



Universidad Nacional

SAN LUIS GONZAGA



[Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0)

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>



NÚMERO: 2023 - 045

EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

ANALISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN HABITACIONES Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN HOTELES DE CINCO ESTRELLAS EN EL DISTRITO DE PARACAS AÑO 2022

Presentada por: **SANDRA CASAFRANCA MAYHUA**, del nivel de Pre Grado de la **FACULTAD DE CCTYA, Escuela Profesional de turismo**. El resultado obtenido es: **PORCENTAJE DE SIMILITUD 17%** por el cual se otorga el calificativo de:

APROBADO, según el Reglamento de Evaluación de Originalidad.

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Ninguna

Ica, 13 de julio del 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y ARQUEOLOGÍA
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN
Dra. Mercedes López de Ojeda
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL “SAN LUIS GONZAGA”

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN TURISMO Y

ARQUEOLOGIA



PROGRAMA ACADEMICO DE TURISMO

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**“ANALISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN HABITACIONES
Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN HOTELES DE
CINCO ESTRELLAS EN EL DISTRITO DE PARACAS AÑO 2022”**

AUTOR:

SANDRA CASAFRANCA MAYHUA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE

LICENCIADO EN TURISMO

Ica – Perú

2023

DEDICATORIA:

A Dios, por la fuerza brindada para culminar mi carrera profesional

A mi familia, por la confianza depositada en mí, por estar siempre a mi lado en cada momento de mi vida, brindándome ejemplos de superación, humildad y sacrificio, inculcándome valores que han sido de mucha importancia a lo largo de mi carrera

Sandra

AGRADECIMIENTO

A los docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Arqueología por haber compartido sus conocimientos y por la formación a nivel profesional a lo largo de mi carrera, en especial a la profesora Karim Roca por haberme guiado en este proceso con la mejor disposición

A todas aquellas personas que a pesar de los obstáculos estuvieron conmigo y siempre confiaron en mí.

Sandra

INDICE

Caratula

Dedicatoria

Agradecimiento

Índice

Introducción

I.- TÍTULO	13
II.- FUNDAMENTOS DEL PROBLEMA.....	13
2.1 Formulación del problema.....	14
Problema General.....	14
Problemas Específicos	14
2.2 Delimitación del problema	15
III.- MARCO TEÓRICO	16
3.1. Antecedentes	16
3.2. Calidad del servicio en habitaciones	20
3.3. Satisfacción del cliente	24
3.4. Marco conceptual.....	27
IV.- OBJETIVOS	29
4.1.- Objetivo General	29
4.2.- Objetivos Específicos	29
V.- IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN	30

VI.- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	32
6.1.- Tipo de la Investigación.....	32
6.2.- Ámbito de la investigación.....	33
VII.- METODOLOGÍA OPERATIVA DE LA INVESTIGACIÓN	34
VIII.- CRONOGRAMA	73
IX.- PRESUPUESTO.....	74
X.- CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS.....	75
XI.- BIBLIOGRAFÍA	78
ANEXOS.....	83
Instrumento de investigación.....	83

INDICE DE TABLAS

- Tabla 1. ¿En qué hotel 5 estrellas del distrito de Paracas se encuentra usted alojado?	39
- Tabla 2. ¿Cuál es el motivo de su viaje?	41
- Tabla 3. ¿Con quién viene acompañado?	43
- Tabla 4. ¿De qué manera considera usted la comodidad de las habitaciones del hotel? ...	45
- Tabla 5. ¿Las habitaciones del hotel mantienen una temperatura adecuada respecto a calefacción y refrigeración	47
- Tabla 6. Respecto a la limpieza de las habitaciones, ¿Cómo las considera?	49
- Tabla 7. ¿Cómo calificaría el servicio del restaurante a las habitaciones, en cuanto a alimentación y bebidas ofertadas?	51
- Tabla 8. ¿Cómo considera la atención y cortesía del personal del hotel?	53
- Tabla 9. En cuanto al diseño del hotel ¿De qué manera lo considera?	55
- Tabla 10. ¿Cómo considera la disponibilidad del hotel para resolver los problemas de los huéspedes?	57
- Tabla 11. ¿Existe compromiso del hotel con los huéspedes?	59
- Tabla 12. ¿La atención es rápida y de calidad?	61
- Tabla 13. ¿La comunicación con los empleados del hotel es fluida en su idioma?	63
- Tabla 14. ¿El hotel cumplió puntualmente con las actividades programadas?.....	65
- Tabla 15. ¿Tuvo facilidad en la obtención de información requerida dentro del hotel?	67
- Tabla 16. ¿El hotel cumplió con lo ofrecido?	69
- Tabla 17. ¿Siente usted la sensación de seguridad dentro del hotel?.....	71
- Tabla 18. ¿De qué manera considera el estado de conservación y la imagen del hotel? ...	73
- Tabla 19. ¿Los empleados tienen conocimiento de las tareas designadas?	75

INDICE DE GRÁFICOS

- Gráfico 1. ¿En qué hotel 5 estrellas del distrito de Paracas se encuentra usted alojado? ..	40
- Gráfico 2. ¿Cuál es el motivo de su viaje?	42
- Gráfico 3. ¿Con quién viene acompañado?	44
- Gráfico 4. ¿De qué manera considera usted la comodidad de las habitaciones del hotel? ..	46
- Gráfico 5. ¿Las habitaciones del hotel mantienen una temperatura adecuada respecto a calefacción y refrigeración	48
- Gráfico 6. Respecto a la limpieza de las habitaciones, ¿Cómo las considera?	50
- Gráfico 7. ¿Cómo calificaría el servicio del restaurante a las habitaciones, en cuanto a alimentación y bebidas ofertadas?	52
- Gráfico 8. ¿Cómo considera la atención y cortesía del personal del hotel?.....	54
- Gráfico 9. En cuanto al diseño del hotel ¿De qué manera lo considera?.....	56
- Gráfico 10. ¿Cómo considera la disponibilidad del hotel para resolver los problemas de los huéspedes?	58
- Gráfico 11. ¿Existe compromiso del hotel con los huéspedes?	60
- Gráfico 12. ¿La atención es rápida y de calidad?	62
- Gráfico 13. ¿La comunicación con los empleados del hotel es fluida en su idioma?.....	64
- Gráfico 14. ¿El hotel cumplió puntualmente con las actividades programadas?	66
- Gráfico 15. ¿Tuvo facilidad en la obtención de información requerida dentro del hotel?	68
- Gráfico 16. ¿El hotel cumplió con lo ofrecido?	70
- Gráfico 17. ¿Siente usted la sensación de seguridad dentro del hotel?	72
- Gráfico 18. ¿De qué manera considera el estado de conservación y la imagen del hotel? ..	74
- Gráfico 19. ¿Los empleados tienen conocimiento de las tareas designadas?.....	76

