y revalidado por un juicio de expertos en el tema (Arias et al., 2021). La estadística resultante constituirá un punto de referencia para las futuras investigaciones. En cuanto a la justificación social se define como aquella que busca contribuir con el bienestar de la sociedad considerando comunidad, personas entre otros (Arias et al., 2021). En el estudio se buscó analizar la calidad turística que perciben los clientes que practican canotaje en Lunahuaná con el propósito proponer soluciones y se les brinde el servicio que esperan. Finalmente, la gestión de calidad tendría un impacto positivo en la obtención de resultados mejorados, lo cual se traduciría en una mayor productividad en el sector turístico

Se estableció como objetivo general determinar el nivel de calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima - 2023. De manera similar, se establecieron los siguientes objetivos específicos: Determinar el nivel de elementos tangibles en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima - 2023, determinar el nivel de fiabilidad en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima – 2023, determinar el nivel de capacidad de respuesta en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima - 2023, determinar el nivel de seguridad en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima - 2023, y determinar el nivel de empatía en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima - 2023.

El estudio al ser descriptivo con una sola variable no presentara hipótesis, como lo indica el autor Hernández, et. al. (2018).

II. MARCO TEÓRICO

En el plano internacional, diversos autores han desarrollado investigaciones en torno a la calidad del servicio, como el artículo de Volsuuri, et al. (2023). Investigación que presentó como propósito inicial examinar la calidad del servicio proporcionado por las empresas del sector privado a través de un análisis de brechas. Estudio cuantitativo descriptivo que utilizó como muestra a 400 jefes de hogar que respondieron un cuestionario de 23 ítems sobre cinco dimensiones de calidad. (SERVPERF). Los resultados evidenciaron que todas las dimensiones de calidad fueron $-0,31$, lo que indica una calidad de servicio deficiente, aunque las dimensiones de calidad individuales tuvieron variaciones (Confiabilidad, Capacidad de respuesta, Garantía, Empatía y Tangibles fueron $-0,26$, $-0,47$, $-0,24$, $-0,23$ y $-0,13$). Se concluyó que las mejoras adicionales en la calidad se deben basar en aplicaciones para mejorar la satisfacción general del viajero y sus intenciones de continuar usando estos servicios en el futuro.

Shah et al., (2022) sostienen en su artículo que tuvo como objetivo comprender mejor las complejidades de los factores que influyen en la satisfacción sobre la calidad del servicio brindado al consumidor en empresas de Lahore, Pakistán. Investigación descriptiva cuantitativa, cuyos datos recopilados de 865 encuestados se analizaron mediante un análisis factorial exploratorio y se construyó un modelo estructural de satisfacción del viajero con la calidad del servicio. Los resultados mostraron que la satisfacción general del viajero incide con la calidad del servicio basado en aplicaciones tiene un impacto positivo en las intenciones del usuario de continuar usando los servicios en el futuro. Concluyeron que la satisfacción general con los servicios actúa como un factor intermediario entre los diversos atributos de calidad del servicio, como los atributos del servicio y del sistema, los atributos de atracción del servicio, los atributos del diseño de la red, y los atributos de confiabilidad y profesionalismo del servicio, y las intenciones de los viajeros de seguir utilizándolos en el futuro.

Tal y como Dzisi, et al. (2021) señalan como principales objetivos de esta investigación: modificar la herramienta SERVPERF utilizada para evaluar las preocupaciones sobre la calidad del servicio de los clientes Investigación

cuantitativa de tipo descriptiva, la técnica consistió en la implementación de encuestas y la herramienta fue el modelo SERVPERF. La muestra estuvo constituida por mil viajeros. Los resultados arrojaron que los factores de calidad de servicio más importantes que afectaron a los usuarios fueron confiabilidad del servicio, variabilidad en el costo y capacidad de respuesta. Se concluyó que las tecnologías podrían ayudarlos a reservar, informar si se presentó un mal servicio.

Bento et al., (2019) en el artículo que tuvo como objetivo, analizar la calidad de los servicios de las empresas de turismo activo en Portugal. Se empleó una metodología, no experimental; utilizando como técnica la encuesta y como instrumentos cuestionarios, que fueron aplicados a 183 compañías de turismo activo de portuguesa. En los hallazgos se ha puntualizado el perfil y opiniones de los administradores de las compañías analizadas, subrayando: el desarrollo del sector en Portugal, la importancia de las herramientas fiables, competentes para medir la satisfacción de los turistas, la seguridad de los servicios y los empleados especializados y motivados, son componentes fundamentales a la calidad de los servicios proporcionados por las compañías turísticas. Concluyeron que los administradores de las compañías de turismo activo, consideran de gran relevancia el desarrollo de recursos fiables, capaces de medir la satisfacción de los clientes componente importante en la optimización de los servicios brindados por ese tipo de organizaciones; en tal sentido, se deben implementar las mejores estrategias para ofrecer los mejores servicios a los usuarios nacionales e internacionales.

Como antecedentes nacionales Ruiz (2022) en su estudio presentó como propósito inicial determinar el comportamiento de la calidad de los servicios turísticos y buenas prácticas del turismo en los ecolodges de Tamshiyacu. Se trabajó una metodología cuantitativa, no experimental, correlacional; implementado como técnica a la encuesta, aplicada a los turistas nacionales y extranjeros. Los hallazgos arrojaron que el 49% de los turistas que participaron en la encuesta su grado de satisfacción fue excelente, 43% lo calificó como bueno, 8% regular y el 1% deficiente. Concluyeron que las entidades hoteleras y restaurantes poseen pocos conocimientos a cómo brindar un mejor servicio de calidad, asimismo se evidenció que algunos de los turistas no se sentían satisfechos con los servicios brindados, incluyendo la seguridad en el transporte fluvial, por lo cual, se deben

implementar estrategias que permitan que los visitantes sientan la seguridad participa de cada una de las actividades turísticas.

Huayta (2021) se propuso examinar la relación entre la calidad total de servicios y la productividad empresarial de las agencias de viajes de turismo receptivo en el distrito de Miraflores. El estudio adoptó un enfoque cuantitativo, diseño aplicado y empírico, utilizando un enfoque correlacional, diseño no experimental, transversal. La población de estudio consistió en 50 trabajadores de diversas agencias de viajes. Los hallazgos revelaron un vínculo fuerte y positivo entre las variables y dimensiones estudiadas siendo este de 46%. Este estudio concluyó que la medición de la calidad total de servicios en las agencias de viajes analizadas se ven afectadas negativamente por componentes como la informalidad y el bajo índice (9,7%) de agencias que implementan buenas prácticas y sistemas de gestión de calidad. Por lo cual, se resalta la importancia de la asociación entre la calidad total de servicios y la productividad empresarial para mejorar la competitividad de las compañías turísticas y satisfacer las demandas de un mercado internacional.

Según Silva, et al. (2021) el objetivo fue investigar la conexión entre la calidad del servicio en los sectores de alojamiento, restaurantes y transporte en el distrito de Canchaque, Piura. Este estudio se basó en un enfoque subjetivo debido a la naturaleza de las variables y tuvo un diseño no experimental de corte transversal. Además, se utilizó un enfoque correlacional y un enfoque cuantitativo. En los hallazgos se evidenció un vínculo significativo ($p < 0.05$) entre la calidad de los servicios en los hospedajes y la satisfacción de los turistas. Por lo tanto, se concluyó que los servicios proporcionados por los hoteles turísticos son de alta calidad. En cuanto a los restaurantes, se identificaron factores tanto favorables como desfavorables, mientras que los medios de transporte ofrecen servicios deficientes. En este sentido, se puede hacer énfasis en que, si se brinda una buena calidad de los servicios, los usuarios quedarán satisfechos, con que generara un buen posicionamiento para la empresa y la ciudad visitada por los turistas, trayendo consigo nuevos clientes en futuros viajes, de lo contrario, se generará insatisfacción e implicaciones negativas.

De acuerdo a Cueva et al., (2019) el objetivo de su investigación fue determinar analizar la oferta de turismo de aventura y la calidad del servicio de los operadores turísticos en el valle de Chilina en Arequipa. Se utilizó una metodología de enfoque mixto, no experimental, transversal. La encuesta, la observación y la entrevista fueron las técnicas que aplicaron, a una población conformada por 270 turistas. En los hallazgos se evidenció que la contratación por internet es efectuada principalmente por extranjeros 71.9% debido a ya vienen con un programa organizado a la localidad y además por eventos promocionados por redes sociales donde los turistas, junto con su grupo de amigos se animan a efectuar algún tipo de deporte. Se concluyó que, aunque los operadores ofrecen servicios adecuados, son evidentes las deficiencias en infraestructura de las compañías informales, por lo que el estado debe establecer estrategias para regular dichas compañías.

Yarahuaman et al., (2020) cuya investigación tuvo como propósito inicial determinar de qué manera la calidad de los servicios influye en la demanda de turismo de aventura de la empresa Natura Vive S.A.C. Su método fue tipo básica, nivel descriptivo-explicativo, diseño no experimental-transversal. La encuesta y la observación fueron las técnicas empleadas, junto con su instrumento el cuestionario y la guía de observación aplicados en el presente estudio investigativo. Referente a los hallazgos estos mostraron que la calidad de servicio es regular en la compañía analizada. y este logra influir en la baja demanda de turismo de aventura para diversos meses del 2018. Concluyeron que las prácticas de servicios de calidad son esenciales para cumplir con las expectativas de los usuarios, en tal sentido, se debe priorizar la satisfacción de los consumidores por medio de diversas estrategias turísticas que permitan incrementar a afluencia de visitantes a los establecimientos turísticos; asimismo, se comprobó que la calidad de los servicios logra influir de forma positiva en la demanda del turismo de aventura.

Para Nolazco, et al. (2019), artículo creado con el propósito de fomentar el turismo alternativo en el distrito de Lunahuaná –Cañete, en base a la percepción del contexto de estudio. La investigación se basa en una metodología mixta. La población consistió en 100 participantes, incluyendo pobladores y viajeros que visitan el distrito. Se implementó una encuesta para el estudio cuantitativo y se realizaron entrevistas para el análisis cualitativo. A partir de estos hallazgos, se

concluye que es fundamental contar con conocimientos y capacitación sobre cómo mantener las actividades atractivas turísticas y cómo interrelacionarse con los visitantes para garantizar su satisfacción con la calidad del servicio recibido. Esto es crucial para que destinos como Lunahuaná sigan siendo promocionados y recomendados para futuras visitas. Sin embargo, se observó que, en el distrito de Lunahuaná, existe un alto desconocimiento en relación al turismo alternativo y las prácticas que se pueden llevar a cabo en la zona.

Buscando una mejor comprensión de la variable de estudio, se empezará por establecer su definición. La calidad se refiere a la excelencia o grado de excelencia de un producto, servicio o experiencia. Para Lingitz, et al. (2023), la calidad es una medida de cómo se cumplen o superan las expectativas y requisitos establecidos por los clientes o usuarios. Al respecto, Carter, et al. (2023), afirman que cuando los usuarios escogen un proveedor de servicios, compensan su percepción de la calidad del servicio con su percepción del costo de contratar al provisor del servicio. La calidad se ha caracterizado por la impresión general del comprador sobre la relativa superioridad e inferioridad de una organización y los servicios que ofrece (Sultana & Gabir, 2021). Es así como, la calidad se refiere a la excelencia y cumplimiento de expectativas en productos, servicios y experiencias, considerando las percepciones del cliente; asimismo, los consumidores evalúan la calidad del servicio en relación al costo y se basan en la impresión general de la organización y sus servicios.

Según, Rojas, et al. (2020), la calidad de los servicios es esencial para todas las organizaciones, ya que buscan posicionarse, liderar el mercado y, sobre todo, satisfacer a sus clientes. La satisfacción de los clientes es de gran importancia para las empresas de servicios, ya que tiene un impacto significativo en su éxito y reputación. Por lo tanto, la calidad del servicio es una prioridad en todas las organizaciones, ya que se enfoca en proporcionar un servicio excelente que cumpla e incluso supere las expectativas de los clientes.

