UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

GESTIÓN HOTELERA Y SERVICIO AL CLIENTE EN EL HOTEL HUARCO, DISTRITO DE SAN LUIS – CAÑETE, 2023

TESIS PARA OPTAR EL TÌTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÒN DE TURISMO Y HOTELERÌA

AUTORA: Bach. Meza Ramírez Raquel Yamilet
ORCID: 0000-0003-0756-9286

ASESOR: Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva
ORCID: 0000-0001-8929-2916

TIPO DE INVESTIGACIÓN:
Investigación Básica

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión empresarial y desarrollo turístico sostenible

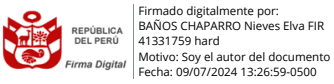
Cañete -Perú

2024

Hoja del Jurado

Dr. Victor Carmelino Vargas Godoy

Presidente



Dra. Nieves Elva Baños Chaparro

Secretaria

Mag. María Guadalupe Valiente Campos

Vocal

Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva

Asesora

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo a Dios, quien ha iluminado mi camino; a mis padres por haberme brindado su apoyo incondicional en todo momento y circunstancias que se me presentaron. Ellos han sido mi motivación para el mayor logro en mi vida: el ser una profesional y orgullo de ustedes.

Agradecimiento

Agradezco infinitamente a mi asesora de tesis, la Dra. Miriam Ñañez Silva, por su dedicación y paciencia, porque sin su constante seguimiento, y correcciones precisas, no hubiese logrado llegar a finalizar mi investigación.

Gracias por su compromiso y sus consejos, le aseguro que siempre estarán presentes en el ejercicio de mi carrera profesional.

Índice

Hoja del Jurado ii

Dedicatoria iii

Agradecimiento iv

Lista de tablas vii

Lista de gráficos ix

Resumen x

Abstract xi

Introducción 12

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 14

1.1 Descripción de la realidad problemática 14

1.2 Formulación del problema 16

1.2.1 Problema general 16

1.2.2 Problemas Específicos 16

1.3 Objetivos 16

1.3.1 Objetivo general 16

1.3.2 Objetivos específicos 16

1.4 Justificación 17

1.5 Delimitación de la investigación 18

1.5.1 Delimitación teórica 18

1.5.2 Delimitación temporal 18

1.5.3 Delimitación espacial 18

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO 18

2.1 Marco teórico 19

2.1.1 Gestión hotelera 19

A. Definición 19

B. Dimensiones 20

C. Indicadores 21
D. Teorías 23
2.1.2 Servicio al cliente 24
A. Definición 24
B. Dimensiones 26
C. Indicadores 27
D. Teorías 29
2.2 Antecedentes 30
A. Antecedentes nacionales 30
B. Antecedentes internacionales 32
2.3 Definición de términos básicos 34
CAPÌTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES 36
3.1 Hipótesis 36
3.2 Hipótesis general 36
3.2.1 Hipótesis específicas 36
3.3 Definición Conceptual de las Variables 37
3.4 Operacionalización de las Variables 37
CAPÍTULO IV: DISEÑO METODOLÓGICO 39
4.1 Tipo de investigación 39
4.2 Diseño de investigación 40
4.3 Método de investigación 40
4.4 Población y muestra 40
4.5 Lugar de estudio 42
4.6 Técnicas e instrumentos para la recolección de los datos 42
4.7 Análisis y procesamientos de datos 46
CAPÍTULO V: RESULTADOS 48
5.1 Resultados descriptivos 48

5.2 Resultados Inferenciales 58

VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS 62

VII. CONCLUSIONES 65

VIII. RECOMENDACIONES 67

IX. REFERENCIAS 78

X. ANEXOS 84

Lista de tablas

Tabla 1	Matriz Operacional de la Variable Gestión Hotelera	44
Tabla 2	Escala de respuesta del instrumento de la variable 1	49
Tabla 3	Escala de respuesta del instrumento de la variable 2	50
Tabla 4	Aspectos de validación de instrumento de investigación	50
Tabla 5	Alfa de Cronbach de gestión hotelera	51
Tabla 6	Alfa de Cronbach de servicio al cliente	51
Tabla 7	Preguntas relacionadas a innovación	53
Tabla 8	Preguntas relacionadas a sostenibilidad ambiental	56
Tabla 9	Preguntas relacionadas a planificación	58
Tabla 10	Preguntas relacionadas a talento humano	60
Tabla 11	Preguntas relacionadas a estrategias	62
Tabla 12	Preguntas relacionadas a rentabilidad	64
Tabla 13	Resultado de prueba de normalidad	66
Tabla 14	Correlación entre gestión hotelera y servicio al cliente	67
Tabla 15	Correlación entre innovación y servicio al cliente	68
Tabla 16	Correlación entre la sostenibilidad ambiental y servicios al cliente	69
Tabla 17	Correlación entre la planificación y servicio al cliente	70

Lista de gráficos

Figura 1	Factores para una correcta gestión hotelera	26
Figura 2	Factores para lograr una calidad de servicio hotelero	34
Figura 3	Comparación de la percepción y expectativas de innovación	49
Figura 4	Comparación de la percepción y expectativas de sostenibilidad ambiental	51
Figura 5	Comparación de la percepción y expectativas de planificación	52
Figura 6	Comparación de la percepción y expectativas de talento humano	54
Figura 7	Comparación de la percepción y expectativas de estrategias	55
Figura 8	Comparación de la percepción y expectativas de rentabilidad	57

Resumen

La investigación tuvo como objetivo analizar cómo la gestión hotelera constituye una alternativa de mejora en los servicios al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023. La metodología utilizada corresponde a una investigación básica, de enfoque cuantitativo, el diseño fue no experimental y de nivel descriptivo – correlacional. La población de estudio consistió en 250 clientes que previamente habían visitado el Hotel Huarco, según las estadísticas proporcionadas por el establecimiento. Para recopilar los datos necesarios, se emplearon dos cuestionarios como instrumentos de estudio. En lo que respecta el muestreo, se aplicó un enfoque no probabilístico, que involucró a un total de 140 participantes. Los resultados revelaron que existe una relación significativa entre las variables de estudio. Esto se corroboró mediante el uso de la prueba estadística de Rho de Spearman, que arrojó un valor de 0,808, demostrando una correlación positiva fuerte. Este hallazgo fue respaldado por un valor de p igual a 0.00, que es menor que el nivel de significancia establecido de 0,005. La investigación ha proporcionado una base sólida para respaldar la premisa de que la gestión hotelera impacta de manera positiva en los servicios al cliente en el contexto específico del Hotel Huarco. Estos hallazgos tienen importantes implicaciones para la mejora continua de la gestión hotelera y la calidad de los servicios ofrecidos a los huéspedes. Concluyendo que, si se establece una efectiva gestión hotelera en el Hotel Huarco, se puede asegurar un servicio al cliente de calidad. Por lo tanto, queda claro que el éxito de esta empresa estará intrínsecamente ligado a la competencia de los propietarios que estén a cargo de su administración.

Palabras clave: Gestión hotelera, servicio al cliente, innovación, sostenibilidad ambiental, planificación

Abstract

The aim of the research was to analyze how hotel management constitutes an improvement alternative in customer services at Hotel Huarco in the district of San Luis – Cañete, 2023. The methodology employed corresponds to basic research with a quantitative focus; the design was non-experimental and of a descriptive-correlational level. The study population consisted of 250 customers who had previously visited Hotel Huarco, as per statistics provided by the establishment. To collect the necessary data, two questionnaires were utilized as study instruments. Regarding the sampling, a non-probabilistic approach was employed, involving a total of 140 participants. The results revealed a significant relationship between the study variables. This was confirmed through the utilization of the statistical Spearman's Rho test, which yielded a value of 0.808, demonstrating a strong positive correlation. This finding was supported by a p-value equal to 0.00, which is lower than the established significance level of 0.005. The research has provided a solid foundation to support the premise that hotel management positively impacts customer services in the specific context of Hotel Huarco. These findings carry significant implications for the continuous improvement of hotel management and the quality of services offered to guests.In conclusion, it can be inferred that effective hotel management at Hotel Huarco would ensure quality customer service. Therefore, it is evident that the success of this enterprise will be intrinsically linked to the competency of the owners responsible for its administration.

Keywords: Hotel management, customer service, innovation, environmental sustainability,planning

Introducción

A lo largo de los años, el rubro hotelero ha evolucionado de manera constante, complementando y mejorando sus servicios para adaptarse a las cambiantes necesidades de los huéspedes. Como resultado, los hoteles en la actualidad se esfuerzan por innovar en los servicios, el cuidado de los huéspedes y la implementación de sistemas de registro simplificados para agilizar el proceso de check-in. Aquellos hoteles que interactúan con el entorno tienen la posibilidad de obtener beneficios significativos, pero también asumen una mayor responsabilidad, ya que deben priorizar la protección del medio ambiente, incluyendo áreas verdes y la conservación del agua.

El servicio en el sector hotelero está intrínsecamente ligado al apoyo físico. Del mismo modo, la gestión efectiva de un hotel implica desarrollar una infraestructura cómoda para recibir a los clientes de manera satisfactoria, lo que finalmente conduce a su contento con el servicio ofrecido. En Perú, el Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR) establece las medidas necesarias para mejorar y ofrecer servicios de alta calidad. Este documento contiene los estándares que los interesados de diferentes partes del país han adoptado conjuntamente para mejorar las actividades turísticas, incluyendo el ámbito hotelero.

Para una mayor organización del contenido de este documento se ha estructurado en secciones de la siguiente manera:

Capítulo I: Esta sección delinea el problema de investigación, los objetivos, la justificación y el alcance de la investigación. Capítulo II: El marco teórico abarca las definiciones de la gestión hotelera y el servicio al cliente, junto con sus respectivas dimensiones, indicadores y teorías. Además, presenta antecedentes nacionales e internacionales y define términos fundamentales. Capítulo III: Aquí se especifica las hipótesis generales y específicas a ser probadas. Además, presenta la definición conceptual y la operacionalización de la gestión hotelera y el servicio al cliente. Capítulo IV: Se destaca el diseño metodológico, detallando el tipo, diseño y método de investigación utilizados. Este apartado abarca la población y muestra, la ubicación de la investigación, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, así como los métodos de análisis y procesamiento de datos que se emplearon. Capítulo V: Los resultados se dividen en dos segmentos. Los hallazgos descriptivos utilizan gráficos y porcentajes para presentar los datos, mientras que los resultados inferenciales determinan el grado de

correlación para validar las hipótesis. Luego, la discusión compara nuestros resultados de investigación con tesis similares y explora las implicancias de nuestros hallazgos.

La sección de conclusiones presenta las relaciones identificadas entre dimensiones y variables en nuestro estudio. Por último, en las recomendaciones se sugieren aspectos basados de nuestras conclusiones.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

La adecuada gestión hotelera es esencial para el éxito de cualquier empresa en la industria hotelera. A medida que evoluciona a nivel mundial, el sector ha implementado mejoras en infraestructura y servicios para satisfacer las necesidades cambiantes de los huéspedes. En el año 2021, el rubro de hotelería y restauración experimentó un notable crecimiento, con un aumento del 225,91%. Específicamente, el subsector de alojamiento tuvo un crecimiento destacado del 641,7%, mientras que el subsector de restauración experimentó un incremento del 224,59%. Estos datos contrastan con las pérdidas significativas del 74,86% que se registraron en los subsectores de alojamiento, restauración y agencias de viajes durante los años 2019 y 2020, debido a los impactos de la pandemia del COVID-19 (Turiweb, 2021). Este crecimiento resalta la importancia de una gestión efectiva en el sector hotelero para aprovechar las oportunidades de recuperación y adaptación en el contexto actual.

A nivel internacional, la gestión hotelera y el servicio al cliente son áreas críticas en la industria hotelera. En los últimos años, diversos autores y organismos han señalado una serie de desafíos y problemáticas que afectan a estos aspectos clave de la operación hotelera. Según González et al. (2018), el servicio al cliente en los hoteles se ha vuelto cada vez más complejo debido a la evolución de las expectativas de los huéspedes. Con el advenimiento de la tecnología y el acceso a información en línea, los clientes esperan una experiencia personalizada, servicios de alta calidad y una interacción fluida con el personal del hotel. La falta de cumplimiento de estas expectativas puede llevar a una disminución en la satisfacción del cliente y, en última instancia, a la pérdida de clientes potenciales.

Gutiérrez (2019), destaca que se enfrenta a desafíos relacionados con la creciente competencia en el mercado. Con la proliferación de plataformas de reserva en línea y el aumento de la oferta de alojamientos alternativos, los hoteles tradicionales se ven obligados a diferenciarse y ofrecer propuestas de valor únicas para atraer y retener a los clientes. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020) también ha advertido sobre la importancia de la sostenibilidad en la gestión hotelera a nivel internacional. En un

contexto de creciente conciencia ambiental, los hoteles deben implementar prácticas sostenibles que minimicen su impacto en el medio ambiente y contribuyan al desarrollo sostenible de los destinos turísticos.

A nivel nacional, la gestión hotelera y el servicio al cliente en hoteles enfrentan desafíos particulares que requieren atención y soluciones adecuadas. Diversos autores y organismos han analizado esta problemática, brindando perspectivas y recomendaciones relevantes. De acuerdo con la Sociedad Hotelera del Perú (SHP, 2019), uno de los desafíos clave en la gestión hotelera en Perú es la falta de personal capacitado y calificado. La SPH destaca que la creciente demanda turística en el país ha generado una necesidad urgente de contar con profesionales altamente competentes en áreas como el manejo de reservas, atención al cliente y gestión de servicios. Esta falta de personal capacitado puede afectar negativamente la calidad del servicio al cliente y la satisfacción de los huéspedes.

Según un informe del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2020), otro desafío importante en la gestión hotelera en Perú es la necesidad de promover la sostenibilidad y la responsabilidad social. El MINCETUR destaca la importancia de implementar prácticas sostenibles que preserven el medio ambiente, respeten la cultura local y contribuyan al desarrollo de las comunidades. La falta de conciencia y acción en este sentido puede generar impactos negativos en la imagen del hotel y en la experiencia de los huéspedes. Por otro lado, autores como Silva (2018), han señalado la importancia de la tecnología en la gestión hotelera en Perú. La implementación de sistemas de gestión hotelera integrados, el uso de herramientas digitales y la adaptación a las tendencias tecnológicas pueden mejorar la eficiencia operativa y la calidad del servicio al cliente.

El distrito de San Luis es uno de los dieciséis distritos que conforman la provincia peruana de Cañete, ubicada en el departamento de Lima, bajo la administración del Gobierno Regional de Lima-Provincias, cuenta con cinco principales recursos turísticos, como el resto arqueológico Cerro de Oro, la Casa hacienda Arona, la Casa de la Colonia China, el Templo Colonial, y el Templo Santa Efigenia Virgen Negra.

A lo largo de los años, el distrito de San Luis ha experimentado mejoras graduales en su infraestructura turística. Sin embargo, en cuanto al servicio de alojamiento, la oferta no es muy variada, lo que podría considerarse como una oportunidad para el Hotel Huarco. Este establecimiento, clasificado como hotel, cuenta además con servicios de restauración. Este lleva aproximadamente ocho años en el mercado y cumple con los requisitos mínimos establecidos por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo para

su funcionamiento, como televisión, teléfono, piscina, frigobar y baño independiente, entre otros. Durante mi experiencia, he notado limitaciones que afectan la calidad del servicio brindado a los huéspedes Estas limitaciones incluyen la falta de un sistema de drenaje de agua potable, lo cual resulta en la falta de suministro de agua durante cortes de energía y una afectación al servicio de restauración. Además, la falta de un cronograma establecido para el personal provoca desorganización en las tareas del hotel.

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar cómo la gestión hotelera puede ser una alternativa efectiva para mejorar los servicios en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis - Cañete en el año 2023. Se buscará identificar y proponer mejoras en áreas como el manejo del personal, la implementación de sistemas eficientes, la capacitación y la promoción de prácticas sostenibles. Estas mejoras contribuirán a elevar la calidad de los servicios ofrecidos, mejorar la satisfacción de los huéspedes y fortalecer la reputación y competitividad del hotel, beneficiando así el desarrollo turístico y económico del distrito.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera la gestión hotelera se relaciona con el servicio al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023?

1.2.2 Problemas específicos

¿De qué manera la innovación se relaciona con el servicio al cliente en elHotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023?

¿De qué manera la sostenibilidad ambiental se relaciona con el servicio al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023?

¿De qué manera la planificación se relaciona con el servicio al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete,2023?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Identificar cómo la gestión hotelera se relaciona con el servicio al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.

1.3.2 Objetivos Específicos

Identificar cómo la innovación se relaciona con el servicio al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.

Identificar cómo la sostenibilidad ambiental se relaciona con el servicio al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.

Identificar cómo la planificación se relaciona con el servicio al cliente en elHotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023

1.4 Justificación

La finalidad de la presente investigación es proponer mejoras en el servicio hotelero a través de una gestión hotelera adecuada. Por ello, en la presente investigación se ha considerado las siguientes justificaciones:

1.4.1 Justificación teórica

Esta investigación se justifica desde el punto de vista teórico debido a la necesidad de profundizar en el estudio de la gestión hotelera y su relación con la calidad del servicio al cliente. Existe una amplia literatura académica que aborda la importancia de una gestión eficiente en el sector hotelero y cómo esta influye en la satisfacción de los huéspedes. Sin embargo, es necesario ampliar la comprensión de este tema en el contexto específico del Hotel Huarco en el distrito de San Luis - Cañete en el año 2023, con el fin de generar conocimiento teórico y contribuir al cuerpo de conocimientos existente.

1.4.2 Justificación práctica

La justificación práctica se basa en la relevancia y utilidad de los resultados obtenidos para el Hotel Huarco y otros actores involucrados en el sector turístico del distrito de San Luis - Cañete. Los hallazgos y recomendaciones derivados de esta investigación podrán ser utilizados por la dirección del hotel para mejorar la gestión hotelera y el servicio al cliente, lo que a su vez conducirá a una mayor satisfacción de los huéspedes, una mejora en la reputación del hotel y un aumento de la competitividad en el mercado turístico local. Asimismo, esta investigación podrá ser un punto de referencia para otros hoteles y empresas del sector en la región, brindando ideas y orientación para el mejoramiento de sus servicios y la experiencia del cliente.

1.4.3 Justificación metodológica

La justificación metodológica se basa en el enfoque cuantitativo y el diseño descriptivo explicativo seleccionados. El enfoque cuantitativo permitirá recopilar datos objetivos y medibles sobre variables relacionadas con la gestión hotelera y

el servicio al cliente en el Hotel Huarco. Esto facilitará el análisis estadístico de los datos y la obtención de conclusiones confiables y generalizables. Por otro lado, el diseño descriptivo explicativo permitirá conocer de manera detallada las características y la situación actual de la gestión hotelera y el servicio al cliente en el hotel, así como explicar las posibles relaciones causales entre variables. Esta combinación de enfoque y diseño metodológico proporcionará una base sólida para abordar los objetivos de la investigación y responder a las preguntas de investigación planteadas.

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Delimitación teórica

La delimitación teórica de esta investigación se centra en el estudio de la gestión hotelera y el servicio al cliente en el Hotel Huarco, específicamente en el distrito de San Luis - Cañete. Se abordarán aspectos teóricos relacionados con la gestión hotelera, incluyendo temas como la administración de recursos humanos, la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y las estrategias de gestión en el sector hotelero. Asimismo, se considerarán teorías y modelos relevantes en el ámbito del hotelería y la gestión de servicios.

1.5.2 Delimitación temporal

La delimitación temporal de esta investigación se circunscribe al año 2023. Se analizarán y evaluarán los procesos de gestión hotelera y el servicio al cliente en el Hotel Huarco durante este período específico. La elección de este año se debe a la intención de brindar una visión actualizada de la situación y permitir la identificación de posibles mejoras en tiempo real. No se considerarán datos o eventos anteriores al propuesto en el análisis y las conclusiones de la investigación.