INTRODUCCIÓN

El turismo hoy por hoy se ha convertido en una industria de gran desarrollo socioeconómico, inclusión social y de reducción de la pobreza a gran escala, lo cual vemos también reflejado en la provincia de Ica.

Los turistas son cada vez más exigentes y están a la búsqueda de nuevos productos y destinos turísticos que generen experiencias inolvidables, de allí nace la importancia que las empresas mejoren constantemente sus servicios e innoven los programas que ofrecen a los turistas nacionales y extranjeros.

La Organización Mundial de Turismo OMT (2008), destaca la importancia de la calidad y la necesidad que se encuentre presente en toda la experiencia turística, considerándola como un proceso que debe satisfacer todas las necesidades, exigencia y expectativas legítimas de los consumidores, por lo que los países despliegan un arduo trabajo para lograr que sus productos y destinos turísticos sean distinguidos por su calidad.

Con la finalidad que el turismo se convierta en un instrumento de desarrollo económico, social, cultural y ambiental, el MINCETUR reafirma su compromiso con esta actividad, esperando alcanzar al 2021 la cifra de 5.1 millones de turistas internacionales, incrementar a 4.24% su aporte al PBI, incrementar el flujo de viajes por turismo interno, convertir al turismo en la segunda actividad generadora de divisas en el país y fomentar la generación de nuevos puestos de trabajo, que contribuya a mejorar la calidad de vida de la población, por tal motivo ha elaborado el Plan Estratégico Nacional de Turismo PENTUR 2012 – 2021. Asimismo, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ha elaborado el Plan

Nacional de Calidad Turística del Perú CALTUR 2017 – 2025, con la finalidad de establecer las principales líneas de actuación que al 2025 permitan promover e impulsar el desarrollo sostenible, competitivo y diversificado del turismo en el Perú con la calidad que requiere.

La región Ica, ofrece numerosas ventajas para una pronta reanudación de las actividades turísticas por su proximidad a la capital y tener una diversidad de atractivos que permiten disfrutar de la naturaleza y la relajación, cumpliendo con el estricto distanciamiento. El sector hoteles – restaurantes es uno de los más golpeados por el COVID-19, y así lo evidencia el INEI, en cuyos informes se menciona que el lapso de enero a mayo del año 2020, el mencionado sector presentó una reducción del 44.77% y solo en el sub - sector de hospedaje se observó un desplome del 46.62%, peores aún son las cifras del mes de mayo en el que la disminución del sector fue del 90, 58% y en el subsector de alojamiento, fue de 99, 79%. (Baz, J. 2020). Por tal motivo, el hotel elegido para el estudio en Paracas, busca ofrecer un servicio de calidad a sus huéspedes identificando las necesidades de cada cliente sin descuidar la seguridad de cada uno de ellos. Estas empresas hoteleras son conscientes de la competencia que tiene, por ello, hacen explícito su compromiso de innovar constantemente para poder adaptarse a las cambiantes necesidades del huésped, sin olvidar que, el cliente es prioritario en el rubro turístico hotelero, por lo que debemos adaptarnos a sus necesidades e identificar cuáles son sus expectativas e ir más allá de lo que ellos esperan recibir (MINCETUR, 2012).

Prado Cuba, S. A. (2020). En el 2015 ICCA (International Congress and Convention Association) categorizó 82 eventos que tuvo Lima; para el 2016, aunque tuvo 76 eventos calificados por dicha entidad, Lima llegó a ocupar el

segundo lugar en el Ranking de las Américas y en el Ranking Mundial, obtuvo el puesto número 27. Mientras que, para mediados del año 2017, se esperaba que al concluir dicho año se haya sobrepasado la cifra de 80 eventos, lo que indicaría un crecimiento anual entre 20% y 25%, según manifestó el presidente del Buró de Convenciones y Visitantes de Lima, de ese entonces, Carlos Canales. Además, agregó que "el 70% de las ventas de los hoteles de 4 y 5 estrellas de Lima proviene del sector corporativo y el 15% restante del segmento leisure o turista" y que "en los últimos cinco años, la industria de reuniones en Lima generó en divisa más de US\$ 2 mil millones de dólares". (Diario Gestión, 2017)

Según la página de Diario El Peruano (2017), menciona que entre el 2017 y 2021 se habrán construido 62 hoteles más, lo cual se traduciría como una inversión de US\$ 1.141 millones y el aumento de 8.279 habitaciones; sumando a esto que 35 de dichos hoteles estarían en Lima, lugar donde la demanda es mayor.

La hotelería debe entenderse como el subsector dentro del ámbito del turismo que se dedica especialmente a ofrecer el servicio de alojamiento, pudiendo complementar esa oferta con alimentación, entretenimiento, entre otros.

Barragán (2010), agrega que estos establecimientos, además de ofrecer alojamiento y alimentación, son edificios públicos abocados a generar utilidades; nótese pues aquí la confluencia de dos dimensiones, normalmente consideradas contrapuestas, pero que en un hotel se reúnen: la pública (el acceso a este espacio no debe ser restringido) y la privada (busca la generación de utilidades para su propietario).

Por lo tanto, la hotelería o el hotel, es un espacio que ofrece servicios y que por su naturaleza es compleja; que implica responsabilidad, pues se ocupa de quehaceres que inciden en la satisfacción del huésped. Para brindar los servicios

cuenta con áreas operativas que lo constituyen y que se convierten en su soporte, como recepción, alimentos y bebidas, y Housekeeping.