En los tiempos actuales, las organizaciones han adoptado la concepción de calidad del servicio debido a la creciente competencia en el mercado y a la expansión de la oferta de servicios. Para los viajeros, este concepto abarca todas

las experiencias que se generan durante una visita y es fundamental para definir un servicio. En particular, en el ámbito hotelero, la calidad del servicio se encuentra estrechamente asociada con los resultados percibidos por los viajeros al utilizar un servicio turístico (Villacis, et al., 2021, Becerra, et al. ,2022).

La calidad de un destino turístico está estrechamente vinculada a la satisfacción de los turistas, y esto suele estar influenciado por su relación con el precio. En el ámbito del turismo, la calidad es de vital importancia, ya que va más allá de ser una ventaja competitiva. La experiencia previa ha confirmado que la infraestructura desempeña un rol esencial en el modo en que los clientes perciben un destino turístico, ya que son los recursos técnicos y las instalaciones los que posibilitan el desarrollo de las actividades turísticas en ese lugar. (Herrera & López, 2021; Martínez, et al.,2021). Es decir, la calidad turística se refiere a la excelencia y nivel de satisfacción que se ofrece a los turistas en un destino o en la prestación de servicios turísticos. Se relaciona con aspectos como la infraestructura, los servicios, la atención al cliente, la seguridad, La protección del entorno natural y la difusión del legado cultural.

Diversos académicos en todo el mundo han desarrollado una variedad de medidas y técnicas para evaluar el cociente de satisfacción del turista y del cliente de varias instalaciones de servicio en contextos espaciales. Entre los que se encuentra el modelo ServPerf este modelo que en la opinión de Cronin y Taylor (1992), citado en Liu & Chen (2022), la calidad de los servicios sólo se puede medir por el servicio percibido por los clientes, independientemente del servicio esperado; es así que surge el modelo ServPerf. Es por ello que, el modelo SERVPERF fue introducido con el argumento de que la medición de la calidad de los servicios debe ser abordada desde una perspectiva de actitud, es así como, este modelo fortaleció el enfoque de medición basado en la percepción de la calidad de los servicios (Naveen & Gurtoo, 2020).

En respuesta a la afirmación de que la calidad del servicio solo puede medirse por medio de la percepción de los clientes, surge el modelo ServPerf. Este enfoque fortalece la medición de la calidad del servicio basada en la percepción del cliente.

Patrón (2021) también afirma que ServPerf es un modelo alternativo para medir la calidad del servicio. Este enfoque se basa en el desempeño y simplifica el cuestionario propuesto por ServQual que solía generar confusión entre los encuestados. Por otro lado, SERVPERF se enfoca únicamente en la percepción del cliente para valorar la calidad de los servicios, eliminando las expectativas. En este enfoque, la calidad ya no se mide mediante la diferencia entre expectativas y desempeño, sino que se basa exclusivamente en los ítems que evalúan las percepciones del servicio (López et al., 2021).

Según Amonzabel (2021), el modelo SERVPERF utiliza la percepción como una forma de evaluar la satisfacción del cliente, la cual se determina a partir del nivel de satisfacción que experimentan los usuarios y consta de 22 afirmaciones que abarcan aspectos como elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Dimensión 1 los elementos tangibles hacen referencia a los elementos visibles relacionados con la apariencia de los empleados y la empresa. Evalúa cómo los clientes perciben el entorno físico de la organización, incluyendo el equipo utilizado para brindar el servicio y el diseño de las instalaciones (Silva, et al., 2021). Los aspectos tangibles están relacionados con los elementos visuales de los servicios en general, según lo señalado por Castillo (2019). La tangibilidad hace referencia al aspecto físico de la infraestructura, equipos y personal del proveedor de servicios (Ljadi, et al., 2019). Schönsleben (2019,) los describe como algo de vital importancia para el cliente, ya que se refieren directamente a los servicios y su producción implica el uso de bienes tangibles. Estos elementos tangibles son percibidos como parte integral del producto o la mercancía.

Los elementos tangibles evalúan cómo los clientes perciben el aspecto físico y visual de la empresa y sus instalaciones, así como el equipo utilizado para brindar el servicio. Estos elementos tangibles son considerados como parte integral del servicio y pueden influir en la percepción de calidad por parte de los consumidores (Becerra, et al. ,2022).

Dimensión 2 empatía implica la habilidad de comprender las emociones de otra persona y ponerse en su lugar (Hossain & Rahman, 2022). La empatía es

también descrita como un rasgo fundamental en las relaciones interpersonales y la comunicación (García, 2022). Es una virtud necesaria en la satisfacción del cliente y el buen performance de los empleados (Viet, et al., 2020). En resumen, La empatía implica la capacidad de colocarse en la perspectiva del cliente y comprender tanto sus necesidades como sus emociones. Según Patrón (2021), la empatía implica brindar cuidado y atención personalizada a los clientes por parte de las empresas. Por otro lado, Huarcaya, et al. (2019), se refiera a la empatía como, la actitud de reconocer los pensamientos y sentimientos de otra persona de manera adecuada.

Además, implica comprender y responder a las emociones y necesidades de los clientes. Es un rasgo fundamental en las relaciones interpersonales y la comunicación, y juega un rol fundamental en la satisfacción del cliente y el desempeño de los empleados. La empatía implica colocarse en la perspectiva del cliente, brindar atención personalizada y reconocer adecuadamente sus pensamientos y sentimientos (Hossain y Rahman, 2022).

Dimensión 3 seguridad, se puede definir como el efecto de un evento que genera una impresión subjetiva de la necesidad de proteger a un individuo (Liberska, 2018, citado en Ingadottir, 2023). Según Fabian, et al. (2022), la seguridad abarca subdimensiones como la veracidad, la cortesía, la inteligencia y la confianza, que contribuyen a transmitir convicción y confiabilidad.

Además, la seguridad está relacionada con la necesidad de protección y la impresión subjetiva de sentirse seguro. Es de gran importancia que los usuarios se sientan seguros durante su experiencia de servicio para generar confianza y satisfacción (Patrón, 2021).

Dimensión 4 la capacidad de respuesta consiste en ayudar al cliente a proporcionar servicios lo antes posible (Aboubakr & Bayoumy, 2022). Según Patrón (2021), la capacidad de respuesta se relaciona con la habilidad y voluntad de los empleados para asistir a los clientes y ofrecer un servicio eficiente. Implica demostrar habilidad y eficacia al hacer frente a problemas o situaciones imprevistas que puedan surgir antes o durante la prestación del servicio (Huayta, 2021). Por otro lado, una definición más precisa es la proporcionada por Cottle, citado en

Acosta (2021), quien la describe como la actitud que se exhibe al auxiliar a los clientes y al proveer un servicio ágil.

La dimensión de la capacidad de respuesta se asocia con la disposición y voluntad del personal para ayudar a los clientes de manera eficiente y oportuna. Implica abordar problemas y situaciones imprevistas con habilidad y eficacia durante la prestación de los servicios. La actitud de auxiliar a los usuarios y proporcionar un servicio ágil es una parte fundamental de la capacidad de respuesta (Kankaew, 2022).

Dimensión 5 Fiabilidad de la evaluación de la calidad del servicio se relaciona con la capacidad de las empresas para responder a las inquietudes de los clientes y cumplir con los estándares establecidos. La prestación precisa y amable del servicio, así como el suministro de las herramientas adecuadas a los empleados, son factores clave para generar confianza y mejorar la confiabilidad percibida por los clientes (Acosta, 2021).

Finalmente, la Fiabilidad referida a la forma en que se cumple con los requerimientos de los consumidores, generando confianza y cumpliendo con los estándares internacionales para brindar una atención y confiabilidad óptimas por parte de los empleados (Kankaew, 2022). Se trata de la habilidad de brindar el servicio prometido de forma precisa, amable y meticulosa. (Patrón, 2021). Proporcionar a los empleados las herramientas adecuadas no solo mejora sus habilidades, sino que también los vuelve más eficientes y efectivos, lo que a su vez contribuye a mejorar la confiabilidad de la empresa (Geary & Cosgrove, 2023).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Este trabajo de investigación se clasifica como básico, ya que la investigación buscó conocimientos o soluciones a problemas de carácter científico y cultural. Asimismo, el estudio de tipo busco analizar propiedades, organizaciones y asociaciones con el objeto de formular y contrastar hipótesis, teorías o leyes (Cerdeña, 2021).

En este trabajo se utilizó un enfoque cuantitativo, como señalan Hernández y Mendoza (2018) este tipo de investigación es adecuado cuando se busca examinar las magnitudes de los fenómenos y dar respuesta a los objetivos planteados. Es por ello, que en el estudio se aplicaron cuestionarios con escalas numéricas para obtener resultados estadísticos que lograron reflejar y dar respuesta tanto a los objetos como a los problemas planteados acerca de la calidad turística en la práctica de canotaje.

El alcance de investigación de la presente investigación de investigación fue descriptivo. La investigación descriptiva implica obtener una representación precisa de las características de una persona específica, un contexto o un grupo en particular (Rodríguez, 2020). Basado en ello, el estudio dio como resultados la descripción de la variable como de sus dimensiones, además, de reflejar la opinión de los turistas acerca del tema.

El diseño que se empleó fue no experimental, debido a que, en este tipo de investigaciones no son manipuladas de forma deliberada las variables; en otras palabras, se analizan los fenómenos tal como han sido desarrollados en su entorno natural, sin generar por parte del autor algún cambio. (Hernández et al, 2018).

Asimismo, fue de corte transversal, lo que implica recopilar datos en un único momento, en un solo periodo de tiempo. (Hernández y Mendoza, 2018). En el estudio se abordó el año 2023.

3.2 Variables y operacionalización

La variable de tipo cuantitativa de esta investigación fue medida con el cuestionario SERVPERF a través de una escala de Likert.

En relación a la variable de calidad del servicio, esta se establece a partir de las diversas percepciones que los clientes tienen de acuerdo a sus necesidades. En este sentido, es importante que los mejores atributos coincidan con las demandas del cliente al momento de solicitar un producto o servicio, para así satisfacer su necesidad de manera oportuna. (Rojas et al, 2020).

La variable calidad de servicio fue medida por medio de las dimensiones que son: componentes tangibles, seguridad, flexibilidad, fiabilidad y empatía. Su operacionalización puede observarse en el anexo 2.

3.3. Población, muestra y muestreo

La población se refiere al grupo que posee características similares y que forma parte del estudio para ser evaluado y obtener la información concerniente del tema abordado (Hernández y Mendoza, 2018). Para este estudio de investigación la población estuvo constituida por 120 turistas que practican canotaje en Lunahuaná, dicha población se estableció por medio de la fórmula infinita la cual se encuentra en anexo (9).

Como criterios de inclusión se consideraron turistas de Lunahuaná que practican canotaje, además, que firmaran el consentimiento aprobado presencial o virtual aceptando participar en el estudio, como criterio de exclusión se consideró turistas enfocados en otros deportes, así como los que no acepten firmar el consentimiento.

Para la muestra se consideraron 120 turista que practicaron canotaje y fueron incluidos para poder realizarle la respectiva encuesta. Por tanto, el muestreo aplicado fue el probabilístico (Hernández, et al., 2018).

3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó en esta investigación fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario estandarizado perteneciente al modelo SERVPERF, el que fue

adaptado para poder determinar el nivel de calidad turística en la práctica del canotaje.