1.5.3 Delimitación espacial

La delimitación espacial de esta investigación se enfoca en el Hotel Huarco, ubicado en el distrito de San Luis - Cañete. El análisis se centrará en este establecimiento hotelero en particular, considerando su infraestructura, sus procesos de gestión y su relación con los clientes. No se abordarán otros hoteles en la región ni se considerarán otros aspectos geográficos fuera del distrito de San Luis - Cañete.La delimitación espacial se justifica por la necesidad de profundizar

en la situación y características específicas del Hotel Huarco, a fin de brindar recomendaciones y propuestas concretas para su mejora.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO

2.1.1 Gestión hotelera

A. Definición

La gestión hotelera se refiere a una estructura organizacional en la que todos los empleados siguen una cultura establecida. En este contexto, un responsable se encarga de supervisar aspectos sociales y medioambientales de la empresa, priorizando la salud de los empleados al proporcionarles los recursos necesarios para sus labores diarias. Dado que la limpieza en los hoteles es crucial para brindar habitaciones impecables a los huéspedes que realizan el check-in, se garantiza que cada habitación esté en perfectas condiciones para ofrecer una experiencia satisfactoria.

Es importante considerar las metas que se han planteado a cumplir, pero para lograrlo se debe tener una estructura establecida, sin variaciones constantes, para que los trabajadores lo tengan presente, representándolo a través de un organigrama detallado, indicando los departamentos que cuenta el hotel. De esta manera la gestión parte de la organización que cuenta el departamento de gerencia, siempre incluyendo las expectativas que tiene los clientes con el nuevo establecimiento en el mercado (Calle et al., 2020).

La administración de hoteles en la actualidad suele dar prioridad a los elementos palpables de la oferta, con un enfoque muy centrado en el producto, y a la búsqueda incesante de ingresos y ganancias, sin prestar suficiente atención al aspecto sensorial que también está presente. Las estrategias se orientan hacia el negocio y se enfocan principalmente en las operaciones, dejando de lado la integración esencial con las estrategias de servicio dirigidas al cliente (González y Aranda, 2022). De ahí que, existe una tendencia a enfocarse en los aspectos tangibles y financieros de la oferta, descuidando en cierta medida el aspecto sensorial y la experiencia del cliente. Las estrategias están dirigidas principalmente a la obtención de ingresos y utilidades, a menudo dejando de lado la integralidad con las estrategias de servicio orientadas a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Esto sugiere la importancia de equilibrar la atención tanto a los aspectos operativos y financieros como a la

experiencia del cliente para lograr un enfoque más completo y exitoso en la gestión hotelera.

Según Izaguirre (2019), es fundamental que los empresarios hoteleros integren la responsabilidad social y medioambiental en sus operaciones, estableciendo procesos regulatorios ocupacional de los trabajadores, así como la seguridad interna y externa de la empresa. En este contexto, las empresas de este sector están enfrentando crecientes competencias a lo largo del tiempo, lo que constituye una razón para impulsar la innovación en sus sistemas de gestión y en las actividades diarias del hotel.

Lo expuesto anteriormente resalta un aspecto importante: la competitividad, que se ha convertido en un término recurrente en el panorama actual, utilizado para describir tanto a empresas como a naciones, áreas geográficas o industrias que constantemente diseñan estrategias con el objetivo de responder positivamente a las demandas del entorno. Además, refleja su habilidad para aprovechar las capacidades y recursos a su disposición, incrementando así el valor de los productos ofrecidos en los mercados. Este enfoque les permite destacarse entre sus competidores y gestionar costos que resultan en una mayor rentabilidad, lo que a su vez contribuye a elevar la reputación de su marca, ubicación o sector en su totalidad (García y Díaz, 2018). Desde esta perspectiva, las empresas hoteleras deben considerar este principio para generar oportunidades que se traduzcan en ganancias adicionales.

La gestión hotelera y la planificación van de la mano, ya que la relación entre ambas resulta crucial para abordar las necesidades de los clientes. Esta interacción motiva a los clientes a formar parte de un cambio positivo en el hotel, haciéndolos sentir valorados al considerar sus comentarios y sugerencias. Para lograr esto, es esencial estudiar los cambios a implementar y, especialmente, invertir en la infraestructura del establecimiento, distribuyendo los recursos de manera eficiente (Nugra et al., 2023).

Por lo tanto, se puede concluir que la gestión hotelera desempeña un papel fundamental en el éxito y desarrollo de una empresa hotelera, así como en el bienestar de sus empleados. Esto implica una considerable responsabilidad por parte de los propietarios para estar al tanto de las últimas tendencias y prácticas emergentes en el mercado hotelero.

B. Dimensiones

Innovación

La innovación en el mercado laboral está cumpliendo un papel fundamental para el desarrollo de las empresas, lo cual genera un ámbito competitivo dentro del sector, donde además los clientes se ven beneficiados con las mejoras. Según Villaseca (2014), señala que: "Los esfuerzos de innovación en las empresas de servicios son una exigencia dentro del entorno competitivo, especialmente porque la innovación está ocupando un lugar trascendental en las empresas" (p. 23). Por ello, se puede decir que la innovación es pieza clave para lograr llamar el interés de los clientes mediante las ofertas que tiene los clientes por conocer.

Sostenibilidad ambiental

La sostenibilidad Ambiental está aportando en gran medida realizar los cuidados necesarios para lograr una sostenibilidad en las empresas ya que con ello se logra la sostenibilidad en el ámbito económico, social y ambiental. Según Mantilla et al. (2005), señala que todo proceso relacionado al medio ambiente debe establecer en su empresa un sistema que contribuya a evaluar y medir constantemente si realmente es asequible su desarrollo sostenible frente al impacto medio ambiental. Se puede concluir que a través de los años la economía se ha ido midiendo y evaluando el comportamiento, pero está netamente relacionado con los avances del ámbito social y ambiental.

Planificación

La planificación se entiende como la primera función que realizan los gerentes para establecer las prioridades dentro del organigrama jerárquico de una empresa. Sin embargo, para llevar a cabo esta tarea de manera efectiva, es crucial tener claridad sobre los objetivos que se desean alcanzar. Según Bernal (2016), es considerada la función administrativa inicial, ya que proporciona la base para las demás funciones. Esta función implica determinar de manera anticipada los objetivos que deben cumplirse y los pasos necesarios para lograrlos. Por lo tanto, podemos afirmar que la planificación es el primer paso fundamental cuando se busca establecer una empresa sólidamente consolidada. Implica la elaboración de un plan detallado que abarque todas las actividades a realizar, así como la propuesta de estrategias de desarrollo con el fin de mejorar los servicios ofrecidos por la empresa.

C. Indicadores

Fidelización

La fidelización implica la capacidad de cautivar a los clientes de nuestra empresa, de manera que siempre nos elijan como su primera opción cuando necesiten un producto o servicio. Alcaide (2015), señala que esta se basa en las experiencias de calidad que los clientes han tenido con nosotros, logrando así motivarlos para que nos seleccionen como su alternativa preferida. Esto es resultado del esfuerzo del personal de la empresa en brindar un excelente servicio. Es importante destacar que la fidelización también depende en gran medida del recurso humano presente en la empresa, ya que son ellos quienes tienen contacto directo con los clientes. Son los empleados quienes tienen la oportunidad de crear una conexión personalizada y establecer relaciones duraderas con los clientes, generando confianza y lealtad hacia la empresa.

Tecnología

La tecnología está en constante evolución y muchos consideran que su uso contribuye a mejorar la calidad del servicio. Se argumenta que su rapidez y eficacia permiten agilizar el trabajo de los empleados. Sin embargo, según Cacheiro (2018), es importante tener en cuenta que el uso de la tecnología en los sistemas educativos y empresariales se está volviendo cada vez más común, pero existe una falsa creencia de que la tecnología por sí sola mejora la calidad, sin considerar una planificación previa.

En conclusión, la tecnología puede ser un aporte significativo para las empresas, ya sean microempresas o cadenas hoteleras, pero su efectividad también depende de la organización interna de la empresa. Es necesario llevar a cabo una planificación adecuada que integre de manera eficiente la tecnología en los procesos empresariales para obtener los mejores resultados y mejorar la calidad del servicio ofrecido.

Demanda

En un negocio, es fundamental considerar la demanda dentro del nicho de mercado, ya que esto es lo que fortalecerá su sustento económico a través de los ingresos generados. Keat y Young (2004), destacan que una de las razones

principales por las cuales los empresarios deben estudiar el análisis económico es para comprender los cambios en la demanda y oferta del mercado. En conclusión, es crucial tenerla en cuenta al evaluar la viabilidad de un negocio. Esto nos permitirá determinar si existe un mercado adecuado para nuestro producto o servicio, y si hay suficiente demanda para respaldar la operación de la empresa. Su análisis cuidadoso nos brindará información clave para tomar decisiones informadas y estratégicas en el desarrollo y crecimiento del negocio.

Cambio climático

El cambio climático se refiere a las variaciones en las estaciones que ocurren a lo largo del año. En la actualidad, en Perú se están observando anomalías climáticas inusuales, lo cual genera una falta de estabilidad en relación a las estaciones y provoca un aumento en la frecuencia de enfermedades en los niños. Según Lanegra (2017), el cambio climático se define como los cambios en los valores estadísticos del clima en una región específica durante un período mínimo de 30 años. Como resultado, se puede concluir que los establecimientos con un enfoque rústico no se benefician del cambio climático, ya que las personas buscan la máxima comodidad para disfrutar de una estancia agradable.

Visión

La visión de una empresa se refiere a la meta que desea alcanzar en un plazo determinado dentro de un mercado competitivo. Según Ballvé y Debeljuh (2000), la visión es una percepción clara y compartida de lo que la empresa aspira a convertirse a mediano o largo plazo. En resumen, la visión en una empresa es fundamental para fortalecer el desempeño de los empleados en la consecución de objetivos dentro de su campo laboral, así como también para guiar a los altos directivos en la toma de decisiones estratégicas.

Misión

La misión de una empresa debe estar alineada con su visión, ya que juntas pueden trabajar hacia un objetivo común, fortaleciendo el compromiso tanto de los directivos como del talento humano. Según Ballvé y Debeljuh (2000), en muchas ocasiones, la misión de una empresa converge y complementa la declaración de su visión. En conclusión, es fundamental que las empresas tengan una misión y visión claras, para que sus empleados se sientan involucrados en la

consecución de un objetivo unificado. Establecer una misión y visión sólidas brinda dirección y propósito a la organización, fomentando la cohesión y el trabajo en equipo en busca de un objetivo compartido.

D. Teorías

La teoría de la gestión de operaciones hoteleras

La gestión de operaciones hoteleras desempeña un papel fundamental en este ámbito, proporcionando los cimientos esenciales para administrar de manera eficiente los procesos operativos y optimizar la calidad del servicio brindado a los huéspedes. Según García (2019), se centra en la planificación, organización, dirección y control de todas las actividades relacionadas con las operaciones hoteleras.

Esta teoría abarca una serie de elementos clave, cruciales para garantizar el éxito y la satisfacción del cliente. En palabras de Pérez (2020), estos incluyen la gestión de la demanda, la cadena de suministro, la calidad, los recursos humanos y la tecnología. El Ministerio de Turismo y Comercio Exterior (2021), destaca su importancia para lograr eficiencia en los servicios, optimizar la utilización de los recursos y mantener altos estándares de calidad. Además, se enfoca en la mejora continua e innovación para adaptarse a las cambiantes demandas del mercado.

La gestión de operaciones hoteleras se apoya en diversas metodologías y herramientas, como el enfoque Lean y la gestión por procesos. Según Torres (2018), este busca eliminar el desperdicio y mejorar la eficiencia operativa, mientras que la gestión por procesos permite identificar y optimizar los flujos de trabajo para lograr una mayor productividad y calidad en los servicios.

Orihuela (2021), destaca las transformaciones a lo largo del tiempo influenciadas por la innovación propuesta por empresarios del sector hotelero en respuesta a las competencias del mercado. Desde un enfoque ambiental en los años 1950 hasta la década de 1970, hasta la actualidad con un fuerte avance tecnológico, donde los hoteles buscan ofrecer servicios más personalizados y procesos automatizados, como el check-in y check-out digital.

En la actualidad, es urgente que los hoteles practiquen la innovación diaria, no solo implementando tecnología avanzada, sino también llevando a cabo estudios de mercado para comprender los verdaderos intereses de las personas y ofrecer un servicio adaptado.

En conclusión, la teoría de gestión de operaciones hoteleras proporciona los fundamentos necesarios para administrar eficientemente las operaciones hoteleras. Autores como García (2019), Pérez (2020) y Torres (2018) respaldan su importancia, permitiendo a los hoteles mejorar la calidad del servicio, optimizar los recursos y adaptarse a las dinámicas demandas del mercado.

Teoría de capacidad y recursos en el sector hotelero

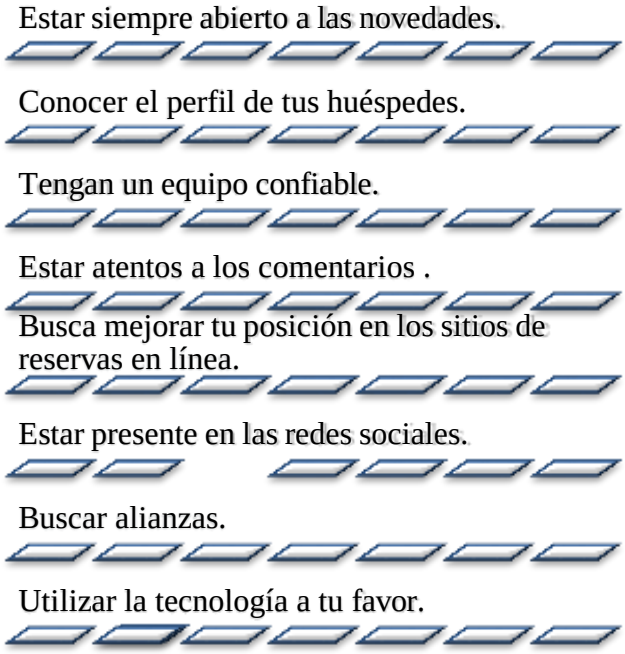
El sector hotelero, reconocido por su significativo aporte económico a nivel nacional y la generación de empleo, también impone una gran responsabilidad a los empresarios para garantizar el cumplimiento de todas las normativas. Según Narváez et al. (2018), la dimensión calidad precio se erige como uno de los aspectos críticos en la actualidad, donde los clientes buscan recibir un servicio satisfactorio en proporción al pago realizado. La correcta limpieza en las habitaciones se destaca como un servicio fundamental, considerado esencial por los clientes que abonan por este beneficio.

Además, los recursos disponibles en el hotel tienen una influencia significativa en la competitividad de las empresas hoteleras. La ubicación del hotel juega un papel crucial, ya que las personas prefieren alojarse cerca de los lugares más populares de la localidad. Otro factor determinante para la elección de un hotel es la certificación, la categoría y el prestigio del nombre del establecimiento.

En conclusión, la teoría de capacidad y recursos de un hotel requiere el análisis de diversos criterios. Entre ellos, la cultura organizacional, especialmente valorada por personas de avanzada edad; la seguridad tanto en el ingreso como dentro del hotel ante cualquier eventualidad; el clima organizacional; y el nivel de ocupación de las habitaciones durante las temporadas altas. La promoción a través de las redes sociales o la página oficial del hotel también desempeña un papel crucial para presentar una organización y planificación adecuadas en el hotel.

Figura 1

Factores para una correcta Gestión Hotelera



Nota. Datos adaptados de Zambelli (2021), para lograr una adecuada gestión en el sector hotelero

2.1.2 Servicio al cliente

A. Definición

El servicio al cliente implica la priorización de necesidades en la búsqueda de una calidad excepcional. Para lograrlo, es esencial tener una comprensión clara tanto del servicio que se ofrece como de la forma en que se brindará, ya que ambas dimensiones son distintas y significativas. Ferrer y Ruiz (2022), destacan la importancia de ofrecer un producto o servicio con calidad, acompañado de un servicio al cliente de igual excelencia. Asimismo, Paz (2012), subraya la necesidad de diferenciar las percepciones y expectativas del cliente con respecto al servicio, resaltando la relevancia de una planificación meticulosa previa a la llegada de los clientes para evitar improvisaciones que puedan generar una percepción negativa.

La excelencia en el servicio al cliente debe abarcar todas las áreas de la empresa donde exista cualquier tipo de contacto humano. Esto engloba desde el saludo de los empleados de seguridad hasta los niveles directivos más altos de la

organización. Los clientes están incrementando sus expectativas; ya no solo buscan calidad y precio, sino también un trato amable, un entorno agradable, una atención rápida, una experiencia personalizada y, sobre todo, la posibilidad de vivir momentos memorables que deseen repetir (Alzamora, 2019). De ahí, que su importancia trasciende las fronteras de un simple intercambio comercial. Se ha convertido en una piedra angular para el éxito empresarial en la actualidad. La necesidad de brindar una atención excelente abarca todos los niveles de la organización, desde el personal de seguridad hasta los directivos. La evolución de las expectativas de los clientes exige más que productos de calidad y precios competitivos; ahora buscan una experiencia completa y satisfactoria.

La vocación de servicio es también un elemento vital. Al ingresar al ámbito laboral del sector hotelero, es esencial cultivar una cultura de atención de calidad. Aunque algunos busquen empleo únicamente por motivos salariales, es esencial tener en cuenta que la satisfacción total del cliente depende del servicio brindado en su primera visita, lo que influye en su decisión de regresar. Por lo tanto, los trabajadores del sector hotelero deben considerar tanto los aspectos conductuales como técnicos para estar completamente capacitados y enfrentar cualquier situación que pueda surgir en un hotel. Es crucial recordar siempre la importancia de la pre y post venta de un servicio, ya que la organización y la innovación en la atención al cliente son determinantes (Murillo, 2018).

Es fundamental considerar la existencia de dos tipos de clientes: los externos, que son los consumidores finales, y los internos, que son los trabajadores dentro de la organización. La relación entre estos tipos de clientes es significativa, ya que el bienestar laboral de los empleados influye en su trato con los clientes externos. La actitud positiva y la satisfacción tanto de los trabajadores como de los clientes son esenciales para el desarrollo exitoso de la empresa.

Además, es importante distinguir entre dos enfoques empresariales: aquellos centrados en el cliente y aquellos centrados en sí mismos. En empresas centradas en el cliente, los logros se reconocen en los trabajadores que brindan un servicio de calidad. En cambio, en las empresas centradas en sí mismas, el reconocimiento se dirige hacia quienes cumplen objetivos internos, priorizando la satisfacción de los directivos sobre la de los clientes (Aguilar, 2019).

En conclusión, en una empresa que se dedica a ofrecer servicios a los clientes,

es crucial que los colaboradores comprendan la distinción entre ambos tipos de clientes y la forma en que se brinda el servicio. Esto permite proporcionar un servicio de calidad. Además, es importante recordar que en el ámbito de servicios siempre habrá fluctuaciones en términos de pérdidas y ganancias.

B. Dimensiones

Talento humano

El talento humano comprende todas las actividades llevadas a cabo por los colaboradores de una empresa, y su rendimiento puede ser fortalecido mediante capacitaciones constantes. Según Alles (2017), si bien el talento y las competencias no son estrictamente lo mismo, se abordarán de manera conjunta, centrándose en el talento necesario para tener éxito en determinados puestos de trabajo, profesiones o tareas emprendidas. En consecuencia, se puede concluir que el talento humano es un elemento fundamental para el desarrollo exitoso de una organización. Es importante proporcionar capacitaciones periódicas que fortalezcan las habilidades y competencias de los colaboradores, ya que esto contribuirá a mejorar su desempeño y su capacidad para enfrentar los retos laborales.

Estrategias

Considero que las estrategias son propuestas que se plantean en conjunto con los directivos para su implementación, pero su efectividad también depende de la firmeza con la que se presenten. Según Gallardo (1998), es una declaración que, una vez que se ha definido el objetivo a alcanzar, establece con total precisión qué se pretende lograr y cómo se logrará. En consecuencia, se puede concluir que esta debe ser cuidadosamente estudiada antes de ser implementada en el mercado, ya que puede tener tanto un impacto positivo como negativo. Es fundamental contar con un análisis exhaustivo de las circunstancias, los recursos disponibles y los posibles riesgos asociados, a fin de garantizar que la estrategia elegida sea adecuada y pueda contribuir al éxito de la empresa.

Rentabilidad

Antes de emprender un proyecto empresarial, es esencial que el dueño o propietario de la empresa realice un análisis exhaustivo y un estudio de mercado para comprender los intereses y necesidades de las personas. Esto permitirá establecer un

negocio rentable. Según Santiesteban et al. (2011), los empresarios deben considerar y analizar la rentabilidad como un indicador que mide los resultados obtenidos por la empresa en un período de tiempo específico. Esto, a su vez, facilita la toma de decisiones estratégicas por parte de los directivos. En conclusión, un administrador siempre debe monitorear y evaluar el progreso de su negocio para determinar su rentabilidad y comprender el crecimiento del mismo. Es fundamental estar atento a los indicadores de rentabilidad y utilizar esta información para tomar decisiones informadas y efectivas en la gestión de la empresa.