Este trabajo de investigación se justificó en lo social, debido a que mediante la información obtenida y encuestas realizadas, que fueron analizadas se consiguieron datos que nos permitieron conocer si los clientes percibieron una buena calidad de servicio en la industria hotelera de 5 estrellas del distrito de Paracas; se justificó en el ámbito práctico, ya que los resultados de este trabajo de investigación serán de utilidad a los hoteles 5 estrellas e impulsará el desarrollo socio económico del distrito de Paracas, promoviendo la creación de nuevos puestos de trabajo.

Asimismo, podemos decir que es importante porque se basó en el análisis de la calidad del servicio brindado en las habitaciones y la satisfacción de los usuarios que visitaron el distrito de Paracas y se hospedaron en los hoteles de cinco estrellas, con la finalidad de aumentar su competitividad en el mercado, al igual que la mejoría socioeconómica de este distrito.

El objetivo de este trabajo de investigación fue determinar la relación de la calidad del servicio en habitaciones con la satisfacción de los usuarios en hoteles de cinco estrellas en el distrito de Paracas año 2022.

I. TÍTULO

**ANALISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN
HABITACIONES Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS
EN HOTELES DE CINCO ESTRELLAS EN EL DISTRITO DE
PARACAS AÑO 2022**

II.- FUNDAMENTOS DEL PROBLEMA

Se menciona que en el Perú le restan importancia a la calidad total, y la consecuencia de ello, es que al pasar los años aparecen cadenas hoteleras internacionales y/o franquicias las cuales superan a las empresas nacionales, generando que los hoteles peruanos tengan menos participación en el mercado nacional. Y es ahí donde entra en participación los programas nacionales en busca de mejorar la calidad en los hoteles peruanos; sin embargo, a pesar de que se actualizó un nuevo reglamento de hospedajes (MINCETUR) a la fecha casi la mayoría de hospedajes en el Perú no se han categorizado, además existe un alto porcentaje de hospedajes informales no sujetos al reglamento de hoteles y por consecuencia no consideran los estándares básicos de calidad requeridos por cada tipo de categoría.

De la misma forma, al ver superficialmente el sector hotelero y lo que el estado peruano está ejecutando para categorizar y estandarizar los hospedajes nacionales, en pro de maximizar la calidad de servicio y atraer más turismo al Perú.

La satisfacción del cliente, es tal vez el más importante de los indicadores por los que se efectúa la medición de la calidad de un servicio, pero más allá de lo expresado, las empresas dedicadas al servicio de hotelería, dependen de variables particulares como la percepción de cada cliente y las características específicas del servicio.

Por ello, las empresas hoteleras, sobre todo 4 y 5 estrellas necesitan adaptarse a las necesidades que requieran este segmento de turistas,

pues son ellos los que le generan mayores ingresos; ya que, al pedir servicios más costosos, hace que gasten mucho más dinero que un turista convencional, pero a la misma vez también los vuelve más exigentes en cuanto a la calidad que reciben. Las primeras investigaciones se centraron en definir la calidad de los bienes y productos tangibles, por lo cual es sector de servicios al que parecía el más difícil, fue ignorado.

2.1 Formulación del problema

Problema general

¿De qué manera la calidad del servicio en habitaciones se relaciona con la satisfacción de los usuarios en hoteles de cinco estrellas en el distrito de Paracas año 2022?

Problemas específicos

PE₁: ¿De qué manera incide los aspectos tangibles en la calidad del servicio en habitaciones en hoteles de cinco estrellas en el distrito de Paracas año 2022?

PE₂: ¿De qué manera incide la empatía en la calidad del servicio en habitaciones en hoteles de cinco estrellas en el distrito de Paracas año 2022?

PE₃: ¿De qué manera la sensibilidad contribuye con la calidad del servicio en habitaciones en hoteles de cinco estrellas en el distrito de Paracas año 2022?

PE₄: ¿Cómo se relaciona la eficiencia con la calidad del servicio en habitaciones en hoteles de cinco estrellas en el distrito de Paracas año 2022?

PE₅: ¿De qué manera la seguridad contribuye con la calidad del servicio en habitaciones en hoteles de cinco estrellas en el distrito de Paracas año 2022?

2.2 Delimitación del problema

Se fortaleció teóricamente la calidad del servicio en habitaciones de los hoteles cinco estrellas del distrito de Paracas, de la provincia de Pisco y la satisfacción del punto de vista de los usuarios, durante el año 2022.

III.- MARCO TEÓRICO

3.1 Antecedentes

A Nivel Internacional:

En la investigación realizada por **Parte (2019)**, tuvo como objetivo hacer un análisis de la calidad que perciben los clientes que se alojan en hoteles de lujo en Italia, utilizó como metodología utilizar la información de la web de Booking y Trivago, donde su población fueron los hoteles de 5 estrellas de Italia y la muestra fue de 461 opiniones de clientes, concluyendo que los clientes que estuvieron más satisfechos referente a los aspectos de calidad en hoteles 5 estrellas de Italia fueron el servicio, la limpieza, el confort, ubicación, instalaciones y edificio, teniendo como los atributos de menor satisfacción la comida, el servicio de desayuno a la habitación, calidad vs precio, finalmente las habitaciones.

Sánchez L. y Sánchez J. (2011) realizaron una investigación que tuvo como objetivo hacer un análisis del índice de percepción y satisfacción de huéspedes de los hoteles de 5 estrellas en la zona metropolitana de Guadalajara, la población fueron los usuarios de dos hoteles y la muestra fueron 105 huéspedes, a quienes aplicaron una encuesta con la escala de Likert, concluyendo que, al valorar la calidad del servicio de los hoteles, los usuarios los perciben de calidad positiva, con pocos valores negativos. La visión negativa de los hoteles respecto a su calidad se basó en la fachada de los hoteles, precio del hotel y funcionalidad de los materiales, aunque a los usuarios no les preocupa si el precio es elevado.