SERVPERF es una escala ampliamente utilizada y validada para medir la calidad del servicio en diversos contextos. En el caso específico de la práctica de Canotaje en Lunahuaná, utilizar SERVPERF como herramienta de medición de calidad turística puede tener varias ventajas como la evaluación integral, pues abarca dimensiones como la confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad y elementos tangibles. Esto permite una evaluación más completa y detallada de la calidad de las experiencias turísticas en el canotaje en Lunahuaná. Asimismo, al utilizar una escala ampliamente reconocida como SERVPERF, se facilita la comparación de los resultados con investigaciones anteriores o con otras empresas o destinos turísticos. Esto permite obtener una perspectiva más amplia y establecer puntos de referencia para la calidad turística en la práctica de canotaje.

Sobre los cuestionarios, Hernández y Mendoza (2018) indicaron que los cuestionarios son formulación que contiene una cantidad de preguntas cerradas correspondientes a un tema específico.

Con respecto a la confiabilidad de la investigación, ésta se realizó a través de la muestra piloto, para la cual se adaptaron las preguntas para la mejor comprensión de los encuestados.

La muestra piloto estuvo constituida por aproximadamente 15 turistas que practican canotaje en Lunahuaná, los datos serán procesados por medio del SPSS en su versión 25, dando como resultado para Alpha de Cronbach de ,825 identificando una confiabilidad adecuada del mismo.

La validez del instrumento fue evaluada por el juicio de tres especialistas en el tema mencionados en el apartado de anexo (5).

3.5 Procedimiento

El estudio se inició estableciendo el objetivo siendo determinar el nivel de la calidad turística en la práctica de canotaje en Lunahuaná, 2023.

Seguidamente, se realizó una revisión de literatura de manera exhaustiva sobre la variable de estudio, así como investigaciones previas relacionadas con el tema, proporcionando un marco teórico sólido y permitiendo identificar las variables y escalas de medición pertinentes.

Se procedió a definir el diseño de la investigación, el enfoque metodológico más adecuado para la investigación la población objetivo y el tamaño de muestra necesario para representarla de manera adecuada, que para esta investigación fueron 120 muestra representativa de turistas que hayan practicado el canotaje en Lunahuaná y estén dispuestos a participar en el estudio.

Se realizó la recolección de datos utilizando métodos apropiados, que, en este caso, fue el cuestionario ServPerf y finalmente, se plasmó en tablas de excel para ser procesados en el spss y obtener los resultados que den respuesta a los objetivos planteados.

3.6 Método de análisis de datos

Los datos fueron recopilados por medio de la encuesta ServPerf validado por el juicio de expertos aplicado y procesado gracias al software SPSS versión 25.

El método que se empleó fue el análisis descriptivo, este método implica describir y resumir las características y medidas de la variable analizada (Hernández et al., 2018)

En última instancia, los resultados obtenidos del análisis descriptivo y el análisis de los cuadros y figuras se utilizaron para formular las conclusiones del estudio y para proporcionar sugerencias o recomendaciones basadas en los hallazgos.

3.7 Aspectos éticos

En cuanto a los aspectos éticos, la aplicación del instrumento corresponde a un consentimiento informado, para cada uno de los colaboradores a quien se le aplicó el cuestionario. Asimismo, en esta se investigación hizo uso de los principios éticos considerados por la universidad, de igual forma, todos los datos informativos utilizados responden a fuentes confiables, las citas se encuentran asignadas a sus

respectivos autores, se respetaron las ideas y la información compartida por parte de los participantes, respetando la confidencialidad de los mismos (Solís, et al., 2023). Para ello se consideró:

Principio de no maleficencia: la investigación no tiene provecho económico, asimismo, no posee propósitos en perjudicar ni los participantes ni a las entidades analizadas (Gagñay, et al., 2020).

Principio de beneficencia: el trabajo investigativo busca analizar Calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, conocer cómo es la calidad de servicio de los destinos turístico, la satisfacción de los usuarios en las prácticas de canotaje, requisitos y expectativas del turista (Reyes, et al., 2020).

Principio de autonomía: Los turistas que practican canotaje en Lunahuaná han decidido participar en la investigación por medio del consentimiento informado (Espinoza y Calva, 2020).

Principio de veracidad: en este estudio se ha protegido la información de los participantes, cada dato informativo brindado busca conocer el tema abordado y no se tomaron datos personales de ningún colaborador. En este sentido, no se difundirá con otras organizaciones y personas los resultados de las encuestas aplicadas (Cruz, et al., 2020).

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos por variable y dimensiones

Tabla 1.

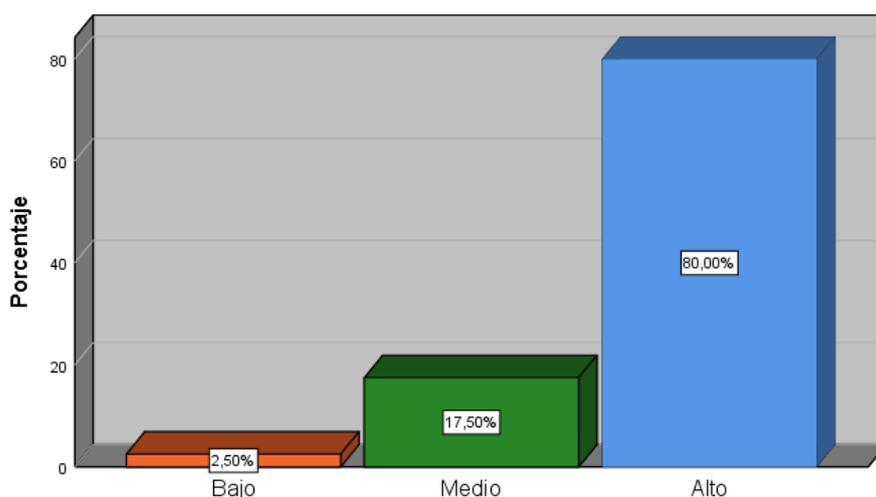
Resultado descriptivo de la Variable Calidad del servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Bajo	3	2,5	2,5	2,5
Medio	21	17,5	17,5	20,0
Alto	96	80,0	80,0	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Fuente: encuesta realizada a turistas

Figura 1.

Resultado descriptivo de la Variable Calidad del servicio



Fuente: encuesta realizada a turistas

Nota: Como puede observarse en la tabla y figura en una muestra de 120 turistas; en cuanto a la variable calidad del servicio el 80% indicó un nivel alto, por otra parte, el 17,5% nivel medio y finalmente el 2,5% nivel bajo. Por lo que se puede evidenciar que la mayoría de encuestados considera que la empresa brinda un buen servicio a sus clientes; en este sentido, cabe mencionar que diferentes aspectos de la calidad están acordes con el tipo de servicio prestado.

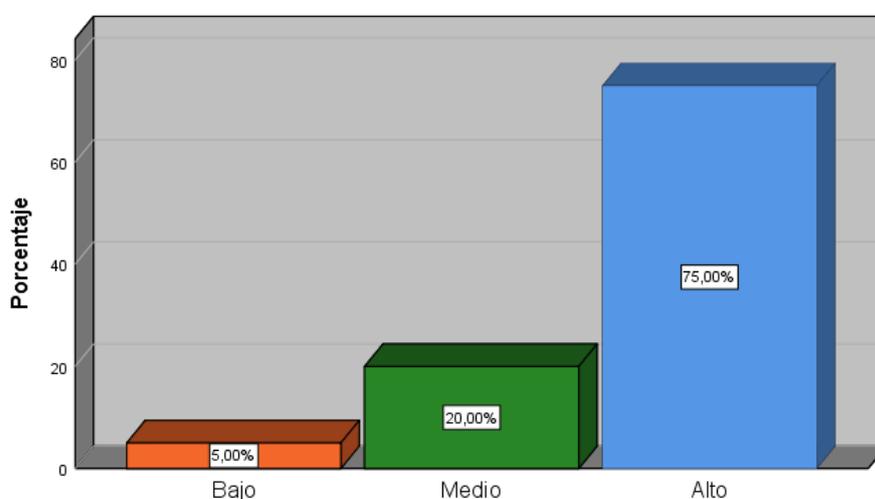
Tabla 2.

Resultado descriptivo de la Dimensión 1 Elementos Tangibles

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	6	5,0	5,0	5,0
	Medio	24	20,0	20,0	25,0
	Alto	90	75,0	75,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Fuente: encuesta realizada a turistas

Figura 2. Resultado descriptivo de la Dimensión 1 Elementos Tangibles



Fuente: encuesta realizada a turistas

Nota: Como puede observarse en la tabla y figura; en cuanto a la dimensión elementos tangibles el 75% indicó un nivel alto, por otra parte, el 20% nivel medio y finalmente el 5% nivel bajo. Por lo que se puede evidenciar que la mayoría de encuestados considera que el personal de la empresa está presentado de acuerdo con la situación, sin embargo, existen aspectos por mejorar en cuanto aseo y vestimenta.

Tabla 3.

Resultado descriptivo de la Dimensión 2 Empatía

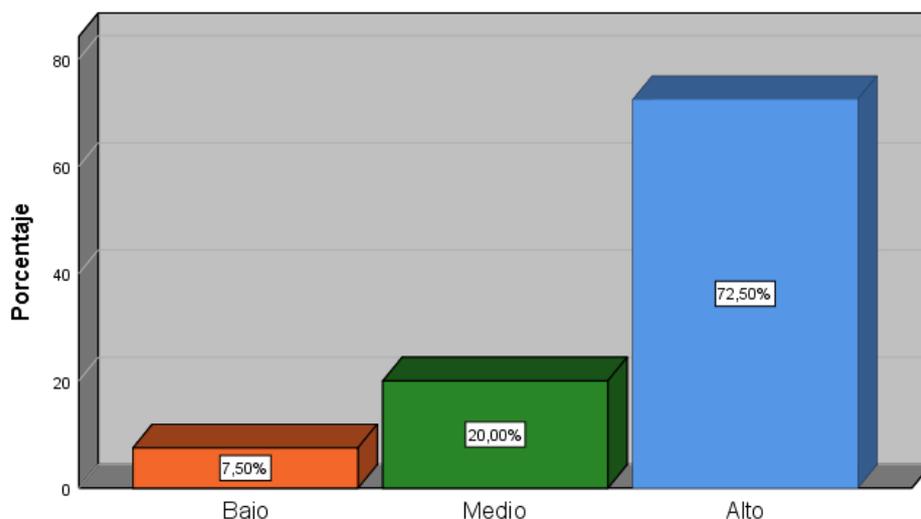
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	Bajo	9	7,5	7,5	7,5
	Medio	24	20,0	20,0	27,5
	Alto	87	72,5	72,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Fuente: encuesta realizada a turistas

Figura 3.

Resultado descriptivo de la Dimensión 2 Empatía



Fuente: encuesta realizada a turistas

Nota: Como puede observarse en la tabla y figura; en cuanto a la dimensión empatía el 72,5% indicó un nivel alto, por otra parte, el 20% nivel medio y finalmente el 7,5% nivel bajo. Por lo que se puede evidenciar que la mayoría de encuestados considera que existe interés por parte del personal por resolver sus inquietudes. Sin embargo, el servicio en esta empresa en algunos aspectos específicos del Canotaje no es exactamente como se indica.

Tabla 4.

