

**UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,  
TURISMO Y HOTELERÍA  
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**



**NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL CASINO TIAHUANACO,  
EN EL DISTRITO DE SAN MIGUEL.**

**MODALIDAD:**

**TRABAJO POR SUFICIENCIA PROFESIONAL.**

**PRESENTADO POR:**

**BACHILLER CAROLINA MILAGROS CÉSPEDES SÁNCHEZ**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
TURISMO Y HOTELERÍA.**

**2018**

## RESUMEN

En este trabajo se aborda el problema relacionado al desconocimiento existente acerca del nivel de satisfacción del cliente del casino PALACIO REAL TIAHUANACO, en cuanto a que no se sabe que es lo que determina que un cliente salga satisfecho del casino; todo ello con el objetivo de plantear medidas que permitan aumentar la satisfacción de los clientes, y lograr su fidelidad en un contexto donde la competencia dentro de la industria de casinos se hace cada vez más dura, el buen servicio ofrecido a los clientes y en consecuencia las evaluaciones que los clientes hacen de las mismas. Los clientes ya no solo deciden jugar por los premios que estos ofrecen, sino que también por la calidad de servicio que pueden establecer con ellos. A partir de esto surgen la necesidad de identificar qué factores son los que tienen más peso, y que les dan importancia a los clientes acerca de las experiencias de servicio que tienen en la industria de casinos. A través de una revisión teórica de los temas relacionados, la aplicación de herramientas estadísticas a una base de datos de clientes reales del casino.

El método y técnica utilizada fue la muestra no probabilística a clientes frecuentes en el rango de edad de 20 a 60 años a los cuales se aplicó un cuestionario de preguntas. Este estudio se realiza tomando en cuenta que no hay un único servicio como la identificación del rol clave que juega el desempeño del personal, que tiene trato directo con el cliente, sino otros servicios varios (seguridad, ambiente del casino, servicio A&B y tecnología).

En las conclusiones está el hallazgo de las causas y enunciando las recomendaciones a través de a) seminarios de capacitación de un buen servicio y b) estudio de mercado respondiendo el objetivo general y específico.

Palabras claves: a) Satisfacción al cliente b) servicio al cliente c) nivel de seguridad d) estrategia e) estudio de mercado.