



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**"CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO
DEL HOTEL CACIQUE DEL DISTRITO DE TUMBES,
TUMBES 2021"**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTOR

**LAMA NOBLECILLA, KARINA MERCEDES
ORCID: 0000-0002-3618-6391**

ASESOR

**MUÑOZ AGUILAR, ESTUARDO
ORCID: 0000-0002-9053-8175**

CHIMBOTE– PERÚ

2021

Equipo de Trabajo

AUTOR:

Lama Noblecilla, Karina

ORCID: 0000-0002-3618-6391

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Tumbes, Perú.

ASESOR:

Ms. C. Muñoz Aguilar Estuardo

ORCID: 0000-0002-9053-8175

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Chimbote, Perú.

JURADO:

Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgtr. Azabache Aquino, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Miembro

Mgtr. Espinosa Otoy, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Miembro

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Azabache Aquino, Carmen Rosa
Miembro

Mgtr. Espinosa Otoyá, Víctor Hugo
Miembro

Mgtr. Vilela Vargas, Víctor Hugo
Presidente

Ms. C. Muñoz Aguilar, Estuardo
Asesor

Agradecimiento

A la ULADECH –
católica por formarnos
como profesionales.

Al hotel Cacique por
haberme dado todas las
facilidades, para
permitirme realizar mi
investigación.

Al mi asesor de tesis Ms. C.
Muñoz Aguilar, Estuardo por
sus enseñanzas y su
involucramiento en mi
investigación.

Dedicatoria

A mi mamá, hijo,
nietos; ellos son mi
motivo para salir
adelante.

Resumen

La presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general identificar la Caracterización de la Calidad del servicio del Hotel El Cacique, Distrito de Tumbes, 2019, la metodología de investigación es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, con una población de 1 Mypes dedicada al servicio de hoteles - Tumbes, 2019, y una muestra de 150 clientes, aplicando encuestas como instrumento de recolección de datos mediante utilización de la escala SERVQUAL; dentro de los resultados se pudo evidenciar que la dimensión empatía es la que mejor resultados arrojó al evidenciar que siempre el usuario expresa la mejor atención, predisposición del personal, el ambiente así como las áreas e instalaciones le son agradables. Del mismo modo, lo hizo la dimensión seguridad al reflejar los encuestados que confían en la integridad del personal, al no permitirse el ingreso de personas extrañas, al expresar que se sienten tranquilos y seguros dentro del hotel y al ser atendidos en sus deseos y necesidades, por lo que se concluye que las dimensiones como empatía y seguridad son las que mejor potencializan la calidad de los servicios; sin embargo, en menor nivel lo hacen las dimensiones de capacidad de respuesta, fiabilidad y elementos tangibles.

Palabras claves: Calidad de servicio, Dimensiones, Mype,

Abstract

The present research work had as general objective to identify the Characterization of the Quality of the service of the Hotel El Cacique, District of Tumbes, 2019, the research methodology is of a quantitative type, descriptive level and non-experimental design, with a population of 1 Mypes dedicated to hotel service - Tumbes, 2019, and a sample of 150 clients, applying surveys as a data collection instrument using the SERVQUAL scale; Within the results, it was possible to show that the empathy dimension is the one with the best results, showing that the user always expresses the best attention, the predisposition of the staff, the environment as well as the areas and facilities are pleasant. In the same way, the security dimension did it by reflecting the respondents who trust the integrity of the staff, by not allowing strangers to enter, by expressing that they feel calm and safe within the hotel and by being cared for in their wishes and needs. Therefore, it is concluded that dimensions such as empathy and security are the ones that best enhance the quality of services; however, at a lower level, the dimensions of responsiveness, reliability and tangible elements do.

Keywords: Quality of service, Dimensions, Mype

Contenido

1.	Titulo.....	i
2.	Equipo de Trabajo.....	ii
3.	Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4.	Agradecimiento.....	iv
	Dedicatoria.....	v
5.	Resumen.....	vi
	Abstract.....	vii
	Contenido.....	viii
	Índice De Cuadros Y Gráficos.....	xi
	Índice de Tablas	xi
I.	INTRODUCCIÓN	12
II.	REVISIÓN DE LA LITERATURA	16
2.1.	Antecedentes	16
2.2.	Bases Teóricas.....	26
2.2.1	Calidad.....	26
2.2.1.1.	Importancia de la Calidad.....	27
2.2.1.2.	La Calidad de Satisfacción del Cliente.....	28
2.2.2.	Servicio.....	29
2.2.3	Calidad del Servicio.....	29
2.2.5	Dimensiones:	30

2.2.5.1 Elementos Tangibles.....	30
2.2.5.2 Fiabilidad.....	31
2.2.5.3 Capacidad de Respuesta.....	31
2.2.5.4 Seguridad.....	32
2.2.5.5 Empatía.....	32
2.2.7 Clientes.....	33
2.2.6 Hoteles.....	34
III. HIPOTESIS.....	34
IV. METODOLOGIA.....	35
4.1. Diseño de investigación.....	35
Nivel de investigación.....	35
Diseño de investigación.....	35
4.2. Población y Muestra.....	35
Muestra	36
4.3. Definición y Operacionalización de Variables e Indicadores.....	37
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
4.5. Plan de análisis.....	39
4.6. Matriz de consistencia.....	41
4.7. Principios éticos.....	42
V. RESULTADOS.....	44
5.1. Resultados.....	44

5.2. Análisis de Resultados	54
VI. CONCLUSIONES	58
Aspectos Complementarios	60
Recomendaciones	60
Referencias Bibliográficas	61
Anexo 01	65
Anexo 02	66
Anexo 03	68
Anexo 04	70
Anexo 05	72

Índice De Cuadros Y Gráficos

Índice de Tablas

Tabla 1. Características de la fiabilidad del servicio brindado por el Hotel el Cacique, del Distrito de Tumbes, 2021	44
Tabla 2 – Características de la Capacidad de Respuesta del servicio brindado por el Hotel el Cacique, del Distrito de Tumbes, 2021	46
Tabla 3. Características de la seguridad del servicio brindado por el Hotel el Cacique, del Distrito de Tumbes, 2021	48
Tabla 4. Características de la empatía del servicio brindado por el Hotel el Cacique, del Distrito de Tumbes, 2021	50
Tabla 5. Características de los elementos tangibles del servicio brindado por el Hotel el Cacique, del Distrito de Tumbes, 2021	52

Índice de Gráficos

Figura 1 - Dimensión Fiabilidad.....	45
Figura 2 - Capacidad de Respuesta.....	47
Figura 3 - Dimensión Seguridad.....	49
Figura 4 - Empatía.....	50
Figura 5 - Elementos Tangibles	52

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como variable de estudio la calidad de servicio, en el rubro hoteles de Tumbes, eligiendo establecimiento de estudio el hotel Cacique; cuya finalidad está orientada a brindar el conocimiento de la calidad de servicio que ofrecen los establecimientos hoteleros a la multiplicidad de turistas nacionales y extranjeros que visitan la región Tumbes. Durante muchas décadas la industria hotelera ha sido muy importante para el crecimiento económico y desarrollo de la colectividad; ya en la edad media los mercaderes tenían que trasladarse de una ciudad a otra en busca de las mercancías que necesitaban para realizar sus actividades; surgía la necesidad de quedarse a pernoctar en aquellos lugares que les brindasen los servicios necesarios para poder pasar la noche de manera placentera y tranquila, tales como posadas, hosterías u hoteles; fue así como fueron evolucionando los llamados hospedajes y hoteles que visualizamos en la actualidad.

Con el auge de la revolución industrial, la construcción de carreteras y líneas férreas hicieron más fácil el acceso a las ciudades, la gente se movilizaba de una ciudad a otra para realizar sus actividades comerciales, generando así la afluencia de turistas de una ciudad a otra, especialmente en aquellas ciudades que eran el centro de la actividad comercial, esto generó la necesidad de construir hoteles donde la gente pudiera pernoctar.

Hoy en día el turismo es una de las actividades más importantes y comerciales que existen a nivel mundial, para la Organización Mundial de Turismo (OMT), es la principal actividad económica de muchos países, la cual genera, ingreso de divisas, fuente de trabajos, entre otros.

En el Perú, el turismo es una de las actividades económica más importante que genera ingresos la cual nos ubica en el segundo destino sudamericano con una buena capacidad hotelera, al ser un destino turístico por excelencia nos ha permitido que la industria hotelera haya tenido así un crecimiento acelerado, demandando así una mayor responsabilidad. (El comercio, 2018)

Según (Martínez, 2018), nos dice que la industria hotelera depende de características muy importantes como son la evaluación y clasificación de los hoteles por parte de los propios clientes, lo cual lleva a un gran reto que es LA GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN.

Debemos considerar que los turistas hoy en día, antes de ir a un destino, investigan, comparan y exigen, por lo que demanda una alternativa de servicio de acuerdo a su tipo de viaje. Todo ello apunta al éxito de las experiencias personales.

Es bien sabido que la industria hotelera genera grandes divisas para un país y el Perú no puede ser la excepción. De allí que la capacidad hotelera de la Región Tumbes tendrá que poner todos sus esfuerzos y en particular el Hotel Cacique para atender una demanda de clientes cada vez más exigentes por los cambios drásticos revolucionarios de la ciencia y tecnología en el mundo.

En el marco de la ciudad de Tumbes, sabemos que como departamento posee potencialidades naturales como playas, bosques secos y tropicales, y manglares, únicos en la costa de nuestro país; pero lamentablemente no presenta una trayectoria marcada como destino turístico a nivel internacional, por lo cual podemos observar que tiene una baja competitividad dentro del sector hotelero.

El servicio es la carta de presentación más importante en la actividad turística, y de ello depende que el cliente se lleve una buena imagen y se encuentre satisfecho con las bondades que este ofrece.

Como se sabe la confiabilidad es un factor muy importante para determinar la calidad del servicio, pero lamentablemente en nuestro distrito de Tumbes, muchas veces el turista en lugar de recibir un buen trato, recibe especulaciones y abusos, ya sea por parte del personal de atención, por guías de turismo y por la sociedad en general, generando también una mala publicidad para los servicios que ofrecen los hoteles dentro del distrito, Bances, (2018)

Es bien cierto que los servicios de hotelería en Tumbes son bastante variados donde los precios van desde los 50 hasta cerca de 500 soles la noche, pero éstos servicios están dirigidos a un determinado sector de la población. Así tenemos que los hoteles en Canoas Punta Sal son los más costosos, por cuanto está dirigido principalmente a los turistas nacionales y extranjeros. Por lo general, durante el mes de diciembre es donde se observa la mayor afluencia de turistas, a tal punto que por estas fechas hasta 400 personas requieren los servicios de hospedaje en la región. Por otro lado, en el año 2014 el Hotel Chilimasa cambio de nombre a El Cacique, el mismo que en la actualidad el costo por noche es de S/ 100.00.

Contrariamente a lo que sucede a otras empresas, la pandemia ha generado mayores ingresos para el Hotel, porque mientras hay hoteles que prestan sus servicios a turistas nacionales y extranjeros, pues éstos no han podido viajar, en el caso del Hotel El Cacique ha atendido durante todo el año a funcionarios de empresas privadas y públicas, sin interrupción y eso es meritorio para este tipo de empresa de servicios. Claro está que los servicios de hospedaje respetan los protocolos de bioseguridad.