C. Indicadores

Capacitación del personal

La capacitación de los colaboradores se refiere a la importancia que los empresarios otorgan a brindar a sus empleados las habilidades y conocimientos necesarios para mejorar su desempeño dentro de la empresa. Según Siliceo (2006), la capacitación del personal implica desarrollar aptitudes y habilidades para poder actuar de manera efectiva en diversas situaciones. Por lo tanto, se considera que la capacitación es crucial para garantizar el óptimo funcionamiento de la empresa. Sin embargo, en la actualidad, algunos empresarios y propietarios no valoran su importancia y lo ven simplemente como un gasto de dinero, sin reconocer los beneficios a largo plazo que puede aportar.

Es esencial que los empresarios comprendan que la capacitación de los colaboradores no solo mejora su desempeño individual, sino que también contribuye al crecimiento y éxito general de la empresa. Al invertir en el desarrollo de las habilidades de los empleados, se promueve la innovación, la productividad y se construye un equipo más competente y motivado.

Cultura organizacional

La cultura organizacional se refiere a las características distintivas que cada empresa posee, las cuales son establecidas por los ejecutivos y deben ser seguidas por el personal de acuerdo a las normas establecidas. Según Bayón (2019), engloba las opiniones, normas y valores que se desarrollan dentro de una empresa, y que influyen en el comportamiento tanto de los directivos como del personal en su conjunto. En consecuencia, podemos concluir que esta es la característica que define e identifica a una empresa. Puede manifestarse a través de diversos aspectos, como el

color de los uniformes, las ofertas que brinda o cualquier otro elemento que sea distintivo de la organización. La cultura organizacional influye en la forma en que los miembros de la empresa interactúan, toman decisiones y trabajan en conjunto para lograr los objetivos establecidos.

Supervisión

La supervisión suele ser llevada a cabo por los jefes de área o administradores con el fin de observar el desempeño de los colaboradores y asegurarse de que estén trabajando hacia el logro de las metas de la empresa. Según la Subdirección General Adjunta de Operaciones (1990), el sistema de supervisión y seguimiento tiene como objetivo mejorar la efectividad de las operaciones de cooperación técnica y apoyo administrativo. En conclusión, es fundamental que la empresa cuente con personal calificado encargado de monitorear el desempeño de los colaboradores para garantizar que se esté avanzando hacia los objetivos empresariales. La supervisión eficiente contribuye a la mejora continua de las operaciones y asegura que se cumplan los estándares de calidad y eficacia establecidos.

Productividad

La productividad está estrechamente relacionada con la calidad del servicio o producto que se ofrece al cliente. Cuando exigimos calidad a nuestros colaboradores, la productividad tiende a mejorar de forma natural. Como se señala, en 1948 y 1949, los líderes de numerosas empresas en Japón notaron que, al mejorar la calidad, la productividad experimentaba un incremento de forma espontánea e inevitable. En consecuencia, se puede concluir que la motivación para realizar un trabajo de calidad depende en gran medida de la supervisión y el liderazgo ejercidos por los supervisores. Al fomentar la cultura de la calidad y brindar el apoyo necesario, los supervisores pueden impulsar la productividad en el equipo de trabajo. Es importante reconocer que la calidad y la productividad están interrelacionadas y se refuerzan mutuamente. Al enfocarse en la calidad, se impulsa la eficiencia y se logra una mayor productividad en general.

Competitividad

La competitividad es el factor determinante para que una empresa logre destacar y tener éxito en comparación con sus competidores directos. Esto puede lograrse a

través de la calidad del servicio brindado o el diseño superior de sus productos.

Según Rubio y Baz (2015), una empresa es considerada competitiva cuando logra desarrollar productos y servicios cuyos costos y calidades son comparables o incluso superiores a los de sus competidores a nivel mundial. En conclusión, se puede afirmar que las empresas deben fortalecer sus estrategias de marketing para obtener un buen posicionamiento en el mercado, garantizando que sus costos y servicios sean competitivos. La competitividad es esencial para sobresalir en un entorno empresarial cada vez más exigente y asegurar el éxito a largo plazo.

Rentabilidad económica

La rentabilidad económica se refiere a la solidez financiera de una empresa en relación a sus activos. Según Santiesteban et al. (2011), es una medida que evalúa el rendimiento de los activos de una empresa en un período de tiempo específico, independientemente de cómo estén financiados. Por lo tanto, se puede concluir que las empresas deben estar constantemente monitoreando los ingresos que generan, sin tener en cuenta otros factores determinantes. Este es un indicador clave para evaluar la eficiencia y la capacidad de generación de ingresos de la empresa, lo cual es esencial para su sostenibilidad y éxito a largo plazo.

Rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera se refiere a los ingresos generados por una empresa en relación con la cantidad de capital invertido en el negocio. Según Santiesteban et al. (2011), representa las ganancias que los accionistas o propietarios obtienen como retorno de su inversión en la empresa. En resumen, este concepto se puede comprender desde diversas perspectivas en el ámbito económico. La rentabilidad financiera se enfoca en los ingresos generados en relación con el capital invertido, y es un indicador importante para evaluar la eficiencia y el rendimiento económico de la empresa.

D. Teorías

Teoría de la calidad del servicio en el sector hotelero

La teoría de la calidad del servicio se centra en entender y mejorar la percepción de calidad que los clientes tienen sobre los servicios que reciben. Ampliamente estudiada y desarrollada por diversos autores y organismos hispanos, esta teoría desempeña un papel esencial en la gestión hotelera.

Según García (2019), la calidad del servicio se define como la capacidad para cumplir o superar las expectativas y requisitos de los clientes durante la prestación del servicio. Destaca la importancia de adherirse a los estándares de calidad establecidos para asegurar la satisfacción del cliente. El Instituto de Calidad Turística Española (ICTE, 2020), subraya la esencialidad de la calidad del servicio en el sector turístico, incluyendo la industria hotelera, para mantener la competitividad y la fidelización de los clientes. Se enfatiza la necesidad de ofrecer un servicio personalizado, atento y eficiente para alcanzar altos niveles de calidad.

Rodríguez (2021), destaca la noción de calidad emocional del servicio, que va más allá de cumplir con las expectativas funcionales, buscando generar emociones positivas durante la interacción con el servicio. El Modelo EFQM (2021) de la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad se erige como una herramienta ampliamente utilizada, basada en la mejora continua, la participación de todos los miembros de la organización y la orientación hacia resultados.

En resumen, la teoría de la calidad del servicio resulta crucial para comprender y mejorar la percepción de calidad por parte de los clientes. Autores como García (2019) y Rodríguez (2021), organismos como el ICTE (2020) y el Modelo EFQM (2021) respaldan la importancia de esta teoría en la gestión de servicios en la industria hotelera.

Normas ISO y su aplicación en el sector hotelero

Las normas ISO, concebidas para satisfacer las expectativas del cliente, han evolucionado desde la Norma BS 9000 en los años 1970 hasta las actuales ISO 9001:2015. Según Chacón et al. (2018), las Normas ISO 9000 y 9001 establecen requisitos para otorgar una conformidad en el Sistema de Gestión de Calidad de producción, tanto de productos como de servicios.

En el sector hotelero, la implementación de las Normas ISO 9001 busca lograr una gestión de calidad. Aunque en esta industria no se trata de productos tangibles, la normativa se centra en comprender los criterios de los clientes y realizar inspecciones internas para evaluar si se atienden sus sugerencias. La ISO 9001:2015 introduce una gestión ambiental, fomentando una cultura ambientalmente responsable en las empresas.

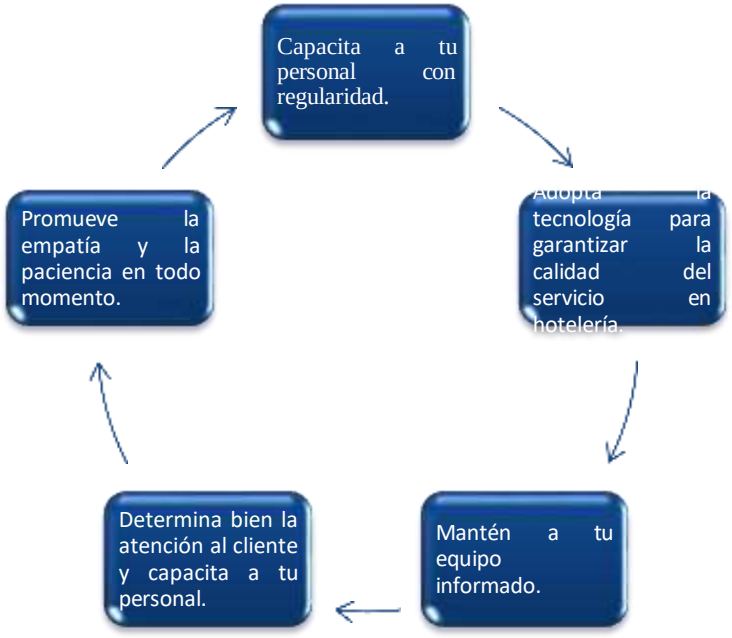
Las actualizaciones de la ISO 9001, como la ISO 9001:2015, exigen que las empresas renueven sus certificaciones de sistema de gestión de calidad. En el sector

hotelero, la implementación de estas normas implica comprender la cultura organizacional, capacitar a los trabajadores, asignar responsabilidades y asegurar que cada miembro del equipo conozca su papel en el cumplimiento de la normativa.

En conclusión, la aplicación de las Normas ISO en el sector hotelero se enfoca en lograr una gestión de calidad que se adapte a las particularidades de esta industria, garantizando la satisfacción del cliente y promoviendo la responsabilidad ambiental.

Figura 2

Factores para lograr una calidad de servicio hotelero.



Nota. Adaptación de Post (2021), referente a cómo obtener una adecuada calidad de servicio en el sector hotelero.

2.2 Antecedentes

A. Antecedentes Nacionales

Larico (2022), realizó la investigación: "Calidad del servicio en restaurantes de Cañete- Perú", recaudando información de los restaurantes más concurridos de la provincia. La metodología fue de enfoque cuantitativo y un diseño no experimental de carácter descriptivo. La muestra estuvo representada por los comensales que visitaron diferentes restaurantes de la localidad. Los instrumentos que utilizó son denominados Escala mexicana de calidad de servicio en restaurantes (Emcaser). Entre sus resultados destaca presentan una importante debilidad la cual requiere ser asumida por los propietarios ante los retos que

plantea el entorno cambiante y los requerimientos de sus clientes, esta mejora redundará en una mayor satisfacción de los mismos. Concluyó que existe una deficiencia total de parte de los restaurantes con respecto a las instalaciones y las buenas prácticas de manipulación de alimentos, no existe una buena higiene, por lo que es visiblemente notorio de parte de los comensales, al momento de consumir.

Cuipal (2022), en su tesis titulada: "Gestión por procesos para mejorar la Calidad de Servicio en los establecimientos de Hospedaje California, Chachapoyas 2021" planteó un estudio de gestión por procesos, con el fin de mejorar la calidad de servicio en el establecimiento estudiado. La metodología utilizada fue de tipo propositivo – exploratorio de diseño no experimental. La muestra se aplicó a los clientes, trabajadores y administradores de los establecimientos. Los instrumentos utilizados en la investigación fueron a través de encuestas y entrevistas, A través del método SERVQUAL determinó que la gestión en los procesos tiene un papel importante lograr una organización con trabajadores competentes y responsables en las funciones que se le determina, lo cual permite una satisfacción del cliente con un porcentaje mucho más alto. Concluyendo que para poder lograr una buena gestión con respecto a los servicios que se ofrecen en un hotel, es fundamental que todos los trabajadores y los jefes inmediatos se enfoquen en buscar delegar una función a cada uno y que estos lo cumplan de manera satisfactoria.

Castro y Cebreros (2020), en su tesis titulada: "Coronavirus en la industria hotelera: cambios en la gestión y estrategias de reactivación en Lima, Perú" señalaron los cambios bruscos del rubro hotelero, y el análisis e implementación de la gestión hotelera. Para este estudio se empleó una metodología no experimental, de enfoque cualitativo y exploratorio. La muestra consistió en 60 expertos del sector hotelero que implementaron estrategias. El instrumento utilizado fue la entrevista a profundidad realizada a profesionales con experiencia en la gestión hotelera. Los resultados revelaron que, como consecuencia de la pandemia, se han creado estrategias para desarrollar nuevos productos que se ajusten a las nuevas expectativas de los huéspedes, dado que este sector ha sido especialmente afectado. Como conclusión, se observó que la pandemia generó temor y ansiedad en los turistas a la hora de seleccionar un hotel, y muchos

buscaban establecimientos categorizados debido a las nuevas medidas y sistemas de seguridad implementados.

Urbina (2019), en su tesis titulada: “Análisis de la gestión hotelera y el impacto de las nuevas tendencias sostenibles en el distrito de Tambopata, Madre de Dios, 2019”, busca analizar los daños que producen a los recursos naturales al crear una nueva tendencia. La metodología utilizada es de enfoque cualitativo y observacional. La muestra consistió en una selección de la población que presentaba las características adecuadas para la investigación, formando un subgrupo de la población. Los resultados revelaron que en Madre de Dios se arrojan al medio ambiente alrededor de 181 toneladas anuales. A pesar de contar con un potencial favorable en el turismo de naturaleza y forestal, no se observó apoyo por parte de las autoridades competentes en esas zonas. En conclusión, a nivel nacional, son pocas las empresas que realmente tienen en cuenta la sostenibilidad ambiental, a pesar de que transmitir este enfoque a los clientes podría hacer que estos identifiquen al hotel como sostenible.

Abanto (2019), en su tesis titulada: “Relación de la gestión del talento humano en la calidad de servicio en las empresas hoteleras del distrito de Cajamarca”, buscó conocer cuál es la relación entre ambas variables en su estudio de investigación. En este estudio, se utilizó una metodología no experimental, descriptiva y correlacional. La muestra consistió en un total de 50 personas y se recolectaron datos a través de encuestas utilizando un cuestionario basado en la escala de Likert. Los resultados obtenidos indican que, si se aumentan las capacitaciones y la motivación de los trabajadores en las empresas del sector hotelero, habrá una mejora en la calidad del servicio debido a un mejor desempeño. Además, se encontró que no solo se satisfacen las expectativas del cliente en cuanto a las características buscadas en un servicio, sino que también se logra sorprenderlo, lo cual es fundamental para su fidelización. En conclusión, se destaca la importancia de reclutar personal capacitado y con conocimientos actualizados en el campo de la hotelería para garantizar la prestación de un servicio de calidad. Contratar personas sin formación en el sector conlleva el riesgo de brindar una atención deficiente y una respuesta lenta al cliente.

B. Antecedentes Internacionales

Pacheco (2021), en su tesis titulada: “Modelo de gestión en la calidad de servicio mediante la normativa ISO 9001:2015 para el hostal Café Tiana”, Universidad Técnica de Cotopaxi, buscó conocer la calidad de servicio que se ofrece en el hostal. En este estudio se empleó una metodología cualitativa, que incluyó enfoques inductivos y deductivos. La muestra consistió en el personal que ha estado trabajando a lo largo de los años. Para la recolección de datos se utilizaron listas de verificación (check list) y se llevaron a cabo entrevistas. Los resultados indican que, gracias a los esfuerzos realizados durante años, se ha buscado cubrir las necesidades para lograr la calidad, implementando medidas en cumplimiento de la normativa ISO 9001:2015. En conclusión, es de vital importancia realizar un estudio exhaustivo para lograr un desarrollo integral de la calidad en el servicio, ya sea en un hotel categorizado o no. Se requiere implementar sistemas que contribuyan a la planificación y organización, para garantizar una mejora continua y proporcionar un servicio de calidad a los clientes.

Serrano (2020), realizó la investigación: “Modelo de gestión hotelera de la ciudad de Portoviejo”, por la gran variedad de atractivos turísticos que tiene este lugar por su gastronomía, cultura y recursos naturales, En este estudio se utilizó un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos, con una muestra de 67 representantes de establecimientos. Los hallazgos permitieron concluir que la gestión hotelera tiene el potencial de fortalecer el sector turístico y económico de la ciudad de Portoviejo. Sin embargo, también se observó que las autoridades no muestran un interés positivo en brindar apoyo a los establecimientos en términos de capacitación constante para ofrecer un servicio de calidad. En resumen, destaca la importancia de un enfoque integral en la gestión hotelera para impulsar el desarrollo del turismo y la economía local. Asimismo, se sugiere la necesidad de que las autoridades promuevan activamente la capacitación continua de los establecimientos, como parte fundamental para garantizar la prestación de un servicio de calidad y mejorar la experiencia de los turistas en la ciudad de Portoviejo.

Herrera y López (2021), realizaron la investigación: “El turismo: La gestión de la calidad y sus costos” para determinar la relación que contempla la gestión de la calidad y los costos que producen. En este estudio se emplearon varios métodos, como el enfoque analítico, el análisis estadístico, la investigación documental y el análisis histórico. Los resultados obtenidos indican que el turismo ha experimentado cambios a lo largo de los años, influenciado tanto por las demandas de los turistas como por las particularidades del servicio ofrecido. Se concluye que el turismo abarca toda la experiencia del turista, desde la fase de planificación hasta la vivencia misma del viaje, y que esta experiencia se ve influenciada por un conjunto de personas que se dedican a brindar un servicio personalizado. Las empresas hoteleras desempeñan un papel fundamental en la creación de una experiencia turística memorable, y esto depende en gran medida de la preparación y el buen recibimiento del personal para atender adecuadamente al turista.

Vidrio et al. (2020), realizaron la presente investigación: “Calidad del servicio hotelero, lealtad e intención de compra”, para determinar la relación entre las variables. La metodología de la investigación utilizada fue de tipo transversal, polietápica y correlacional-causal. La muestra consistió en la participación de 200 personas a las cuales se les aplicó un cuestionario utilizando tres escalas de medición. Los resultados revelaron que las personas tienen altas expectativas en cuanto a la calidad de servicio al seleccionar hoteles de 3, 4 o 5 estrellas, ya que esperan recibir un servicio excelente. Sin embargo, en muchas ocasiones no se sienten totalmente satisfechas y su decisión de volver a visitar el hotel se basa en su experiencia inicial. Se concluye que, en el establecimiento hotelero estudiado, el servicio brindado no cumple con las expectativas de los clientes. Esto se basa en la muestra compuesta por trabajadores y clientes que han recibido algún servicio. En resumen, es crucial considerar la calidad de servicio que se ofrece en una cadena hotelera, ya que el establecimiento estudiado no está satisfaciendo las expectativas de los clientes. Se debe trabajar en mejorar la experiencia del cliente para lograr su satisfacción y fidelidad hacia el hotel.

Rabadán et al. (2021), realizó la investigación: “¿Son los establecimientos

hoteleros y de restauración fieles a las certificaciones de los sistemas de gestión de calidad?" identificando ciertas empresas hoteleras y de restauración que no consideran necesario contar con alguna certificación de sistema de gestión de calidad. Se utilizó una metodología analítica en la cual se consultó el directorio de establecimientos y espacios certificados. La muestra consistió en 603 establecimientos, incluyendo hoteles y servicios de restauración, en la región de Andalucía durante los años 2006 y 2018. Los resultados revelaron que un 49,8% de los establecimientos buscaban mejorar su calidad, optando por obtener la certificación ISO 9001. En conclusión, se destaca la importancia de que las empresas que brindan servicios se esfuercen por obtener la certificación de calidad, ya que esto contribuye a la fidelización de los clientes y mejora su experiencia en los establecimientos visitados. La búsqueda de la calidad a través de estándares reconocidos como la norma ISO 9001 es crucial para garantizar la satisfacción y confianza de los clientes.

2.3 Definición de términos básicos|

Administrador del hotel

El administrador hotelero es el profesional que socializa en gran parte de su trabajo, administra los sectores de mantenimiento y contabilidad, minimiza los gastos en alimentación y bebidas y evalúa cómo se desempeña cada área de trabajo (Miranda y Miranda, 2018).

Camarera

La camarera es la encargada de que las habitaciones del hotel queden impecables, después de que se retiren los huéspedes, siempre debe buscar que las habitaciones queden totalmente aseadas, como si estuviera nueva, para que de esta manera el huésped próximo se lleve una buena imagen de la misma, y logremos fidelizarlo (Editorial Vértice, 2008).