De acuerdo a **Ballestas y Toncel (2006)**, realizaron una investigación con el objetivo de medir la efectividad de la calidad del servicio ofrecido a clientes de hoteles de 5 estrellas en Cartagena de Indias de Colombia, siendo el tipo de investigación descriptiva analítica, siendo la población los huéspedes de 5 hoteles 5 estrellas y la muestra fueron 60 turistas, concluyeron que, aproximadamente un nivel de satisfacción del 83% en motivación, profesionalismo y trato personalizado, que se caracteriza por una permanente mejora en cada uno de los procesos realizados, tales como las habitaciones, reservas, restaurante, etc.

Toala-Zambrano, L. e Hinojosa-Ramos, M. (2021), realizaron una investigación cuyo objetivo fue medir el grado de satisfacción del cliente acerca de la calidad del servicio ofrecido por un hotel del centro de Guayaquil, siendo de tipo exploratorio, utilizaron como población usuarios de dos hoteles con 129 huéspedes como muestra, utilizando un cuestionario de 32 ítems, mencionando entre sus conclusiones que, los usuarios se sienten entre satisfechos y muy satisfechos respecto a su impresión del hotel, asimismo, la menor satisfacción fue el restaurante resaltando el área de recepción y habitaciones.

A Nivel Nacional:

Según la investigación realizada por **Prado (2019)** tuvo como objetivo el determinar la satisfacción de los clientes corporativos con respecto a la calidad del servicio brindado en un hotel 5 estrellas de la ciudad de Lima, Perú”, se trató de un estudio descriptivo, de enfoque cualitativo y cuantitativo, como técnica utilizó la encuesta, aplicada a una muestra de

80 clientes, se concluyó que, una buena cantidad de usuarios se alojan de 1 a 6 días, requiriendo una serie de servicios durante estos días, donde los colaboradores del hotel deben poseer actitudes para hacer cómoda la estadía del cliente; respecto a la Infraestructura, la comodidad de las habitaciones, la temperatura adecuada de las instalaciones, la limpieza, el restaurante/ bar, las condiciones del hotel y el diseño de este, mantuvieron un nivel alto entre Bueno y Muy Bueno, por lo que en el aspecto tangible, los clientes estuvieron altamente satisfechos; en Servicio (empatía, sensibilidad, eficiencia y seguridad) también hubo un alto nivel de satisfacción, evidenciando que el trato con los colaboradores y el desempeño de estos fue óptimo, finalmente, la mayoría sí se volverían a hospedar en el hotel, lo recomendarían, y estuvieron muy satisfechos con el servicio recibido.

Cueva-Trelles (2015), realizó un estudio cuyo objetivo fue determinar el grado de satisfacción de los clientes percibida por los clientes que se encuentran alojados en el hotel Los Portales mediante el análisis de sus expectativas y percepciones, la técnica aplicada fue la encuesta aplicada a una muestra de 35 huéspedes, concluyendo que, los huéspedes esperan que la seguridad que se presta en el establecimiento sea la adecuada, da por entendido que se debería cumplir este requerimiento, y por ello, no hay gran diferencia entre lo esperado con lo verdaderamente recibido. Es decir, el cliente está satisfecho, mas no fue sorprendido. En cuanto a la empatía del personal del hotel las expectativas son bajas, frente a las percepciones que son muy altas; la disposición del personal a servir a los huéspedes del hotel, es considerado uno de los de mayor

importancia; la confiabilidad, que representa la habilidad para desempeñar el servicio ofertado de modo constante, preciso y fiable; la actitud atenta y personalizada en el hotel, crea en los usuarios un sentimiento de confort y seguridad que recibirán un servicio de calidad constantemente.

Moquillaza y Ramos (2021), en su investigación cuyo objetivo fue valorar la relación entre la calidad de servicio y la experiencia del turista nacional en hoteles de categoría superior y de lujo en el distrito de Paracas en el 2020, fue de tipo descriptiva y correlacional, no experimental, con una encuesta aplicada a 378 turistas, concluyeron que, a mayor nivel de Calidad de Servicio, la experiencia de cliente se incrementa levemente en hoteles de categoría superior y de lujo para turismo nacional, evidenciándose que, a mayor nivel de calidad de servicio, la experiencia de cliente se incrementa levemente en hoteles de categoría superior y de lujo para turismo nacional en el distrito de Paracas.

A Nivel Regional:

En la investigación **Quispe M. (2021)**, cuyo objetivo fue analizar el nivel de la calidad de los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas en el Balneario de Paracas, la metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo, tipo básica, transversal, los resultados fueron que, la mayor afluencia de turistas en el hotel Hilton son familias completas donde sobresale la presencia de adultos mayores con 43.2%, de edad entre los 41 a 60 años, aunque el hotel tiene clientes peruanos y extranjeros, los segundos abarcan el 98% de su clientela y poco más del 60% son clientes

netamente corporativos. Siendo las fechas pico, o donde más afluencia tiene el hotel con los clientes son de diciembre hasta culminar con la semana santa en abril.

3.2 Calidad del servicio en habitaciones

a) El Servicio

De acuerdo a Horovitz (1990), el servicio se entiende como el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, de manera tangible o intangible, como consecuencia del precio, la imagen, la reputación y demás atributos relacionados. Según Barquero (2007), la prestación de elevados niveles de calidad de servicio constituye una estrategia esencial para el éxito y para la supervivencia de la empresa en el actual entorno competitivo, el cual se presenta cada vez más complejo. Pero la calidad es difícil de definir porque en diferentes circunstancias significa cosas distintas; puede, por lo tanto, ser vista desde diferentes ángulos. El análisis de la calidad de esta perspectiva no solamente permite una medición de la calidad en cada una de las dimensiones del modelo propuesto, sino que a la vez permite entender estratégicamente cada una de las variables estudiadas. El sector hotelero se considera parte esencial de la cadena de valor de la actividad turística, pues su infraestructura, capacidad y servicio trae consigo el posicionamiento de la ciudad como destino de talla mundial.