Por lo expuesto, la investigación se orienta a estudiar la “Caracterización de la Calidad del servicio del Hotel El Cacique, en el Distrito de Tumbes, 2019” para lo cual se formuló la siguiente interrogante: ¿Cuál es la caracterización de la Calidad de Servicio del Hotel Cacique del Distrito de Tumbes, 2019?, para resolver esta interrogante se planteó el objetivo General: Identificar la caracterización de la Calidad del Servicio del Hotel Cacique del Distrito de Tumbes, 2019, para alcanzar el objetivo se establecieron los objetivos específicos: Describir los elementos tangibles del servicio de Hotel Cacique del Distrito de Tumbes, 2019, Determinar la fiabilidad en el Servicio del Hotel Cacique del Distrito de Tumbes, 2019, Conocer la Capacidad de Respuesta en el Servicio del Hotel Cacique del Distrito de Tumbes, 2019, Describir la Seguridad en el Servicio del Hotel Cacique del Distrito de Tumbes, 2019, Identificar la Empatía en el Servicio del Hotel Cacique del Distrito de Tumbes, 2019, utilizando una metodología de tipo cuantitativo porque se utilizará la recolección de datos y el análisis de los mismos para contestar preguntas, de nivel descriptivo por que buscará describir situaciones, consiste en la caracterización de un hecho o fenómeno con el fin de establecer su estructura y comportamiento, de diseño no experimental por que no se va a experimentar con personas solo se observará para luego analizar y de corte transversal por que los datos se obtendrán en un tiempo determinado y teniendo así mismo que el Hotel CACIQUE, brinda sus servicios a una determinada cantidad de personas de la jurisdicción del Distrito de Tumbes, por ello nuestro universo son los clientes de Hotel “EL CACIQUE”, y una muestra de 150 clientes. Aplicando encuestas como instrumento de recolección de datos mediante utilización de la escala SERVQUAL; dentro de los resultados se pudo evidenciar que la dimensión empatía es la que mejor resultados arrojó al evidenciar que siempre el usuario expresa la mejor

atención, predisposición del personal, el ambiente así como las áreas e instalaciones le son agradables. Del mismo modo, lo hizo la dimensión seguridad al reflejar los encuestados que confían en la integridad del personal, al no permitirse el ingreso de personas extrañas, al expresar que se sienten tranquilos y seguros dentro del hotel y al ser atendidos en sus deseos y necesidades. Por lo que se concluye que las dimensiones como empatía y seguridad son las que mejor potencializan la calidad de los servicios; sin embargo, en menor nivel lo hacen las dimensiones de capacidad de respuesta, fiabilidad y elementos tangibles.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Entre las investigaciones Internacionales tenemos:

Flores (2018) en su investigación *“Análisis de la calidad del servicio del Hotel Urdesa Suites Boutique, para la implementación de un plan de capacitación.”* Tuvo como objetivo general Analizar la calidad del servicio turístico ofrecido en el Hotel Urdesa Suites Boutique para la implementación de un plan de capacitación, indica que En este mundo cada vez más globalizado donde los consumidores están interconectados a través de redes y foros turísticos, la reputación de cualquier establecimiento que comercialice u oferte servicios se pone en juego, por lo que se requiere que estos sean de máxima calidad y excelencia posible. Por consiguiente, cada fallo o éxito en los servicios es maximizado, donde la calidad del servicio es lo que más se mide, teniendo un rol importante en los negocios. Por lo antes mencionado es fundamental, que el personal que labora día a día en los hoteles debe estar adecuadamente capacitado y producido para desplegar su función con la mejor calidad y eficacia posible.

Asimismo, el personal que administra o dirige los hoteles tienen que contribuir con las herramientas necesarias para brindar la alineación adecuada y formar un ambiente laboral más apropiado para que sus colaboradores presten un servicio al cliente de calidad. De esta manera, este estudio se enfoca en la calidad del servicio del Hotel Urdesa Suites Boutique ubicado en la Ciudad de Guayaquil, para ello se aplicaron métodos de investigación los cuales consistieron en observación de los conocimientos de los trabajadores y medición de la satisfacción e insatisfacción de los huéspedes, con el objeto de diseñar el plan de capacitación que optimice las falencias presentadas en cuanto a la calidad del servicio.

Muñoz (2017), en su investigación *“Análisis de la Calidad del Servicio del Hotel Perla Verde de la Ciudad de Esmeraldas.”* En su Tesis de grado previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas mención Planeación, el tipo de investigación fue cuantitativa - cualitativa, la cual tuvo como objetivo analizar la calidad del servicio que se brinda a los huéspedes que visitan el Hotel Perla Verde, para lo cual se utilizaron herramientas como la metodología Servqual, para conocer de parte de los clientes mismos, sus consideraciones respecto de las expectativas que tenían antes de hospedarse contra las percepciones que tuvieron luego de recibir el servicio en el hotel. Concluyendo que la aplicación de la herramienta de medición de la calidad del servicio Servqual, evidenció que, en términos generales, las variables dieron resultados positivos, es decir, en su mayoría, las percepciones por el servicio recibido superan las expectativas que se tenían antes de recibir el servicio. Aunque los resultados de forma general no muestren una gran deficiencia en el

servicio brindado, se hace imperioso que se tomen en consideración las variables resultantes negativas, para que, con la aplicación de un plan de mejoras, puedan ser subsanadas, incrementen valor al servicio y permitan brindar un servicio de calidad, oportuno, ágil y que supere las expectativas de los clientes.

Soto (2017) en su investigación titulada: “*Evaluación del nivel de satisfacción de los clientes con la calidad del servicio en el Hotel “Los Caneyes” de Santa Clara*” Tiene como objetivo general evaluar el nivel de satisfacción del cliente con relación a la calidad del servicio en la instalación. Para llevar a cabo el estudio fueron utilizadas las técnicas de observación, encuesta y técnicas de procesamiento de datos que permita el registro, medición, análisis e interpretación de los resultados. Para lograr el objetivo general de la investigación fue necesario conformar una fundamentación teórica sobre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Se realizó una caracterización general del hotel donde se realiza la investigación, y de los resultados de la encuesta que actualmente se aplica en el hotel para medir la satisfacción con la calidad del servicio. Seguidamente se aplica una nueva encuesta diseñada para medir dicho nivel de satisfacción, comparando los resultados entre ambas encuestas. Como resultado se obtiene una mejor información sobre el estado de la satisfacción del cliente en relación a la calidad del servicio percibido en el hotel, lo que permitió identificar aspectos negativos y posibilitar en mayor medida la toma de decisiones para contribuir a la mejora continua de la calidad de los servicios que se prestan en el hotel y así aumentar el nivel de satisfacción de los clientes.

Entre las Investigaciones Nacionales tenemos:

Ore (2020) en su investigación titulada: “Propuesta de Mejora en la Atención al Cliente para la Gestión de la Calidad de la Micro Empresa: Hotel el Dorado, Distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, 2019”, cuyo objeto objetivo general: Elaborar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de la calidad del micro empresa: Hotel El Dorado, distrito de San Vicente, provincia de Cañete, 2019. Asimismo, metodológicamente, la investigación tiene un enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. Con la aplicación de un cuestionario bajo la técnica de encuesta, que se realizó a 361 huéspedes. Respecto a la atención al cliente: la investigación señala que el servicio brindado por el hotel “EL DORADO” es considerado de nivel bueno por el 58.4% de los encuestados y con un nivel regular por el 41.6%, esto significa que hay aspectos por mejorar, en relación a la capacidad de respuesta y lenguaje usado por el personal, y de esa manera mantener satisfechos a sus huéspedes. Respecto a la Gestión de Calidad: La investigación señala que los servicios brindados por el hotel “EL DORADO” son considerados buenos en un 83.3% y con el 16.7% lo considera regular, es decir aplica los procesos de gestión de la calidad. Por lo tanto, se concluye que la propuesta de mejora estará centrada en mejorar la atención al cliente usando un lenguaje adecuado y entendible para el cliente, así como mejorar la rapidez en la prestación del servicio y solución oportuna de inconvenientes.

Pecho & Gutiérrez (2017), en su investigación titulada: “Análisis de la calidad del servicio de los Hoteles Blue Star y Marqués en el distrito de San Isidro, 2017”, la cual tuvo como objetivo Determinar el servicio de calidad en

el hotel Blue Star y Márquez en el distrito de san Isidro, el tipo de investigación es no experimental, descriptivo simple y descriptivo comparativo, la cual concluye: Que el 79% de los huéspedes piensan que el personal del hotel cuenta con el conocimiento debido para brindar información que el cliente necesita, si domina los precios y las políticas que el hotel exige, el huésped también califica si el trabajador es lo suficientemente competente para atenderlo, si es cortés desde el principio, brindándole una sonrisa en todo momento para que el cliente se sienta cómodo y le inspire confianza. Pero un 21% piensan que les falta un poco más de capacitación con respecto a la atención a los clientes ya que no se siente satisfecho por completo con la atención que se está brindando. Según Servqual el comportamiento de los trabajadores de una empresa ya sea nacional e internacional debe transmitir confianza a sus clientes para que se sientan seguros en sus transacciones con la empresa de servicio. Los empleadores de la empresa de servicio siempre deben ser amables con los clientes y por último los trabajadores deben tener los conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes.

Ballón (2016) en su tesis *“Evaluación en la Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en los Hoteles de Dos y Tres Estrellas de la Ciudad de Abancay”*, el diseño de la investigación fue no experimental, debido a que no hubo manipulación intencional, y el tipo fue explicativa, tuvo como objetivo general fue Analizar las variables de la calidad de servicio que influyen en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay. Concluyendo que: la variable de “empatía” fue la que mayor influencia tuvo en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad

de Abancay, después le siguió la “capacidad de respuesta” y finalmente “elementos tangibles”. Recomendando enseñar y supervisar al personal del hotel para que realicen, de manera correcta, la limpieza de las instalaciones del hotel y también estén siempre presentables, Así también, para que el personal del hotel ayude a sus clientes y brinde un servicio rápido, los hoteles deben de contratar a personas que tengan vocación de servicio, se sugiere poner a prueba antes de contratar, Finalmente, para facilitar a los clientes en la reserva o compra de habitaciones, los hoteles deben de crear su página web. Adicionalmente, para que los hoteles conozcan y anticipen las necesidades de los consumidores, se sugiere llevar una base de datos de todos los clientes y el historial de sus requerimientos.

Antecedentes Regionales

Suárez (2021) en su investigación titulada “*Gestión de Calidad y Satisfacción al Cliente en las Mypes Rubro Hoteles en el Centro de Piura av. Loreto Año 2021*” tuvo como objetivo general Determinar las características de la gestión de calidad y satisfacción al cliente en las MYPES rubro hoteles en el centro de Piura Av. Loreto año 2021, se empleó la metodología nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. La recolección de datos se contó 03 MYPE del rubro Hoteles la población teniendo como población para la variable gestión de calidad 11 trabajadores, 3 propietarios y para la variable satisfacción al cliente 63 clientes, se empleó la técnica de la encuesta y un cuestionario como instrumento estructurado y validado por expertos. Dentro de los principales resultados se determinó en lo que respecta a principios de gestión de calidad que el 100% de los trabajadores se enfocan en

el bienestar de brindar un buen servicio, asimismo respecto a los elementos de la gestión de calidad, se identificó que el 100% de los encuestados afirma que el liderazgo se ve reflejado en cada una de los trabajadores, con respecto a los niveles para una buena satisfacción al cliente, se observa que el 95% de los encuestados señalan que se debe de mejorar la calidad de servicio, y respecto a los beneficios de la satisfacción se observa que el 100% de los encuestados señalan que un buen servicio hace más competente a las MYPE.

Acha, (2019) en su investigación titulada: *“Caracterización de la Capacitación y Atención al Cliente de las Mype Rubro Hoteles una Estrella del Centro Piura, año 2017”* cuyo objeto general fue identificar las características que tiene la capacitación y atención al cliente de las MYPE rubro hoteles una estrella del centro Piura, año 2017, Se empleó metodología de nivel descriptiva, tipo cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal empleando fuentes primarias y secundarias para la obtención de datos, además para el análisis de resultados se empleó tablas con su respectiva interpretación, obteniendo como resultado que los trabajadores mayoritariamente reciben capacitación pre ingreso, mayoritariamente consideran actualizar los conocimientos, finalmente mayoritariamente consideran indispensable la experiencia; sin embargo mayoritariamente no poseen habilidades técnicas. Por otro lado no se sienten motivados en su trabajo. Respecto a la atención brindada a clientes encuestados mayoritariamente son atendidos, pero aún no cumplen sus expectativas en calidad de servicio y atención, no se sienten comprometidos con ellos; es decir aun no crean valor, sin embargo en infraestructura mayoritariamente si están de acuerdo, a pesar que aún falta mejorar.

Jimenez (2019) en su investigación titulada “*Gestión de Calidad y Competitividad en las Mype Rubro Hoteles en la Av. Circunvalación Piura, año 2019*”, cuyo objetivo general fue identificar las características que tiene la gestión de calidad y competitividad en la MYPE, rubro hoteles. La metodología utilizada para esta investigación es descriptiva, Nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Se empleó como técnica la encuesta para la recolección de información y como instrumento el cuestionario aplicado a una muestra de 384 clientes. De acuerdo con la investigación realizada a las MYPE bajo estudio respecto a la variable Gestión de calidad el 78.13%, manifestó que el personal de la MYPE muestra una buena disposición de ayudarlo a los requerimientos que usted muestra, por otro lado para la variable competitividad el 61.46% Considera que el hotel se enfoca en satisfacer sus necesidades completamente ,de igual manera el 59.90% Considera que los costos de los precios son accesibles, por lo tanto una buena atención y buen precio hace que los clientes visiten los hoteles.