Check in

El check in es el ingreso de los huéspedes a un hotel, de acuerdo a las políticas de cada hotel, se debe establecer cuáles serán las cortesías que se cuenta, al ingresar, y así no exista conflictos entre los mismos (Editorial Vértice, 2008).

Check out

El check out se entiende cuando los huéspedes se retiran del hotel cancelando sus servicios, respetando el horario establecido (Editorial Vértice, 2008).

Hotel

El hotel es un establecimiento que sirve para albergar personas que viajan pordistintos motivos (Carrasco, 2013).

Restauración del hotel

La restauración del hotel es considerada como un gran aporte dentro de la sociedad que se encuentra dentro del hotel, para brindar servicios a los huéspedes o clientes habituales, que desean solo ese servicio, teniendo en cuenta que, a los huéspedes, se les cobra al finalizar su estancia en el hotel (Editorial Vértice, 2008).

Room service

El room service se entiende cuando un huésped pide el servicio de restauración a la habitación, depende las políticas de cada hotel si se realiza algún cobro adicional, pero habitualmente no se realiza ningún tipo de cobro en los hoteles (Pinargote et al.,2020).

Satisfacción del cliente

Satisfacción se entiende cuando una empresa brinda un producto y a sus consumidores logran satisfacer sus necesidades de una manera eficaz, donde es probable, que se pueda lograr fidelizar al cliente (Ucha, 2009).

Sistema de gestión hotelera

También conocidos como software de gestión hotelera (SIGH) o property management system (PMS). Los "property Management systems", PMS, o sistemas de gestión hotelera, son sistemas donde se utiliza para llevar un control para el buen manejo de un hotel. Con ello se podrá mantener una mejor organización dentro de la empresa, es aplicable tanto para cadenas hoteleras o hoteles independientes. (Rodríguez, 2015)

Reservación de habitaciones

Consiste cuando el consumidor realiza una previa reservación de habitación para una fecha determinada, teniendo como obligación el hotel de no

brindar esta habitación para otra persona durante el tiempo que indica el nuevo huésped, cancelando todo ello al finalizar el servicio. (Rodriguez, 2015)

CAPÌTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis

3.1.1 Hipótesis general

Existe una relación significativa entre gestión hotelera y servicio al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.

3.1.2 Hipótesis Específicas

Existe una relación significativa entre innovación y servicio al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.

Existe una relación significativa entre sostenibilidad ambiental y servicio al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.

Existe una relación significativa entre Planificación y servicio al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.

3.2 Definición conceptual de las variables

3.2.1 Variable 1: Gestión Hotelera

Iñiguez et al. (2018), señala que la gestión hotelera se define como el conjunto de procesos que abarcan la planificación, organización, dirección y control en hoteles, con el objetivo fundamental de alcanzar los objetivos predefinidos por la empresa. Esta gestión administrativa se centra en mejorar la productividad mediante el uso eficiente de los recursos organizacionales disponibles. Es crucial destacar que el compromiso de la gerencia hotelera con sus metas y propósitos se determina en gran medida por la claridad y precisión con la que se establecen los objetivos, lo que influye directamente en el éxito y eficacia de la empresa en el sector hotelero. Gónzalez & Aranda (2022) expresan que, en la gestión hotelera contemporánea, se observa una tendencia a dar prioridad a los elementos tangibles de la oferta, enfocándose en la obtención de ingresos y utilidades. Las estrategias se centran predominantemente en aspectos operativos del negocio, dejando de lado la crucial integración con las estrategias de servicio dirigidas hacia la satisfacción del cliente.

3.2.2 Variable 2: Mejora del servicio al cliente

Gónzalez & Aranda (2022) destacan que el concepto de servicio, en virtud de su origen y contenido, define el valor o los beneficios que la empresa aspira ofrecer al mercado. Este planteamiento implica que el concepto condiciona previamente la operación de la organización, incluyendo aspectos como la idea del negocio, las

estructuras, los componentes y las estrategias. Esta condicionante tiene lugar desde la fase de diseño del producto o servicio, asegurando así su entrega eficiente.

De acuerdo con Zárraga et al. (2018), este se concibe como la priorización de las necesidades inherentes a un servicio de calidad. Para lograrlo, es esencial tener una comprensión clara del servicio que se va a proporcionar y la manera en que se llevará a cabo, dado que ambos aspectos poseen significados distintos y conllevan a resultados diferentes.

3.3 Operacionalización de las Variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de evaluación	Rango y valores de las variables
V1: Gestión Hotelera	Izaguirre (2019), señala que la gestión hotelera es un factor importante dentro de una empresa para lograr un buen desarrollo con respecto a sus estrategias y el buen desenvolvimiento de los trabajadores, ya que son piezas fundamentales para la fidelización del cliente.	Cuestionario de hotelera conformado por 11 ítems	Innovación	Fidelización Tecnología	(1-4)	1-Pésimo 2-Regular 3-Bueno 4-Muy bueno 5-Excelente	Percepción (P): (5) Diferencia (D): $D = \frac{\sum \text{Respuestas}}{\text{Número de respuestas}}$
			Sostenibilidad ambiental	Demanda Cambio climático	(5-8)		
			Planificación	Visión Misión	(9-11)		
V2: Servicio al Cliente	Según Zárraga et al. (2018), señala que el servicio al cliente se entiende como la búsqueda de priorizar las necesidades que requieren en un servicio de calidad, para ello es necesario tener claro cuál es el servicio que se va brindar, y cual va ser la manera que se le va brindar, ya que no tienen el mismo significado.	Cuestionario de plan de conservación conformado por 9 ítems	Talento humano	Capacitación Cultura organizacional Supervisión	(12-14)	1-Pésimo 2-Regular 3-Bueno 4-Muy bueno 5-Excelente	Expectativa (E): $E = Percepción - D$
			Estrategias	Productividad Competitividad	(15-17)		
			Rentabilidad	Económica Financiera	(18-20)		

Nota: La Tabla representa el proceso de la operacionalización de las variables en dimensiones, indicadores, número de ítems, rangos y niveles.

CAPÍTULO IV: DISEÑO METODOLÓGICO

4.1 Tipo de investigación

La investigación fue de enfoque cuantitativo, según Fernández (2019), se basa en la recopilación sistemática de datos a través de instrumentos de medición estandarizados, permitiendo el análisis estadístico para obtener resultados confiables y generalizables. Asimismo, la investigación correspondió al tipo de investigación básica porque es un enfoque científico que busca resolver problemas prácticos y aplicar los resultados de la investigación en la vida cotidiana. Según Nicomedes (2018), la investigación básica o sustantiva se denomina pura porque su interés radica en el conocimiento mismo. Su motivación proviene de la curiosidad y el placer de descubrir nuevos conocimientos, también conocido como amor por la sabiduría. Se considera básica porque sirve de base para la investigación aplicada o tecnológica, y es "fundamental" porque es esencial para el avance de la ciencia.

4.2 Diseño de investigación

El diseño será no experimental y de corte transversal. Según Martínez (2018), el diseño no experimental se caracteriza por la observación y descripción de fenómenos tal como ocurren en su contexto natural, sin manipular deliberadamente las variables. Por otro lado, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México (INEGI, 2020) define el diseño transversal como aquel en el que se recopilan datos de una muestra de individuos o elementos en un solo momento, con el objetivo de obtener información sobre una población o fenómeno en un punto específico en el tiempo.

A través del diseño no experimental y de corte transversal, se pueden obtener datos descriptivos y correlaciones entre variables sin intervenir activamente en el entorno de estudio, de ahí que el nivel de la investigación corresponde a este tipo de estudio. Según Hernández et al. (2014), en este nivel se busca determinar si existe una asociación entre dos o más variables y medir el grado de relación entre ellas.

4.3 Método de investigación

El método será el hipotético deductivo, es un enfoque ampliamente utilizado en la investigación científica que se basa en la formulación de hipótesis y la deducción lógica para contrastarlas con la evidencia empírica. Según Fernández (2020), este método implica plantear una hipótesis que establece una relación entre variables y luego deducir las

consecuencias lógicas de esa hipótesis. Posteriormente, se recopilan datos y se realizan pruebas para verificar si los resultados empíricos respaldan o refutan la hipótesis planteada.

4.4 Población y muestra

4.4.1 La población

En este presente trabajo de investigación serán los clientes del Hotel Huarco S.A.C., donde tenemos en consideración a un total de 250 personas que han recibido un servicio del mencionado hotel en el año 2022, según las estadísticas proporcionadas por el administrador del hotel, donde la población es el conjunto total de una entidad, y partiremos de allí para seleccionar nuestra muestra específica: "Describe y argumenta la decisión sobre la población objetivo para investigar el objeto de estudio, así como, los criterios básicos de determinación de la muestra considerada para la investigación" (Saravia, 2006, p. 11).

4.4.2 Muestra

La muestra se refiere a una porción limitada y representativa que se obtiene de manera selectiva dentro de la población disponible (Hernández et al., 2014). La muestra ha sido seleccionada de acuerdo con los objetivos del estudio y está compuesta de la siguiente manera:

$$\frac{N = Z^2 \times p \times q \times N}{e^2 \times (n-1) + Z^2 \times p \times q}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza con

distribución normal

p= probabilidad a favor 0.5

q= probabilidad en

contra 0.5

N= tamaño de la

población

E= error muestral o error permitido

Se toma en cuenta el grado de confiabilidad de 95%, con 0.05 de error muestral y la probabilidad será 0.5, es decir, 50%.

$$N = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 220}{0.05^2 * (220-1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$N = \frac{3.8416 * 0.25 * 220}{0.0025 * 219 + 3.8416 * 0.25}$$

$$N = \frac{211,288}{0.5475 + 0.9604}$$

$$N = \frac{211,288}{1.5079}$$

N= 140,12

N= 140

Luego de haber aplicado la fórmula antes vista, también tomando el margen de error del 5%, se obtuvo como resultado el tamaño de muestra de 140 clientes que han visitado el Hotel Huarco, estos son el número de personas a los que se les brindará el cuestionario, a los que se aplica el muestreo estratificado proporcionado y de la afijación proporcional de los elementos del estrato, usando la fórmula estadística que corresponde a (Bernal, 2006).

En el presente estudio, se utilizó un enfoque de muestreo probabilístico, Según lo señalado por Gil (2018), este tipo de muestreo se caracteriza por utilizar técnicas estadísticas que permiten calcular las probabilidades de selección de cada elemento de la población. En línea con esto, Hernández et al. (2014) destacan que asegura una representatividad más precisa de la población y permite generalizar los resultados obtenidos a partir de la muestra hacia el conjunto más amplio. Al contar con una base sólida de probabilidad, el muestreo probabilístico brinda una mayor

confiabilidad y validez a los resultados obtenidos.

4.5 Lugar de estudio

En el distrito de San Luis queda ubicado el Hotel Huarco, la cual queda ubicado en Antigua Panamericana Sur Km 135.5.

4.6 Técnicas e instrumentos para la recolección de los datos

4.6.1 Técnica

Se utilizó como técnica la encuesta. Según Bravo et al. (2020), la encuesta se basa enla recolección de información mediante cuestionarios estandarizados, lo que permite obtener datos cuantitativos de una muestra representativa de la población.

4.6.2 Instrumentos

El instrumento que se utilizó son los cuestionarios. Según Hernández et al. (1997), indica que un cuestionario es el tipo de instrumento que mayormente se utiliza para recolectar información, donde serán encuestadas las personas específicas, que será nuestra muestra la cual vamos a estudiar. Se ha adaptado 20 preguntas con relación a las dimensiones, y poder lograr el nivel de calidad de servicio que se brinda en el hotel, conforme a las respuestas que brindaron los clientes.

Se planteó el cuestionario con relación al modelo SERVQUAL, las interrogantes tuvieron puntuaciones del 1 al 5, el 1 es la calidad más baja que brinda el hotel, 2 es mala, 3 es el nivel regular, 4 es el nivel bueno y 5 es una respuesta óptima en relación al buen servicio que se brinda en la empresa, para obtener el conteo de los resultados, se suma el total y se dividió por la cantidad de personas que han sido evaluadas.

Ficha técnica del instrumento sobre Gestión Hotelera

La construcción de este instrumento fue con 11 ítems, también de respuesta múltiple: pésimo, regular, bueno, muy bueno, excelente, con información sobre las 3 dimensiones establecidas para esta variable: innovación, sostenibilidad ambiental y planificación

Nombre: Cuestionario de Gestión Hotelera

Objetivo: Identificar si la gestión hotelera se relaciona con el servicio al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.

Administración: Individual

Duración: 15 minutos

Sujeto de aplicación: Clientes que han recibido un servicio del Hotel Huarco

Técnica: Encuesta

Proceso de validación: Juicio de expertos

Confiabilidad: Alfa de Cronbach

Puntuación y escala de calificación: Escala de Likert.

Tabla 3

Escala de la variable 1

Puntuación Numérica	Escala
1	Pésimo
2	Regular
3	Bueno
4	Muy Bueno
5	Excelente

Nota. La Tabla presenta la escala de respuesta del instrumento Gestión hotelera

Ficha técnica del instrumento sobre Servicio al Cliente

La construcción de este instrumento fue con 9 ítems, también de respuesta múltiple: pésimo, regular, bueno, muy bueno, excelente, con información sobre las 3 dimensiones establecidas para esta variable: Talento humano, estrategias y rentabilidad.

- **Nombre:** Cuestionario de Servicio al Cliente
- **Objetivo:** Identificar si la gestión hotelera se relaciona con el servicio al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.
- **Administración:** Individual
- **Duración:** 15 minutos
- **Sujeto de aplicación:** Clientes que han recibido un servicio del Hotel Huarco
- **Técnica:** Encuesta
- **Proceso de validación:** Juicio de expertos
- **Confiabilidad:** Alfa de Cronbach
- **Puntuación y escala de calificación:** Escala de Likert

Tabla 4

Escala de la variable 2

Puntuación Numérica	Escala
1	Pésimo
2	Regular
3	Bueno
4	Muy Bueno
5	Excelente

Nota: La Tabla presenta la escala de respuesta del instrumento Servicio al cliente

Validez

La validez del instrumento de investigación es un aspecto fundamental para garantizar la calidad de los datos recopilados y las conclusiones obtenidas. Según Hernández et al. (2018), se refiere a la capacidad del instrumento para medir o evaluar de manera precisa el fenómeno o constructo que se está estudiando. Para evaluar la validez de un instrumento, utilicé la validez de contenido, que se refiere a la adecuación y representatividad de los ítems o preguntas en relación con el constructo que se desea medir.

Los aspectos de validación fueron la claridad, consistencia, coherencia y pertinencia de cada una de las preguntas. Al finalizar otorgó la opinión de aplicabilidad.

Tabla 5

Aspectos de validación del instrumento de investigación

Aspectos de Validación	Descripción
Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado.
Consistencia	Basado en aspectos teóricos y científicos.
Coherencia	Existe correspondencia entre las categorías, subcategorías y dominios.
Pertinencia	Adecuado al tema de investigación.

Nota. La información corresponde a los criterios de validación del instrumento

4.6.3 Confiabilidad

La confiabilidad es una medida crucial en la investigación científica que evalúa la consistencia y estabilidad de los instrumentos de medición utilizados. Según Núñez et al. (2020), se refiere a la capacidad de un instrumento para producir resultados consistentes y reproducibles en diferentes momentos y condiciones. Una de las técnicas más comunes para evaluar la confiabilidad es el coeficiente alfa de Cronbach. Este mide la consistencia interna de un conjunto de ítems o preguntas en un cuestionario. Según Lloret et al. (2017), un valor de alfa de Cronbach mayor a 0.70 indica una buena confiabilidad, aunque valores superiores a 0.80 son preferibles. En esta investigación se procedió a la aplicación del alfa de Cronbach obteniendo el siguiente resultado:

Tabla 6

Variable Gestión hotelera

Alfa de Cronbach	N de elementos
,952	11

Nota. El coeficiente de alfa de Cronbach es 0,952 lo cual indica alta confiabilidad del instrumento que mide la Gestión hotelera.

Tabla 7

Variable Servicio al cliente

Alfa de Cronbach	N de elementos
,948	9

Nota. El coeficiente de alfa de Cronbach es 0,948 lo cual indica alta confiabilidad del instrumento que mide el Servicio al cliente

4.7 Análisis y procesamientos de datos

El análisis y procesamiento de datos en la investigación científica es fundamental para obtener conclusiones válidas y significativas. Para llevar a cabo este proceso, se utilizó diversas herramientas y técnicas estadísticas. En el caso del análisis de datos, una herramienta ampliamente utilizada es el software estadístico SPSS (Sistema de Procesamiento de Datos Estadísticos), el cual permite realizar análisis estadísticos de manera eficiente. Mediante el uso de técnicas de estadística descriptiva, como la generación de tablas y figuras, se podrá visualizar y resumir la información obtenida en los datos. Además, la estadística inferencial se utilizará para establecer relaciones y realizar inferencias sobre una población a partir de la muestra. Esta técnica permitirá demostrar la existencia de relaciones significativas entre variables y brindar respuestas a las preguntas de investigación planteadas.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1 Resultados descriptivos |

Innovación

A continuación, presentaremos los resultados de la encuesta que se llevó a cabo, abordando una serie de preguntas diseñadas para explorar las dimensiones y variables específicas seleccionadas para el estudio de la innovación.

Tabla 8

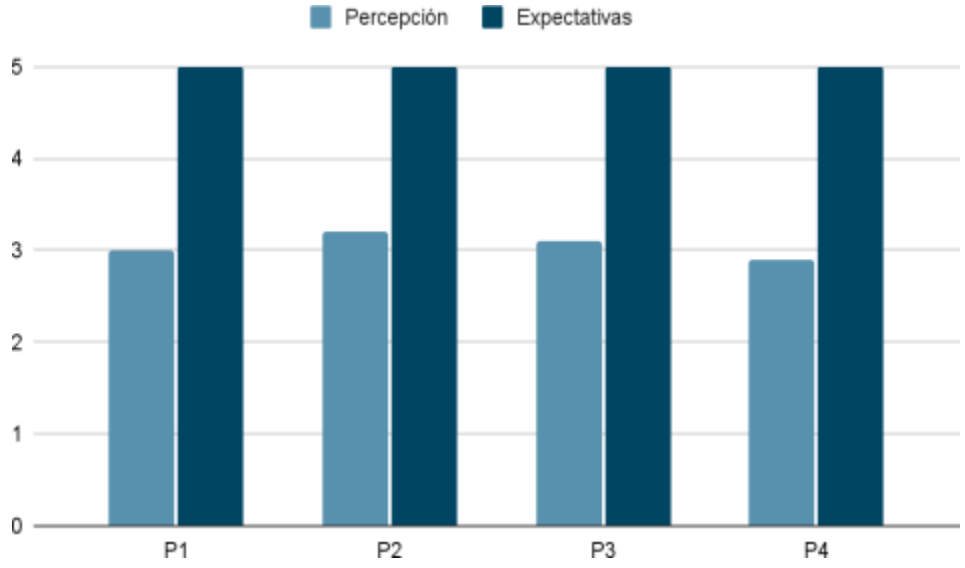
Preguntas relacionadas a la innovación

Pregunta	Diferencia	Percepción	Expectativa
P1. El Hotel cuenta con equipamiento moderno.	3	*5*	*2*
P2. La infraestructura del hotel es visualmente atractiva.	3,2	5	1,8
P3. Los elementos como las redes sociales y folletos son visualmente atractivos.	3,1	5	1,9
P4: El Restaurante innova constantemente sus platos a la carta.	2,9	5	2,1

Nota. Se presenta los datos de la percepción, expectativa y diferencia entre ambos criterios en las P1, P2, P3 y P4, referente a innovación.

Figura 3

Comparación de la percepción de los clientes del Hotel Huarco y expectativas de ladimensión innovación



Nota. La Figura muestra las cifras de la percepción de los clientes y sus expectativas acercade la innovación en el año 2022, obtenidos por el SPSS.

Equipamiento moderno: En la tabla 8 y figura 3, se enfocó en los equipos disponibles, como televisores modernos, sistemas de aire acondicionado, llaves con chip, entre otros. Al analizar la Figura 3, se revela que las expectativas de los clientes superan ligeramente su percepción, con un margen del 2% en expectativas frente a un 3% en percepción. Estos datos sugieren que la percepción de los clientes no alcanza a cumplir completamente sus expectativas. Este hallazgo resalta la oportunidad de mejorar la implementación y el mantenimiento de los equipos para brindar una experiencia aún más satisfactoria a nuestros clientes.