Resultado descriptivo de la Dimensión 3 Seguridad

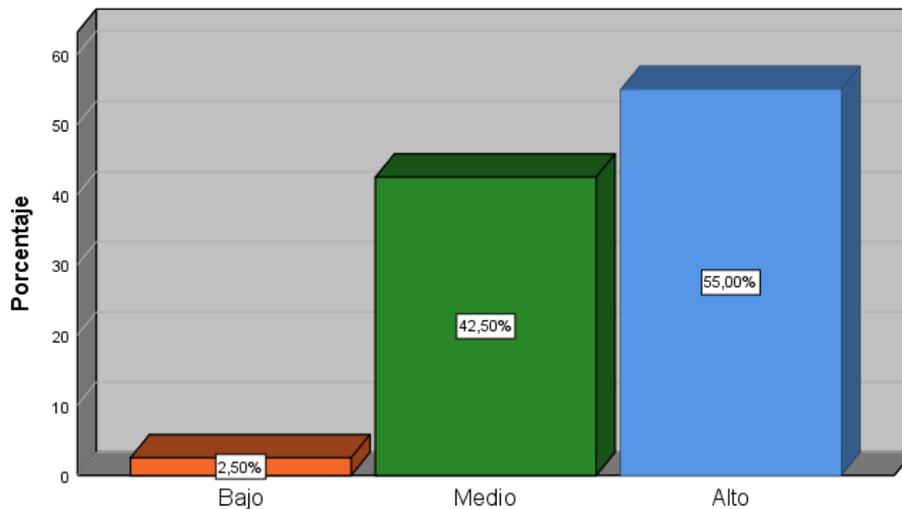
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	2,5	2,5	2,5
	Medio	51	42,5	42,5	45,0
	Alto	66	55,0	55,0	100,0

Total	120	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Fuente: encuesta realizada a turistas

Figura 4.

Resultado descriptivo de la Dimensión 3 Seguridad



Fuente: encuesta realizada a turistas

Como puede observarse en la tabla y figura; en cuanto a la dimensión seguridad el 55% indicó un nivel alto, por otra parte, el 42,5% nivel medio y finalmente el 2,5 % nivel bajo. Por lo que se puede evidenciar que el nivel de confianza que brinda el personal de la empresa es alto, asimismo, la mayoría considera que el comportamiento del personal de la compañía le transmite confianza.

Tabla 5.

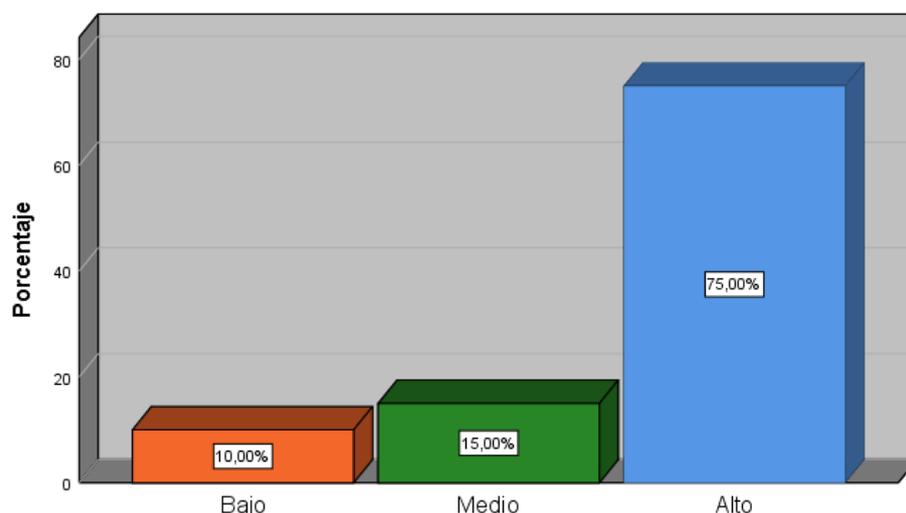
Resultado descriptivo de la Dimensión 4 Capacidad de Respuesta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	12	10,0	10,0	10,0
	Medio	18	15,0	15,0	25,0
	Alto	90	75,0	75,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Fuente: encuesta realizada a turistas

Figura 5.

Resultado descriptivo de la Dimensión 4 Capacidad de Respuesta



Fuente: encuesta realizada a turistas

Como puede observarse en la tabla y figura; en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta el 75% indicó un nivel alto, por otra parte, el 15% nivel medio y finalmente el 10% nivel bajo. Por lo que se puede evidenciar que el nivel de comunicación que tiene el personal de servicio con el cliente es alto, también, el estado de los equipos de canotaje son los adecuados.

Tabla 6.

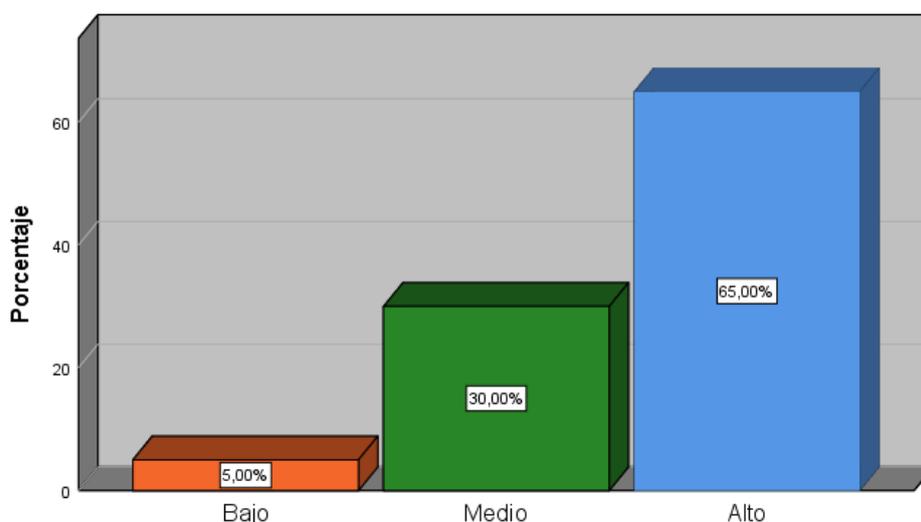
Resultado descriptivo de la Dimensión 5 Fiabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	6	5,0	5,0	5,0
	Medio	36	30,0	30,0	35,0
	Alto	78	65,0	65,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Fuente: encuesta realizada a turistas

Figura 6.

Resultado descriptivo de la Dimensión 5 Fiabilidad



Fuente: encuesta realizada a turistas

Como puede observarse en la tabla y figura; en cuanto a la dimensión fiabilidad el 65% indicó un nivel alto, por otra parte, el 30% nivel medio y finalmente el 5% nivel bajo. Por lo que se puede evidenciar que la atención del personal de la empresa es eficiente, además, el tiempo de espera para obtener un resultado es adecuado.

4.2 Resultados por objetivos

El presente estudio de investigación estableció como objetivo general determinar el nivel de calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima – 2023 bajo los resultados obtenidos se puede evidenciar que el nivel de calidad estuvo en un porcentaje bueno.

De manera similar, se establecieron los siguientes objetivos específicos: Determinar el nivel de elementos tangibles en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima – 2023

Tabla 7.

Resultado de objetivo específico 1

Tabla cruzada Resultado de objetivo específico 1						
			elementos tangibles			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Calidad del servicio	Bajo	Recuento	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	2,5%	2,5%
	Medio	Recuento	0	18	3	21
		% del total	0,0%	15,0%	2,5%	17,5%
	Alto	Recuento	6	6	84	96
		% del total	5,0%	5,0%	70,0%	80,0%
Total	Recuento		6	24	90	120
	% del total		5,0%	20,0%	75,0%	100,0%

Fuente: encuesta realizada a turistas

Se puede observar que para el objetivo se obtuvo nivel alto de 70%, 5% nivel medio y 5% nivel bajo, siendo este resultado que evidencia una calidad del servicio adecuado y toman en cuenta los elementos necesarios para ofrecer lo mejor a sus clientes.

En cuanto al objetivo específico 2 Determinar el nivel de fiabilidad en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima – 2023

Tabla 8.

Resultado de objetivo específico 2

Tabla cruzada Resultado de objetivo específico 2						
			fiabilidad			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Calidad del servicio	Bajo	Recuento	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	2,5%	2,5%
	Medio	Recuento	0	15	6	21
		% del total	0,0%	12,5%	5,0%	17,5%
	Alto	Recuento	9	9	78	96
		% del total	7,5%	7,5%	65,0%	80,0%
Total	Recuento		9	24	87	120
	% del total		7,5%	20,0%	72,5%	100,0%

Fuente: encuesta realizada a turistas

Se observa que para el objetivo se obtuvo un nivel alto de 65%, medio de 7,5% y bajo de 7,5%, se evidencia que los turistas se sintieron en confianza con el servicio brindado, sin embargo, algunos mostraron que se debería mejorar los aspectos de seguridad para vivir una experiencia más agradable.

En cuanto al objetivo específico 3 Determinar el nivel de capacidad en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima – 2023

Tabla 9.

Resultado de objetivo específico 3

Tabla cruzada Resultado de objetivo específico 3						
			Capacidad de respuesta			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Calidad del servicio	Bajo	Recuento	0	3	0	3
		% del total	0,0%	2,5%	0,0%	2,5%
	Medio	Recuento	0	18	3	21
		% del total	0,0%	15,0%	2,5%	17,5%
	Alto	Recuento	3	30	63	96
		% del total	2,5%	25,0%	52,5%	80,0%
Total		Recuento	3	51	66	120
		% del total	2,5%	42,5%	55,0%	100,0%

Se puede observar que para el objetivo 3 se obtuvo un nivel alto de 52.5%, medio de 25% y bajo de 2,5%, en ello se evidencia que el personal tiene la capacidad y experiencia para practicar el canotaje y que lo enseñan a los que desean disfrutar este servicio en Lunahuaná, sin embargo, deben adaptarse a las nuevas exigencias de servicio como es de las personas con alguna discapacidad.

En cuanto al objetivo específico 4 Determinar el nivel de seguridad en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima – 2023

Tabla 10.

Resultado de objetivo específico 4

Tabla cruzada Resultado de objetivo específico 4						
			seguridad			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Calidad del servicio	Bajo	Recuento	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	2,5%	2,5%
	Medio	Recuento	3	9	9	21
		% del total	2,5%	7,5%	7,5%	17,5%

	Alto	Recuento	9	9	78	96
		% del total	7,5%	7,5%	65,0%	80,0%
Total		Recuento	12	18	90	120
		% del total	10,0%	15,0%	75,0%	100,0%

Fuente: encuesta realizada a turistas

Se observa para el objetivo 4 que obtuvo un nivel alto de 65%, medio de 7,5% y bajo de 7,5%. Lo que evidencia que el nivel de seguridad en su mayoría estuvo acorde, pero que se deben aplicar más medidas que brinden al cliente una experiencia de seguridad total.

En cuanto al objetivo específico 5 Determinar el nivel de empatía en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima - 2023.

Tabla 11.

Resultado de objetivo específico 5

Tabla cruzada Resultado de objetivo específico 5						
			empatía			
			Bajo	Medio	Alto	Total
Calidad del servicio	Bajo	Recuento	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	2,5%	2,5%
	Medio	Recuento	0	18	3	21
		% del total	0,0%	15,0%	2,5%	17,5%
	Alto	Recuento	6	18	72	96
		% del total	5,0%	15,0%	60,0%	80,0%
Total		Recuento	6	36	78	120
		% del total	5,0%	30,0%	65,0%	100,0%

Fuente: encuesta realizada a turistas

Como se observa para el objetivo 5 se obtuvo un nivel algo de 60%, medio de 15% y bajo de 5%, lo que refleja que los trabajadores fueron empáticos en todo el proceso del servicio, tanto en la explicación como en la práctica del canotaje.

V. DISCUSIÓN

El trabajo investigativo actual estableció como objetivo general determinar el nivel de calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima-2023. Los resultados arrojaron para la variable calidad del servicio el 80% indicó un nivel alto, por otra parte, el 17,5% nivel medio y finalmente el 2,5% nivel bajo. Por lo que se puede evidenciar que la mayoría de encuestados considera que la compañía brinda un buen servicio a sus clientes; en este sentido, cabe mencionar que diferentes aspectos de la calidad están acordes con el tipo de servicio prestado.