Antecedentes Locales

Bure (2019) en su investigación titulada “*Caracterización de Calidad de Servicio en las Mypes del Sector Servicio Rubro Hoteles: “Caso Hotel Versilia” - en el Distrito de Zorritos, año 2019*”, tiene como objetivo general Determinar la caracterización de calidad de servicio en las MyPes del sector servicio rubro tiendas de hospedajes: “Caso Hotel Versilia” - distrito de Zorritos, año 2019. Utilizando una metodología de investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal; con una población de treinta y cinco hoteles (35) con una muestra de CASO HOTEL VERSILIA,

aplicando a los 68 clientes respectivamente la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos se concluyó y se identificó que las características generales que los clientes consideran que existe cumplimiento de los objetivos por parte del personal, estando dispuestos a servir mediante el adecuado uso de los servicios que brinda el hospedaje, además el personal está presto a solucionar todo tipo de problema y conflictos, es por ello que siempre existe participación, orientación adecuada y por ende los resultados son positivos.

Según Figueroa, (2018), en su investigación titulada “*Caracterización Del Desempeño Laboral Y Gestión De Calidad De Las Mypes Del Sector Servicio Rubro Hospedajes En El Distrito De Tumbes, 2018*”. Tuvo por objetivo central Determinar la caracterización del desempeño laboral y gestión de calidad de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes del distrito de Tumbes, 2018. Con una metodología de investigación de tipo descriptiva, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal, concluye que: 1) El personal muestra empatía al momento de los servicios realizados, además concluyo que el personal del hospedaje informa correctamente sobre el servicio ofrecido, por último, el personal es comunicativo, cordial y respetuoso al momento de realizar el servicio. 2) El personal ofrece soluciones ante cualquier controversia, además se concluye que la empresa cumple todos los servicios ofrecidos al momento de la orientación, por consiguiente, la empresa cubre cada una de sus necesidades del servicio, por último, la empresa ofrece una adecuada calidad de servicios.

Según Noel & Serna (2017), titulada “*Gestión del Talento Humano y la Calidad del Servicio en Hoteles Tres Estrellas del Distrito de Zorritos – 2015*”,

tuvo como objetivo determinar cómo es la gestión del talento humano y la calidad del servicio en hoteles tres estrellas del distrito de Zorritos 2015, es una investigación de tipo aplicada y nivel descriptivo, concluyendo que: 1) la gestión del talento humano es eficiente, por lo que a través de ello se lograra una excelente calidad en el servicio brindado superando expectativas y fidelizando a los clientes. 2) La confiabilidad que reflejen los trabajadores impacta directamente sobre los resultados de la empresa, un 75% de los encuestados están de acuerdo con la importancia de esta dimensión, ya que consideran que es la clave de la excelencia cuando se presta un servicio. Sin embargo, el 70% y 21% de los encuestados manifestó estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con este cumplimiento en los hoteles de tres estrellas del Distrito de Zorritos.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1 Calidad.

Según Deming (1986), citado en (Lizarzaburu et al., 2018), señala que calidad es “el grado de uniformidad y fiabilidad predecible a bajo costo y adecuada a las necesidades del mercado. La uniformidad es la semejanza o igualdad que presentan los bienes o servicios producidos entre sí. La fiabilidad se refiere a la probabilidad de que el sistema siga brindando estos bienes p servicios con las condiciones uniformes durante un tiempo predeterminado. Esta uniformidad y fiabilidad se encuentran en relación directa con los requerimientos del cliente.

Según Juran (1990) citado en (Lizarzaburu et al., 2018), indica que “la calidad es una adecuación al estándar, la satisfacción del cliente externo e interno. Si se quiere lograr esta adecuación resulta necesario la conformidad del diseño y adecuación al uso, la calidad de conformidad con las especificaciones: Calidad de fabricación, disponibilidad y el servicio en el campo.

Según Taguchi citado en (Jabaloyes et al., 2020) señala que “La calidad de un producto es la mínima pérdida impuesta a la sociedad durante la vida de dicho producto” y añade a continuación “La pérdida impuesta a la sociedad coincide con la pérdida de la empresa a largo plazo”. Mientras que la preocupación occidental es la de que los productos cumplan las especificaciones, los japoneses, de acuerdo con la filosofía de Taguchi, se preocupan por la uniformidad de sus productos alrededor del valor nominal tratando de conseguir que la variación sea cada vez menor.

De acuerdo a Lluís Cuatrecasas citado en el megazine (CEUPE, 2018) indica que: “La calidad es el conjunto de características que posee un producto o servicio obtenidos en un sistema productivo, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario”.

Según la norma ISO-9000 la calidad es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con las necesidades o expectativas establecidas, implícitas y obligatorias, esto quiere decir que la calidad se mide en base a la satisfacción de las necesidades expresadas o no por el cliente.(Cortés, 2017)

2.2.1.1.Importancia de la Calidad.

Según el Magazine (CEUPE, 2018), los desafíos de la coyuntura actual obligan a la administración dirigir su mirada hacia la calidad, entendiéndola a esta como un factor preponderante en su accionar en el largo plazo de las organizaciones.

La importancia estratégica de trabajar bajo la filosofía de la calidad radica en:

- Esta genera productos y servicios mejorados, reduce costos y admite incrementar la rentabilidad financiera de las empresas.
- Como objetivo de las actuaciones organizacionales, es un factor integrador y motivacional de los trabajadores.
- Incrementa la satisfacción de los clientes mediante la optimización de la imagen de productos y servicios, influyendo en su fidelización.

2.2.1.2.La Calidad de Satisfacción del Cliente.

Para (Jabaloyes et al., 2020) “La satisfacción del cliente es uno de los resultados más importantes en la prestación de servicios de calidad. La satisfacción del cliente depende no sólo de la calidad de los servicios sino también de las expectativas del cliente”. El cliente está satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas. Philip Kotler, citado en (Jabaloyes et al., 2020) define la satisfacción del cliente como “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”. La satisfacción del cliente está conformada por tres elementos:

- **El Rendimiento Percibido:** se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio.
- **Las Expectativas:** las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo.
- **Los Niveles de Satisfacción:** luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:
 - ✓ **Insatisfacción:** se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
 - ✓ **Satisfacción:** se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
 - ✓ **Complacencia:** se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

2.2.2. Servicio.

Philips Kotler citado en (Meneses, 2017) define al servicio como “todo aquello que se ofrece en un mercado para atención, adquisición, uso o consumo que puede satisfacer un deseo o necesidad, el cual incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas”

(Lovelok, 1990) citado en (Y. Figueroa, 2018) manifiesta que “El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: La satisfacción del cliente y la eficiencia operacional”.

2.2.3 Calidad del Servicio.

(Santomá 2008) citado en (Meneses, 2017) definió “la calidad de servicio como un concepto subjetivo, que depende de las opiniones de los clientes, y que resulta de la comparación que hace el cliente entre la percepción sobre la prestación del servicio y las impresiones previas al consumo”.

La calidad de un servicio se obtiene de comparar las expectativas que el cliente tenía sobre el servicio y los productos servidos y la percepción real del servicio y los productos que se han servido. Cuanto menor es la diferencia entre las expectativas y la percepción del cliente sobre el servicio

mayor será la satisfacción del cliente y por tanto, mayor la calidad del servicio.(A. Flores, 2018)

La calidad de servicio posee diversas características, entre la más importantes se encuentran las siguientes: destreza; es decir, lo que el cliente espera y lo que en sí recibe; seguridad ya que la clientela debe observar que aquello que se le brinda carezca de dificultades; tangibilidad por lo que el ambiente y los equipos de la empresa deben estar en perfectas condiciones, de la misma manera los trabajadores han de estar aseados y presentables en todo momento; empatía, la cual consiste en colocarse en el lugar del consumidor, con la única finalidad de tener conocimiento de lo que éste siente y piensa para de esta manera entenderlo mejor; y por ultimo respuesta, que tiene que ver con la habilidad de dar un servicio cada vez más rápido; puesto que los consumidores con el tiempo se vuelven algo rígidos en este aspecto. (Piattini & García, 2016)

2.2.5 Dimensiones:

2.2.5.1 Elementos Tangibles.

Se entiende como elemento tangible, a todo lo percibido, o puede ser notado, aunque este no tenga cuerpo. Ejemplo, el dinero que ingresa, registro de cuenta en el banco, quiere decir que no tiene forma física. Una de las principales características de lo tangible es que pueden conocerse sus características físicas como peso, tamaño y altura. Westreicher (2020)

2.2.5.2 Fiabilidad.

Según el megazine (CEUPE, 2018) “es la idea de que los productos deben satisfacer a los clientes durante todo el tiempo que sean usados. Se relaciona con la probabilidad de fallo de un producto dentro de un período determinado. A menor fiabilidad mayores los costes de mantenimiento”.

2.2.5.3 Capacidad de Respuesta.

Consiste en el deseo de que la organización atienda a sus clientes o consumidores y les brinde los servicios de manera oportuna; es muy interesante e importante existir en toda empresa, porque los clientes dan alta prioridad a la correcta y oportuna prestación de servicios. Westreicher (2020)

Muestra el nivel de acción que debemos tomar y responder a las necesidades del cliente de manera adecuada. Por lo tanto, los servicios prestados con lentitud nunca agregarán valor al cliente, sino que lo detendrán, e incluso en muchos casos, el cliente elegirá una mejor opción, razón por la cual la empresa debe brindar sus servicios con rapidez para asegurar a los clientes y fidelizarlos. Westreicher (2020)

Los jefes, trabajadores y miembros de toda la organización deben brindar un servicio rápido a sus consumidores o clientes, esa es su voluntad y carácter, están muy satisfechos con esto y tienen una mejor impresión de la organización; a su vez, esta Como resultado, la empresa a menudo adquiere más clientes y logra la rentabilidad necesaria. Westreicher (2020)

2.2.5.4 Seguridad.

Muestra el grado de conocimiento que tiene una persona a la hora de prestar servicios; de igual forma, tratar a los clientes con cortesía los hace sentir cómodos en un ambiente agradable y, lo más importante, les hace sentir seguros. Westreicher (2020)

Cubre la capacidad y el nivel de educación del personal de la organización. En la mayoría de los casos, cuando los clientes tratan con trabajadores agradables y accesibles, también son competentes, se sienten cómodos y tranquilos, especialmente en buenas manos. (Meneses, 2017)

Agrupar varias sub-dimensiones juntas, como competitividad, nivel educativo y confiabilidad. Es vital que siempre exista en todas las empresas, y es especialmente importante en las empresas que brindan servicios de hospedaje, porque los clientes siempre deben sentirse seguros y confiados en la organización que decidan. González et al. (2016)

2.2.5.5 Empatía.

Se considera una habilidad completamente natural que posee una persona, forma parte de la inteligencia emocional y permite el contacto con otras personas para comprender su realidad, emociones, vivencias, etc. Y trata de conocerlos para que podamos ayudarlos en el futuro. García (2019).

Se entiende como una manifestación de los comportamientos que nos unen unos a otros, lo que suele estar presente en la sociedad, estableciendo así un fuerte vínculo entre el respeto y la unidad. Por lo tanto, permite a una persona saber cómo se siente otra persona con solo conocer su propia situación. Moya (2016)

2.2.7 Clientes

Es el individuo que obtiene productos o servicios los cuales compra ocasional o regularmente. Hay diferentes tipos de clientes, son: clientes potenciales, es decir, clientes que aún no han recibido servicios pero están a punto de recibirlos; ocasionalmente los que solicitan bienes o servicios de vez en cuando; personas diligentes o leales son aquellas que suelen disfrutar de los bienes o servicios que brinda la organización y son leales a ella Bastos (2006)

Consiste en aquella persona que a cambio de una retribución recibe un producto o servicio, el cual lo adquiere por parte de una empresa dedicada a satisfacer sus necesidades y/o deseos. En los establecimientos de hospedaje como en cualquier otra organización, el cliente es siempre lo primero, y es importante determinar sus requerimientos para que luego se satisfagan, y que estén satisfechos y alineados con la empresa. Navarro (2009)

2.2.6 Hoteles

Se define como un lugar de alojamiento temporal con características específicas. Por lo tanto, los que están lejos de casa o en casa se quedan allí, muchos de ellos pueden estar trabajando mientras otros están entretenidos. Con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, el hotel también ofrece una serie de productos y servicios adicionales. Cahuaya & Ñahuincopa (2016)

Consiste en edificios autónomos que pueden ser vacaciones o ciudades, algunos de los cuales son edificios modernos, mientras que otros optan por permanecer antiguos. Por tanto, dependiendo de la calidad y el servicio, su calidad se puede clasificar de una a cinco estrellas, porque la calidad depende en gran medida de la categoría que presenta Muñoz (2015)

III. HIPOTESIS

(D'Aquino & Barrón, 2020) Por la naturaleza de la investigación no se planteó la hipótesis, pues el objeto del presente trabajo consiste en el estudio de nivel descriptivo respecto a la calidad de la variable, y el enfoque cuantitativo de la investigación hace que no se formule la hipótesis a priori.