Infraestructura: En la tabla 8 y figura 3, es respecto a la evaluación de la infraestructura del hotel, esta se refiere al tipo de material utilizado en la construcción del mismo. Observamos una diferenciade 1.8%, con una percepción de 3.2%. Esto indica que, si bien las expectativas no están siendo superadas, los clientes se sienten satisfechos con la infraestructura del hotel.

Elementos digitales: En la tabla 8 y figura 3, es respecto a la interrogante sobre la presencia digital y estrategias de promoción, que incluyen elementos como redes

sociales y publicidad destinados a atraer a nuevos clientes, se observa una diferencia de 1.9% entre las expectativas y las percepciones de los clientes. La percepción de los clientes se sitúa en 3.1%, lo que indica una ligera influencia negativa. Este fenómeno puede atribuirse, en parte, a la falta de actualización de la página web del Hotel Huarco durante varios años.

Actualización de la carta de restaurante: En la tabla 8 y figura 3, es respecto a la pregunta sobre la actualización de la carta del restaurante, la incluimos para evaluar la importancia de la innovación y la búsqueda constante de nuevas promociones, que los clientes valoran. La diferencia entre las perspectivas y las expectativas es de 2.1, lo que indica una diferencia significativa. Este resultado señala una preocupante falta de propuestas por parte de la gerencia del hotel, lo que podría ser un factor que contribuye a esta problemática.

Sostenibilidad ambiental

A continuación, se presentan los resultados de las preguntas relacionadas con la sostenibilidad ambiental. Estas interrogantes se centran en evaluar el desempeño del hotel en términos de sostenibilidad, con el objetivo de comprender la percepción de los clientes sobre este aspecto.

Tabla 9

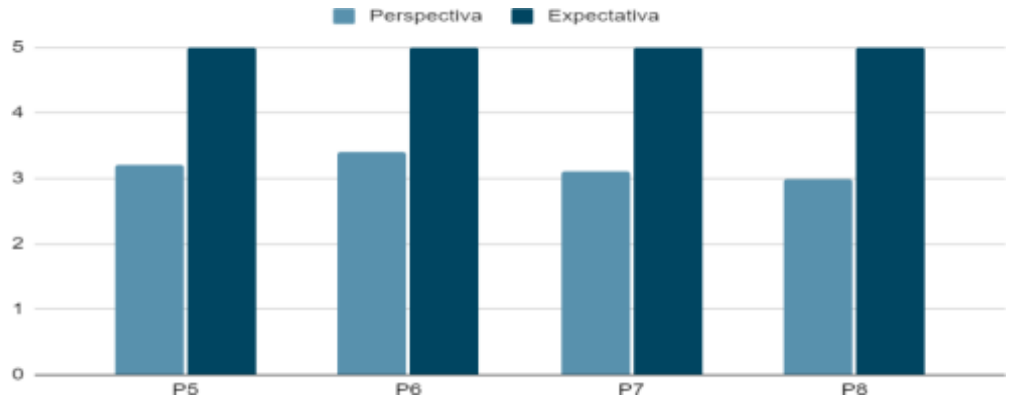
Preguntas relacionadas a la sostenibilidad ambiental

Pregunta	Diferencia	Percepción	Expectativa
P5. Considera que el hotel busca una responsabilidad ambiental constantemente.	3,2	5	1,8
P6: Puede percibir que las áreas verdes están cuidadas correctamente.	3,4	5	1,6
P7. Considera que el hotel cuenta con una infraestructura bioclimática.	3,1	5	1,9
P8. El trabajador le hizo alguna recomendación para el cuidado del agua.	3	5	2

Nota. Datos obtenidos de la percepción y expectativa obteniendo una diferencia entre ambos criterios.

Figura 4

Comparación de la percepción y expectativas de la dimensión sostenibilidad ambiental



Nota. La Figura muestra las cifras de la percepción de los clientes y sus expectativas acercade la sostenibilidad ambiental en el año 2022.

Responsabilidad ambiental: En la tabla 9 y figura 4, está relacionada con el verdadero compromiso que tiene el hotel con la protección del medio ambiente. Donde se pudo apreciar que en la figura 4, las expectativas no cubrieron la total expectativa, pero aun así se pudo apreciar que existe perspectivas de un 3,2%, la cual indica un aspecto positivo, arrojando una diferencia de ambas de un 1,8%.

Áreas verdes cuidadas: En la tabla 9 y figura 4, está relacionada con la percepción que tiene el cliente con los cuidados que se brinda al medio ambiente, ya que el hotel cuenta con amplia variedad de áreas verdes, dando una diferencia de percepción y expectativa de 1,6%, la cual es un factor positivo, pero que no llega a la expectativa de los clientes.

Infraestructura bioclimática: En la tabla 9 y figura 4, aborda la infraestructura requerida en el hotel, especialmente en áreas verdes, que deben cumplir ciertos criterios para su óptimo funcionamiento. Los datos de la Tabla 2 reflejan una diferencia de 1.9% entre las perspectivas y expectativas, con un resultado de 3.1% en las perspectivas de los clientes.

Trabajador con responsabilidad ambiental: En la tabla 9 y figura 4, se refiere al compromiso con la responsabilidad ambiental debe ser igualitario para todos los trabajadores, ya que se deben tener en cuenta ciertos criterios para llevar a cabo un trabajo eficaz. Esto se refleja en una perspectiva del 3%, lo que contribuye favorablemente a los objetivos del hotel y genera una diferencia del 2% con respecto a otros aspectos.

Planificación

La tabla siguiente presenta los datos recopilados sobre la percepción y las expectativas de los clientes del Hotel Huarco en relación con la planificación que llevan a cabo los propietarios para ofrecer un servicio de alta calidad.

Tabla 10

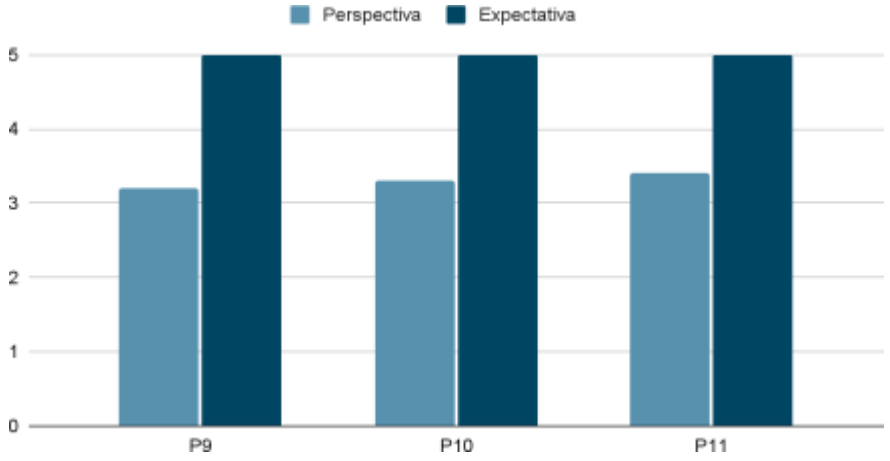
Preguntas relacionadas a la planificación

Pregunta	Diferencia	Percepción	Expectativa
P9: El hotel brinda una atención personalizada.	3,1	5	1,9
P10: El hotel tiene convenientes horarios de trabajo para todos sus clientes.	3,3	5	1,7
P11: Siente seguridad en los trámites hechos en el hotel.	3,4	5	1,6

Nota. Datos obtenidos de la percepción y expectativa obteniendo una diferencia entre ambos criterios.

Figura 5

Comparación de la percepción y expectativas de la dimensión Planificación



Nota. La Figura muestra las cifras de la percepción de los clientes y sus expectativas acerca de la planificación en el año 2022.

Atención personalizada: En la tabla 10 y figura 5, se enfoca en la atención que el Hotel Huarco brinda a sus clientes. Se observó una diferencia del 1.9% entre las perspectivas y las expectativas de los encuestados, con una percepción promedio de 3.1%. Esto indica que la relación con la calidad del servicio está ejerciendo una influencia positiva en la empresa.

Horarios de Trabajo: En la tabla 10 y figura 5. se centra en el horario adecuado que deben seguir los trabajadores para garantizar que siempre haya personal disponible para atender las solicitudes de los clientes. Se registró una diferencia del 1.7% entre las perspectivas y las expectativas, con una percepción promedio de 3.3%. Esto refleja una relación positiva entre la calidad del servicio y los horarios de trabajo.

Seguridad: En la tabla 10 y figura 5, se centra en la seguridad que se brinda para proteger la integridad de los clientes en todo momento. Vamos a evaluar si los clientes realmente se sienten seguros. La diferencia entre la percepción y las expectativas fue de 1.6%, con una percepción promedio de 3.4%. Esto indica una relación positiva entre la percepción de seguridad por parte de los clientes y sus expectativas.

Talento humano

En procesamiento de las preguntas que se presentan a continuación refleja los datos recopilados sobre la percepción y las expectativas en relación al personal que trabaja en el Hotel Huarco, así como la calidad del servicio que los clientes experimentan dentro del establecimiento.

Tabla 11

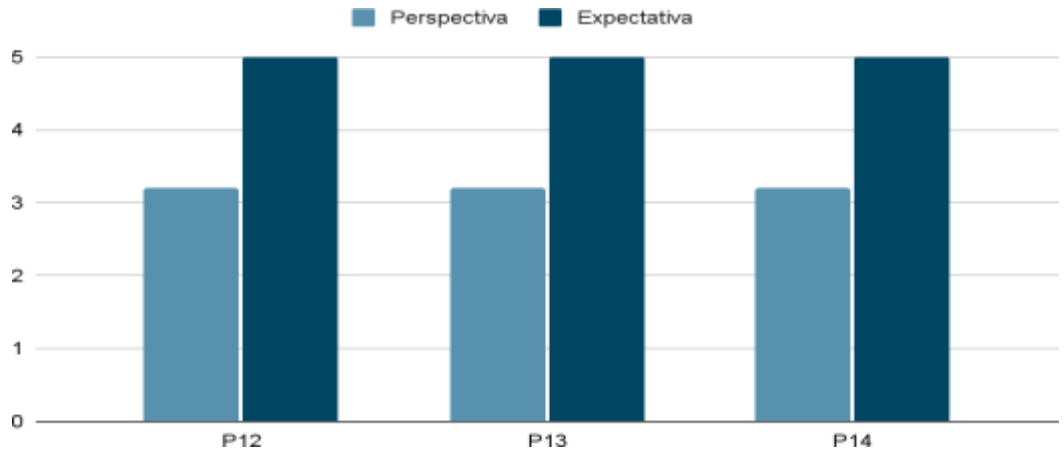
Preguntas relacionadas a talento humano

Pregunta	Diferencia	Percepción	Expectativa
P12. El trabajo tuvo un buen desempeño.	3,2	5	1,8
P13.El desenvolvimiento del trabajador es positivo.	3,2	5	1,8
P14. El personal se preocupa por brindar un servicio exento de errores.	3,2	5	1,8

Nota. Datos obtenidos de la percepción y expectativa obteniendo una diferencia entre ambos criterios.

Figura 6

Comparación de la percepción de los clientes del Hotel Huarco y expectativas de la dimensión Talento Humano



Nota. La Figura muestra las cifras de la percepción de los clientes y sus expectativas acercadel talento humano en el año 2022.

Buen desempeño: En la tabla 11 y figura 6, se refiere a los resultados logrados por los trabajadores a través de su excelente desempeño al brindar servicio. Se ha observado una diferencia del 1.8% entre la percepción y las expectativas, con una percepción promedio de3.2%. Esto evidencia una influencia positiva de la calidad del servicio en la empresa.

Desenvolvimiento del trabajador: En la tabla 11 y figura 6, se refiere al desenvolvimiento de los trabajadores, específicamente su capacidad para no mostrarse tímidos ni cohibidos al prestar el servicio. Se ha observado una diferencia del 1.8% entre la percepción y las expectativas, con una percepción promedio de 3.2%. Esto refleja una relación positiva entre la calidad del servicio y el comportamiento de los trabajadores durante su labor.

Servicio exento de errores: En la tabla 11 y figura 6, está enfocada con la calidad de servicio que recibió el cliente y si en algún momento hubo algún error con lo solicitado, entre otros problemas que se puede presentar, donde la diferencia de la percepción y expectativa fue de 1,8%, arrojando como muestra de la percepción es de 3,2%, estableciendo una relación positiva entre la percepción y la expectativa.

Estrategias

El gráfico que se presenta a continuación proporcionará información sobre las preguntas relacionadas con la dimensión estratégica que el Hotel Huarco presenta. En primer lugar, se evaluará la percepción y las expectativas de los clientes para luego determinar la diferencia en cada pregunta.

Tabla 12

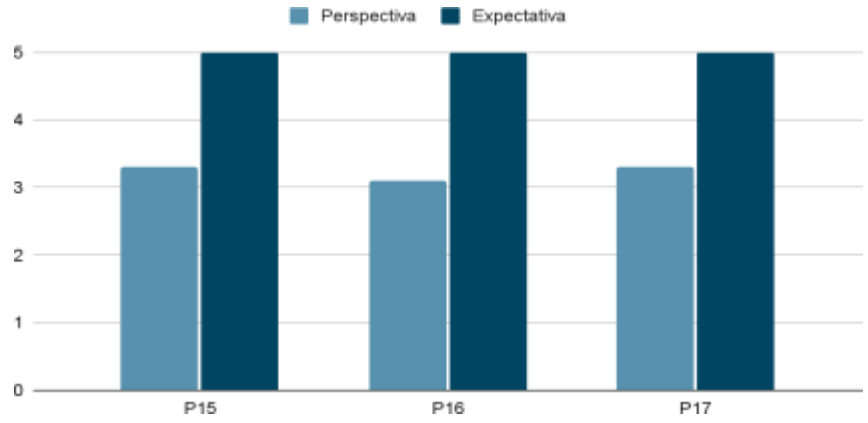
Preguntas relacionadas a estrategias

Pregunta	Diferencia	Percepción	Expectativa
P15. Los trabajadores actúan con discreción y respetan la intimidad del cliente.	3,3	5	1,7
P16. En su opinión, los distintos servicios funcionan con rapidez.	3,1	5	1,9
P17. El personal muestra profesionalismo en sus actividades	3,3	5	1,7

Nota. Datos obtenidos de la percepción y expectativa obteniendo una diferencia entre ambos criterios.

Figura 7

Comparación de la percepción de los clientes y expectativas de la dimensión Estrategias



Nota. La Figura muestra las cifras de la percepción de los clientes y sus expectativas

acerca de las estrategias en el año 2022.

Discreción y respeto: En la tabla 12 y figura 7, se enfoca en el comportamiento del personal que brinda servicio, destacando su capacidad para mostrar total discreción y respeto durante la estadía de los huéspedes. Los resultados indican una diferencia del 1.7% entre la percepción y las expectativas, con una percepción promedio de 3.3%. Esto evidencia una influencia positiva de la calidad del servicio en la empresa.

Servicio rápido: En la tabla 12 y figura 7, se centra en la eficiencia laboral de los trabajadores responsables de la preparación de servicios, como cocineros, personal de housekeeping, y recepcionistas, entre otros. Se ha identificado una diferencia del 1.9% entre la percepción y las expectativas, con una percepción promedio de 3.1%. Esto refleja una relación positiva entre la calidad del servicio y la rapidez en la atención.

Personal profesional y capacitado: En la tabla 12 y figura 7, se refiere al personal capacitado y su participación constante en programas de formación para mejorar su capacidad de respuesta y desempeño en la empresa. Se ha identificado una diferencia del 1.7% entre la percepción y las expectativas, con una percepción promedio de 3.3%. Esto establece una relación positiva entre la percepción de los clientes y sus expectativas en este aspecto.

Rentabilidad

La tabla que se presenta a continuación proporcionará datos relacionados con la dimensión de la rentabilidad, específicamente, la relación entre la calidad y el precio que experimentan los clientes. En primer lugar, se evaluará la percepción y las expectativas para luego calcular la diferencia entre ambas.

Tabla 13

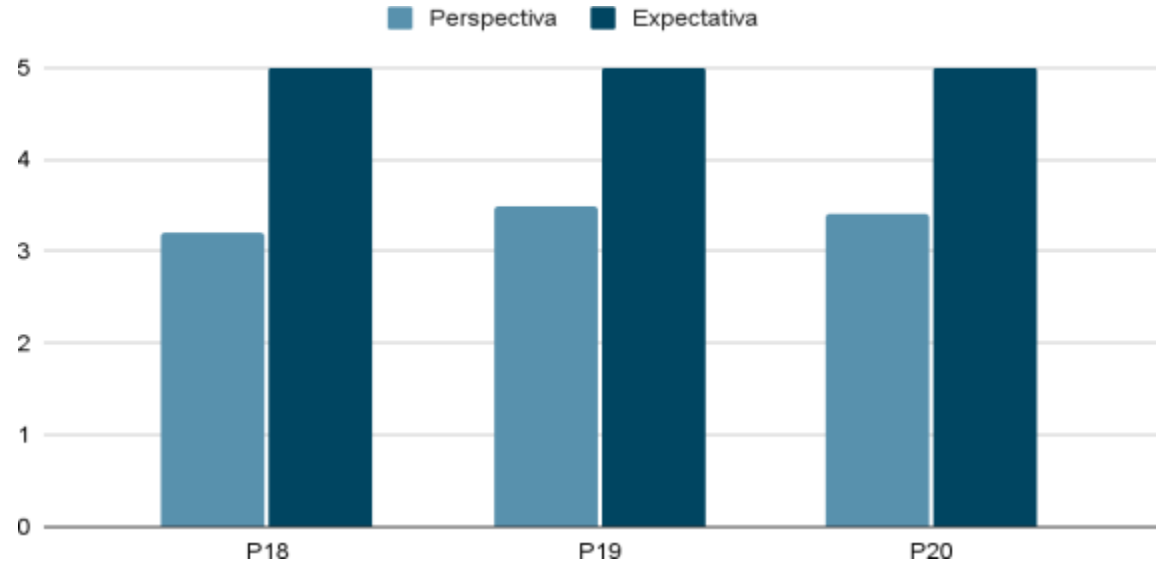
Preguntas relacionadas a rentabilidad

Pregunta	Diferencia	Percepción	Expectativa
P18. El precio del servicio tiene relación a la calidad recibida.	3,1	5	1,9
P19. Estaría de acuerdo si se realizara ofertas y promociones en el hotel y su restaurante.	3,4	5	1,6
P20. Recomendaría a sus familiares y amistades el Hotel Huarco.	3,4	5	1,6

Nota. Datos obtenidos de la percepción y expectativa obteniendo una diferencia entre ambos criterios.

Figura 8

Comparación de la percepción de los clientes y expectativas de la dimensión Rentabilidad



Nota. La Figura muestra las cifras de la percepción de los clientes y sus expectativas acerca de la rentabilidad en el año 2022.

Precio - servicio: En la tabla 13 y figura 8, aborda la relación entre el precio del servicio y la calidad experimentada por los clientes durante su estadía. Los resultados indican una diferencia del 1.9% entre la percepción y las expectativas, con una percepción promedio de 3.1%. Esto resalta la influencia positiva de la calidad del servicio en la empresa, en relación con su precio.

Ofertas y promociones: En la tabla 13 y figura 8**,** se centra en las nuevas propuestas de innovación que puedan captar la atención de los clientes, quienes siempre están a la expectativa de novedades del hotel. La diferencia entre la percepción y las expectativas fue de 1.6%, con una percepción promedio de 3.4%. Esto indica una relación positiva entre la calidad del servicio y la capacidad de ofrecer innovación de manera rápida.

Recomendación: En la tabla 13 y figura 8**,** se enfoca en la satisfacción experimentada por los clientes durante su estancia en el hotel, así como en su disposición para recomendarlo a amigos y familiares. Se ha registrado una diferencia del 1.6% entre la percepción y las expectativas, con una percepción promedio de 3.4%. Esto confirma una relación positiva entre la percepción de los clientes y su nivel de satisfacción y disposición para recomendar el hotel a otros.

5.2 Resultados Inferenciales

5.2.1 Prueba de Normalidad

En la presentación de la tabla de normalidad, es crucial para entender la relevancia de la prueba de Kolmogórov-Smirnov cuando trabajamos con muestras grandes (n > 50). Esta prueba ayuda a determinar si nuestros datos siguen una distribución normal o no, lo que es esencial para tomar decisiones basadas en suposiciones de normalidad y realizar análisis estadísticos avanzados.