Los resultados obtenidos se pueden comparar al estudio de Ruiz (2022) en su estudio presentó como propósito inicial determinar el comportamiento de la calidad de los servicios turísticos y buenas prácticas del turismo en los ecolodges de Tamshiyacu. Los hallazgos arrojaron que el 49% de los turistas que participaron en la encuesta su grado de satisfacción fue excelente, 43% lo calificó como bueno, 8% regular y el 1% deficiente. Concluyeron que las entidades hoteleras y restaurantes poseen pocos conocimientos a como brindar un mejor servicio de calidad, asimismo se evidenció que algunos de los turistas no se sentían satisfechos con los servicios brindados, incluyendo la seguridad en el transporte fluvial, por lo cual, se deben implementar estrategias que permitan que los visitantes sientan la seguridad participa de cada una de las actividades turísticas. Como se observa el grado de satisfacción percibido por los clientes fue bueno solo teniendo algunos aspectos por mejorar.

La calidad del servicio es una prioridad en todas las organizaciones, ya que se enfoca en proporcionar un servicio excelente que cumpla e incluso supere las expectativas del cliente. En este sentido, la calidad del servicio es esencial para todas las organizaciones, ya que buscan posicionarse, liderar el mercado y, sobre todo, satisfacer a sus clientes. La satisfacción de los clientes es de gran importancia para las empresas de servicios, ya que tiene un impacto significativo en su éxito y reputación (Rojas, et al. 2020).

Referente al objetivo específico 1 determinar el nivel de elementos tangibles en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima-2023. Los resultados arrojaron para la dimensión elementos tangibles el 75% indicó un nivel

alto, por otra parte, el 20% nivel medio y finalmente el 5% nivel bajo. Por lo que se puede evidenciar que la mayoría de participantes considera que los trabajadores de la empresa están presentados de acuerdo con la situación, sin embargo, existen aspectos por mejorar en cuanto aseo y vestimenta.

Dichos resultados son similares al estudio de Bento et al., (2019) en el artículo que tuvo como objetivo, analizar la calidad de los servicios de las empresas de turismo activo en Portugal. En los hallazgos se ha puntualizado el perfil y opiniones de los administradores de las compañías analizadas, subrayando: el desarrollo del sector en Portugal, la importancia de las herramientas fiables, competentes para medir la satisfacción de los turistas, la seguridad de los servicios y los empleados especializados y motivados, son componentes fundamentales a la calidad de los servicios proporcionados por las compañías turísticas. Concluyeron que los administradores de las compañías de turismo activo, consideran de gran relevancia el desarrollo de recursos fiables, capaces de medir la satisfacción de los clientes componente importante en la optimización de los servicios brindados por ese tipo de organizaciones; en tal sentido, se deben implementar las mejores estrategias para ofrecer los mejores servicios a los usuarios nacionales e internacionales.

Referente al objetivo específico 2 determinar el nivel de fiabilidad en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima-2023. Los resultados arrojaron para la dimensión empatía el 72,5% indicó un nivel alto, por otra parte, el 20% nivel medio y finalmente el 7,5% nivel bajo. Por lo que se puede evidenciar que la mayoría de encuestados considera que existe interés por parte del personal por resolver sus inquietudes. Sin embargo, el servicio en esta empresa en algunos aspectos específicos del Canotaje no es exactamente como se indica.

Resultados que son similares a los de Huayta (2021) se propuso examinar la relación entre la calidad total de servicios y la productividad empresarial de las agencias de viajes de turismo receptivo en el distrito de Miraflores. Los hallazgos revelaron un vínculo fuerte y positivo entre las variables y dimensiones estudiadas siendo este de 46%. Este estudio concluyó que la medición de la calidad total de servicios en las agencias de viajes analizadas se ven afectadas negativamente por

componentes como la informalidad y el bajo índice (9,7%) de agencias que implementan buenas prácticas y sistemas de gestión de calidad. Por lo cual, se resalta la importancia de la asociación entre la calidad total de servicios y la productividad empresarial para mejorar la competitividad de las compañías turísticas y satisfacer las demandas de un mercado internacional.

Referente al objetivo específico 3 determinar el nivel de capacidad en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023. Los resultados arrojaron para la dimensión seguridad el 55% indicó un nivel alto, por otra parte, el 42,5% nivel medio y finalmente el 2,5 % nivel bajo. Por lo que se puede evidenciar que el nivel de confianza que brinda el personal de la empresa es alto, asimismo, la mayoría considera que el comportamiento del personal de la compañía le transmite confianza.

Lo que es confirmado por Silva, et al. (2021) su objetivo fue investigar la conexión entre la calidad del servicio en los sectores de alojamiento, restaurantes y transporte en el distrito de Canchaque, Piura-Perú, y la satisfacción del cliente. Los resultados revelaron una relación significativa ($p < 0.05$) entre la calidad de los servicios en los hospedajes y la satisfacción de los turistas. Por lo tanto, se concluye que los servicios proporcionados por los hospedajes turísticos son de alta calidad. En cuanto a los restaurantes, se identificaron aspectos tanto favorables como desfavorables, mientras que los medios de transporte ofrecen servicios deficientes.

En tal sentido, la capacidad de respuesta consiste en ayudar al cliente a proporcionar servicios lo antes posible (Aboubakr & Bayoumy, 2022). Según Patrón (2021), la capacidad de respuesta se relaciona con la disposición y voluntad de los trabajadores para asistir a los clientes y ofrecer servicios eficientes.

Referente al objetivo específico 4 determinar el nivel de seguridad en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023. Los resultados arrojaron para la dimensión capacidad de respuesta el 75% indicó un nivel alto, por otra parte, el 15% nivel medio y finalmente el 10% nivel bajo. Por lo que se puede evidenciar que el nivel de comunicación que tiene el personal de servicio con el cliente es alto, también, el estado de los equipos de canotaje son los adecuados.

Lo que es corroborado por Yarahuaman et al., (2020) cuya investigación tuvo como propósito inicial determinar de qué manera la calidad de los servicios influye en la demanda de turismo de aventura de la empresa Natura Vive S.A.C. Referente a los hallazgos estos mostraron que la calidad de servicio es regular en la compañía analizada. y este logra influir en la baja demanda de turismo de aventura para diversos meses del 2018. Concluyeron que las prácticas de servicios de calidad son esenciales para cumplir con las expectativas de los usuarios, en tal sentido, se debe priorizar la satisfacción de los consumidores por medio de diversas estrategias turísticas que permitan incrementar a afluencia de visitantes a los establecimientos turísticos; asimismo, se comprobó que la calidad de los servicios logra influir de forma positiva en la demanda del turismo de aventura.

Fabian, et al. (2022), la seguridad abarca subdimensiones como la veracidad, la cortesía, la inteligencia y la confianza, que contribuyen a transmitir convicción y confiabilidad. La seguridad, se puede definir como el efecto de un evento que genera una impresión subjetiva de la necesidad de proteger a un individuo (Liberska, 2018, citado en Ingadottir, 2023)

Referente al objetivo específico 5 determinar el nivel de empatía en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023. Los resultados arrojaron para la dimensión fiabilidad el 65% indicó un nivel alto, por otra parte, el 30% nivel medio y finalmente el 5% nivel bajo. Por lo que se puede evidenciar que la atención del personal de la empresa es eficiente, además, el tiempo de espera para obtener un resultado es adecuado.

Resultados que se pueden relacionar con los de Para Nolzco, et al. (2019), artículo creado con el propósito de fomentar el turismo alternativo en el distrito de Lunahuaná –Cañete, en base a la percepción del contexto de estudio. A partir de estos hallazgos, se concluye que es fundamental contar con conocimientos y capacitación sobre cómo mantener las actividades atractivas turísticas y cómo interrelacionarse con los visitantes para garantizar su satisfacción con la calidad del servicio recibido. Esto es crucial para que destinos como Lunahuaná sigan siendo promocionados y recomendados para futuras visitas. Sin embargo, se observó que,

en el distrito de Lunahuaná, existe un alto desconocimiento en relación al turismo alternativo y las prácticas que se pueden llevar a cabo en la zona.

Finalmente, Carter, et al., (2023), afirman que cuando los usuarios eligen un proveedor de un tipo de servicio, compensan sus percepciones de la calidad del servicio brindado con sus percepciones del costo de contratar al proveedor del servicio. En tal sentido, se hace esencial brindar servicios de calidad para que el cliente se sienta satisfecho y contrate el servicio en otra oportunidad, además, logre difundir buenas referencias sobre la empresa con sus amigos y familiares.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo con el objetivo general se concluye que la calidad de servicio se sitúa en un nivel adecuado, sin embargo, se observó que en algunos aspectos de instrucciones para la práctica segura del deporte está por mejorar, ello se evidenció debido a que la variable calidad obtuvo un 80% nivel alto, el 17,5% nivel medio y finalmente el 2,5% nivel bajo, donde la mayoría de encuestados consideró que la empresa brinda un buen servicio a sus clientes y que diferentes aspectos de la calidad están acordes con el tipo de servicio prestado.

Referente al objetivo específico 1 se concluye para los elementos tangibles del servicio han sido buenos en su mayoría, teniendo un 75% considera que el personal de la empresa está presentado de acuerdo con la situación, sin embargo, existen aspectos por mejorar en cuanto aseo y vestimenta el 20% y 5%. En este sentido, se resalta la importancia en la práctica de Canotaje para los servicios turísticos y satisfacer las demandas de los usuarios.

Referente al objetivo específico 2 se concluye que la atención del personal de la empresa es eficiente, además, el tiempo de espera para obtener un resultado es adecuado, para el 66,3% de los encuestados obtuvo un nivel alto de fiabilidad, el 72,5% indicó un nivel alto, por otra parte, el 20% nivel medio y finalmente el 7,5% nivel bajo, por lo cual, los servicios y actividades turísticas proporcionadas son de alta calidad, lo cual genera la fiabilidad de los turistas.

Referente al objetivo específico 3 se concluye que el nivel de capacidad de respuesta que tiene el personal de servicio con el cliente es alto, también, el estado de los equipos de canotaje son los adecuados, el 55% indicó un nivel alto, por otra parte, el 42,5% nivel medio y finalmente el 2,5 % nivel bajo, evidenciando que los usuarios perciben un servicio de alta calidad, excelencia y correcta capacidad de respuesta antes sus requerimientos.

Referente al objetivo específico 4 se concluye en cuanto la seguridad en la práctica de Canotaje el 75% indicó un nivel alto, por otra parte, el 15% nivel medio y finalmente el 10% nivel bajo. Por lo que se puede evidenciar que, casi la mitad de los encuestados se siente inseguros con las indicaciones brindadas por el personal, el nivel de confianza que brinda el personal de la empresa es medio, asimismo, la

mayoría considera que el comportamiento del personal de la compañía no le transmite confianza en su totalidad.

Referente al objetivo específico 5 se concluye para el nivel de empatía la mayoría de encuestados considera que existe interés por parte del personal por resolver sus inquietudes. Sin embargo, el servicio en esta empresa en algunos aspectos específicos del Canotaje no es exactamente como se indica; el 65% indicó un nivel alto, por otra parte, el 30% nivel medio y finalmente el 5% nivel bajo. De acuerdo con las experiencias de los clientes ha confirmado que la empatía desempeña un papel esencial en el modo en que los usuarios perciben un destino turístico.

VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las agencias de turismo y al municipio promover servicios turísticos en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, por medio de la creación de eventos culturales y redes sociales que consigan impulsar tanto el turismo, como el empleo en la localidad.
- Se recomienda al municipio realizar actividades trimestrales de concientización fomentar el turismo sostenible, con el propósito de incentivar la llegada de turistas y con ello brindar un enfoque mas amplio de la practica del canotaje en Lunahuaná
- Se recomienda a las agencias de turismo establecer programas de capacitación al personal en el área de seguridad de la práctica de canotaje, por medio de escuelas profesionales que puedan informar a los empleados de la forma segura y las medidas que se deben tomar al momento de practicar el deporte y estos puedan brindar esta información a los turistas.
- Se recomienda a las agencias de turismo actualizar los medios de comunicación con el cliente, bien sea vía web, redes o presencial de manera que se puedan atender las solicitudes de manera oportuna, para lo cual se podría utilizar algún software de respuestas rápidas que les permita agilizar las respuestas para los usuarios.
- Se recomienda a las agencias de turismo adquirir insumos nuevos para la práctica del canotaje, debido a que había algunos chalecos salvavidas que estaban en un estado medio y deben priorizar tanto la calidad como la seguridad del turista que va a conocer.
- Se recomienda a las agencias de turismo realizar evaluaciones trimestrales sobre los servicios brindados para conocer las opiniones de los clientes y su percepción de los servicios prestados por personal de la compañía, se esta manera ir minimizando las deficiencias que se puedan presentar.