IV. METODOLOGIA

4.1. Diseño de investigación.

Tipo de investigación

El tipo de la investigación es cuantitativo porque se utilizó la recolección de datos y el análisis de los mismos para contestar preguntas. (Hernández et al., 2017)

Nivel de investigación

La investigación es de nivel descriptivo por que se buscó describir situaciones, consiste en la caracterización de un hecho o fenómeno con el fin de establecer su estructura y comportamiento.(Hernández et al., 2017)

Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental por que no se experimentó con personas solo se observó para luego analizar y de corte transversal por que los datos se obtienen en un tiempo determinado.

4.2. Población y Muestra.

(García, 2016), Manifiesta que el universo es el conjunto de elementos que tienen una característica común que es observable y acerca del cual queremos realizar determinados estudios.

Por ello nuestro universo son los clientes de Hotel “El Cacique”, el mismo que brinda sus servicios a una determinada cantidad de personas de la jurisdicción del Distrito de Tumbes.

Muestra

La muestra fue probabilística, y para la determinación su tamaño se ha utilizado la formula estadística del STARTS:

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

Dónde:

N: Población = 505 clientes

n: Muestra

Z: Nivel de confianza (95%)

Z tabulado = 1.96

p: Probabilidad de éxito

p = 60%

q: Probabilidad de fracaso

q = 40%

E: Margen de error o nivel de precisión E = 5%

n = 213; pero como $n/N > E$ es decir, $213/505 = 0.423 > 0.05$; se procede ajustar la muestra mediante la fórmula de ajuste;

$$n = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}}$$

De lo que se obtiene una muestra n = 150 usuarios o clientes a encuestar, que son usuarios del hotel El Cacique.

4.3. Definición y Operacionalización de Variables e Indicadores

Variable	Definición	Operacionalización de la variable	Dimensiones	Indicadores	Escala	Instrumentos / Fuentes o Informantes
Calidad de Servicio	La calidad es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con las necesidades o expectativas establecidas, implícitas y obligatorias, esto quiere decir que la calidad se mide en base a la satisfacción de las necesidades expresadas o no por el cliente.(Cortés, 2017)	Grado de asimilación entre las expectativas que tiene el cliente al acudir a hospedarse en el hotel El Cacique y la percepción que tiene después haber tomado el servicio del hotel.	Fiabilidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Si alguien en el hotel se compromete a hacer algo por mí, lo hará. 2. Los distintos servicios que me presta el hotel son presentados correctamente. Desde la primera vez. 3. Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal del hotel para que se haga cargo de mi asunto. 4. En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares del hotel recibo un servicio de calidad. 5. El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme. 6. Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudará a resolverlo inmediatamente. 7. Si solicito algo al personal del hotel, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán, y cumplirán con ello. 8. Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo. 9. Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación. 10. Confío en la integridad de las personas que trabajan en el hotel. 11. Confío en que nunca entrará al hotel alguien que no esté autorizado para hacerlo. 	Likert	Instrumento Cuestionario
			Seguridad	<ol style="list-style-type: none"> 12. Me siento tranquilo y seguro dentro del hotel. 13. El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades. 		

Empatía.	<p>14. El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los huéspedes.</p> <p>15. En el hotel me prestan una atención muy personal.</p> <p>16. El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.</p> <p>17. En las áreas comunes (alberca, playa, áreas de juegos) hay un ambiente divertido y agradable.</p> <p>18. El hotel cuenta con instalaciones modernas y atractivas.</p> <p>19. Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia y agradable.</p>
Elementos tangibles	<p>20. La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo durante mi estancia.</p> <p>21. El hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito para disfrutar de mis vacaciones.</p> <p>22. El servicio de alimentos y restaurantes con que cuenta el hotel ofrecen comida de calidad, con menús amplios y de excelente cocina.</p>

Fuente: elaboración propia

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica: La técnica que se utilizó para la recolección de Datos fue la encuesta, debido a que se dirige hacia una muestra de la población, para conseguir obtener información relevante sobre dicha población.(Domínguez et al., 2018)

Instrumento: Se utilizó el cuestionario, (D'Aquino & Barrón, 2020), nos dice que el cuestionario es “Un instrumento para la recolección de datos, rigurosamente estandarizado, que traduce y operacionaliza determinados problemas que son objeto de investigación”, este instrumento nos sirvió para medir la calidad de servicio Serv Perf el cual es un cuestionario de 22 preguntas y serán medidos a través de la escala de Likert que tiene una escala de 5 puntos, siendo 1: totalmente en desacuerdo; 2: en desacuerdo; 3: neutral; 4: de acuerdo; 5: totalmente de acuerdo y para la captación de clientes se hará la revisión bibliográfica para determinar si la atención brindada es la esperada por los clientes.

4.5. Plan de análisis

Según (Trejo, 2021) el plan de análisis consiste en concentrar, ordenar y clasificar todos los datos que se obtuvieron por medio de la técnica documental o de campo con el propósito de tener mayor control sobre ellos y manipularlos para allanar el camino hacia el análisis de la información.

Para ordenar, y clasificar los resultados obtenidos se utilizó en primera instancia el programa Word para redactar el trabajo de investigación, utilizando de la mano el programa Mendeley para la elaboración de las citas y referencias bibliográficas, posteriormente se utilizó el programa Excel, el cual se utilizó para realizar la tabulación y las figuras de la información adquirida a través del cuestionario aplicado, posteriormente, se utilizó el programa Turnitin, para visualizar el porcentaje de plagio, el programa utilizado fue el Power Point el cual nos permitió elaborar y presentar las diapositivas para la sustentación del trabajo de investigación, finalmente el programa PDF, para la presentación del trabajo

4.6. Matriz de consistencia

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLE	POBLACIÓN Y MUESTRA	METODOLOGÍA	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	PLAN DE ANALISIS	
¿Cuál es la caracterización de la Calidad de Servicio del Hotel Cacique del Distrito de Tumbes, 2021?	Objetivo General.			-El trabajo de investigación fue del diseño de investigación no experimental	Técnica: Se utilizó la encuesta.	Los programas utilizados fueron: Word: para redactar el trabajo de investigación Mendeley: Para realizar las citas y referencias bibliográficas Excel: para el procesamiento de los datos obtenidos de la encuesta PDF: para la presentación del trabajo Turnirin: pára la verificación del porcentaje de pplagio Power Point: para la sustentación del trabajo de investigación	
	Objetivos Específicos			- transversal y descriptivo.	Instrumento: Se utilizó el cuestionario		
	Describir los elementos tangibles del servicio de Hotel Cacique del Distrito de Tumbes, 2019.			Para la variable calidad de servicio se utilizó una la población es infinita, porque la investigación estuvo dirigida a los clientes del Hotel “EL CACIQUE”	-No experimental: Porque no se manipuló deliberadamente a la variable.		
	Determinar la fiabilidad en el Servicio del Hotel Cacique del Distrito de Tumbes, 2019.	Calidad de Servicio		Se utilizó una muestra de 150 clientes, utilizado la formula estadística del STARTS.	-Transversal: Porque se realizó en un espacio de tiempo determinando.		
	Conocer la Capacidad de Respuesta en el Servicio del Hotel Cacique del Distrito de Tumbes, 2019				-Descriptivo: Porque se describió las principales características de la variable.		
	Describir la Seguridad en el Servicio del Hotel Cacique del Distrito de Tumbes, 2019						
	Identificar la Empatía en el Servicio del Hotel Cacique del Distrito de Tumbes, 2019						

4.7. Principios éticos

En mi grado de investigador, el presente trabajo fue desarrollado con total transparencia en todo momento, siempre primando las virtudes éticas, en el trabajo con la población se encuestó se, concientizo a que participen en la respuesta del cuestionario, con el deseo de evitar que las respuestas sean cruzadas. Además, se puso énfasis en la autenticidad de los resultados a obtener, la confidencialidad de la encuesta a aplicar fue de carácter estricto y honrado e imparcial al momento de realizar los análisis.

Asimismo se asumió, compromisos éticos antes, durante y después del proceso de investigación; a efectos de cumplir el principio de reserva, el respeto a la dignidad humana y el derecho a la intimidad (Abad, S; Morales, 2005). Los principios éticos como lo manifiestas el manual de código de ética utilizados son los siguientes.

Protección de las personas: Durante la investigación se protegerá la identidad de las personas que participan de ella respetando su privacidad.

Libre participación y derecho a estar informado: Se aplicó la encuesta a los participantes luego de informarles la finalidad del estudio de la mano con el consentimiento informado, solicitándoles su participación, posteriormente su firma del consentimiento informado

Beneficencia y no-maleficencia: con este principio se tiene un balance riesgo – beneficio positivo y justificado, asegurando el cuidado y el bienestar de los involucrados en la investigación, sin causar daños, ni efectos adversos en su establecimiento en este caso “Hotel Cacique”

Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad: No se causará daño al medio ambiente con la presente investigación, por ello se utilizará papel reciclado para la realización de las encuestas con el fin de no contribuir a la contaminación del medio ambiente.

Justicia: Se brindó un trato amable tanto al dueño del establecimiento como a nuestros encuestados

Integridad científica: Se evitara el engaño en todos los aspectos de la investigación, sin incurrir en plagio de información, procediendo con rigor científico, asegurando así la validez de los métodos, fuentes y datos, garantizando la veracidad en todo el proceso de investigación.

V. RESULTADOS

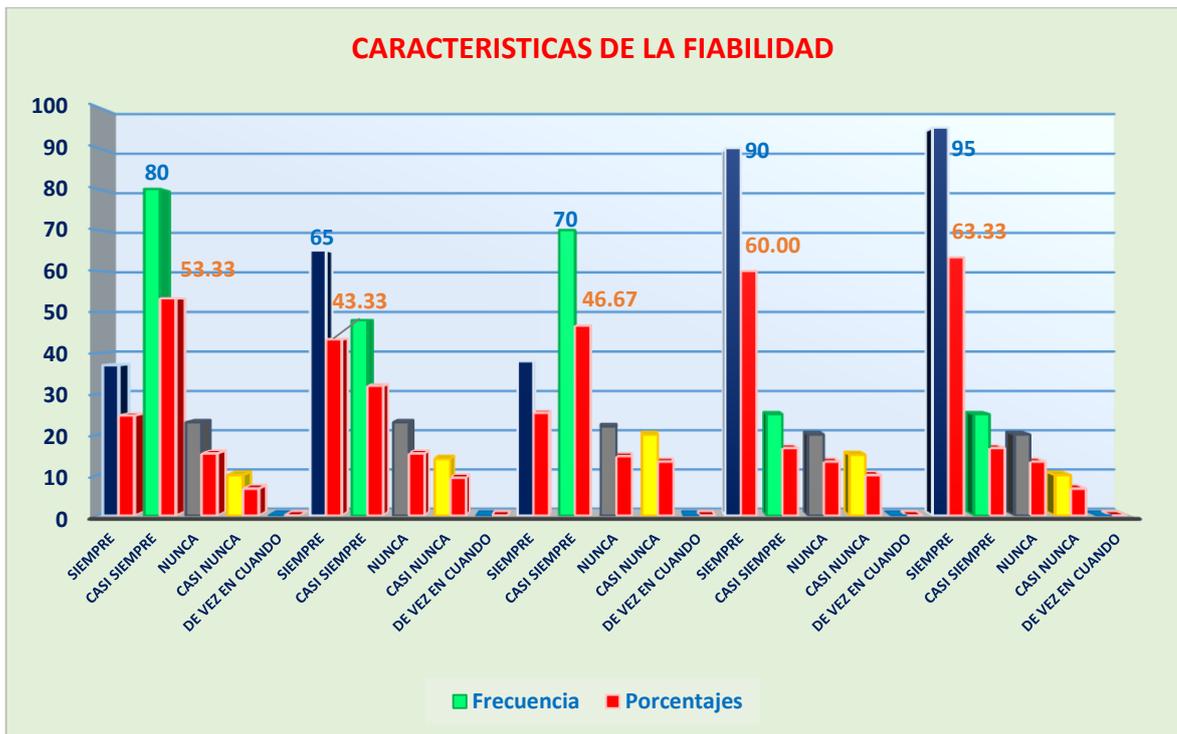
5.1. Resultados

Tabla 1. Características de la fiabilidad del servicio brindado por el Hotel el Cacique, del Distrito de Tumbes, 2021

Características de la fiabilidad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Si alguien en el hotel se compromete hacer algo por mí lo hará		
Siempre	37	24.67
Casi siempre	80	53.33
Nunca	23	15.33
Casi nunca	10	6.67
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
Los distintos servicios que me presta el hotel son presentados correctamente desde la primera vez.		
Siempre	65	43.33
Casi siempre	48	32.00
Nunca	23	15.33
Casi nunca	14	9.33
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal del hotel para que se haga cargo de mi asunto.		
Siempre	38	25.33
Casi siempre	70	46.67
Nunca	22	14.67
Casi nunca	20	13.33
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares del hotel recibo un servicio de calidad		
Siempre	90	60.00
Casi siempre	25	16.67
Nunca	20	13.33
Casi nunca	15	10.00
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme.		
Siempre	95	63.33
Casi siempre	25	16.67
Nunca	20	13.33
Casi nunca	10	6.67
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes del “Hotel Cacique”

Figura 1. Dimensión Fiabilidad



Elaboración propia.