Tabla 14

Resultado de prueba de normalidad

Pruebas de Normalidad			
	Kolmogorov-Smirnov[a]		
	Estadístico	gl	Sig.
D1	,200	140	,000
D2	,201	140	,000
D3	,227	140	,000
D4	,228	140	,000
D5	,212	140	,000
D6	,185	140	,000
V1	,167	140	,000
V2	,157	140	,000

Nota. Datos obtenidos de las dimensiones y variables,según Kolmogrov – Smirnov

Al obtener en la Tabla 14 un valor $p < 0.05$ en cada uno de los datos procesados, podemos concluir que la distribución no sigue una normalidad, lo que nos lleva a optar por la aplicación de la prueba no paramétrica de Spearman.

5.2.2 Prueba de hipótesis

5.2.2.1 Formulación de la Hipótesis general

Hi: Existe una relación significativa entre gestión hotelera y servicio al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.

Ho: No existe una relación significativa entre gestión hotelera y servicio al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.

Tabla 15

Correlación entre la Gestión Hotelera y Servicio al Cliente

Correlación				
Rho de Spearman	Gestión Hotelera	Coeficiente de correlación	1,000	,808**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	140	140
	Servicio al Cliente	Coeficiente de correlación	,808**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	140	140

Nota: Datos tomados del coeficiente de correlación entre las variables gestión hotelera y mejora del servicio al cliente a través de Rho Spearman

Según la información presentada en la tabla 15, se observa un valor de Rho Spearman igual a 0,808, indicando una correlación positiva alta. Además, un p_valor de 0,00 < 0,05, que estadísticamente es significativo. En consecuencia, podemos rechazar la hipótesis nula, lo que implica que existe una relación significativa entre la gestión hotelera y la mejora de los servicios en el Hotel Huarco, ubicado en el distrito de San Luis, Cañete-2023.

5.2.2.2 Hipótesis Específicas

Formulación de la Hipótesis Específica 1

Ho: Existe una relación significativa entre innovación y servicio al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.

Hi: No existe una relación significativa entre innovación y servicio al cliente en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.

Tabla 16

Correlación entre la dimensión innovación y la variable mejora del servicio alcliente

			D1	V2
Rho de Spearman	Innovación	Coeficiente de correlación	1,000	,714**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	140	140
	Servicio al Cliente	Coeficiente de correlación	,714**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	140	140

Nota. Los datos corresponden al resultado del coeficiente de correlación entre innovación y la mejora del servicio a través del coeficiente de Spearman.

Según los datos de la tabla 16, se puede observar un coeficiente de correlación de Rho Spearman igual a 0,714, lo que refleja una correlación positiva significativamente alta. Además, el p-valor es igual a 0,00, lo que es menor que 0,05, indicando una significancia estadística. En consecuencia, podemos rechazar la hipótesis nula, lo que implica que existe una relación significativa entre la innovación y la mejora de los servicios en el Hotel Huarco, - Cañete - 2023.

Tabla 17

Correlación entre la dimensión sostenibilidad Ambiental y la variable Servicio al Cliente

			D2	V2
Rho de Spearman	Sostenibilidad Ambiental	Coeficiente de correlación	1,000	,778**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	140	140
	Servicio al Cliente	Coeficiente de correlación	,778**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	140	140

Nota. Los datos corresponden al resultado obtenido acerca del coeficiente de correlación entre la dimensión sostenibilidad ambiental y la variable mejora en los servicios a través de Spearman

De acuerdo a la Tabla 17, se muestra que el valor de Rho Spearman es 0,778 presentándose una correlación positiva alta. Además, con un p_valor de 0,00 < 0,005 que estadísticamente señala como significativo. Por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula, es decir: existe una relación significativa entre la sostenibilidad ambiental y la mejora en los servicios del Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.

Tabla 18

Correlación entre la dimensión planificación y la variable Servicio al Cliente

			D3	V2
Rho de Spearman	Planificación	Coeficiente de correlación	1,000	,826**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	140	140
	Servicio al Cliente	Coeficiente de correlación	,826**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	140	140

Nota. Los datos corresponden al resultado obtenido acerca del coeficiente de correlación entre la variable mejora en los servicios y la dimensión planificación, a través de Spearman.

De acuerdo a la Tabla 18, se muestra que el valor de Rho Spearman es 0,826 expresando una correlación positiva alta. Además, con un p_valor de 0,00 < 0,05, que estadísticamente es significativo. Por consiguiente, se rechaza la hipótesis nula,esto quiere decir que: Existe una relación significativa entre la Planificación y la mejora en los servicios del Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.

VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Partiendo del objetivo general, Analizar cómo la gestión hotelera constituye una alternativa de mejora en los servicios en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023, los resultados obtenidos nos indica que el valor Rho Spearman es 0,808 evidenciándose una correlación positiva alta. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, esto quiere decir que: Existe una relación significativa entre la gestión hotelera y la mejora en los servicios en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.

Guerrero (2022) obtuvo resultados similares en su tesis, cuyo objetivo era analizar la relación entre el control interno y la gestión hotelera. Sus hallazgos concuerdan con los obtenidos en este estudio, ya que encontró una correlación positiva alta de 0,666 entre ambas variables. Además, también realizó correlaciones entre las variables y dimensiones utilizando el coeficiente Rho Spearman encontrando una correlación positiva débil de (r=0,370), una correlación positiva considerable de (r=0,646) y una correlación positiva muy fuerte de (r=0,793) entre sus variables y dimensiones.

Así mismo Larico (2022), en su investigación: "Calidad del servicio en restaurantes de Cañete – Perú", tiene una gran semejanza a los resultados obtenidos, ya que coincide que en la provincia de Cañete existen excelentes trabajadores en el rubro, pero no existe una completa orientación de parte de los establecimientos para una buena manipulación de alimentos y la calidad de servicio, obteniendo como resultados que el nivel malo predomina con un 64,1 %, evidenciando una desconfianza total en los clientes.

Según el OE 1, Identificar cómo la innovación constituye una alternativa de mejora en los servicios en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023, los resultados obtenidos muestran el valor de Rho Spearman es 0,714, que expresa una positiva alta correlación, además con un p_valor de 0,00 < 0,05, que indica estadísticamente que es significativo, y que la innovación constituye una alternativa de mejora en los servicios en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.

Los resultados obtenidos son coincidentes con Cuipal (2022), en su tesis titulada: “Gestión por procesos para mejorar la Calidad de Servicio en los establecimientos de Hospedaje California, Chachapoyas 2021”. Él señala que, para lograr una gestión efectiva en los servicios ofrecidos por un hotel, es esencial que el personal sea calificado. En sus resultados obtenidos el 50% de encuestados calificaron como “bueno” al personal cuando se suscita algún problema o inconveniente dentro del hotel, por ende, destaca la importancia de proporcionar capacitación continua a los trabajadores por parte del encargado.

De acuerdo con el Objetivo Específico 2 titulado "Identificación de la Sostenibilidad Ambiental como una Opción de Mejora en los Servicios del Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023", los resultados obtenidos revelan una correlación moderada, representada por un valor de Rho Spearman de 0,778. Además, el p-valor es igual a 0,00, lo que es menor que 0,05, indicando una significancia estadística. Como resultado de estos hallazgos, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. Esto confirma que la sostenibilidad ambiental se presenta como una alternativa viable para mejorar los servicios ofrecidos en este ámbito de estudio.

Los resultados presentan similitudes con los hallazgos de Urbina (2019), en su tesis "Análisis de la gestión Hotelera y el impacto de las nuevas tendencias sostenibles en el distrito de Tambopata, Madre de Dios, 2019". En su investigación concluyó que el turismo de naturaleza y forestal ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Esto ha impulsado a los turistas a mostrar un interés creciente en visitar lugares apartados de las áreas urbanas, siempre con la expectativa de que tanto el MINCETUR como los gobiernos regionales implementen medidas de monitoreo constante para promover un turismo sostenible.

Según el OE 3, al analizar cómo la planificación influye en la mejora de los servicios ofrecidos a los turistas que visitan el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete en 2023, los resultados obtenidos indican lo siguiente: el valor de Rho Spearman es de 0,826, lo que refleja una correlación positiva significativamente alta. Además, el valor de p es igual a 0,00, que es menor que 0,05, lo que confirma su significancia estadística. En consecuencia, podemos rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa. En otras palabras, la

planificación efectivamente se muestra como una alternativa efectiva para mejorar los servicios ofrecidos a los turistas que visitan el Hotel Huarco.

Los resultados obtenidos son consistentes con los hallazgos de Pacheco (2021), en su tesis "Modelo de gestión de calidad de servicio a través de la Normativa ISO 9001:2015 para el Hostal Café Tiana". En dicha investigación se llega a la conclusión que llevar a cabo un estudio exhaustivo es fundamental para lograr un desarrollo integral, que involucre la implementación de sistemas de planificación y organización. Esto conlleva a la recomendación de que los hoteles categorizados busquen de manera continua la mejora y proporcionen un servicio de alta calidad a sus clientes.

Azze y Ochoa (2017), llegaron a resultados similares, ya que un 76.5% de los encuestados tenía conocimiento de los aspectos ambientales en las instalaciones del hotel. Sin embargo, también señalaron que estos encuestados consideraban que el hotel no ofrecía soluciones efectivas para mitigar los riesgos ambientales. En comparación con los hallazgos de la presente tesis, se evidencia un alto porcentaje de hoteles que están expuestos a los efectos de la naturaleza. Por lo tanto, se sugiere que se considere la implementación de un mantenimiento de las áreas verdes como una medida para preservar y comunicar de manera efectiva este compromiso ambiental a los clientes en general.

VII. CONCLUSIONES

- Nuestro estudio revela una correlación positiva significativamente alta (r=0,808) entre la Gestión Hotelera y la calidad de los servicios al cliente en el Hotel Huarco. Esto implica que la eficaz gestión hotelera en el Hotel Huarco se traduce en un servicio al cliente de alta calidad. En consecuencia, se puede afirmar que el éxito y prosperidad del hotel dependerán en gran medida de la competencia y efectividad de los propietarios o administradores a cargo. Estos hallazgos respaldan la idea de que nuestra investigación aporta de manera sustancial al avance y crecimiento del sector hotelero en la provincia de Cañete.
- La investigación demuestra una relación significativamente positiva (r=0,714) entre la Innovación y la satisfacción del servicio al cliente en el Hotel Huarco, según la correlación Rho Spearman. Este resultado resalta la importancia de la innovación en la oferta de servicios, ya que puede jugar un papel fundamental para fomentar el regreso de los clientes. Entre uno de estos aspectos, implica que los propietarios deberían considerar invertir en la adquisición de tecnología y equipos modernos, ya que nuestros hallazgos respaldan la relevancia de estos criterios para mejorar la experiencia del cliente.
- Los resultados ponen de manifiesto la contribución significativa de la sostenibilidad ambiental en la mejora del Hotel Huarco a través de los servicios que ofrece. Los resultados de la prueba de coeficiente de correlación Rho Spearman revelan una correlación positiva considerable (r=0,778). En función de estos resultados, podemos afirmar que un mayor enfoque en la sostenibilidad ambiental se traduce en la prestación de servicios al cliente más eficientes. Esto, a su vez, promueve la toma de conciencia dentro de la empresa para desarrollar estrategias que integren la sostenibilidad ambiental y que puedan ser percibidas positivamente por los turistas.
- Se confirma a través de la investigación que la planificación efectiva está intrínsecamente relacionada con la mejora del servicio. Los resultados arrojados por el coeficiente de correlación Rho Spearman señalan una correlación positiva considerable y estadísticamente significativa, con un valor de r=0,826. Esta evidencia respalda la noción de que la calidad del servicio depende en gran medida de una planificación adecuada por parte de los propietarios en

coordinación con su personal. Para concretar esta mejora, se debe fomentar un diálogo constante y efectivo con su equipo de empleados. Esto garantizará una atención óptima a los visitantes. Estos hallazgos subrayan la importancia de una planificación estratégica en la industria hotelera para satisfacer las necesidades de los clientes de manera eficaz.

VIII. RECOMENDACIONES

- Los propietarios o administradores deben continuar priorizando y fortaleciendo sus esfuerzos en la gestión hotelera. Esto implica invertir en la formación y capacitación del personal, así como en la implementación de procesos y prácticas que mejoren aún más la calidad de los servicios ofrecidos a los clientes. Además, se sugiere que se realicen evaluaciones periódicas de la gestión hotelera para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento.
- Cultivar una cultura de innovación, alentando a todo el personal a aportar ideas creativas para mejorar los servicios. Además, se recomienda invertir en tecnología y equipamiento para aumentar la eficiencia y comodidad de los huéspedes. La capacitación continua del personal garantizará que estén preparados para implementar eficazmente las innovaciones y brindar un servicio excepcional. No olvidemos la importancia de obtener retroalimentación directa de los clientes a través de encuestas regulares para identificar áreas de mejora y explorar alianzas estratégicas que puede aportar soluciones innovadoras, y mantenerse informados sobre las prácticas de la competencia que puede inspirar nuevas ideas.
- Adoptar un enfoque más proactivo hacia la sostenibilidad ambiental en todas las áreas de operación hotelera. Esto podría incluir la implementación de prácticas sostenibles en la gestión de residuos, la eficiencia energética, el uso responsable del agua y la promoción de alimentos locales y orgánicos en su restaurante. Además, se recomienda que el hotel comunique claramente sus esfuerzos sostenibles a los huéspedes, destacando las medidas tomadas para minimizar el impacto ambiental. Asimismo, se deberían considerar programas de sensibilización ambiental para el personal del hotel, de manera que estén plenamente comprometidos con las prácticas sostenibles y puedan transmitir esta conciencia a los turistas. La sostenibilidad no solo beneficia al medio ambiente, sino que también puede ser un punto de venta único que atraiga a turistas que valoran la responsabilidad ambiental.
- Desarrollar y mantener una planificación estratégica sólida. Esto implica la necesidad de establecer un diálogo continuo y efectivo con su equipo de

empleados, promoviendo una comunicación abierta y colaborativa. Además, se sugiere que se implementen estrategias de planificación continua y adaptativa en la industria hotelera para satisfacer de manera efectiva las necesidades cambiantes de los clientes y mantener la competitividad.

IX. REFERENCIAS

Abanto, M., (2019). *Relación de la gestión del talento humano en la calidad de servicio en lasEmpresas Hoteleras del Distrito de Cajamarca* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca] Repositorio unc. https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/4059/Tesis%20Nora%20Abanto%20Cotrina.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Aguilar, J. E. (2019), *El Servicio al Cliente.* Dirección del Personal. http://www.direcciondepersonal.com/servicio_al_cliente.pdf

Alcaide, J. (2015). *Fidelización de Clientes (2da. Edición).* Editorial ESIC. https://shre.ink/nvN3

Alles, M., (2017). *Desarrollo del Talento Humano basado en competencias*. Ediciones Granica. https://shre.ink/nvN9

Alzamora, M. (2019). Análisis prospectivo de la calidad del servicio al cliente en la industria hotelera de la ciudad de Panamá del 2018 al 2023. I*nvestigación y Pensamiento Crítico, 7*(3),15-31. https://doi.org/10.37387/ipc.v7i3.118

Azze Alonso, A. M. y Ochoa Ávila, M. B. (2017). La gestión ambiental en una entidad hotelera deturismo de naturaleza. Caso Villa Mirador de Mayabe de Holgín, Cuba. *Revista interamericana de ambiente y turismo, 13*(1), 52-67. http://dx.doi.org/10.4067/S0718- 235X2017000100052

Ballvé, A. y Debeljuh, P. (2000). *Misión y valores, la empresa en busca de su sentido*. Gestión 2000. https://shre.ink/nvNZ

Bayón, J., (2019). *Cultura Empresarial.* Editorial Elearning. https://shre.ink/nvNG

Bernal, M. (2016). *Planificación de sistema enseñanza aprendizaje.* https://mguilarte84.wixsite.com/planificacion/single-post/2016/02/26/planificaci%C3%B3n

Bijarro, F. (2008). *Desarrollo estratégico para la investigación científica*. Editorial Eumedonet.http://www.adizesca.com/site/assets/ct-desarrollo_estrategico_para_investigacion_cientifica- fbijarro.pdf

Bravo, M., Delgado, C. y Román, M. (2020). *Metodología de la Investigación Científica*.Ediciones Pirámide.

Cacheiro, M. (2018). *Educación y Tecnología: Estrategias didácticas para la integración de las TIC, Universidad Nacional de Educación a distancia*. Uned Publicaciones. https://shre.ink/UprE

Castro, M. y Cebreros, M. (2020). *Coronavirus en la industria hotelera: cambios en la gestióny estrategias de reactivación en Lima, Perú*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/654052/Castro_MM.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Calle, M., Lazo, A. y Granados, M. (2018). *Gestión del Sector Alojamiento – Hotel*. Editorial UTMACH http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12486/3/GestionDelSectorAlojamientoH otel.pdf

Carrasco, S. (2013). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo.* Ediciones

Paraninfo. https://shre.ink/nvmT

Chacón, J., Rugel, S., (2018), *Teorías, Modelos y Sistemas de Gestión de Calidad*, Revista Espacios, https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/18395014.html

Cuipal, M. (2022). *Gestión por procesos para mejorar la Calidad de Servicio en los Establecimientos de Hospedaje California, Chachapoyas 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Repositorio untrm.

https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/2836/Cuipal%20Chuquizuta%20Meri.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Editorial Vértice (2008). *Gestión de Hoteles.* Publicaciones Vértice, S.L.OQC?hl=es-419&gbpv=1&kptab=overview

Fernández, C. (2020*). Metodología de la Investigación Científica.* Ediciones Infinito. Fernández, C. (2019). *Fundamentos de metodología de la investigación científica*. Editorial El Cid Editor.

Ferrer, L. y Ruiz, P. (2022), *Cómo evaluar y mejorar el servicio al cliente de su empresa: Una Guía de Ayuda*. Ediciones de la Universidad de Castilla – La Mancha. https://shre.ink/Uprz

Gallardo, A. (1998). *Estrategias de Crecimiento.* Editorial Díaz de Santos. https://shre.ink/UprT García, J. V. y Pérez, M. (2008). El Grado de Turismo: Un Análisis de las Competencias Profesionales. *Cuadernos de Turismo*,(21),67-83.https://www.redalyc.org/pdf/398/39802103.pdf

García, J. (2019), *Evaluación del servicio de alojamiento Turístico para mejorar la calidad de lagestión hotelera de la ciudad de Manta* [Tesis de Pregrado. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria deManabí Manuel Félix López]. http://190.15.136.145/bitstream/42000/1024/1/TTT11.pdf

García, A. (2019). *Calidad del servicio en la industria hotelera*. Editorial Alfa. https://www.amazon.es/Calidad-servicio-industria-hotelera/dp/8417113000

García, C. H. y Díaz, M. D. R. (2018). Factores e indicadores de competitividad hotelera.*Compendio*, *21*(40), 1-16. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88055200021

García, A. (2019). *Gestión de operaciones hoteleras: Fundamentos y aplicaciones.* Editorial Alfa. https://www.amazon.es/gesti%C3%B3n-operaciones-hoteleras-fundamentos- aplicaciones/dp/8417113019

Gil, J. (2018). *Métodos y técnicas de investigación social*. Ediciones Rialp.

González, J., López, M. y Rodríguez, P. (2018). La gestión del servicio al cliente en el sector hotelero. *Revista Turismo y Desarrollo*, (28), 121-134. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=886/88657396008

Gónzalez, G. B. y Aranda, M. F. (2022). Concepto de servicio de calidad en la gestión hotelera. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, *27*(97), 212-228.https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890626

Gónzalez, G. B. & Aranda, M. F. (2022). Concepto de servicio de calidad en la gestión hotelera. Revista Venezolana de Gerencia: RVG, 27(97), 212-228. https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.97.15

Gutiérrez, M. (2019). Retos de la gestión hotelera en un entorno global y competitivo. Estudiosy Perspectivas en Turismo, 28(1), 45-62. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180/18061028003

Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de laInvestigación*. Mcgraw-Hill.