ACTITUDES QUE DEBEN POSEER LOS TRABAJADORES EN SU DESEMPEÑO

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ágil para resolver problemas y operaciones ▪ Amable ▪ Aseado y limpio ▪ Asertivo ▪ Atento ▪ Capacidad de comunicación ▪ Capacidad para solucionar problemas ▪ Capacidad para tomar decisiones ▪ Capacidad de trabajo en equipo ▪ Colaborador 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Confidente ▪ Control de emociones ▪ Culto ▪ Discreto ▪ Don de mando ▪ Honesto ▪ Honrado ▪ Poder de concentración ▪ Presentación y arreglo personal impecable ▪ Previsor ▪ Pro activo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rápido pero seguro ▪ Respetuoso ▪ Responsable ▪ Saber escuchar ▪ Sensitivo ▪ Sereno ▪ Servicial ▪ Sonrisa franca y sincera ▪ Tacto para tratar al cliente ▪ Tolerante
---	--	--

Fuente: Caltur (2008)

Estas actitudes son importantes en los colaboradores, ya que el cliente interpretará el trato y la calidad de servicio de parte del hotel, el personal es la imagen y dependerá de ellos también como evalúe el cliente y el nivel de satisfacción de este. Al respecto, la satisfacción del cliente, el Manual AMA - American Marketing Association (Dutka A. y Silvia A., 2001) nos brinda una relevante información sobre la satisfacción del cliente; ya que, según ellos “las primeras investigaciones acerca de la satisfacción

del cliente, señalaron que tanto los clientes satisfechos como los que no lo están influyen de manera decisiva sobre el desempeño básico de las empresas”.

b) Calidad de servicio

Concepto:

Oliver (1981) introdujo el modelo “expectancy-disconfirmation” para estudiar la satisfacción del cliente. Su teoría reside en que los clientes se sienten satisfechos con el consumo de un producto o servicio como resultado de una comparación subjetiva entre las expectativas previas al consumo y la percepción posterior a éste. La calidad de servicio surge a partir de esta concepción ya que la satisfacción del consumidor es una consecuencia de ésta.

Grönroos (1984) apunta que la calidad de los servicios debe ser contemplada desde la óptica de los clientes indicando que “es el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido”. El autor pone el énfasis en el cliente, indicando que la calidad de servicio es un concepto que gira alrededor de la figura del cliente. Parasuraman et al (1993) definen el concepto de calidad de servicio a partir de los hallazgos aportados por las sesiones de grupo que hicieron en su investigación. Buzzell y Gale (1987) en Lloréns y Fuentes (2005) afirman que “la calidad es lo que el consumidor dice que es, y la calidad de un producto o servicio particular es lo que el consumidor percibe que es”. La calidad de servicio significa satisfacción del cliente, repetición de compra y recomendación

posterior. Un consumidor satisfecho implica un incremento de la rentabilidad, de la cuota de mercado y del retorno de la inversión (Oh, 1999). En contraposición a las teorías anteriores, autores como Cronin y Taylor (1992) defienden que resulta posible definir exclusivamente la calidad de servicio en función de las percepciones sobre su prestación y no a partir de las expectativas.

Según Camisón, Cruz y Gonzáles (2006), las dimensiones de calidad del servicio son:

1. Elementos tangibles, tales como la apariencia de las instalaciones físicas, el mantenimiento y modernidad de los equipos, el aspecto de los materiales de comunicación y la apariencia física de las personas.
2. Fiabilidad, entendida como la capacidad de cumplir bien a la primera con los compromisos adquiridos.
3. Capacidad de respuesta, que determina poder ofrecer un servicio al cliente con rapidez, eficacia en el servicio de calidad
4. Seguridad, criterio que engloba los criterios de:
 - Profesionalidad, entendida como la posesión por las personas de las actitudes y las aptitudes necesarias para la prestación correcta del servicio.
 - Cortesía, entendida como amabilidad, atención, consideración y respeto con que el cliente es tratado por el personal de contacto.
 - Credibilidad, indicativa de la veracidad y honestidad en la prestación del servicio.
 - Seguridad, para descartar que existan peligros, riesgos o dudas.

5. Empatía, donde se recoge la accesibilidad, la comunicación y la comprensión del usuario.

3.3 Satisfacción del cliente

Según Kotler P. (2001), 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”.

De acuerdo a Oliver (1980), la satisfacción del cliente posee las siguientes Dimensiones:

- a) Confirmación: la cual resulta de un encuentro entre la percepción del desempeño, y las expectativas generadas, creando un desvío cero. Es decir, cuando el desempeño es igual a las expectativas se asume que el cliente está satisfecho. También la confirmación es cuando el cliente está de acuerdo en que se han cumplido las necesidades que estos tenían, logrando satisfacer las expectativas por el producto y/o servicio que esperaban recibir.
- b) Disconformidad positiva: son las percepciones del desempeño se encuentran por encima de las expectativas generadas. Es decir, existe un desempeño positivo, y por lo tanto el resultado es la superación de la expectativa traducida a una satisfacción positiva. También la disconformidad positiva, es cuando los clientes sienten que se han satisfecho sus necesidades de manera regular, es decir no en su totalidad, pero si en su mayor parte de lo que esperaban.
- c) Disconformidad negativa: las percepciones del desempeño se encuentran por debajo de las expectativas generadas. Es decir, existe

un desempeño negativo, y por lo tanto el resultado es una satisfacción negativa o mejor dicho una insatisfacción. Existe baja probabilidad que eventos indeseados ocurran o alta probabilidad que eventos deseados no ocurran. También la disconformidad negativa es cuando el cliente siente que no le han satisfecho sus necesidades, no han podido cubrir las necesidades que él tenía, no se han cumplido las expectativas de este.