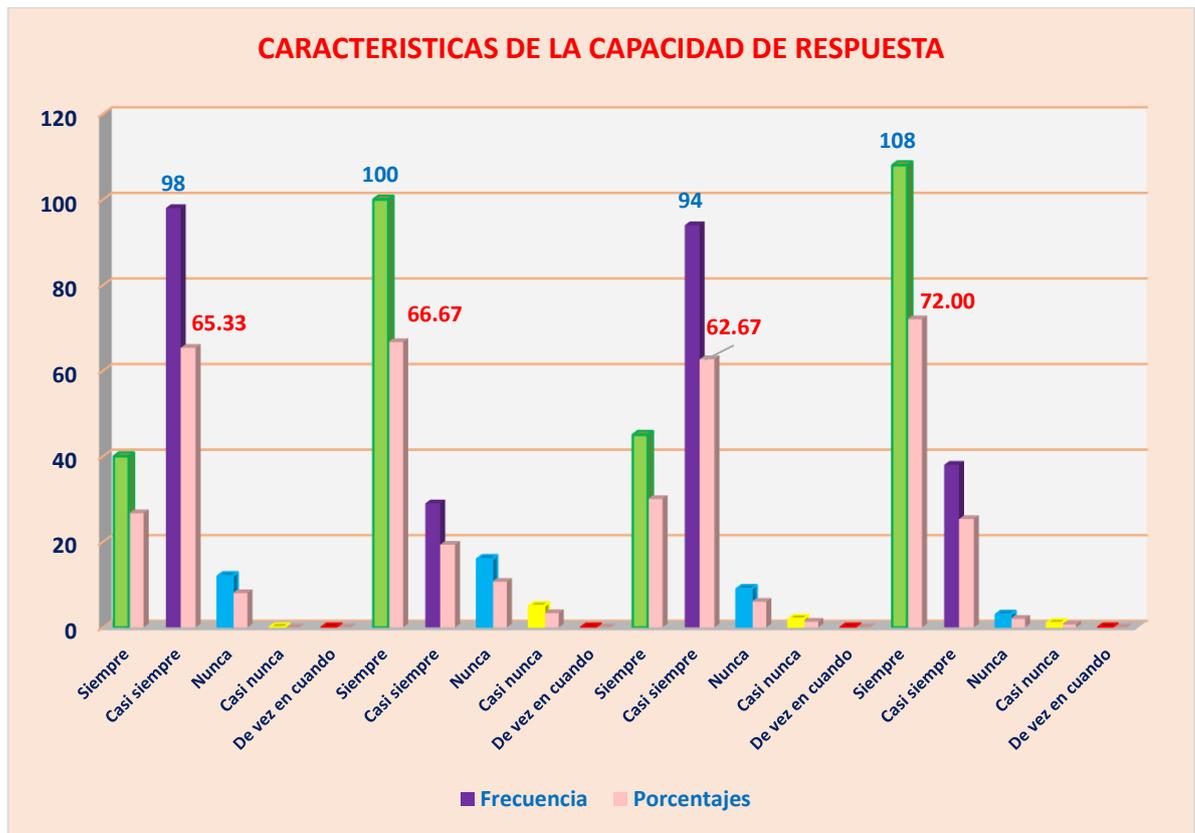
De la Tabla 1 y Figura 1 se puede observar en la dimensión fiabilidad, del total de 150 clientes encuestados, 80 de ellos, que representa al 53% manifestaron que casi siempre si alguien se compromete hacer algo por ellos lo hace; 65 encuestados que representan al 43% señalaron que siempre los distintos servicios que presta el hotel son presentados correctamente desde la primera vez; 70 clientes que representan al 47% indicaron que casi siempre que cuando necesitan ayuda acuden con toda confianza al personal para que atiendan sus necesidades; 90 de los encuestados que representan al 60% manifestaron que siempre reciben un servicio de calidad del hotel a cualquier hora y en cualquier lugar del mismo; y 95 encuestados que representan al 63% sostuvieron que siempre el personal del hotel está dispuesto atenderles y ayudarles.

Tabla 2 – Características de la Capacidad de Respuesta del servicio brindado por el Hotel el Cacique, del Distrito de Tumbes, 2021

Características de la capacidad de respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudará a resolverlo inmediatamente		
Siempre	40	26.67
Casi siempre	98	65.33
Nunca	12	8.00
Casi nunca	0	0.00
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
Si solicito algo al personal del hotel, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán, y cumplirán con ello.		
Siempre	100	66.67
Casi siempre	29	19.33
Nunca	16	10.67
Casi nunca	5	3.33
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo.		
Siempre	45	30.00
Casi siempre	94	62.67
Nunca	9	6.00
Casi nunca	2	1.33
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación.		
Siempre	108	72.00
Casi siempre	38	25.33
Nunca	3	2.00
Casi nunca	1	0.67
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes del “Hotel Cacique”

Figura 2 - Capacidad de Respuesta



Elaboración propia.

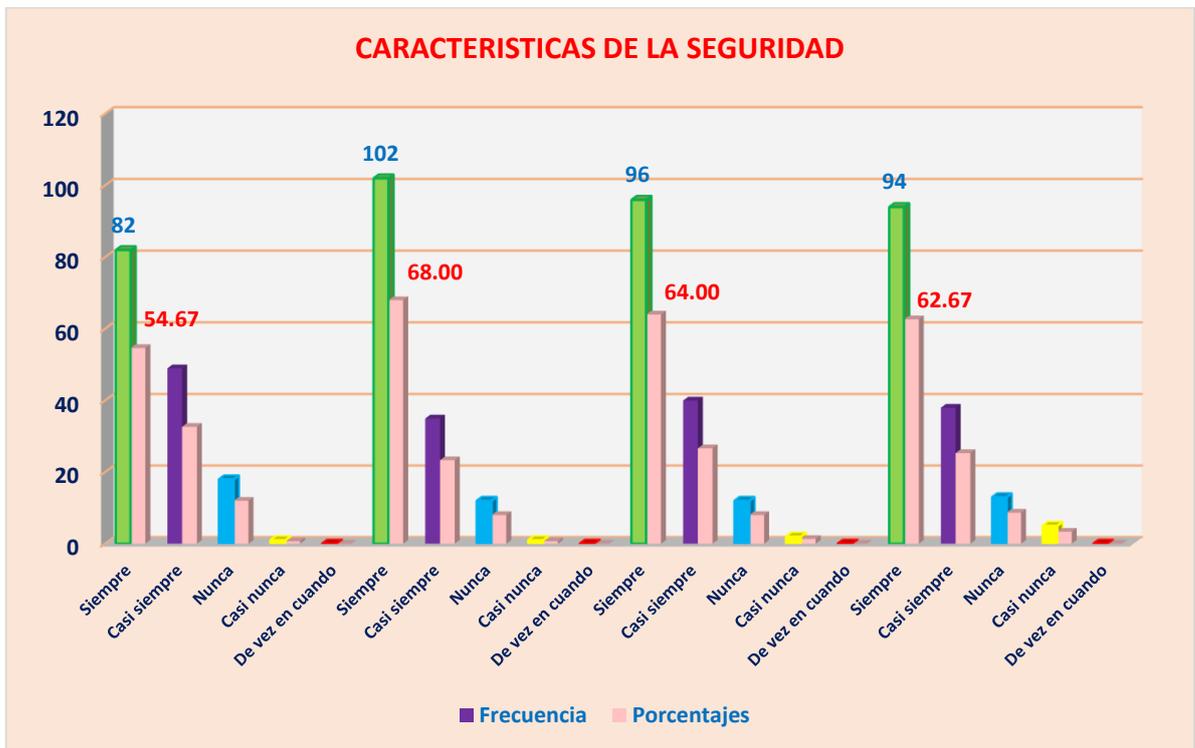
En cuanto a la Tabla 2 y Figura 2 que corresponden a la dimensión capacidad de respuesta, se puede observar que del total de 150 clientes encuestados, 98 de ellos, que representa al 65% señalaron casi siempre que cuando se les presenta un problema o necesitan ayuda, el personal del hotel les ayuda a resolver; 100 encuestados que representan al 67% indicaron que siempre que solicitan algo al personal del hotel, ellos le informan de manera exacta cuando le proporcionan y lo cumplen; 94 encuestados que representan al 63% aseveraron que casi siempre, que cuando requieren algo especial que no lo brinda el hotel, el personal le ayuda a conseguir; 108 de los encuestados que representan al 72% manifestaron siempre que se sienten seguros de dejar sus pertenencias en las habitaciones del hotel.

Tabla 3. Características de la seguridad del servicio brindado por el Hotel el Cacique, del Distrito de Tumbes, 2021

Características de la Seguridad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Confío en la integridad de las personas que trabajan en el hotel		
Siempre	82	54.67
Casi siempre	49	32.67
Nunca	18	12.00
Casi nunca	1	0.67
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
Confío en que nunca entrará al hotel alguien que no esté autorizado para hacerlo		
Siempre	102	68.00
Casi siempre	35	23.33
Nunca	12	8.00
Casi nunca	1	0.67
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
Me siento tranquilo y seguro dentro del hotel.		
Siempre	96	64.00
Casi siempre	40	26.67
Nunca	12	8.00
Casi nunca	2	1.33
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades.		
Siempre	94	62.67
Casi siempre	38	25.33
Nunca	13	8.67
Casi nunca	5	3.33
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes del “Hotel Cacique”

Figura 3 - Dimensión Seguridad



Elaboración propia.