Herrera, P. y López, M., (2021), *El Turismo: La Gestión de la Calidad y sus* Costos.Cofìn, 15(2), 1-14. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612021000200009

Instituto de Calidad Turística Española (2020). *Calidad del servicio en el sector turístico*.https://bit.ly/3A5F2YX

Instituto Nacional de Estadística y Geografía- INEGI (2020). *Diseños transversales.* https://www.inegi.org.mx/temas/diseno/

Iñiguez, M. C., Serrano, A. L. & Maguiño, M. G. (2018). Gestión del Sector, Alojamiento-Hotel. Universidad Técnica de Machala. http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12486/3/GestionDelSectorAlojamientoHotel.pdf

Izaguirre, (2019). *Cultura Organizacional y Responsabilidad Social empresarial, en el Vivero Forestal de Chimbote, 2019* [Tesis Pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio ucv. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39201/Izaguirre_SP.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Keat, P. y Young, P. (2004). *Economía de Empresa* (4ta. Edición). Pearson Educación. https://shre.ink/UprH

Lanegra, I. (2017). *¿Qué es el Cambio Climático?* Editorial Planeta Perú S.A,https://shre.ink/Upry

Larico- Quispe, B. N. (2022). Calidad del servicio en restaurantes de Cañete – Perú. *Revista Venezolana de Gerencia, 27*(Especial 7), 556-571. https://doi. org/10.52080/rvgluz.27.7.37

Lloret, S., Ferreres, A., Hernández, A., y Tomás, I. (2017). El análisis factorial exploratorio de losítems: una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología, 33*(2), 479-486.

Martínez, P. (2018). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Editorial Trotta.

Mantilla, E., Vergel, C. y López, J. (2005). Medición de la Sostenibilidad Ambiental. Editorial Universidad Cooperativa de Colombia. https://shre.ink/nvJD

Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (16 de octubre de 2020*). Tipos de Investigación.* https://www.ciencia.gob.es/stfls/MICINN/Ministerio/FICHEROS/Ciencia/Investigacion/TiposInvestigacion.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (16 agosto de 2020). *Plan estratégico nacional de turismo - Visión al 2025.* https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes- publicaciones/22123-plan-estrategico-nacional-de-turismo-del-peru-pentur

Ministerio de Turismo y Comercio Exterior. (16 de agosto de 2021). *Manual de buenasprácticas en la gestión de operaciones hoteleras.* https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/02/28-manual-hotelero-mincetur.pdf

Miranda, J. y Miranda, L. (2018). *Gestión Hotelera en la Comercialización de las Ofertas y Servicios empleando Internet Web 2.0 en la Ciudad de Tulcán* [Tesis de Pregrado.Universidad Politécnica Estatal del Carchi]. https://shre.ink/nvJs

Murillo, (2018). *Fundamentos de Servicio al Cliente.* Fundación Universitaria del Área Andina. https://shre.ink/Upr6

Narváez Vásquez, G., Guerrero Dávalos, C., & Villaprado Chávez, O. (2017). La competitividad del sector hotelero a partir de la teoría de los recursos y capacidades. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, *10*(2), 93-105. https://n9.cl/tqc7n

Nicomedes, E., (2018), Tipos de Investigación, https://n9.cl/eaov2

Nugra, M., Illescas, W., Cuadros, P. y Sancho, C. (2023). Gestión Hotelera en el Cantón Machala, Ecuador: dinámica competitiva e indicadores de desempeño turístico. Revista Venezolana de Gerencia, 28 (103), 1256-1273. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9000844

Núñez, J. L., González-Pienda, J. A., González-Pumariega, S., Roces, C., Álvarez, L. y González, P. (2020). *Diseños de Investigación en Psicología*. Edit. Pirámide.

Organización Mundial del Turismo (18 de julio de 2020). *Informe de la OMT sobre el turismo mundial 2020.* https://www.unwto.org/es/informe-de-la-omt-sobre-el-turismo- mundial

Organización Mundial del Turismo (18 de julio de 2020). *Informe de la OMT sobre el turismo mundial 2020.* https://www.unwto.org/es/informe-de-la-omt-sobre-el-turismo- mundial

Orihuela, M., García, Y., Romero, A., *Pautas para el Diseño de un Modelo de Gestión Hotelera que incorpore la innovación en entidades del Mintur en la Habana,* Revista Científica ECOCIENCIA, https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/642/400

Pacheco, C. (2021). *Modelo de Gestión en la Calidad de Servicio mediante la normativa ISO 9001:2015 para el Hostal Café Tiana* [Tesis de Pregrado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7655/1/MUTC-000944.pdf

Paz, R. (2012). *Atención al Cliente, Guía Práctica de Técnicas y Estrategias (*1era Edición). Editorial Ideas Propias. https://shre.ink/Uprn

Pérez, M. (2020). *Operaciones hoteleras: Un enfoque estratégico*. Editorial Beta. https://shre.ink/UprC

Pinargote, F. M., Avila, P. E., Cedeño, T. A., Minaya, M. M., Minaya, R. y Mendoza, A. (2020).*Dirección de Operaciones, Editorial Área de Innovación y Desarrollo, S*.L. https://shre.ink/UprU

Post, G, (2021), *Cómo mejorar la calidad en el servicio hotelero,* Ask Suite, https://asksuite.com/es/blog/como-mejorar-la-calidad-en-el-servicio-hotelero/

Rabadán, I., Aguado, F. y Padilla, N., (2021). ¿Son los establecimientos hoteleros y de restauración fieles a las certificaciones de los sistemas de gestión de calidad? *Investigaciones Turísticas*, (21), 277-303, https://pdfs.semanticscholar.org/cc3b/6af0532abbe90846bee38de137c57dabf7b6.pdf

Rodríguez, J. (2021). *La calidad emocional del servicio en la industria hotelera. Editorial Beta. Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM)*. (2021). Modelo EFQM de Excelencia: Criterios para la gestión de la calidad.

Rodríguez, J. (2015). Los sistemas de información en el sector hotelero: un modelo de éxito, 535.

Rubio, L. y Baz, V. (2015). *El poder de la competitividad*. Centro de investigación para el desarrollo A.C. https://shre.ink/UprP

Siliceo, A. (2006). *Capacitación y desarrollo de personal*. Editorial LIMUSA. S.A.https://shre.ink/UpUB

Subdirección General Adjunta de Operaciones (1990). El Sistema de Supervisión y Seguimiento. https://shre.ink/UpUI

Saravia-Gallardo, M. (2006). *Metodología de la Investigaciones Científica*. Universidad de Barcelona.https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/metodologia_ i nvestigacion-cientifica_marcelo-saravia.pdf

Santiesteban, E., Godwall, V., Leyva, E., Lozada, D. y Cantero, H., (2011). *Análisis de la rentabilidad económica, tecnológica propuesta para incrementar la eficiencia empresarial.*Editorial Universitaria Cubana. https://shre.ink/UpUl

Serrano, S. (2020). *Modelo de Gestión Hotelera de la Ciudad de Portoviejo.* Universidad International de Ecuador. https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/28

Silva, J. (2018). La gestión hotelera en la era digital: retos y oportunidades. *Revista de Investigación en Gestión de Empresas, 2(*2), 12-29. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=658/65856612002

Sociedad Hotelera del Perú (2019). *Diagnóstico de la hotelería en Perú.* https://sociedadhotelesdelperu.org.pe/

Turiweb (27 de Agosto del 2021). *INEI: Hoteles y Restaurantes crecieron 423% y Servicios Turísticos 77,8% en segundo trimestre*. https://shre.ink/UpU8

Torres, R. (2018). *Lean en hoteles: Mejora continua y gestión de la calidad.* Editorial Gamma. https://www.amazon.es/Lean-hoteles-Mejora-continuagesti%C3%B3n/dp/8417893003

Ucha, L. (2009). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketingdigital. Caso de estudio hacienda turística rancho los Emilio´s. Alausí. Dominio de las ciencias, 7(4), 1430-1446. http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i4

Urbina, D. (2019). *Análisis de la Gestión Hotelera y el Impacto de las Nuevas Tendencias Sostenibles en el distrito de Tambopata, Madre de Dios, 2019 [Tesis de Pregrado,* Universidad de San Martín de Porres].https://shre.ink/Upri

Vidrio, S., Rebolledo, A. y Galindo, S. (2020). Calidad del Servicio hotelero, lealtad e intención de compra. *Investigación Administrativa, 49*(125), 1-19. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-76782020000100002&script=sci_arttext

Villaseca, D. (2014). *Innovación y Marketing de Servicios en la Era Digital.* ESICC Editorial. https://shre.ink/UpUM

Zambelli, R, (2021), *¿Cómo hacer una buena gestión hotelera?*, Checklist fácil blog, https://blog-es.checklistfacil.com/gestion-hotelera/

Zárraga, L., Molina, V. y Corona, E. (2018). La satisfacción del cliente basado en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico dela industria restaurantera. *Revista de Estudios en Contraduría, 7*(18). 1-17.

X. ANEXOS

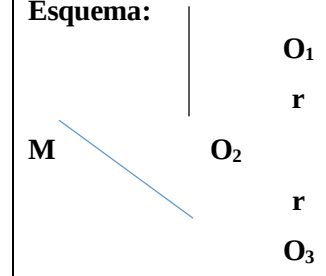
Anexo 1: Matriz de consistencia

Anexo 2: Instrumentos

Anexo 3: Base de datos

Anexo 4: Ficha de validación de instrumentos

Anexo

Matriz de Consistencia				
Gestión hotelera y servicio al cliente en el Hotel Huarco, distrito de San Luis – Cañete, 2023				
Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables – Dimensiones e Indicadores	Metodología
Problema general: ¿De qué manera la Gestión Hotelera constituye una alternativa de mejora en los servicios en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis, Cañete, 2023?	**Objetivos generales:** Analizar cómo la gestión hotelera constituye una alternativa de mejora en los servicios en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.	**Hipótesis general:** Existe una relación significativa entre la gestión hotelera y la mejora en los servicios en el Hotel Huarco en el distrito de San Luis – Cañete, 2023.	**V1**: **GESTIÓN HOTELERA** **D1: Innovación** I1: Fidelización I2: Tecnología **D2: Sostenibilidad Ambiental** I1. Demanda I2. Cambio Climático **D3. Planificación** I1: Visión I2: Misión	**Tipo de investigación:** Básica **Diseño de investigación:** No experimental de corte transversal **Nivel de investigación:** Descriptivo – correlacional **Esquema:**  Donde: M=Muestra O1 = Variable 1 O2 = Variable 2
Problemas específicos:	**Objetivos específicos:**	**Hipótesis específicas**		
¿De qué manera la innovación constituye una alternativa de mejora en los servicios	Identificar cómo la innovación constituye una alternativa de mejora en los servicios	Existe una relación significativa entre la innovación y la mejora	**V2: MEJORA DEL SERVICIO AL CLIENTE** **D1: Talento Humano** I1: Capacitación	

en el Hotel Huarco en el Distrito de San Luis, Cañete, 2023?	en el Hotel Huarco en el Distrito de San Luis – Cañete, 2023.	en los servicios en el Hotel Huarco, Cañete, 2023.	I2: Cultura Organizacional I3: Supervisión	O3 = Variable 3 R = relación entre las dos variables

			D2: Estrategias I 1: Productividad I 2: Competitividad **D3: Rentabilidad** I1: Económica I2: Financiera	**Método de investigación:** Hipotético-Deductivo **Población** 250 clientes que visitaron el Hotel Huarco, según estadísticas del servicio brindado. **Muestra** 140 clientes del Hotel Huarco **Técnicas e Instrumentos** Encuesta- Cuestionario **Técnicas de procesamiento y análisis de datos** SPSS y Excel
¿De qué manera la sostenibilidad ambiental constituye una alternativa de mejora en los servicios del Hotel Huarco en el Distrito de San Luis – Cañete, 2023?	Identificar cómo la sostenibilidad ambiental constituye una alternativa de mejora en los servicios del Hotel Huarco en el Distrito de San Luis – Cañete, 2023.	Existe una relación significativa entre la sostenibilidad ambiental y la mejora en los servicios del Hotel Huarco en el Distrito de San Luis – Cañete, 2023.		

¿De qué manera la planificación sirve como alternativa de mejora en los servicios, brindada al Turista que visite el Hotel Huarco en el Distrito de San Luis – Cañete, 2023?	Identificar cómo la planificación sirve como alternativa de mejora en los servicios, brindada al Turista que visite el Hotel Huarco en el Distrito de San Luis – Cañete, 2023.	Existe una relación significativa entre la Planificación y la mejora en los servicios del Hotel Huarco en el Distrito de San Luis – Cañete, 2023.		

ANEXO 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

CUESTIONARIO

Variable 1: Gestión Hotelera

Estimado usuario : La información generada en la presente encuesta será de uso exclusivo para el desarrollo de mi tesis, por ello, le solicito su autorización y valiosa colaboración para responder con honestidad y responsabilidad las interrogantes formuladas.

INSTRUCCIONES: Marque con una X una de las cuatro opciones que la acompañan

1. Pésimo **2. Regular** **3. Bueno** **4. Muy bueno** **5. Excelente**

ÍTEMS	VALORACIÓN				
V1: GESTIÓN HOTELERA	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
D_1: INOVACIÓN					
1. ¿El Hotel cuenta con equipamiento moderno?					
2. ¿La infraestructura del hotel es visualmente atractiva?					
3. ¿Los elementos como las redes sociales y folletos son visualmente atrayentes?					
4. ¿El restaurante innova constantemente sus platos a la carta?					
D2: SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL					
5. ¿Considera que el hotel busca una responsabilidad ambiental constantemente?					
6. ¿Puede percibir que las áreas verdes están cuidadas correctamente?					
7. ¿Considera que el hotel cuenta con una infraestructura bioclimática?					
8. ¿El trabajador le hizo alguna recomendación para el cuidado del agua, áreas verdes, etc.?					
D3: PLANIFICACIÓN					
9. ¿El hotel brinda una atención personalizada?					
10. ¿El hotel tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes?					
11. ¿Siente seguridad en los trámites hechos en el check in del hotel?					

¡Muchas gracias por su colaboración

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

CUESTIONARIO

Variable 2: Servicio al Cliente

Estimado usuario: La información generada en la presente encuesta será de uso exclusivo para el desarrollo de mi tesis, por ello, le solicito su autorización y valiosa colaboración para responder con honestidad y responsabilidad las interrogantes formuladas.

INSTRUCCIONES: Marque con una X una de las cuatro opciones que la acompañan

1. Pésimo **2. Regular** **3. Bueno** **4. Muy bueno** **5. Excelente**

ÍTEMS	VALORACIÓN				
V2: Servicio al Cliente	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
D1: TALENTO HUMANO					
12. El trabajador tuvo un buen desempeño durante el servicio que recibió					
13. El desenvolvimiento del trabajador fue positiva					
14. El personal se preocupa por brindar un servicio exento de errores					
D2: ESTRATEGIAS					
15. Los trabajadores actúan con discreción y respetan la intimidad del cliente					
16. En su opinión, los distintos servicios funcionan con rapidez					
17. El personal muestra profesionalismo en sus actividades					
D3: RENTABILIDAD					
18. El precio del servicio tiene relación a la calidad recibida					
19. Estaría de acuerdo si se realizara ofertas y promoción en el hotel y restaurante					
20. ¿Recomendaría a sus familiares y amistades el Hotel Huarco?					

¡Muchas gracias por su colaboración

Anexo 3

Gestión hotelera y servicio al cliente en el Hotel Huarco, distrito de San Luis – Cañete, 2023

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	D1	D2	D3	D4	D5	D6	V1	V2
4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	16	18	14	15	14	14	48	43
4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	16	18	14	15	14	14	48	43
2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	9	9	8	8	9	10	26	27
2	2	1	1	3	4	5	2	3	5	3	4	4	4	4	2	2	2	3	3	6	14	11	12	8	8	31	28
3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	14	12	9	12	11	10	35	33
3	4	3	3	4	5	3	2	3	4	5	3	3	4	3	3	3	3	5	4	13	14	12	10	9	12	39	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	16	13	12	12	12	45	36
3	5	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	4	5	3	3	5	5	5	15	12	10	12	11	15	37	38
2	1	2	1	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	6	8	9	9	9	10	23	28
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	16	15	10	11	12	14	41	37
3	3	3	2	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	11	13	9	9	9	11	33	29
3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	13	13	8	11	10	9	34	30
1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	6	7	5	5	5	6	18	16
3	5	2	3	4	4	4	2	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	13	14	12	12	11	12	39	35
3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	5	5	12	10	9	10	9	13	31	32
2	4	1	1	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	8	12	11	12	11	14	31	37
3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	11	8	6	6	6	6	25	18
2	2	1	1	2	3	2	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	6	11	8	12	10	10	25	32
2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	8	9	9	9	9	9	26	27
2	3	5	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	12	10	9	9	9	8	31	26
4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	4	2	3	1	2	5	4	4	5	5	16	13	10	6	11	14	39	31
2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	8	11	8	6	6	8	27	20
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
1	2	3	1	1	3	1	1	2	3	3	4	3	3	1	3	3	2	4	3	7	6	8	10	7	9	21	26
4	3	5	3	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	15	16	12	15	14	13	43	42
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	19	20	15	15	15	15	54	45
2	2	2	3	3	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	9	12	11	11	10	11	32	32
2	3	1	3	4	3	3	1	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	3	9	11	9	12	12	12	29	36
3	2	2	2	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	9	17	14	13	13	14	40	40
4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	18	19	12	15	15	15	49	45
2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	10	9	7	9	9	7	26	25
3	3	2	2	2	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	5	3	10	11	11	9	11	11	32	31
3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	12	14	9	9	9	11	35	29
4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	17	18	14	15	13	14	49	42
3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	12	14	9	12	10	9	35	31
2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	6	6	6	6	20	18
4	4	3	2	4	4	4	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	5	4	13	14	9	11	11	12	36	34
5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	17	17	14	15	12	12	48	39
5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	20	18	14	15	14	15	52	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	15	15	15	15	55	45
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	12	12	10	12	12	11	34	35
3	5	1	4	5	3	2	5	5	3	4	2	2	4	1	1	5	3	2	5	13	15	12	8	7	10	40	25
2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	3	1	8	8	4	3	3	6	20	12
2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	3	1	8	8	4	3	3	6	20	12
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	13	12	10	9	9	12	35	30
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	13	12	10	9	9	12	35	30
4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5	14	18	12	10	10	12	44	32
4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	5	5	17	18	14	11	13	14	49	38
3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	12	12	9	10	10	10	33	30
3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	5	2	4	4	3	5	4	12	14	10	13	10	12	36	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	16	16	12	12	12	13	44	37
4	5	5	4	5	5	3	5	2	4	4	3	4	4	5	3	4	5	5	5	18	18	10	11	12	15	46	38
3	3	3	2	2	4	4	2	3	4	5	4	3	3	4	2	3	3	4	4	11	12	12	10	9	11	35	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	20	20	15	14	15	15	55	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	15	15	15	15	55	45
4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	15	13	10	11	10	11	38	32
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	17	20	15	15	14	14	52	43
3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	13	12	9	9	9	10	34	28
2	3	2	2	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	9	13	9	9	8	9	31	26
3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	4	3	11	10	7	8	8	10	28	26
3	2	2	1	2	4	5	2	4	3	5	4	4	5	4	2	3	4	5	4	8	13	12	13	9	13	33	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	16	12	12	12	12	44	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	16	16	12	12	15	14	44	41
2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	10	9	6	6	6	7	25	19
2	3	3	2	3	4	2	4	3	4	4	3	2	2	3	2	3	4	4	3	10	13	11	7	8	11	34	26
3	4	3	3	3	3	2	5	4	4	3	3	3	4	5	3	3	3	4	4	13	13	11	10	11	11	37	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	15	15	15	15	55	45