REFERENCIA

- Aboubakr, R. y Bayoumy, H. (2022). Evaluating educational service quality among dentistry and nursing students with the SERVQUAL model: A cross-sectional study. *Journal of Taibah University Medical Sciences*. Volume 17, Issue 4, August 2022, Pages 648-657. <https://doi.org/10.1016/j.jtumed.2022.01.009>
- Acosta, I., et al. (2021). Medición de la capacidad de respuesta en restaurantes mediante el método ServQual. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6-1), 253-263. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.879>
- Amonzabel, M. (2021). Aplicación del modelo Servperf en los servicios de telefonía móvil en la ciudad de Sucre (2019-2020). *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 88-111. Epub 30 de junio de 2021. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.130>
- Arias, J y Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. ENFOQUES CONSULTING EIRL. 113pp. Arequipa-Perú. <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Baez, D., et al. (2022). Ordered Weighted Average Operators in the SERVQUAL and SERVPERF Scales. *Procedia Computer Science*. Volume 203, 2022, Pages 456-460. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.07.061>
- Becerra, J., et al. (2022). Factores que cuantifican la percepción de calidad en el servicio al cliente en un restaurante mexicano. *CienciaUAT*, 16(2), 73-84. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v16i2.1568>
- Bento, P., Murta, L., y Sáez, J. (2019). La calidad de los servicios de las empresas de turismo activo en Portugal. *Cuadernos de Turismo*, 1(44), 27-41. <https://doi.org/10.6018/turismo.44.404721>
- Bhattacharya, P., et al. (2023). Perception-satisfaction based quality assessment of tourism and hospitality services in the Himalayan region: An application of AHP-SERVQUAL approach on Sandakphu Trail, West Bengal, India. *International Journal of Geoheritage and Parks*. Volume 11, Issue 2, June 2023, Pages 259-275. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2023.04.001>

- Carrasco, S. (2015). Metodología de la investigación científica. (2° ed). Lima: Editorial San Marcos.
- Carter, S., et al. (2023). The role of perceived service quality and price competitiveness on consumer patronage of and intentions towards community pharmacies. *Research in Social and Administrative Pharmacy*. Volume 19, Issue 5, May 2023, Pages 717-727. <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2023.02.002>
- Castillo, R. (2019). Rol de la disposición a la tecnología en la valoración de elementos tangibles y no tangibles de servicios posventa. *Tec Empresarial*, 13(2), 3-18. <https://dx.doi.org/10.18845/te.v13i2.4491>
- Cerda, H. (2020). Los elementos de investigación. Colombia: Magisterio.
- Contreras, E. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia. *Innovar*, 31(81), 35-48. Epub August 03, 2021. <https://doi.org/10.15446/innovar.v31n81.95571>
- Cueva, A., y Pérez, M. (2019). *Análisis de la Oferta de Turismo de Aventura y Evaluación de la Calidad del Servicio de los Operadores Turísticos en el Valle de Chilina–Arequipa, 2018*. (Tesis de titulación), Universidad Católica de Santa María. <https://core.ac.uk/reader/233005360>
- Dzisi, E., et al. (2021). Modifying the SERVPERF to assess paratransit minibus taxis trotro in Ghana and the relevance of mobility-as-a-service features to the service. *Heliyon*. Volume 7, Issue 5, May 2021, e07071. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07071>
- García J., et al. (2022). Project DABE: Empathy among Spanish Medical Students. *Educación Médica*, Volume 23, Issue 6, 2022, 100769, ISSN 1575-1813. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2022.100769>
- Geary, R. & Cosgrove, J. (2023). Manufacturing Reliability and Cost Improvements through Data Analytics: An Industry Case Study. *Procedia Computer Science*, Volume 217, 2023, Pages 395-402, ISSN 1877-0509. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.12.235>

- Geary, et al. (2022). Choosing a package carrier during COVID-19 pandemic: An integration of pro-environmental planned behavior (PEPB) theory and service quality (SERVQUAL). *Journal of Cleaner Production*. Volume 346, 20 April 2022, 131123. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131123>
- González, R., et al. (2020). Percepciones de los residentes sobre el turismo deportivo: impactos, calidad de vida y apoyo al sector. *CPD* 20(2), 174-188. http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1578-84232020000200014&lng=es. Epub 13-Jul-2020.
- Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana
- Herrera, P. & López, M. (2021). El turismo: la gestión de la calidad y sus costos. *Cofin Habana*, 15(2), e09. Epub 28 de julio de 2021. Recuperado en 10 de abril de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612021000200009&lng=es&tlng=es.
- Hossain, S. & Rahman, F. (2022). Detection of potential customers' empathy behavior towards customers' reviews. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Volume 65, March 2022, 102881. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102881>
- Huarcaya, J., et al. (2019). Evaluación de los niveles de empatía médica en médicos residentes de un hospital general en Perú. *Educación Médica*, Volume 20, Supplement 2, 2019, Pages 59-66, ISSN 1575-1813. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2018.04.004>
- Huayta, S. (2021). La calidad total de servicios y la productividad empresarial del turismo receptivo en Miraflores, 2019. *Quipukamayoc*, 29(59), 77-84. <https://dx.doi.org/10.15381/quipu.v29i59.20192>
- Ingadottir, B., et al. (2023). Sense of security during COVID-19 isolation improved with better health literacy –a cross-sectional study. *Patient Education and Counseling*, 2023, 107788, ISSN 0738-3991. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2023.107788>

- Kankaew, K., et al. (2022). Intention to Return Factors Using Low-Cost Airlines: A Case Study from Thailand. *Transportation Research Procedia*, Volume 63, 2022, Pages 2442-2448, ISSN 2352-1465. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2022.06.280>
- Lingitz, L., et al. (2023). Quality in production planning: Definition, quantification and a machine learning based improvement method. *Procedia Computer Science*. Volume 217, 2023, Pages 358-365. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.12.231>
- Liu, X. & Chen, Z. (2022). Service quality evaluation and service improvement using online reviews: A framework combining deep learning with a hierarchical service quality model. *Electronic Commerce Research and Applications*. Volume 54, July–August 2022, 101174. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2022.101174>
- Ljadi, A., et al. (2019). Service quality measurement model integrating an extended SERVQUAL model and a hybrid decision support system. *European Research on Management and Business Economics*. Volume 25, Issue 3, September–December 2019, Pages 151-164. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2019.04.004>
- Llinás, H. (2020). *Estadística inferencial*. Colombia: Ediciones de la U.
- López, E., et al. (2021). Evaluación de la calidad del servicio en las clínicas de la Licenciatura en Estomatología de la BUAP: metodologías SERVPERF y Donabedian. *Entreciencias: diálogos en la sociedad del conocimiento*, 9(23), e2377710. Epub 21 de febrero de 2022. <https://doi.org/10.22201/enesl.20078064e.2021.23.77710>
- Luke, R. & Heyns, G. (2020). An analysis of the quality of public transport in Johannesburg, South Africa using an adapted SERVQUAL model. *Transportation Research Procedia*. Volume 48, 2020, Pages 3562-3576. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2020.08.09>
- Martinez, D., et al. (2022). Calidad y demanda del servicio de hoteles de tres estrellas en la región petrolera de Ciudad del Carmen, Campeche. *Región y*

- Naveen, B. & Gurtoo, A. (2020). The Cause Effect Relationship Model of Service Quality in relation with Overall Satisfaction. *Transportation Research Procedia*. Volume 48, 2020, Pages 1694-1721.
<https://doi.org/10.1016/j.trpro.2020.08.208>
- Nolazco, F., et al. (2019). Percepción y fomento del turismo alternativo en el distrito de Lunahuaná – Cañete, Lima -Perú. *INNOVA Research Journal*, ISSN-e 2477-9024, Vol. 4, N°. 3, 1, 2019, págs. 208-222.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7475530>
- Patrón, R. (2021). Calidad y satisfacción de los servicios escolares de una institución de educación superior mexicana: la visión de los estudiantes. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(22), e029. Epub 20 de septiembre de 2021.
<https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.870>
- Rodríguez, Y. (2020). *Metodología de la investigación*. Klick Soluciones Educativas
- Rojas, C., et al. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información tecnológica*, 31(4), 221-232. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
- Ruiz, F. (2022). *Estudio de la calidad de los servicios turísticos y buenas prácticas del turismo en los ecolodges de Tamshiyacu, 2018*. (Tesis de titulación), Universidad científica del Perú. Perú.
<http://repositorio.ucp.edu.pe/handle/UCP/522>
- Ruiz, F. (2022). *Estudio de la calidad de los servicios turísticos y buenas prácticas del turismo en los ecolodges de Tamshiyacu*. Universidad Científica del Perú.
<http://repositorio.ucp.edu.pe/handle/UCP/522>
- Sánchez, A., et al. (2021). Motivaciones de empresas turísticas para certificarse en calidad. Evidencia empírica en el Estado de México. *Revista Venezolana de*

Gerencia, vol. 26, núm. 93, pp. 349-369, 2021.
<https://www.redalyc.org/journal/290/29066223023/html/>

Schönsleben, P., (2019). Tangible services and intangible products in industrial product service systems. *Procedia CIRP*, Volume 83, 2019, Pages 28-31, ISSN 2212 8271. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2019.02.144>

Shah, S. & Kubota, H. (2022). Passenger's satisfaction with service quality of app-based ride hailing services in developing countries: Case of Lahore, Pakistan. *Asian Transport Studies*. Volume 8, 2022, 100076. <https://doi.org/10.1016/j.eastsj.2022.100076>

Silva, J., et al. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 15(2), 85-101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>

Silva, R., et al. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente empresas turísticas de Canchaque-Perú. *Revista de ciencias sociales*, ISSN-e 1315-9518, Vol. 27, Nº. Extra 3, 2021, págs. 193-203. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766>

Solis, G. Alcalde, G. Farnós, I. (2023). Ética en investigación: de los principios a los aspectos prácticos, *Anales de Pediatría*, 99 (3), 195-202. <https://doi.org/10.1016/j.anpedi.2023.06.005>.

Sultana, R. & Kabir, G. (2021). Satisfaction of E-Learners with Electronic Learning Service Quality Using the SERVQUAL Model. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. Volume 7, Issue 4, December 2021, 227. <https://doi.org/10.3390/joitmc7040227>

Viet, L., et al. (2020). It takes two to tango: The role of customer empathy and resources to improve the efficacy of frontline employee empathy. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Volume 56, September 2020, 102141. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102141>

Villacis, L., et al. (2021). Análisis de la calidad de servicios hoteleros en el cantón Sucre. *Journal of business and entrepreneurial studies*, vol. 5, núm. 2, 2021.