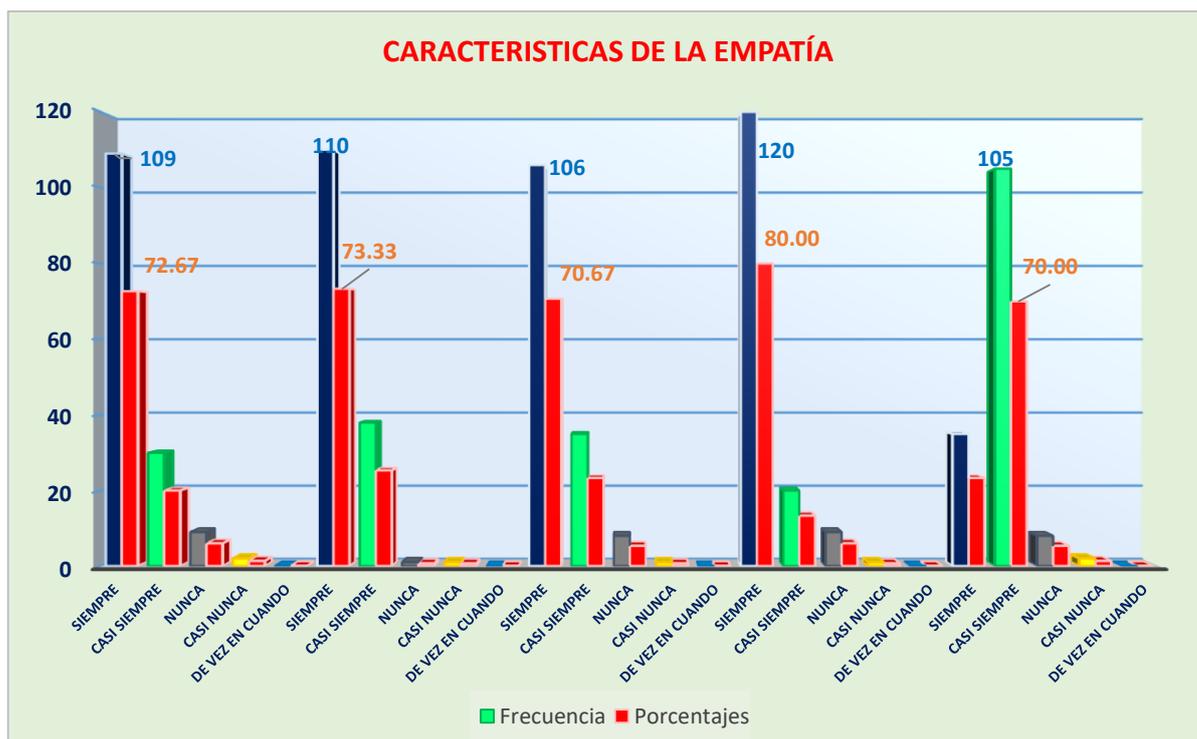
De la Tabla 3 y Figura 3 que corresponden a la dimensión seguridad, se puede observar que del total de 150 clientes encuestados, 82 de ellos, que representa al 55% sostuvieron siempre que confían en la integridad del personal que trabaja en el hotel; 102 encuestados que representan al 68% establecieron que siempre confían en que en el hotel no ingresa personal que no esté autorizado para hacerlo; 96 encuestados que representan al 64% manifestaron que siempre se sienten tranquilos y seguros dentro del hotel; 94 de los encuestados que representan al 63% indicaron que siempre el personal del hotel está atento a los deseos y necesidades de los clientes.

Tabla 4. Características de la empatía del servicio brindado por el Hotel el Cacique, del Distrito de Tumbes, 2021

Características de la empatía	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los huéspedes.		
Siempre	109	72.67
Casi siempre	30	20.00
Nunca	9	6.00
Casi nunca	2	1.33
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
En el hotel me prestan una atención muy personal.		
Siempre	110	73.33
Casi siempre	38	25.33
Nunca	1	0.67
Casi nunca	1	0.67
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.		
Siempre	106	70.67
Casi siempre	35	23.33
Nunca	8	5.33
Casi nunca	1	0.67
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
Las áreas comunes son agradables		
Siempre	120	80.00
Casi siempre	20	13.33
Nunca	9	6.00
Casi nunca	1	0.67
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
El hotel cuenta con instalaciones modernas y atractivas.		
Siempre	35	23.33
Casi siempre	105	70.00
Nunca	8	5.33
Casi nunca	2	1.33
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes del “Hotel Cacique”

Figura 4 – Empatía



Elaboración propia.

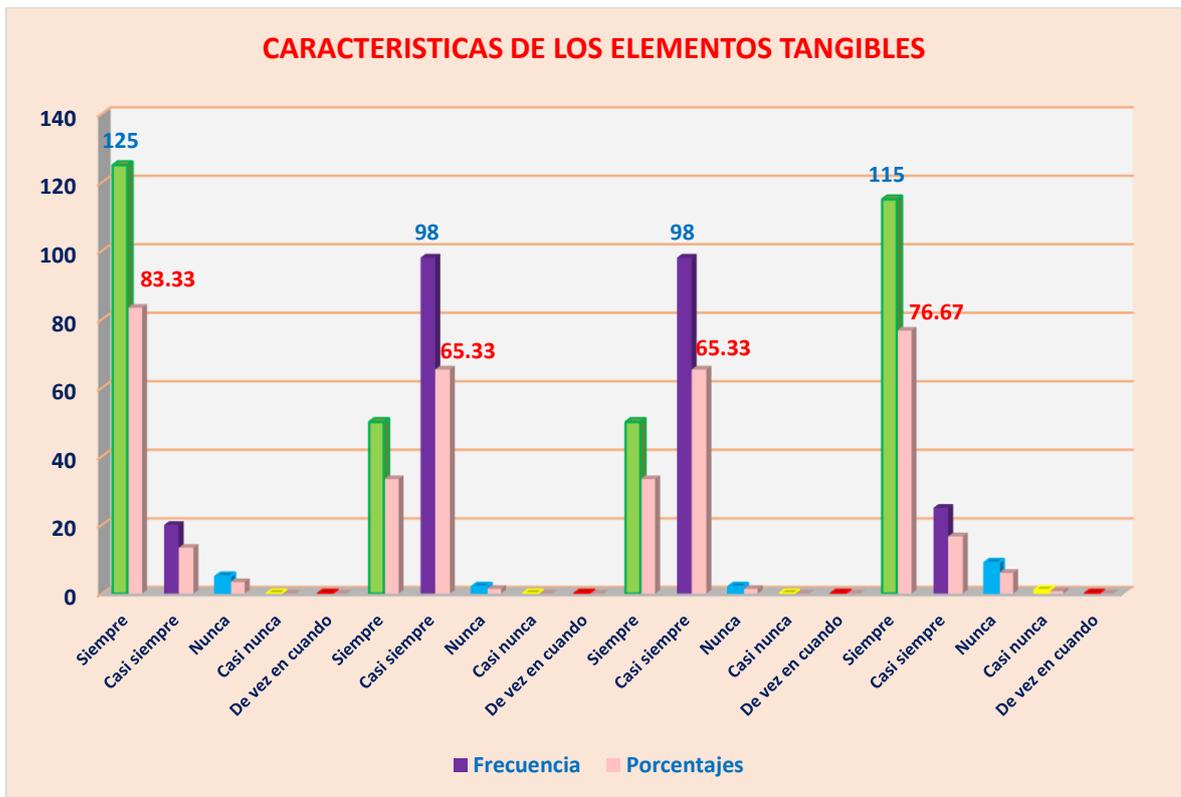
De la Tabla 4 y Figura 4 que corresponden a la dimensión empatía, se puede observar que del total de 150 clientes encuestados, 109 de ellos, que representa al 73% señalaron siempre que el personal de hotel se muestra sonriente y está interesado por servir a todos los huéspedes; 110 encuestados que representan al 73% indicaron que siempre en el hotel le prestan una atención muy personalizada; 106 encuestados que representan al 71% manifestaron que siempre el ambiente del hotel les hace sentir cómodos como en casa; 120 de los encuestados que representan al 80% expresaron que siempre las áreas comunes del hotel son agradables; 105 de los encuestados que representan al 70% sostuvieron que casi siempre el hotel cuenta con instalaciones modernas y atractivas.

Tabla 5. Características de los elementos tangibles del servicio brindado por el Hotel el Cacique, del Distrito de Tumbes, 2021

Características de los elementos tangibles	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia y agradable.		
Siempre	125	83.33
Casi siempre	20	13.33
Nunca	5	3.33
Casi nunca	0	0.00
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo durante mi estancia.		
Siempre	50	33.33
Casi siempre	98	65.33
Nunca	2	1.33
Casi nunca	0	0.00
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
El hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito para disfrutar de mis vacaciones.		
Siempre	50	33.33
Casi siempre	98	65.33
Nunca	2	1.33
Casi nunca	0	0.00
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00
El servicio de alimentos y restaurantes con que cuenta el hotel ofrecen comida de calidad, con menús amplios y de excelente cocina.		
Siempre	115	76.67
Casi siempre	25	16.67
Nunca	9	6.00
Casi nunca	1	0.67
De vez en cuando	0	0.00
Total	150	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes del “Hotel Cacique”

Figura 5 - Elementos Tangibles



Elaboración propia.

En cuanto a la Tabla 5 y Figura 5 que corresponden a la dimensión elementos tangibles, se puede observar que del total de 150 clientes encuestados, 125 de ellos, que representa al 83% manifestaron siempre que los empleados del hotel tienen una apariencia limpia y agradable; 98 encuestados que representan al 65% expresaron que casi siempre el hotel les ofrece habitaciones que les permite sentirse cómodos durante su estancia; 98 encuestados que representan al 65% indicaron que casi siempre el hotel cuenta con las instalaciones adecuadas, les ofrece facilidades y servicios que necesitan para disfrutar sus vacaciones; 115 de los encuestados que representan al 77% señalaron que siempre los servicios de alimentación que ofrece el hotel, son de calidad, con amplios menús y excelente cocina.

5.2. Análisis de Resultados

Características de la fiabilidad del servicio brindado por el Hotel el Cacique, del Distrito de Tumbes, 2021

En cuanto a la dimensión fiabilidad, el 53% de los encuestados manifestaron que casi siempre si alguien se compromete hacer algo por ellos lo hace; el 43% señalaron que siempre los distintos servicios que presta el hotel son presentados correctamente desde la primera vez; el 47% indicaron que casi siempre que necesitan ayuda acuden con toda confianza al personal para que atiendan sus necesidades; el 60% manifestaron que siempre reciben un servicio de calidad del hotel a cualquier hora y en cualquier lugar del mismo; y el 63% sostuvieron que siempre el personal del hotel está dispuesto atenderles y ayudarles. Concordando con la investigación de (Noel & Serna, 2017), quien señala que la confiabilidad que reflejen los trabajadores impacta directamente sobre los resultados de la empresa, un 75% de los encuestados están de acuerdo con la importancia de esta dimensión, ya que consideran que es la clave de la excelencia cuando se presta un servicio, asimismo en la investigación de (Ballón, 2016) nos indica que la variable de “empatía” fue la que mayor influencia tuvo en la satisfacción al cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay

Características de la Capacidad de Respuesta del servicio brindado por el Hotel el Cacique, del Distrito de Tumbes, 2021

Respecto a la dimensión capacidad de respuesta, el 65% de los encuestados señalaron casi siempre que les presenta un problema o necesitan ayuda, el personal del hotel les ayuda a resolver; el 67% indicaron que siempre que solicitan algo al personal del hotel, ellos le informan de manera exacta cuando le proporcionan y lo cumplen; el

63% aseveraron que casi siempre que requieren algo especial que no lo brinda el hotel, el personal le ayuda a conseguir; y el 72% manifestaron siempre que se sienten seguros de dejar sus pertenencias en las habitaciones del hotel. Concordando con la investigación de (Figuroa, 2018), quien indica que el personal es comunicativo, cordial y respetuoso al momento de realizar el servicio. Asimismo el personal ofrece soluciones ante cualquier controversia, asimismo la investigación de (Bure, 2019), quien indica que existe cumplimiento de los objetivos por parte del personal, estando dispuestos a servir mediante el adecuado uso de los servicios que brinda el hospedaje, además el personal está presto a solucionar todo tipo de problema y conflictos, es por ello que siempre existe participación, orientación adecuada y por ende los resultados son positivos.

Características de la seguridad del servicio brindado por el Hotel el Cacique, del Distrito de Tumbes, 2021

En lo concerniente a la dimensión seguridad, el 55% de los encuestados sostuvieron siempre que confían en la integridad del personal que trabaja en el hotel; el 68% establecieron que siempre confían en que en el hotel no ingresa personal que no esté autorizado para hacerlo; el 64% manifestaron que siempre se sienten tranquilos y seguros dentro del hotel; y el 63% indicaron que siempre el personal del hotel está atento a los deseos y necesidades de los clientes. Concordando con la investigación de (Muñoz, 2017) quien indica que las variables dieron resultados positivos, es decir, en su mayoría, las percepciones por el servicio recibido superan las expectativas que se tenían antes de recibir el servicio, así en la investigación de (Suárez, 2021) nos manifiesta que el 100% de los encuestados afirma que el liderazgo se ve reflejado en cada una de los trabajadores, con respecto a los niveles para una buena satisfacción al

cliente, se observa que el 95% de los encuestados señalan que se debe de mejorar la calidad de servicio, y respecto a los beneficios de la satisfacción se observa que el 100% de los encuestados señalan que un buen servicio hace más competente a las MYPE

Características de la empatía del servicio brindado por el Hotel el Cacique, del Distrito de Tumbes, 2021

En lo correspondiente a la dimensión empatía, el 73% de los encuestados señalaron siempre que el personal de hotel se muestra sonriente y está interesado por servir a todos los huéspedes; el 73% indicaron que siempre en el hotel le prestan una atención muy personalizada; un 71% manifestaron que siempre el ambiente del hotel les hace sentir cómodos como en casa; un 80% expresaron que siempre las áreas comunes del hotel son agradables; y el 70% sostuvieron que casi siempre el hotel cuenta con instalaciones modernas y atractivas. Concordando con la investigación de (Figuroa, 2018) quien indica que El personal muestra empatía al momento de los servicios realizados, además concluyo que el personal del hospedaje informa correctamente sobre el servicio ofrecido, por último, el personal es comunicativo, cordial y respetuoso al momento de realizar el servicio, El personal ofrece soluciones ante cualquier controversia, además se concluye que la empresa cumple todos los servicios ofrecidos al momento de la orientación, por consiguiente, la empresa cubre cada una de sus necesidades del servicio, por último, la empresa ofrece una adecuada calidad de servicios.