Kotler P. (2016), menciona que para medir la satisfacción se debe hacer encuestas periódicas, para registrar en forma periódicamente la satisfacción del cliente y plantear preguntas adicionales, para medir la intención de realizar de nuevamente la compra del servicio, la probabilidad o la disposición para recomendarlas a otros, sin embargo la relación entre satisfacción y lealtad del cliente no es proporcional. La empresa debe reconocer que la forma en que los clientes definen un buen desempeño es variable.

c) Servicio al cliente

Kotler y Armstrong (2009), indica que el servicio al cliente es el grupo de actividades casi siempre de naturaleza impalpable o intangible que se utiliza a través de la interacción entre el comprador y el empleado, que ofrece un vendedor con el fin de que el cliente obtenga el artículo al instante y lugar adecuado y se asegure un uso oportuno del mismo. Dicho de otra manera, el servicio al cliente es la relación e interacción que entabla el vendedor y el comprador al momento de la venta, es así que, en esa acción, el cliente evalúa o percibe la calidad de servicio La calidad

de servicio, es lo que el consumidor percibe. Entonces, la primera dirección sobre la calidad de servicio es su naturaleza individual dado que depende de las percepciones propias del comprador. La calidad de servicio significa confort del cliente, repitiendo la compra y llevando recomendaciones. Un comprador satisfecho implica un acrecentamiento de la rentabilidad (Rios&Santomá 2008).

Tschohl (2008) menciona que, cuando se brinda el servicio al cliente, el empleado trata de aprender las necesidades, cualidades y agrados de los consumidores buscando la manera más atinada de agradar dichas necesidades, ofreciendo algo más que sobrepase sus expectativas, buscando la máxima satisfacción del consumidor al brindar un servicio, cubriendo todas las necesidades y lo que el cliente busca en un servicio contratado, de esta manera el cliente vive una experiencia única. Por lo tanto, es importante que el empleado esté capacitado para así identificar las necesidades que demanda el cliente.

De esta manera, igualar o superar las expectativas es el factor clave para lograr un alto nivel de calidad de servicio (Parasuraman et al 1991). La calidad de servicio es algo abstracto ya que es algo difícilmente medible a diferencia de los productos, que si se puede realizar una medida objetiva a través de indicadores que nos brindan información como duración o defectos.

d) Hotel 5 estrellas

Es aquel donde los huéspedes esperan una experiencia de lujo, las habitaciones y demás espacios utilizados por los huéspedes estarán

lujosamente amueblados y equipados, de manera elegante y con accesorios de alta calidad, a la medida de huéspedes muy exigentes. Para ser catalogados de cinco estrellas, el hotel debe ofrecer no solo un alojamiento lujoso, sino servicios como restaurantes gourmet, gimnasios, spas, etc., el servicio brindado es de muy alto nivel, de necesidades personalizadas a cada huésped.

Estos hoteles deben estar ubicados en edificios de alto valor arquitectónico y acabado, y contar con servicios como aire acondicionado, agua caliente, comedor separado de la cocina para el personal, ascensores con una capacidad mínima de seis, etc.

Las habitaciones deben estar numeradas fuera de la puerta de entrada, equipados con un mando de la calefacción o aire acondicionado, con un sistema de oscurecimiento que bloquee completamente la luz, asimismo, los dormitorios deben tener un espacio de ventilación directa al exterior o un patio de luces abierto, cama individual o doble o dos camas individuales, una o dos mesillas de noche separadas o integradas en el cabecero, sillón, espejos, lámparas de cabecera o apliques, televisor, minibar abastecido, camas supletorias y cunas, conexión a Internet en las zonas comunes y en todas las habitaciones etc.

3.4.- MARCO CONCEPTUAL

✓ Calidad

La Sociedad Americana para el Control de Calidad (A.S.Q.C.) define la calidad como: “Conjunto de características de un producto, servicio o proceso que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades del

usuario o cliente”.

✓ **Calidad de servicio**

Es una medida de cómo una organización entiende las necesidades de sus usuarios y satisface sus expectativas. Entender cómo mejorar la calidad del servicio de tu producto es el paso clave para el crecimiento de cualquier organización.

✓ **Hotel de 5 estrellas**

Es aquel en el que los huéspedes pueden esperar una experiencia de lujo. Las habitaciones y otros espacios utilizados por los huéspedes estarán lujosamente amueblados y equipados, con una decoración elegante y accesorios de alta calidad.

✓ **Satisfacción de clientes**

La satisfacción del cliente es la medición de la respuesta que los consumidores tienen con respecto a un servicio o producto de una marca en específico. Las calificaciones son referentes para mejorar el servicio que se les ofrece y también para conocer a detalle lo que necesitan.

✓ **Servicio**

Un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado.

IV.- OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Determinar la relación de la calidad del servicio en habitaciones con la satisfacción de los usuarios en hoteles de cinco estrellas en el distrito de Paracas año 2022.

4.2 Objetivos específicos

OE₁: Determinar cómo incide los aspectos tangibles en la calidad del servicio en habitaciones en hoteles de cinco estrellas en el distrito de Paracas año 2022.

OE₂: Reconocer como incide la empatía en la calidad del servicio en habitaciones en hoteles de cinco estrellas en el distrito de Paracas año 2022.

OE₃: Identificar como contribuye la sensibilidad con la calidad del servicio en habitaciones en hoteles de cinco estrellas en el distrito de Paracas año 2022.

OE₄: Determinar cómo se relaciona la eficiencia con la calidad del servicio en habitaciones en hoteles de cinco estrellas en el distrito de Paracas año 2022.

OE₅: Reconocer de que manera la seguridad contribuye con la calidad del servicio en habitaciones en hoteles de cinco estrellas en el distrito de Paracas año 2022.

V.- IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN

Importancia

Este trabajo de investigación es importante porque se basó en el análisis de la calidad del servicio brindado en las habitaciones y la satisfacción de los usuarios que visitan el distrito de Paracas y se hospedan en los hoteles de cinco estrellas, con el propósito de incrementar su competitividad en el mercado, al igual que la mejoría socioeconómica de este distrito.

Justificación

Este trabajo de investigación se justifica en los siguientes términos:

Justificación social:

Es relevante desarrollar la presente investigación, mediante recopilación de información y encuestas realizadas, que posteriormente serán analizadas y de esta forma obtener datos que nos permitan saber si los clientes están percibiendo una buena calidad de servicio en la industria hotelera 5 estrellas del distrito de Paracas.

Justificación práctica:

El trabajo de investigación se justifica en el ámbito práctico, ya que los resultados de este trabajo de investigación serán de utilidad a los hoteles 5 estrellas y, por ende, impulsará el desarrollo socio económico del distrito de Paracas, promoviendo la creación de nuevos puestos de trabajo.