Universidad de Oriente, México. Disponible en:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=573666758007>

- Volsuuri, E., et al. (2023). Quality analysis of solid waste management services in Ghana: A gap score approach. *Cleaner Waste Systems*. Volume 4, April 2023, 100071. <https://doi.org/10.1016/j.clwas.2022.100071>
- Yarahuaman, L., y Quispe, G. (2020). Calidad de servicio de turismo de aventura y su influencia en la demanda de turismo en la empresa Natura Vive SAC, distrito de Ollantaytambo, provincia de Urubamba y departamento de Cusco– 2018. (Tesis de titulación), Universidad Nacional San Antonio Ebad del Cusco. Perú. <http://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/5756>
- Gagñay, L. K. I., Chicaiza, S. L. T., & Aguirre, J. L. (2020). Ética en la investigación científica. *Revista Imaginario Social*, 3(1). <http://www.revista-imaginariosocial.com/index.php/es/article/view/10>
- Reyes, J. Cárdena, M., & Plua, A. (2020). Consideraciones acerca del cumplimiento de los principios éticos en la investigación científica. *Conrado*, 16(77), 154-161. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442020000600154&script=sci_arttext&tIng=en
- Espinoza, E. & Calva, D. (2020). La ética en las investigaciones educativas. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 333-340. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400333&script=sci_arttext
- Cruz, M., Pérez, M., Jenaro, C., Flores, N., & Torres, V. (2020). Implicaciones éticas para la investigación: El interminable reto en un mundo que se transforma. *Horizonte sanitario*, 19(1), 9-17. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74592020000100009&script=sci_arttext

ANEXOS

ANEXO N° 1
Tabla 1 Matriz de Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
CALIDAD	Calidad "se determina por las diferentes percepciones del cliente de acuerdo con su necesidad, es allí donde deben coincidir los mejores atributos al momento que el cliente demande un producto o servicio, para satisfacer dicha necesidad en el momento preciso" (Rojas et al, 2020).	SERVPERF cuenta con cinco dimensiones que son: componentes tangibles, seguridad, flexibilidad, fiabilidad y empatía, que determinan la calidad del servicio.	Elementos Tangibles	La infraestructura de la empresa es visualmente atractiva.	TÉCNICA: Encuesta INSTRUMENTO: Cuestionario Escala Ordinal Tipo Likert 1. Muy Insatisfecho 2. Insatisfecho 3. Ni insatisfecho ni satisfecho 4. Satisfecho 5. Muy satisfecho
				El personal de la empresa está presentado de acuerdo con la situación. (Aseo y vestimenta apropiada).	
				El estado de los equipos de canotaje son los adecuados.	
			Empatía	La apariencia de las instalaciones está acorde con el tipo de servicio prestado.	
				El servicio en esta empresa es tal y como se indica.	
				El horario de atención es el adecuado.	
				El personal se muestra comprensible en todo momento.	
				Nota el interés del personal por resolver sus inquietudes con respecto a la práctica de Canotaje.	
			Seguridad	El nivel de confianza que brinda el personal de la empresa es	
				El trato y respeto hacia el cliente por parte del personal de la empresa es	
				El comportamiento del personal de la empresa le transmite confianza.	
				Durante el servicio brindado por la empresa se sintió cómodo y seguro.	
			Capacidad de Respuesta	El nivel de comunicación que tiene el personal de servicio con el cliente es:	
				Rapidez con la que es atendido.	
				El personal informa con precisión al cliente cuando concluirá cada servicio.	
				El personal siempre se muestra dispuesto a ayudarlo.	
			Fiabilidad	Cuando usted tiene un problema muestran un sincero interés en solucionarlo.	
				El tiempo de espera para obtener un resultado cuando se pide ayuda al personal de la empresa es.	
El personal de servicio es eficiente.					

ANEXO N° 2
Tabla 2 Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIA BLE	DIMEN SIONE S	INDICADORES	M ETODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL:</p> <p>¿Cuál es el nivel calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023?</p> <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el nivel de elementos tangibles en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima - 2023? • ¿Cuál es el nivel de fiabilidad en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima - 2023? • ¿Cuál es el nivel de capacidad de respuesta en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima - 2023? • ¿Cuál es el nivel de seguridad en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima - 2023? 	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar el nivel de calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar el nivel de elementos tangibles en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023. • Determinar el nivel de fiabilidad en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023. • Determinar el nivel de capacidad en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023. • Determinar el nivel de seguridad en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023. • Determinar el nivel de empatía en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023. 	<p>FIABILIDAD</p>	<p>Elementos Tangibles</p>	La infraestructura de la empresa es visualmente atractiva.	<p>Enfoque:</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Diseño de investigación:</p> <p>Experimental</p> <p>Tipo de diseño:</p> <p>Transversal-Descriptivo</p> <p>Población:</p> <p>Desconocida</p>
				El personal de la empresa está presentado de acuerdo con la situación. (Aseo y vestimenta apropiada).	
				El estado de los equipos de canotaje son los adecuados.	
			<p>Empatía</p>	La apariencia de las instalaciones está acorde con el tipo de servicio prestado.	
				El servicio en esta empresa es tal y como se indica.	
				El horario de atención es el adecuado.	
			<p>Seguridad</p>	El personal se muestra comprensible en todo momento.	
				Nota el interés del personal por resolver sus inquietudes con respecto a la práctica de Canotaje.	
				El nivel de confianza que brinda el personal de la empresa es	
				El trato y respeto hacia el cliente por parte del personal de la empresa es	
			<p>Capacidad de Respuesta</p>	El comportamiento del personal de la empresa le transmite confianza.	
				Durante el servicio brindado por la empresa se sintió cómodo y seguro.	
				El nivel de comunicación que tiene el personal de servicio con el cliente es:	
				Rapidez con la que es atendido.	
				El personal informa con precisión al cliente cuando concluirá cada servicio.	
El personal siempre se muestra dispuesto a ayudarlo.					

<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es el nivel de empatía en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima - 2023? 	<p>Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023.</p>		<p>F fiabilidad</p>	<p>Cuando usted tiene un problema muestran un sincero interés en solucionarlo.</p> <p>El tiempo de espera para obtener un resultado cuando se pide ayuda al personal de la empresa es.</p> <p>El personal de servicio es eficiente.</p> <p>La atención del personal de la empresa fue lo que usted esperaba.</p>	<p>C Criterio de inclusión:</p> <p>T Turistas que practican Canotaje en Lunahuaná mayores de 18 años</p> <p>T Tipo de muestreo:</p> <p>P Probabilístico</p> <p>T Tamaño de muestra: 120</p> <p>T Técnica:</p> <p>E Encuesta</p> <p>I Instrumento:</p> <p>C Cuestionario</p>
---	---	--	-------------------------	--	---

ANEXO 3. CUESTIONARIO

El presente cuestionario tuvo como objetivo conocer la percepción de la calidad del servicio en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023

Instrucciones

Lea cuidadosamente cada ítem y responda teniendo en cuenta las siguientes alternativas de respuesta.

1	2	3	4	5
Muy Insatisfecho	In satisfecho	Ni insatisfecho ni satisfecho	Sa tisfecho	Muy satisfecho

CALIDAD DEL SERVICIO						
Elementos Tangibles						
	La infraestructura de la empresa es visualmente atractiva.					
	El personal de la empresa está presentado de acuerdo con la situación. (Aseo y vestimenta apropiada).					
	El estado de los equipos de canotaje son los adecuados.					
	La apariencia de las instalaciones está acorde con el tipo de servicio prestado.					
Empatía						
	El servicio en esta empresa es tal y como se indica.					

	El horario de atención es el adecuado.					
	El personal se muestra comprensible en todo momento.					
	Nota el interés del personal por resolver sus inquietudes con respecto a la práctica de Canotaje.					
Seguridad						
	El nivel de confianza que brinda el personal de la empresa es					
	El trato y respeto hacia el cliente por parte del personal de la empresa es					
	El comportamiento del personal de la empresa le transmite confianza.					
	Durante el servicio brindado por la empresa se sintió cómodo y seguro.					
Capacidad de Respuesta						
	El nivel de comunicación que tiene el personal de servicio con el cliente es:					
	Rapidez con la que es atendido.					
	El personal informa con precisión al cliente cuando concluirá cada servicio.					
	El personal siempre se muestra dispuesto a ayudarle.					
Fiabilidad						
	Cuando usted tiene un problema muestran un sincero interés en solucionarlo.					

	<p>El tiempo de espera para obtener un resultado cuando se pide ayuda al personal de la empresa es.</p>					
	<p>El personal de servicio es eficiente.</p>					
	<p>La atención del personal de la empresa fue lo que usted esperaba.</p>					

ANEXO 4

Asentimiento Informado

Título de la investigación: Calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023

Investigador (a) (es): Flores Robles, Eypril Gisela, Reategui Hoyos, Lierka Nayeli

Propósito del estudio Le invitamos a participar en la investigación titulada “Calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023”

, cuyo objetivo es: determinar el nivel de calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, Lima – 2023.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes pregrado, de la carrera profesional de Administración en turismo y hotelería, de la Universidad César Vallejo del campus Lima Norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución



.....
.....
.

Describir el impacto del problema de la investigación.

deficiente capacitación de los guías y operadores de canotaje en términos de habilidades técnicas, seguridad y primeros auxilios, y el insuficiente mantenimiento de equipos como botes, remos y chalecos salvavidas.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada:” “Calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023”

1. ”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 5 minutos y se realizará en el ambiente de Lunahuaná. de la institución Cañete. Las respuestas al cuestionario o entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) (Apellidos y Nombres) Flores Robles Eypril Gisela email: efloresro3@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor (Apellidos y Nombres) Mg. Sc. Segovia Aranibar Elizabeth Luz email: saranivare@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Nombre y apellidos:
Fecha y hora:
.....



ANEXO 5
Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuaná, provincia de Cañete, departamento de Lima-2023

La evaluación

del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

● **1. Datos generales del juez**

Nombre del juez:	PEDRO REYES CASTAÑEDA	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica ()	Social ()
	Educativa (X)	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	ADMINISTRACION	
Institución donde labora:	UCV	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (X)	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	
Autora:	
Procedencia:	
Administración:	



Tiempo de aplicación:	
Ámbito de aplicación:	
Significación:	Explicar Cómo está compuesta la escala (dimensiones, áreas, ítems por área, explicación breve de cuál es el objetivo de medición)

4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación a usted le presento el cuestionario elaborado por en el año De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.



RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento:

- Primera dimensión: (Colocar el nombre de la dimensión)
- Objetivos de la Dimensión: (describa lo que mide el instrumento).

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Elementos Tangibles	La infraestructura de la empresa es visualmente atractiva. - El personal de la empresa está presentado de acuerdo con la situación. (Aseo y vestimenta apropiada). - El estado de los equipos de canotaje son los adecuados. - La apariencia de las instalaciones	4	4	4	

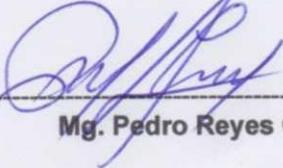
	está acorde con el tipo de servicio prestado.				
Empatía	<p>-El servicio en esta empresa es tal y como se indica.</p> <p>-El horario de atención es el adecuado.</p> <p>-El personal se muestra comprensible en todo momento.</p> <p>- Nota el interés del personal por resolver sus inquietudes con respecto a la práctica de Canotaje.</p>	4	4	4	
Seguridad	<p>- El nivel de confianza que brinda el personal de la empresa es El trato y respeto hacia el cliente por parte del personal de la empresa es</p> <p>-El comportamiento del personal de la empresa le transmite confianza. Durante el servicio brindado por la empresa se sintió cómodo y seguro.</p>	4	4	4	



- Segunda dimensión: (Colocar el nombre de la dimensión) .
- Objetivos de la Dimensión: (describa lo que mide el instrumento).

INDICADORES	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones

<p>Capacidad de Respuesta</p>	<p>El nivel de comunicación que tiene el personal de servicio con el cliente es: Rápidez con la que es atendido. El personal informa con precisión al cliente cuando concluirá cada servicio. El personal siempre se muestra dispuesto a ayudarlo.</p>	<p>4</p>	<p>4</p>	<p>4</p>	
<p>Fiabilidad</p>	<p>Cuando usted tiene un problema muestran un sincero interés en solucionarlo. El tiempo de espera para obtener un resultado cuando se pide ayuda al personal de la empresa es. El personal de servicio es eficiente. La atención del personal de la empresa fue lo que usted esperaba.</p>	<p>4</p>	<p>4</p>	<p>4</p>	



Mg. Pedro Reyes Castañeda.