Características de los elementos tangibles del servicio brindado por el Hotel el Cacique, del Distrito de Tumbes, 2021

Respecto a la dimensión elementos tangibles, el 83% de los encuestados manifestaron siempre que los empleados del hotel tienen una apariencia limpia y agradable; el 65% expresaron que casi siempre el hotel les ofrece habitaciones que les permite sentirse cómodos durante su estancia; el 65% indicaron que casi siempre el hotel cuenta con las instalaciones adecuadas y les ofrece facilidades y servicios que necesitan para disfrutar sus vacaciones; y un 77% señalaron que siempre los servicios de alimentación que ofrece el hotel, son de calidad, con amplios menús y excelente cocina, concordando con la investigación de (Muñoz, 2017) quien evidenció que, en términos generales, las variables dieron resultados positivos, es decir, en su mayoría, las percepciones por el servicio recibido superan las expectativas que se tenían antes de recibir el servicio. Aunque los resultados de forma general no muestren una gran deficiencia en el servicio brindado, se hace imperioso que se tomen en consideración las variables resultantes negativas, para que, con la aplicación de un plan de mejoras, puedan ser subsanadas, incrementen valor al servicio y permitan brindar un servicio de calidad, oportuno, ágil y que supere las expectativas de los clientes.

VI. CONCLUSIONES

- Para determinar las características de la calidad de los servicios que presta el Hotel El Cacique, se recurrió a la utilización del modelo Servqual, cuestionario que plantea 5 dimensiones (Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad, Empatía y Elementos Tangibles) estructurado en 22 preguntas o ítems. Después de su aplicación del cuestionario y su procesamiento de datos, los resultados nos indican que las dimensiones que más sobresalieron fueron la seguridad y empatía quienes mostraron los mejores resultados siguiéndoles a ello las dimensiones, capacidad de respuesta, fiabilidad y elementos tangibles.
- La dimensión empatía es la que mejor resultados arroja al evidenciar que siempre el usuario expresa la mejor atención, predisposición del personal, el ambiente, así como las áreas e instalaciones le son agradables.
- Del mismo modo, lo hace la dimensión seguridad al reflejar los encuestados que confían en la integridad del personal, al no permitirse el ingreso de personas extrañas, al expresar que se sienten tranquilos y seguros dentro del hotel y al ser atendidos en sus deseos y necesidades.
- En menor grado de resultados se muestra la dimensión fiabilidad, los encuestados expresaron el grado de compromiso que tienen los empleados del hotel, la diversidad de servicios que hotel brinda

desde la primera vez que ingresa un huésped, la confianza que brinda el personal en atención a las necesidades, el servicio de calidad que reciben a cualquier hora y en cualquier lugar, y la predisposición que tiene el personal para la atención y ayuda que se pueda necesitar.

- Asimismo, podemos decir de la dimensión capacidad de respuesta, de la cual los encuestados señalaron casi siempre que el personal está presto a resolver los problemas, a informar de manera precisa y ayudan a conseguir lo que desea el cliente, y de sentirse seguros de dejar sus pertenencias en las habitaciones del hotel.
- En cuanto a la dimensión elementos tangibles, presenta un nivel de casi siempre; al indicar los encuestados que los empleados del hotel muestran una apariencia limpia y agradable, se sienten cómodos durante su estancia, el hotel cuenta con las instalaciones adecuadas y la facilidad de ofrecimiento de sus servicios como la diversidad e menús y la excelente cocina.

Aspectos Complementarios

Recomendaciones

- Este tipo de estudios debe previamente señalarse a qué tipo de clase social corresponde la prestación de los servicios del Hotel. De allí la clasificación de los servicios de los Hoteles en dos, tres, cuatro y cinco estrellas.
- Se le recomienda al hotel El Cacique implementar y mejorar de manera constante sus instalaciones, la capacidad de respuesta ante eventos suscitados, para ello es importante que se tenga siempre capacitando a su personal.
- Siendo la Región Tumbes una zona propicia para el desarrollo del turismo, el Hotel El Cacique no solo debe limitarse a atender a usuarios que son funcionarios de las empresas públicas y privadas.

Referencias Bibliográficas

Albrecht, K. (1994). *Todo al poder del cliente*. Bogotá: Legis.

Alcalde S. M., P. (2007). CALIDAD. En P. ALCALDE S. M., *Calidad* (pág. 12).

Editorial Paraninfo.

Balladares Paredes , F. (2018). *CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE*

CALIDAD Y CAPACITACIÓN DE LAS MYPES, EN EL SECTOR SERVICIO

RUBRO HOSPEDAJE EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2017. Obtenido de

<http://repositorio.uladech.edu.pe>:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/3849/GE>

[STION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_BALLADARES_PAREDES](http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/3849/GE)

[_FLORINDA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/3849/GE)

Ballón Cervantes, , S. C. (Diciembre de 2016). <http://repositorio.esan.edu.pe> -

Universidad Esan. Obtenido de Evaluación En La Calidad De Servicio Y

Satisfacción Del Cliente En Los Hoteles De Dos Y Tres Estrellas De La

Ciudad De Abancay:

http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016_ADYFI_16-

[2_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/ESAN/588/2016_ADYFI_16-)

Bances Tume, E. (2018). *CARACTERIZACIÓN DE GESTION DE CALIDAD Y*

COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE DE SERVICIOS,RUBRO HOTELES DE

SECHURA (PIURA), 2018. Obtenido de

<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3928/GESTIO>

[N_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_BANCES_TUME_EIRA_JAHAY](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3928/GESTIO)

[RA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3928/GESTIO)

Calidad. (21 de Febrero de 2017). Obtenido de Significados:

<https://www.significados.com/calidad/>

Cortés , J. M. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. ICB.

Cuatrecasas Arbós , L. (2011). *Gestión de la calidad total*. Madrid: Díaz de Santos.

Cueva Trelles, V. (febrero de 2015). *Evaluación De La Calidad Percibida Por Los Clientes Del Hotel Los Portales A Través Del Análisis De Sus Expectativas Y Percepciones*. Obtenido de Universidad de Piura:

https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2274/ING_552.pdf?sequence=1

El comercio. (15 de Octubre de 2018). *El auge del rubro hotelero en el Perú*.

Obtenido de <https://elcomercio.pe/suplementos/comercial/educacion-total-universidades-institutos/auge-rubro-hotelero-peru-1003548>

Evans R. , J., & Lindsay, M. (2008). *Administración y Control de la Calidad*. Mexico.: México: Cengage.

Figuroa cortez., d. F. (2018). *Caracterización Del Desempeño Laboral Y Gestión De Calidad De Las Mypes Del Sector Servicio Rubro Hospedajes En El Distrito De Tumbes, 2018*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe>:

http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/9175/DESEMPENO_LABORAL_GESTION_DE_CALIDAD_FIGUEROA_CORTEZ_DOMINGO_FRANCISCO%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Figuroa Serrano, R., Ormachea Baca, G., Quispe Sucaticona, R., & Villasante Mercado, L. (21 de Enero de 2019). *PUCP*. Obtenido de

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/13214>

Gutierrez Pulido, H. (2014). *Calidad y Productividad*. McGraw Hill.

- Henandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co>:
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Martínez, I. O. (15 de Octubre de 2018). El auge del rubro hotelero en el Perú.
- Melara, M. (s.f.). *El blog de marlon melara*. Obtenido de <https://marlonmelara.com/la-relacion-entre-calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente/>
- Mendoza Aquino, J. A. (2009). *Medición de la calidad del servicio*. El Cid Editor.
- Muñoz Benavides, G. (Junio de 2017). *repositorio.pucese.edu.ec - Pontificia Universidad Católica Del Ecuador*. Recuperado el 22 de Mayo de 2019, de Tesis: Análisis De La Calidad Del Servicio Del Hotel Perla Verde De La Ciudad De Esmeraldas.:
<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf>
- Noel Puyen , M. A., & Serna Farfán , Y. E. (2017). *Gestión Del Talento Humano Y La Calidad Del Servicio En Hoteles Tres Estrellas Del Distrito De Zorritos - 2015*. Obtenido de <http://repositorio.untumbes.edu.pe>:
<http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/89/TESIS%20-%20NOEL%20Y%20SERNA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pecho Rafael, M. H., & Gutiérrez Mullisaca, N. (2017). *Análisis de la calidad del servicio de los Hoteles Blue Star y Marqués en el distrito de san isidro, 2017*.

Obtenido de revistas.uap.edu.pe:

www.revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LOGOS/article/download/1426/1396

Pola Maseda , Á. (1988). *Gestión de la calidad*., Barcelona - España: Marcombo - Boixareo.

Publicaciones Vértice. (2008). *Aspectos prácticos de la calidad en el servicio*. Vértice.

Quiróa Maldonado, D. (Mayo de 2014). *SERVICIO AL CLIENTE EN HOTELES DE LA CIUDAD*. Obtenido de

<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Quiroa-Dorys.pdf>

Santomá Vicens , R. (s.f.). *Aspectos de gestión en la calidad de servicio. Una aplicación del concept mapping al caso de las cadenas hoteleras en españa* .

Obtenido de

https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/9316/tesis_santoma.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (s.f.). Obtenido de

<http://www.sbs.gob.pe/acerca-de-la-sbs/politica-de-calidad>

Vargas Quiñones, M. E., & de Vega Luzángela , A. (2011). *Calidad y servicio: conceptos y herramientas* (2° ed.). Ecoe.

Anexo 01



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FILIAL TUMBES

"Año de la Lucha Contra la Corrupción e Impunidad"

Tumbes, 04 de Junio del 2019

Oficio N°0911-2019-COORD-ULADECH CATÓLICA-TUMBES

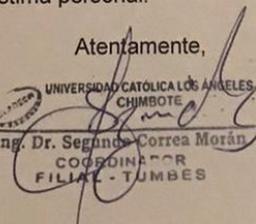
Sr.
Paul Escobal Carre
Administrador Inversiones Carre "Hotel Cacique"
Ciudad.-

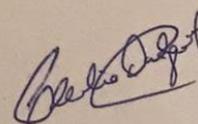
ASUNTO : Solicito Brindar Facilidades

Tengo el honor de dirigirme a Usted para expresarle mi cordial saludo y a la vez solicitarle se le brinde el apoyo y las facilidades a la alumna **KARINA LAMA NOBLECILLA**, de la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas de la Escuela Profesional de Administración del V ciclo de nuestra Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para que realice su investigación sobre la calidad del servicio mediante aplicación de encuestas a los huéspedes y a la vez solicitamos la autorización para que la alumna pueda usar el nombre del Hotel en su Investigación, la cual durará 2 años, cuyo título **"CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL HOTEL CACIQUE, TUMBES 2019"**

Conocedor de su alto espíritu de colaboración en beneficio de la formación y superación de la juventud de nuestra región, le expreso las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
Ing. Dr. Segundo Correa Morán
COORDINADOR
FILIAL - TUMBES



Av. Tumbes N° 104 Tumbes - Perú
Teléfono: (072)524085
Web Site: www.uladech.edu.pe

Anexo 02

PROTOCOLO DE ASENTIMIENTO INFORMADO

Mi nombre es Karina Lina Nóbrega y estoy haciendo mi investigación, la participación de cada uno de ustedes es voluntaria. A continuación, le presento cinco puntos importantes que debes saber antes de aceptar o rechazar:

- Tu participación es totalmente voluntaria. Si en algún momento ya no quieres seguir participando, puedes decirme y volver a las actividades.
- La información que también será de otros minutos míos.
- En la investigación no se usará tu nombre, por lo que tu identidad será anónima.