Justificación Metodológica:

Este trabajo de investigación utilizó una metodología para analizar la calidad del servicio brindado en las habitaciones, así como conocer la satisfacción de los usuarios de los hoteles 5 estrellas del distrito de Paracas.

Justificación Teórica:

La teoría del turismo justificó que el análisis del servicio en habitaciones estuvo vinculado a la satisfacción de los usuarios en hoteles de 5 estrellas del distrito de Paracas.

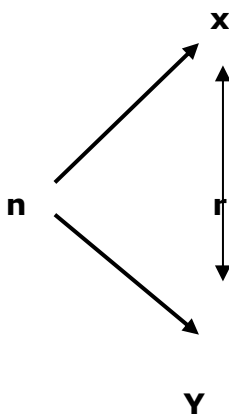
VI.- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 Tipo, nivel y diseño de la Investigación

Tipo: La presente investigación está basada en una investigación pura, o comúnmente llamada básica. Cuando la investigación está orientada a lograr un nuevo conocimiento de manera sistémica y metódica, con el único objetivo de ampliar el conocimiento.

Nivel: El nivel de este trabajo de investigación fue descriptivo.

Diseño: El diseño de este trabajo de investigación fue descriptivo correlacional, que se expresa en la siguiente formula (Cohen y Gómez, 2019):



Donde:

n = Muestra seleccionada.

X = Observación obtenida sobre la variable independiente.

Y = Observación obtenida sobre la variable dependiente.

r = Relación entre: X – Y

6.2 **Ámbito de la investigación**

El ámbito de la investigación se ubica en el distrito de Paracas, provincia de Pisco, de la región Ica, porque concentra a los turistas hospedados en hoteles de 5 estrellas.

VII.- METODOLOGÍA OPERATIVA DE LA INVESTIGACIÓN

- ✓ Técnica: Las técnicas para la recolección de datos que hemos utilizado fueron:
 - Encuesta
- ✓ Instrumento:
 - El Cuestionario
- ✓ Población: Estuvo conformado por 250 turistas que fueron huéspedes de hoteles de cinco estrellas del distrito de Paracas, que visitaron algunos atractivos turísticos como Islas Ballestas, la Reserva de Paracas, entre otros.
- ✓ Muestra: Se optó por tomar una muestra por conveniencia, la misma que estuvo conformada por 40 huéspedes de hoteles 5 estrellas del distrito de Paracas, Ica, mayores de 18 años, quienes fueron seleccionados al azar, a quienes se aplicó una encuesta anónima.

RESULTADOS OBTENIDOS

Para la recolección de datos de esta investigación, visitamos el distrito de Paracas y sus lugares turísticos, donde se recogió información de la población turística, quienes nos brindaron datos obtenidos desde su propia experiencia, a quienes se entrevistó y aplicó un cuestionario, indicándoles que esta sería anónima, que constó de 19 preguntas, con respuestas cerradas, cuyos resultados fueron los siguientes:

1. ¿En qué hotel de cinco estrellas del distrito de Paracas se encuentra usted alojado?

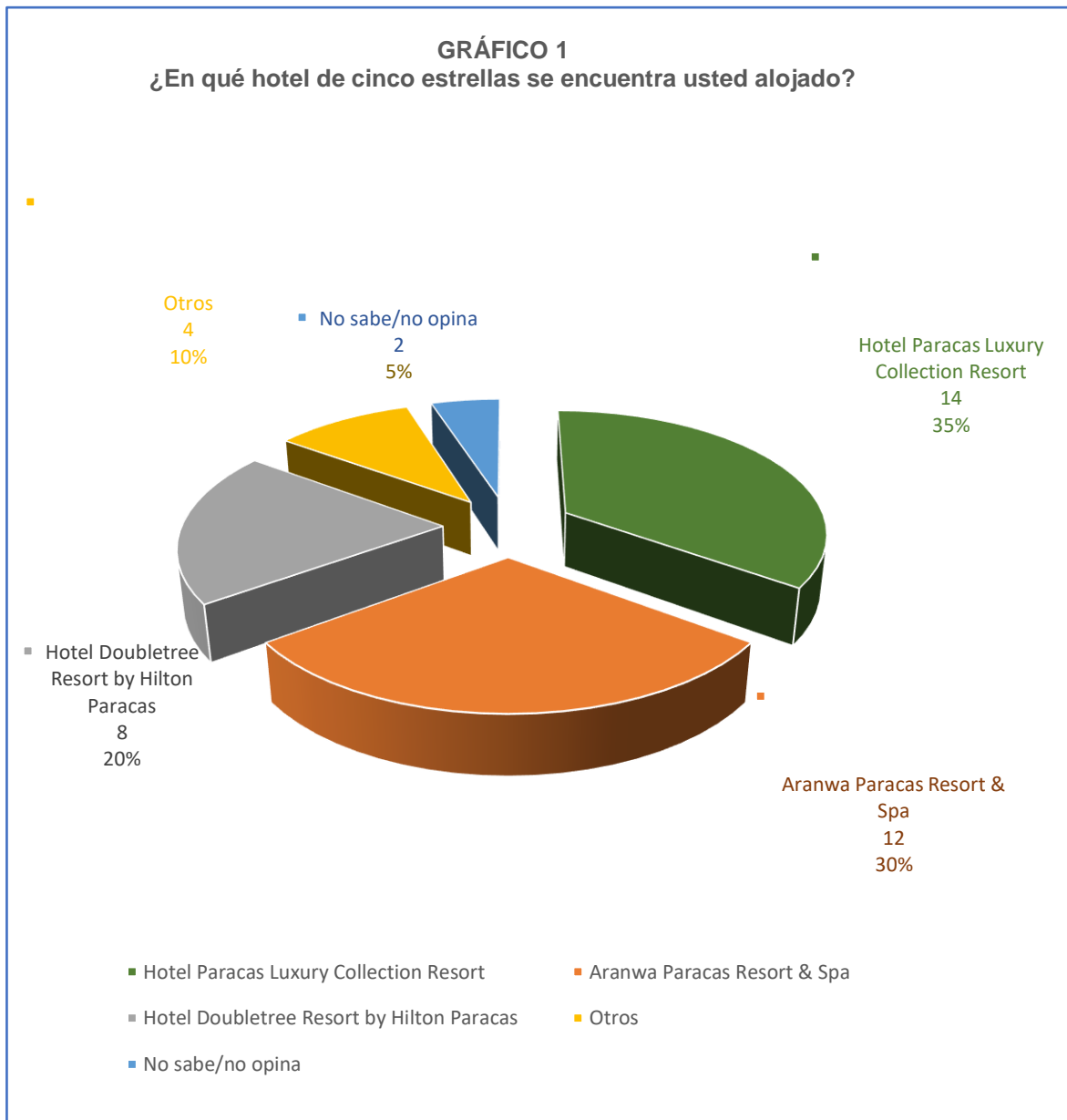
Tabla 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Hotel Paracas Luxury Collection Resort	14	35
b. Aranwa Paracas Resort & Spa	12	30
c. Hotel Doubletree Resort By Hilton Paracas	8	20
d = Otros	4	10
e = No sabe/no opina	2	5
Total	40	100%