4	5	4	4	3	4	3	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	17	15	11	13	12	14	43	39
3	3	3	3	2	3	2	1	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	12	8	8	9	10	9	28	28
3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	13	15	10	11	9	10	38	30
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	4	4	4	3	3	10	12	10	7	11	10	32	28
3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	14	15	12	11	12	12	41	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	16	12	12	12	12	44	36
4	5	2	1	5	4	4	3		4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	3	12	16	7	10	11	12	35	33
3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	5	3	12	10	7	6	8	10	29	24
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	12	14	10	10	9	10	36	29
3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	5	4	13	12	10	11	11	12	35	34
4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2		3	4	3	12	12	8	9	5	10	32	24
3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			3	3	3	3	14	12	9	9	3	9	35	21
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	11	9	9	9	9	32	27
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4		5	4	4	5	5	4	4	5	5	20	19	9	13	14	14	48	41
4	5	4	5	5	4	5		5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	18	14	15	15	14	14	47	43
3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	14	14	9	9	9	9	37	27
3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	14	14	9	9	9	9	37	27
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	12	13	10	9	9	8	35	26
2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	4	10	11	9	11	11	9	30	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	15	15	15	15	55	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	15	15	15	15	55	45
3	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	16	19	14	13	14	15	49	42
3	4	3	3	4	5	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	13	15	11	12	12	11	39	35
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	14	12	9	10	9	9	35	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
1	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	12	4	3	3	3	2	19	8
2	5	3	1	4	5	4	1	4	4	5	5	4	4	5	2	4	3	3	4	11	14	13	13	11	10	38	34
3	2	1	3	4	4	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	4	3	9	14	8	6	7	10	31	23
2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	11	10	7	9	8	7	28	24
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	12	12	9	9	9	10	33	28
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	15	15	15	15	55	45
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
3	3	2	3	4	5	5	5	3	3	3	3	2	2	5	2	2	1	4	2	11	19	9	7	9	7	39	23
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	16	16	14	14	13	13	46	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	16	16	12	12	12	13	44	37
3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	5	3	3	3	16	19	14	12	13	9	49	34
3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	10	12	9	10	9	9	31	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	17	20	14	15	13	14	51	42
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	17	18	12	12	12	11	47	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	13	14	10	9	11	11	37	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	5	12	12	9	9	8	9	33	26
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	15	15	15	15	55	45
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	14	13	11	11	10	11	38	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	14	15	11	10	10	11	40	31
4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	17	18	14	14	14	14	49	42
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	15	16	11	12	12	12	42	36
2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	7	5	4	6	6	6	16	18
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	20	15	15	15	15	55	45
3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	13	14	10	9	11	10	37	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5		5	5	4	5	19	19	14	15	10	14	52	39
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	19	20	14	14	15	15	53	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	12	12	9	8	9	9	33	26
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
3	4	3	3	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	13	8	8	9	9	9	29	27
3	3	5	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	13	13	10	9	11	9	36	29
4	5	3	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	16	19	14	14	13	14	49	41
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	12	9	9	9	9	33	27
2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	9	8	6	6	8	7	23	21

4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	16	17	15	14	14	14	48	42

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Profesional de

Administración deTurismo y

Hotelería

Documentos para validar los instrumentos demedición a través de juicio de expertos

Investigación Cuantitativa

CAÑETE – PERÚ

2023

Carta solicitud de validación de instrumentos

Cañete, 06 de Julio de 2023

Señor (a):

Dr. Julio César Quispe Calderón

Docente de la Escuela Profesional de Administración de

Turismo yHotelería Presente. -

Asunto: Validación de Instrumentos a través de Juicio de Experto

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. para expresarle mi cordial saludos y al mismo tiempo hacer de su conocimiento que me encuentro realizando la investigación científica:

Gestión Hotelera y Servicio al Cliente en el Hotel Huarco, Distrito de San Luis – Cañete 2023

Como especialista y connotada experiencia en temas relacionadas a la línea de investigación, solicito su colaboración para que emita su opinión sobre los instrumentos de recolección de datos adjuntos, a fin de evaluar los indicadores a partir de sus puntuaciones con la respectiva escala de respuesta.

Mucho apreciaré pueda evaluar el referido documento, para ello adjunto lo siguiente:

1. Carta solicitud de validación de instrumentos
2. Informe de Juicio de Experto del Instrumento de Investigación
3. Matriz de consistencia
4. Matriz de operacionalización de la(s) variable(s)
5. Instrumentos de recojo de información

Agradezco a Ud. la atención a la presente, como también expresarle nuestros sentimientos de respeto y consideración.

Atentamente,

.....

Firma

Meza Ramirez

Raquel Yamilet

D.N.I:

72641618

UNDC

1. Informe de Juicio de Experto del Instrumento de Investigación

I. DATOS INFORMATIVOS

Apellido y Nombre del Juez evaluador	Especialidad del evaluador(a)	Nombre del Instrumento de Evaluación
Dr. Julio César Quispe Calderón	Metodología de la Investigación	Cuestionario de la Gestión Hotelera
Título: Gestión hotelera y servicio al cliente en el Hotel Huarco, distrito de San Luis – Cañete, 2023		

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

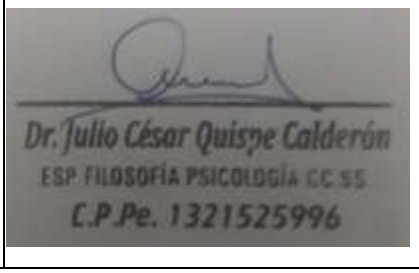
Marque con una X el valor otorgado a cada ítem (SÍ o NO), de acuerdo al grado depertinencia, relevancia y claridad

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Sugerencias
	Innovación	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿El Hotel cuenta con equipamiento moderno?	X		X		X		
2	¿La infraestructura del hotel es visualmente atractiva?	X		X		X		
3	¿Los elementos como las redes sociales y folletos son visualmente atrayentes?	X		X		X		
4	¿El restaurante innova constantemente sus platos a la carta?	X		X		X		
	Sostenibilidad Ambiental	Si	No	Si	No	Si	No	

5	¿Considera que el hotel busca una responsabilidad ambiental constantemente?	X		X		X		
6	¿Puede percibir que las áreas verdes están cuidadas correctamente?	X		X		X		
7	¿Considera que el hotel cuenta con una infraestructura bioclimática?	X		X		X		
8	¿El trabajador le hizo alguna recomendación para el cuidado del agua, áreas verdes, etc.?	X		X		X		
	Planificación	Si	No	Si	No	Si	No	
9	¿El hotel brinda una atención personalizada?	X		X		X		
10	¿El hotel tiene horarios de trabajo convenientes para todos susclientes?	X		X		X		
11	¿Siente seguridad en los trámites hechos en el check in del hotel?	X		X		X		

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

Aplicable [X] Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

Lugar y fecha	DNI	Firma del Experto
	21525996	

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Profesional de Administración deTurismo y Hotelería

Documentos para validar los instrumentos de medición a través de juicio de expertos

Investigación Cuantitativa

CAÑETE – PERÚ

Carta solicitud de validación de instrumentos

Cañete, 06 de Julio de 2023

Señor (a):

Mg. Laura Vanessa Zamudio Ramirez

Docente de la Escuela Profesional de Administración de

Turismo yHotelería Presente. -

Asunto: Validación de Instrumentos a través de Juicio de Experto

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. para expresarle mi cordial saludos y al mismo tiempo hacer de su conocimiento que me encuentro realizando la investigación científica:

Gestión Hotelera y Servicio al Cliente en el Hotel Huarco, Distrito de San Luis – Cañete 2023

Como especialista y connotada experiencia en temas relacionadas a la línea de investigación, solicito su colaboración para que emita su opinión sobre los instrumentos de recolección de datos adjuntos, a fin de evaluar los indicadores a partir de sus puntuaciones con la respectiva escala de respuesta.

Mucho apreciaré pueda evaluar el referido documento, para ello adjunto lo siguiente:

a. Carta solicitud de validación de instrumentos
b. Informe de Juicio de Experto del Instrumento de Investigación
c. Matriz de consistencia
d. Matriz de operacionalización de la(s) variable(s)
e. Instrumentos de recojo de información

Agradezco a Ud. la atención a la presente, como también expresarle nuestros sentimientos de respeto y consideración.

Atentamente,

Meza Ramirez
Raquel
YamiletD.N.I:
72641618

UNDC

7. Informe de Juicio de Experto del Instrumento de Investigación

I. DATOS INFORMATIVOS

Apellido y Nombre del Juez evaluador	Especialidad del evaluador(a)	Nombre del Instrumento de Evaluación
Zamudio Ramirez Laura Vanessa	Turismo y Hotelería	Cuestionario de la Gestión Hotelera
Título: Gestión hotelera y servicio al cliente en el Hotel Huarco, distrito de San Luis – Cañete, 2023		

I. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem (SÍ o NO), de acuerdo al gradode pertinencia, relevancia y claridad

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Sugerencias
	Innovación	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿El Hotel cuenta con equipamiento moderno?	X		X		X		
2	¿La infraestructura del hotel es visualmente atractiva?	X		X		X		
3	¿Los elementos como las redes sociales y folletos son visualmente atrayentes?	X		X		X		
4	¿El restaurante innova constantemente sus platos a la carta?	X		X		X		

	Sostenibilidad Ambiental	Si	No	Si	No	Si	No	

5	¿Considera que el hotel busca una responsabilidad ambiental constantemente?	X		X		X		
6	¿Puede percibir que las áreas verdes están cuidadas correctamente?	X		X		X		
7	¿Considera que el hotel cuenta con una infraestructura bioclimática?	X		X		X		
8	¿El trabajador le hizo alguna recomendación para el cuidado del agua, áreas verdes, etc.?	X		X		X		
	Planificación	Si	No	Si	No	Si	No	
9	¿El hotel brinda una atención personalizada?	X		X		X		
10	¿El hotel tiene horarios de trabajo convenientes para todos susclientes?	X		X		X		
11	¿Siente seguridad en los trámites hechos en el check in del hotel?	X		X		X		

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

Aplicable [X] Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

	43988183	
Lugar y fecha	DNI	Firma del Experto

[1]Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

18	El precio del servicio tiene relación a la calidad recibida	X		X		X		
19	Estaría de acuerdo si se realizara ofertas y promoción en el hotel y restaurante	X		X		X		
20	¿Recomendaría a sus familiares y amistades el Hotel Huarco?	X		X		X		

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

Aplicable [X] Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

Lugar y fecha	DNI 43988183	Firma del Experto

[1]Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

UNIVERSIDAD NACIONAL DECAÑETE

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Profesional de Administración deTurismo y Hotelería

Documentos para validar los instrumentos de medición a través de juicio de expertos

Investigación Cuantitativa

CAÑETE -PERÚ
2023

Carta solicitud de validación de instrumentos

Cañete, 06 de Julio de 2023

Señor (a):

Dr. Bertha Nancy Larico Quispe

Docente de la Escuela Profesional de Administración de

Turismo y Hotelería Presente. -

Asunto: Validación de Instrumentos a través de Juicio de Experto

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. para expresarle mi cordial saludos y al mismo tiempo hacer de su conocimiento que me encuentro realizando la investigación científica:

Gestión Hotelera y Servicio al Cliente en el Hotel Huarco, Distrito de San Luis – Cañete 2023

Como especialista y connotada experiencia en temas relacionadas a la línea de investigación, solicito su colaboración para que emita su opinión sobre los instrumentos de recolección de datos adjuntos, a fin de evaluar los indicadores apartir de sus puntuaciones con la respectiva escala de respuesta.

Mucho apreciaré pueda evaluar el referido documento, para ello adjunto lo siguiente:

1. Carta solicitud de validación de instrumentos
2. Informe de Juicio de Experto del Instrumento de Investigación
3. Matriz de consistencia
4. Matriz de operacionalización de la(s) variable(s)
5. Instrumentos de recojo de información

Agradezco a Ud. la atención a la presente, como también expresarle nuestros sentimientos de respeto y consideración.

Atentamente,

……

Firma

Meza Ramirez Raquel

II. DATOS INFORMATIVOS

Apellido y Nombre del Juez evaluador	Especialidad del evaluador(a)	Nombre del Instrumento de Evaluación
Dra. Bertha Nancy Larico Quispe	Licenciada en Administración de Turismo y hotelería	Cuestionario de Servicio al Cliente
Título: Gestión hotelera y servicio al cliente en el Hotel Huarco, distrito de San Luis – Cañete, 2023		

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Marque con una X el valor otorgado a cada ítem (SÍ o NO), de acuerdo al gradode pertinencia, relevancia y claridad

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Sugerencias
	Talento Humano	Si	No	Si	No	Si	No	
12	El trabajador tuvo un buen desempeño durante el servicio que recibió	X		X		X		
13	El desenvolvimiento del trabajador fue positiva	X		X		X		
14	El personal se preocupa por brindar un servicio exento de errores	X		X		X		
	Estrategias						No	
15	Los trabajadores actúan con discreción y respetan la intimidad del cliente	X		X		X		
16	En su opinión, los distintos servicios funcionan con rapidez	X		X		X		
17	El personal muestra profesionalismo en sus actividades	X		X		X		
	Rentabilidad	Si	No	Si	No	Si	No	
18	El precio del servicio tiene relación a la calidad recibida	X		X		X		
19	Estaría de acuerdo si se realizara ofertas y promoción en el hotel y restaurante	X		X		X		
20	¿Recomendaría a sus familiares y amistades el Hotel Huarco?	X		X		X		

9	¿El hotel brinda una atención personalizada?	X		X		X		
10	¿El hotel tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes?	X		X		X		
11	¿Siente seguridad en los trámites hechos en el check in del hotel?	X		X		X		

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

Aplicable [x] Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

San Vicente de Cañete	40611975	
Lugar y fecha	DNI	Firma del Experto

[1]Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

FIRMA DIGITAL

Firmado digitalmente por: LARICO QUISPE BERTHA NANCY FIR 40611975 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 06/07/2023 23:04:16-0500

Cañete, 08 de abril de 2024

Huarco Hotel & Restaurant – Bar

AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR INVESTIGACIÓN

Yo, Carlos Rivadeneyra Gutiérrez, en calidad de Administrador de Huarco Hotel & Restaurant – Bar, con domicilio en Antigua Panamericana Sur Km.135.5 San Luis Cañete, por la presente autorizo a **Raquel Yamilet Meza Ramírez** identificado con DNI número 72641618, estudiante de la Universidad Nacional de Cañete en la Carrera Profesional de Administración de Turismo y Hotelería a realizar su investigación titulada "**GESTIÓN HOTELERA Y SERVICIO AL CLIENTE EN EL HOTEL HUARCO, DISTRITO DE SAN LUIS – CAÑETE, 2023.**" en nuestras instalaciones.

La presente autorización tiene como objetivo permitir al tesista llevar a cabo su investigación en nuestra empresa, bajo las siguientes condiciones:

- La tesista se compromete a cumplir con todas las normas y políticas internas de la empresa durante su estadía en nuestras instalaciones.
- La investigación se realizará exclusivamente para fines académicos.
- La tesista entregará al final una copia de los resultados para aplicarlos en nuestra empresa.

La presente autorización tiene validez desde la fecha de firma y hasta la finalización de la investigación.

Huarco Hotel · Restaurant

Firma y sello del Representante Legal o Representante del área
DNI: 15413588

Firma del Egresado

DNI:72641618

VICEPRESIDENCIA DE INVESTIGACIÓN
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Código N°003-2024

CONSTANCIA DE VERIFICACIÓN DE SIMILITUD

Yo, Dra. Yrene Cecilia Uribe Hernández Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales valido el informe titulado: **"**GESTIÓN HOTELERA Y SERVICIO AL CLIENTE EN EL HOTEL HUARCO, DISTRITO DE SAN LUIS – CAÑETE, 2023".

Cuya autora es, Meza Ramírez Raquel Yamilet, identificada con DNI N° 72641618, declaro que la evaluación realizada por el programa informático, ha constatado un porcentaje de similitud del **9%**, verificable en el resumen de reporte automatizado de similitudes que se adjunta.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas dentro del porcentaje de similitud no constituye plagio, y que el documento cumple con la integridad científica y con las normas para el uso de citas y referencias establecidas en los protocolos respectivos.

Se cumple con adjuntar, además, el recibo digital a efectos de la trazabilidad respectiva del proceso.

FIRMA DIGITAL

Firmado digitalmente por: URIBE HERNANDEZ Yrene Cecilia FAU 20491363402 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 10/05/2024 13:11:11-0500

Cañete, 10 de mayo del 2024

Se adjunta:

- Resumen del reporte automatizado de similitudes
- Recibo Digital

VALIDADO POR:

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada "copia no controlada"

- Resumen del reporte automatizado de similitudes

GESTIÓN HOTELERA Y SERVICIO AL CLIENTE EN EL HOTEL HUARCO, DISTRITO DE SAN LUIS – CAÑETE, 2023

ORIGINALITY REPORT

9%	8%	1%	5%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universidad Nacional de Cañete Student Paper	3%
2	repositorio.undc.edu.pe Internet Source	2%
3	hdl.handle.net Internet Source	2%
4	portal.undc.edu.pe Internet Source	1%
5	rest7.undc.edu.pe Internet Source	1%

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 1%
Exclude bibliography	On		

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada “copia no controlada”

- Recibo Digital

turnitin

Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author:	RAQUEL YAMILET MEZA RAMIREZ
Assignment title:	TESIS POR SUSTENTAR
Submission title:	GESTIÓN HOTELERA Y SERVICIO AL CLIENTE EN EL HOTEL H...
File name:	INFORME_FINAL_APROBADO.pdf
File size:	2.03M
Page count:	111
Word count:	26,884
Character count:	129,838
Submission date:	30-Apr-2024 01:23PM (UTC-0500)
Submission ID:	2366998045

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

GESTIÓN HOTELERA Y SERVICIO AL CLIENTE EN EL HOTEL HUARCO, DISTRITO DE SAN LUIS – CAÑETE, 2023

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

AUTORA: Bach. Meza Ramírez Raquel Yamilet
ORCID: 0000-0003-0756-5188
ASESOR: Dra. Miriam Viviana Ñahui Silva
ORCID: 0000-0001-8929-2916
TIPO DE INVESTIGACIÓN:
Investigación Básica
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión empresarial y desarrollo turístico sostenible
Cañete, Perú
2024

Copyright 2024 Turnitin. All rights reserved.

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada “copia no controlada”

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

N° 003-2024

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

En la ciudad de Cañete, en la sala de sustentaciones de la Facultad de Ciencias Empresariales, siendo las 09:30 horas, del día 11 de junio del 2024, se reunió el Jurado Evaluador, designados con DECRETO N° 112-2023-UIFCE/FCE/UNDC

Presidente (a): Dr. Víctor Carmelino Vargas Godoy
Secretario (a) : Dra. Nieves Elva Baños Chaparro.
Vocal : Mg. María Guadalupe Valiente Campos.
Asesor(a) : Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva.

Para el acto de sustentación de la tesis titulada: **"Gestión hotelera y servicio al cliente en el Hotel Huarco, distrito de San Luis –Cañete, 2023"**; presentada por la Bachiller Raquel Yamilet Meza Ramirez, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Turismo y Hotelería.

Después de concluido el acto de sustentación y luego de que el sustentante dio respuesta a las preguntas respectivas, el Jurado Evaluador calificó la sustentación o defensa de la investigación según los siguientes criterios, y promediando las notas del jurado se obtuvo:

Criterio	Desaprobado (menor de 14)	Regular (14 -15)	Bueno (16-17)	Muy bueno (18-19)	Excelente (20)	Puntaje
Claridad de la exposición			16			16
Dominio del tema			16			16
Visión holística del trabajo			16			16
Promedio						16

** Para el caso de sustentación de dos personas se debe incorporar dos cuadros, uno para cada uno.

Para obtener la nota final de todo el proceso de investigación, conforme al artículo 100º y 101º del Reglamento General de Investigación de la Universidad Nacional de Cañete aprobado mediante Resolución Nº 180-2023-UNDC/CO, se procedió a calcular la nota final:

Nota del Informe (valor 40%)	Nota de Sustentación (valor 60%)	Nota Final
16	16	16

(*) Cálculo: (Nota Informe * 0.40) + (Nota de Defensa * 0.60) = Nota final
Para el caso de dos sustentantes, se debe incluir una columna adicional a la izquierda y poner los nombres de cada uno de ellos, y calificar en forma individual.

Y, establece como calificación FINAL: 16 (DIECISEIS)

- Aprobado, con nota Regular (...), Bueno (X), Muy Bueno (...), Excelente (...)
- Desaprobado (...)

Por tanto, el graduado se encuentra expedito(s) (X), impedido(s) ( ) para realizar los trámites que corresponden a la obtención del Título Profesional de Licenciado en Administración de Turismo y Hotelería.

****Si fuera el caso, que de los dos sustentantes uno fuera aprobado y otro desaprobado, se tendrá que diferenciar quien queda expedito y quien impedido de seguir los trámites.**

Siendo las 10:24 Horas se dió por terminado el acto de sustentación.

Dra. Nieves Elva Baños Chaparro **Secretario(a)**	Dr. Víctor Carmelino Vargas Godoy **Presidente(a)**	Mg. María Guadalupe Valiente Campos **Vocal**	Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva **Asesor(a)**