Tu sólo que marques con un x (x) en el siguiente enunciado según tu interés o no de participar en mi investigación.

¿Quiero participar en la investigación de _____?	<input checked="" type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
--	--	-----------------------------

PREGUNTAS	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	NUNCA	CASI NUNCA	DE VEZ EN CUANDO
1. Si alguien en el hotel se compromete a hacer algo por mí, lo hará	<input checked="" type="checkbox"/>				
2. Los distintos servicios que me presta el hotel son presentados correctamente. Desde la primera vez.	<input checked="" type="checkbox"/>				
3. Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal del hotel para que se haga cargo de mi asunto.	<input checked="" type="checkbox"/>				
4. En todo momento, a toda hora del día y en todos los lugares del hotel recibo un servicio de calidad	<input checked="" type="checkbox"/>				
5. El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme.	<input checked="" type="checkbox"/>				
6. Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudará a resolverlo inmediatamente.	<input checked="" type="checkbox"/>				
7. Si solicito algo al personal del hotel, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán, y cumplido con ello.		<input checked="" type="checkbox"/>			
8. Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo.		<input checked="" type="checkbox"/>			
9. Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación.	<input checked="" type="checkbox"/>				
10. Confío en la integridad de las personas que trabajan en el hotel.	<input checked="" type="checkbox"/>				
11. Confío en que nunca entrarán al hotel alguien que no esté autorizado para hacerlo.	<input checked="" type="checkbox"/>				
12. Me siento tranquilo y seguro dentro del hotel.	<input checked="" type="checkbox"/>				
13. El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades.		<input checked="" type="checkbox"/>			
14. El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los huéspedes.		<input checked="" type="checkbox"/>			
15. En el hotel me prestan una atención muy personal.		<input checked="" type="checkbox"/>			
16. El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.		<input checked="" type="checkbox"/>			
17. En las áreas comunes son agradables.		<input checked="" type="checkbox"/>			
18. El hotel cuenta con instalaciones modernas y atractivas.		<input checked="" type="checkbox"/>			
19. Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia y agradable.		<input checked="" type="checkbox"/>			
20. La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo durante mi estancia.		<input checked="" type="checkbox"/>			
21. El hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito para disfrutar de mis vacaciones.	<input checked="" type="checkbox"/>				
22. El servicio de alimentos y restaurantes con que cuenta el hotel ofrecen comida de calidad, con menús amplios y de excelente cocina.	<input checked="" type="checkbox"/>				

PROTOCOLO DE ASENTIMIENTO INFORMADO

Mi nombre es Karina Lama Noblecilla y estoy haciendo mi investigación, la participación de cada uno de ustedes es voluntaria. A continuación, le presento unos puntos importantes que debes saber antes de aceptar ayudarme:

- Tu participación es totalmente voluntaria. Si en algún momento ya no quieres seguir participando, puedes dicitmelo y volverás a tus actividades.
- La conversación que tendremos será de unos minutos máximos.
- En la investigación no se usará tu nombre, por lo que tu identidad será anónima.

Te pido que marques con un aspa (x) en el siguiente enunciado según tu interés o no de participar en mi investigación.

¿Quiero participar en la investigación de <u>si desc.</u> ?	<input checked="" type="checkbox"/>	No
---	-------------------------------------	----

PREGUNTAS	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	NUNCA	CASI NUNCA	DE VEZ EN CUANDO
1. Si alguien en el hotel se compromete a hacer algo por mí, lo hará	X				
2. Los distintos servicios que me presta el hotel son presentados correctamente. Desde la primera vez.		X			
3. Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal del hotel para que se haga cargo de mi asunto.	X				
4. En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares del hotel recibo un servicio de calidad	X				
5. El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme.	X				
6. Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudará a resolverlo inmediatamente.	X				
7. Si solicito algo al personal del hotel, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán, y cumplirán con ello.	X				
8. Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo.		X			
9. Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación		X			
10. Confío en la integridad de las personas que trabajan en el hotel		X			
11. Confío en que nunca entrará al hotel alguien que no esté autorizado para hacerlo.		X			
12. Me siento tranquilo y seguro dentro del hotel.					
13. El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades.		X			
14. El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los huéspedes.		X			
15. En el hotel me prestan una atención muy personal.		X			
16. El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.		X			
17. En las áreas comunes son agradables.		X			
18. El hotel cuenta con instalaciones modernas y atractivas		X			
19. Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia y agradable.	X				
20. La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo durante mi estancia.				X	
21. El hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito para disfrutar de mis vacaciones.				X	
22. El servicio de alimentos y restaurantes con que cuenta el hotel ofrecen comida de calidad, con menús amplios y de excelente cocina.		X			

Anexo 03

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

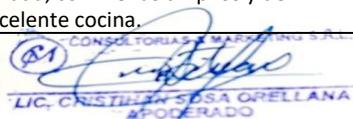
- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Sosa Orellana Cristihan
- 1.2. **Grado Académico:** Maestro
- 1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración
- 1.4. **Institución donde labora:** Consultoría y Marketing S.R.L.
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Apoderado
- 1.6. **Denominación del instrumento:** “**CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DEL HOTEL CACIQUE DEL DISTRITO DE TUMBES, TUMBES 2019**”
- 1.7. **Autor del instrumento:** Karina Mercedes Lama Noblecilla
- 1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1 CALIDAD DEL SERVICIO

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Fiabilidad							
1. Si alguien en el hotel se compromete a hacer algo por mí, lo hará	X		X		X		
2. Los distintos servicios que me presta el hotel son presentados correctamente. Desde la primera vez.	X		X		X		
3. Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal del hotel para que se haga cargo de mi asunto.	X		X		X		
4. En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares del hotel recibo un servicio de calidad.	X		X		X		
Dimensión 2: Capacidad de respuesta							
5. El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme.	X		X		X		
6. Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudará a resolverlo inmediatamente.	X		X		X		

7. Si solicito algo al personal del hotel, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán, y cumplirán con ello.	X		X		X		
8. Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo.	X		X		X		
Dimensión 3: Seguridad							
9. Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación.	X		X		X		
10. Confío en la integridad de las personas que trabajan en el hotel.	X		X		X		
11. Confío en que nunca entrará al hotel alguien que no esté autorizado para hacerlo.	X		X		X		
12. Me siento tranquilo y seguro dentro del hotel.	X		X		X		
Dimensión 4: Empatía							
13. El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades.	X		X		X		
14. El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los huéspedes.	X		X		X		
15. En el hotel me prestan una atención muy personal.	X		X		X		
16. El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.	X		X		X		
17. En las áreas comunes (alberca, playa, áreas de juegos) hay un ambiente divertido y agradable.	X		X		X		
Dimensión 5: Elementos Tangibles							
18. El hotel cuenta con instalaciones modernas y atractivas.	X		X		X		
19. Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia y agradable.	X		X		X		
20. La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo durante mi estancia.	X		X		X		
21. El hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito para disfrutar de mis vacaciones.	X		X		X		
22. El servicio de alimentos y restaurantes con que cuenta el hotel ofrecen comida de calidad, con menús amplios y de excelente cocina.	X		X		X		



 CONSULTORIAS Y MARKETING S.A.S.

LIC. CRISTIAN SOSA ORELLANA

PODERADO

Sosa Orellana Cristian

firma

Anexo 04

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 3.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Periche Castro Edita Jerid
- 3.2. Grado Académico:** Magister en educación con mención en docencia y gestión educativa.
- 3.3. Profesión:** Administradora
- 3.4. Institución donde labora:** Independiente.
- 3.5. Cargo que desempeña:** Independiente.
- 3.6. Denominación del instrumento:** "CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DEL HOTEL CACIQUE DEL DISTRITO DE TUMBES, TUMBES 2019"
- 3.7. Autor del instrumento:** Karina Mercedes Lama Noblecilla
- 3.8. Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1 CALIDAD DEL SERVICIO

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Fiabilidad							
1. Si alguien en el hotel se compromete a hacer algo por mí, lo hará	X		X		X		
2. Los distintos servicios que me presta el hotel son presentados correctamente. Desde la primera vez.	X		X		X		
3. Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal del hotel para que se haga cargo de mi asunto.	X		X		X		
4. En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares del hotel recibo un servicio de calidad.	X		X		X		
Dimensión 2: Capacidad de respuesta							
5. El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme.	X		X		X		
6. Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudará a resolverlo inmediatamente.	X		X		X		

7.Si solicito algo al personal del hotel, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán, y cumplirán con ello.	X		X		X		
8.Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo.	X		X		X		
Dimensión 3: Seguridad							
9.Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación.	X		X		X		
10.Confío en la integridad de las personas que trabajan en el hotel.	X		X		X		
11.Confío en que nunca entrará al hotel alguien que no esté autorizado para hacerlo.	X		X		X		
12.Me siento tranquilo y seguro dentro del hotel.	X		X		X		
Dimensión 4: Empatía							
13.El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades.	X		X		X		
14.El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los huéspedes.	X		X		X		
15.En el hotel me prestan una atención muy personal.	X		X		X		
16.El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.	X		X		X		
17.En las áreas comunes (alberca, playa, áreas de juegos) hay un ambiente divertido y agradable.	X		X		X		
Dimensión 5: Elementos Tangibles							
18.El hotel cuenta con instalaciones modernas y atractivas.	X		X		X		
19.Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia y agradable.	X		X		X		
20.La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo durante mi estancia.	X		X		X		
21.El hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito para disfrutar de mis vacaciones.	X		X		X		
22.El servicio de alimentos y restaurantes con que cuenta el hotel ofrecen comida de calidad, con menús amplios y de excelente cocina.	X		X		X		



Edita Jerid Periche Castro
Administradora
CORLAD 004038

Periche Casro Edita Jerid
DNI N° 41799958

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Sosa Guerrero García Galvani
- 1.2. Grado Académico:** Magister en Dirección de Personas y Organizaciones
- 1.3. Profesión:** Licenciado en Administración
- 1.4. Institución donde labora** Universidad Nacional de Tumbes.
- 1.5. Cargo que desempeña:** Docente.
- 1.6. Denominación del instrumento:** Cuestionario
“CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO DEL HOTEL CACIQUE DEL DISTRITO DE TUMBES, TUMBES 2019”
- 1.7. Autor del instrumento:** Karina Mercedes Lama Noblecilla
- 1.8. Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN: Ítems correspondientes al Instrumento 1 CALIDAD DEL SERVICIO

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Fiabilidad							
1. Si alguien en el hotel se compromete a hacer algo por mí, lo hará	X		X		X		
2. Los distintos servicios que me presta el hotel son presentados correctamente. Desde la primera vez.	X		X		X		
3. Cuando necesito ayuda o algo en particular, siento toda la confianza de acudir al personal del hotel para que se haga cargo de mi asunto.	X		X		X		
4. En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares del hotel recibo un servicio de calidad.	X		X		X		
Dimensión 2: Capacidad de respuesta							
5. El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme.	X		X		X		
6. Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudará a resolverlo inmediatamente.	X		X		X		
7. Si solicito algo al personal del hotel, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán, y cumplirán con ello.	X		X		X		

8. Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo.	X		X		X		
Dimensión 3: Seguridad							
9. Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación.	X		X		X		
10. Confío en la integridad de las personas que trabajan en el hotel.	X		X		X		
11. Confío en que nunca entrará al hotel alguien que no esté autorizado para hacerlo.	X		X		X		
12. Me siento tranquilo y seguro dentro del hotel.	X		X		X		
Dimensión 4: Empatía							
13. El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades.	X		X		X		
14. El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los huéspedes.	X		X		X		
15. En el hotel me prestan una atención muy personal.	X		X		X		
16. El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.	X		X		X		
17. En las áreas comunes (alberca, playa, áreas de juegos) hay un ambiente divertido y agradable.	X		X		X		
Dimensión 5: Elementos Tangibles							
18. El hotel cuenta con instalaciones modernas y atractivas.	X		X		X		
19. Los empleados del hotel tienen una apariencia limpia y agradable.	X		X		X		
20. La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo durante mi estancia.	X		X		X		
21. El hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito para disfrutar de mis vacaciones.	X		X		X		
22. El servicio de alimentos y restaurantes con que cuenta el hotel ofrecen comida de calidad, con menús amplios y de excelente cocina.	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Mg. Dgo. Salomón Guerrero García
CLAD: 09883

Firma

DNI N°: 45101586

Nota: se adjunta el proyecto de investigación