Firma del evaluador
DNI 19096422

Anexo 6

TURNITIN

The screenshot displays the Turnitin Feedback Studio interface. The main document is a thesis from Universidad César Vallejo, Faculty of Business Sciences, School of Professional Administration in Tourism and Hotel Management. The thesis title is "Calidad turística en la práctica de Canotaje en Lunahuán, provincia de Cañete, Lima-2023". The author is Eyril Gisela Flores Robles, and the advisor is Mg. Sc. Segovia Arambar Elizabeth Luz. The document is 1 page long with 9837 words.

On the right side, a "Resumen de coincidencias" (Summary of coincidences) panel shows a 19% similarity score. Below this, a list of 11 sources is provided with their respective similarity percentages:

Rank	Source	Percentage
1	repositorio.ucv.edu.pe	5%
2	Entregado a Universid...	3%
3	www.researchgate.net	1%
4	repositorio.unsaac.edu...	1%
5	revistasinvestigacion.u...	1%
6	hdl.handle.net	1%
7	www.fundicot.org	<1%
8	revistas.uide.edu.ec	<1%
9	renali.sunedu.gob.pe	<1%
10	tesis.ucem.edu.pe	<1%
11	core.ac.uk	<1%

The bottom of the screenshot shows the Windows taskbar with the date 11/12/2023 and time 09:01 p.m.

ANEXO 7

Formula de población infinita

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

n=tamaño de muestra buscado

N=tamaño de población o universo

z=parámetro estadístico que depende el nivel de confianza (NC)

e=error de estimación máximo aceptado

p=probabilidad de que ocurra el evento estudiado(éxito)

q=(1-p)=probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Sustituyendo los valores queda:

$$Z = 92\% = 1,75$$

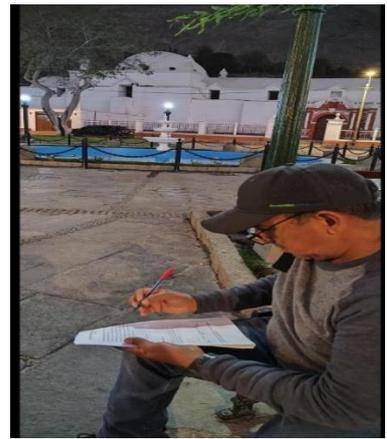
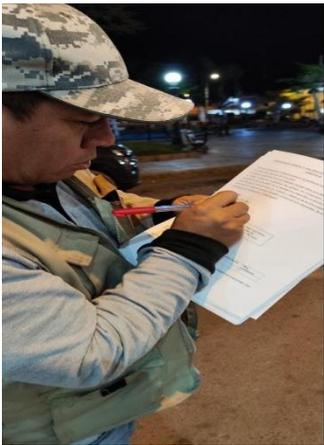
$$P = 0,5$$

$$Q = 0,5$$

$$E = 8\% = 0,08$$

$$n = 120$$

ANEXO 8
Trabajo de campo



Cuestionario de Google forms

Cuestionario forms

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda

Menús 100% 123 Predet... 10

A1 Marca temporal

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Marca temporal	Dirección de correo electrónico	Edad	Sexo	Procedencia	Ocupación	La infraestructura de la e	El personal de la empres	El estado de los equipos	La apariencia de las insti	El servicio en esta empr
2	11/10/2023 16:05	alexjesusgomezguimaraes1231@gmail	22	Masculino	LIMA	ESTUDIANTE Y TRABAJADORA	5	4	3	3	3
3	11/10/2023 16:11	geron0819_90@hotmail.com	31	Masculino	lima		5	5	5	5	5
4	11/10/2023 16:15	natalymh23@gmail.com	16	Femenino	Perú - Lima	Estudiante	5	4	4	5	4
5	11/10/2023 16:16	hermismartinez781@gmail.com	18	Masculino	Ecuador	Docente	4	4	4	4	4
6	11/10/2023 16:21	mike40471@gmail.com	18	Masculino	Juliaca	Estudiante	4	4	4	4	4
7	11/10/2023 16:25	omarangeloh13@gmail.com	23	Masculino	Huancayo	Ejecutivo Comercial	3	3	4	3	4
8	11/10/2023 16:31	elanaaquirreh@gmail.com	29	Femenino	Huancayo	Ejecutiva comercial	2	3	3	2	3
9	11/10/2023 16:45	juano vlchezrn@gmail.com	36	Masculino	Lima	Psicólogo	4	4	5	5	4
10	11/10/2023 16:45	froy hoyos@gmail.com	31	Masculino	Pucallpa	Estudiante	4	4	4	4	4
11	11/10/2023 16:47	selenetriconamirez@gmail.com	22	Femenino	Peruana	Trabajadora	5	5	4	4	4
12	11/10/2023 17:11	yhamiriosales129@gmail.com	19	Femenino	Lima	Universitaria	5	5	4	5	5
13	11/10/2023 17:11	jesus2017yi@gmail.com	23	Masculino	Lima	Estudiante	5	4	5	4	5
14	11/10/2023 17:17	lorstarazona1998@gmail.com	25	Masculino	Ancash	Estudiante	4	4	4	5	4
15	11/10/2023 17:14	ucvfrancia@gmail.com	21	Masculino	Lima - Perú	Trabajando y estudiando	4	4	5	5	4
16	11/10/2023 17:11	karlamog@ucvvirtual.edu.pe	27	Masculino	CHANCAY	ADMINISTRADOR	5	5	5	5	5
17	11/10/2023 17:11	karlylucianocontrina@gmail.com	25	Femenino	Lima	Psicologa	4	4	3	3	4
18	11/10/2023 17:21	julchahuangacachimelisa@gmail.com	22	Femenino	Lima	Independiente	5	3	3	3	3
19	11/10/2023 17:21	mmejaho1@ucvvirtual.edu.pe	21	Femenino	Lima	Ventas	2	2	3	2	2
20	11/10/2023 17:21	stefaniasps13@gmail.com	25	Femenino	Lima	Abogado	3	3	3	3	3
21	11/10/2023 17:21	virtuehuanza14@ucvvirtual.edu.pe	19	Femenino	Lima	Estudiante	3	4	4	3	4
22	11/10/2023 17:21	nicole95.nk1@gmail.com	28	Femenino	Lima	Estudiante	4	4	3	4	4
23	11/10/2023 17:31	ariana22vp@gmail.com	21	Femenino	.	Estudiante	5	4	4	4	5
24	11/10/2023 17:51	estefanopollita10@gmail.com	23	Masculino	Lima	Administrador	5	5	5	5	5
25	11/10/2023 18:11	karina.bchu.2906@gmail.com	23	Femenino	Lima	Estudiante	3	2	3	3	4
26	11/10/2023 18:21	fanostours01@gmail.com	32	Femenino	lima	ejecutiva de ventas	5	5	4	4	4
27	11/10/2023 18:21	vettedu@gmail.com	23	Femenino	Lima	Estudiante	3	4	5	5	3

Respuestas de formulario 1

Cuestionario forms

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda

Menús 90% 123 Predet... 10

120:120 20/10/2023 14:59:07

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	Marca temporal	Dirección de correo electrónico	Edad	Sexo	Procedencia	Ocupación	La infraestructura de la e	El personal de la empres	El estado de los equipos	La apariencia de las insti	El servicio en esta empr	El horario de atención es El per
91	20/10/2023 13:51	preiccano19@gmail.com	20	Femenino	Chancay	Estudiante	4	5	4	4	4	5
92	20/10/2023 13:51	alexpedrazaavilassquez@gmail.com	18 años	Femenino	Lima	Estudiante	5	5	5	5	5	5
93	20/10/2023 13:51	ladyada4@gmail.com	20	Femenino	Lima	Estudiante	4	4	4	4	4	3
94	20/10/2023 13:51	guadalupe1050@gmail.com	29	Femenino	Lima	Asistente administrativo	5	5	5	5	5	5
95	20/10/2023 13:51	valentinlida98@gmail.com	19	Femenino	Lima	Estudiante	5	5	5	5	5	5
96	20/10/2023 13:51	camillavalladares89@gmail.com	18	Femenino	San Martín de Porres, Li	Estudiante universitario	4	5	5	5	5	5
97	20/10/2023 13:51	sarrinlugomelany@gmail.com	18	Femenino	Huaral	Estudiante	4	4	5	4	4	4
98	20/10/2023 13:51	jeanluk132@gmail.com	25	Masculino	Lima	Psicólogo	5	5	5	5	5	5
99	20/10/2023 13:51	cuyaespinozadaniela@gmail.com	19 años	Femenino	Cañete-Maia	Estudiante	4	5	4	4	5	5
100	20/10/2023 14:01	kayaresac@ucvvirtual.edu.pe	32	Femenino	Lima	PNP	5	5	5	5	5	5
101	20/10/2023 14:01	Leydipaolaopezsha@gmail.com	20	Femenino	LIMA	Estudiante	5	5	5	5	5	5
102	20/10/2023 14:01	grones2001@gmail.com	22	Masculino	Lima los olivos	Estudiante	3	3	4	3	3	4
103	20/10/2023 14:01	marley_cancoe12@hotmail.com	30	Femenino	Ancash	Estudiante	4	5	4	4	4	5
104	20/10/2023 14:01	viphaz@ucvvirtual.edu.pe	26	Masculino	Lima - Los Olivos	Universitario	4	4	4	4	4	4
105	20/10/2023 14:01	carlosvillasan@hotmail.com	41	Masculino	Lima	Psicologo	3	4	4	4	4	4
106	20/10/2023 14:01	steward@hotmail.com	38	Masculino	Lima	Ventas	3	3	2	3	4	4
107	20/10/2023 14:01	lguamendi@ucvvirtual.edu.pe	31	Femenino	Lima	Estudiante	3	3	3	3	3	3
108	20/10/2023 14:01	tomoto1734@gmail.com	39	Masculino	Inglesa	Actor porno	3	3	3	3	3	3
109	20/10/2023 14:01	marcoanales1991@gmail.com	32	Masculino	Peru	Psicólogo	3	4	3	5	4	5
110	20/10/2023 14:11	Kouzano@ucvvirtual.edu.pe	26	Masculino	Lunahuaná	Guia de deportes	3	3	3	3	3	3
111	20/10/2023 14:11	carlosguterrez55@gmail.com	28	Masculino	Lima	Supervisor ssoma	4	5	5	4	4	4
112	20/10/2023 14:11	notengo@gmail.com	29	Femenino	Lima	Psicóloga	4	5	4	4	4	4
113	20/10/2023 14:11	hooceco@ucvvirtual.edu.pe	22	Femenino	Lima	Estudiante	5	5	5	5	5	5
114	20/10/2023 14:11	latumbary@gmail.com	37	Masculino	Lima	Psicólogo	4	4	3	4	3	3
115	20/10/2023 14:21	domenicamantoppaserrano@gmail.co	19	Femenino	Estudiante de psicología	Trabajo en clinica dental	5	4	3	3	3	3
116	20/10/2023 14:21	angeliescovea504@gmail.com	19	Femenino	Fuente piedra	Estudiante	4	4	4	5	3	3
117	20/10/2023 14:31	belotayanide@gmail.com	34	Femenino	Lima	Psicologa	5	5	5	5	5	5
118	20/10/2023 14:31	minaya.pedro@gmail.com	35	Masculino	Lima	Tecnico administrativo	3	3	3	3	3	3
119	20/10/2023 14:41	periez.contrera@gmail.com	33	Femenino	Lima	Ama de casa	2	3	1	1	3	3
120	20/10/2023 14:51	kristelvarazungu@gmail.com	34	Femenino	Lima	Estudiante - negocio indi	4	3	4	4	4	4

Respuestas de formulario 1

Recuento: 26