Interpretación:

Se evidenció que, la mayoría de turistas encuestados estuvieron alojados en el Hotel Paracas Luxury Collection Resort, representado por el 35% (14), el 30% (12) en el Aranwa Paracas Resort & Spa, 20% (8) en el Hotel Doubletree Resort By Hilton Paracas, 10% (4) en otros hoteles y 5% (2) que prefirió no opinar.

¿En qué hotel de cinco estrellas del distrito de Paracas se encuentra usted alojado?



2. ¿Cuál es el motivo de su viaje?

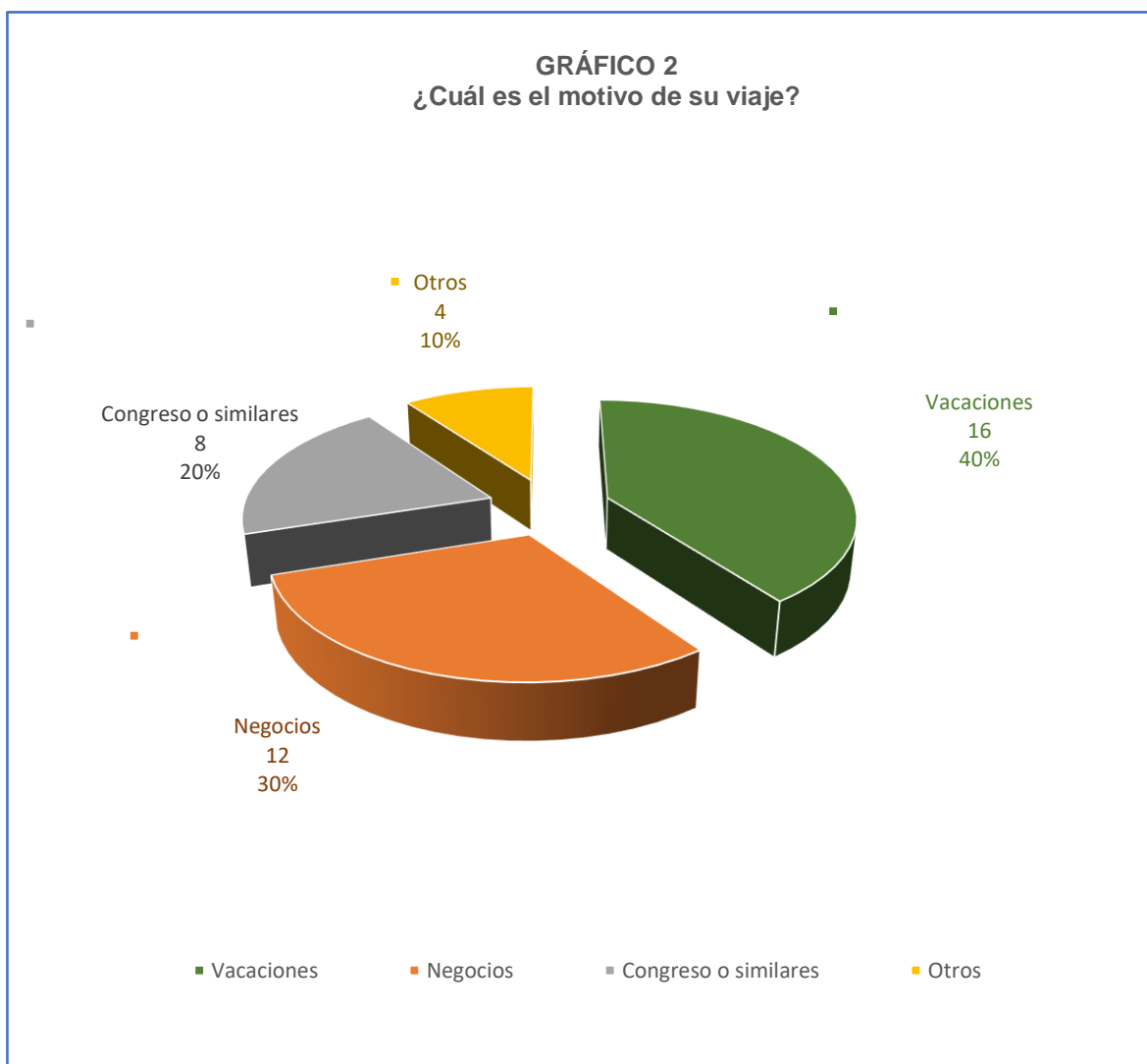
Tabla 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
		%
a. Vacaciones	16	40
b. Negocios	12	30
c. Congreso o similares	8	20
d. Otros	4	10
Total	40	100%

Interpretación:

Se evidenció que, la mayoría de turistas encuestados alojados en hoteles de cinco estrellas lo hicieron por vacaciones, representado por el 40% (16), el 30% (12) por negocios, 20% (8) a congresos o similares y el 10% (4) que prefiere no opinar.

¿Cuál es el motivo de su viaje?



3. ¿Con quién viene acompañado?

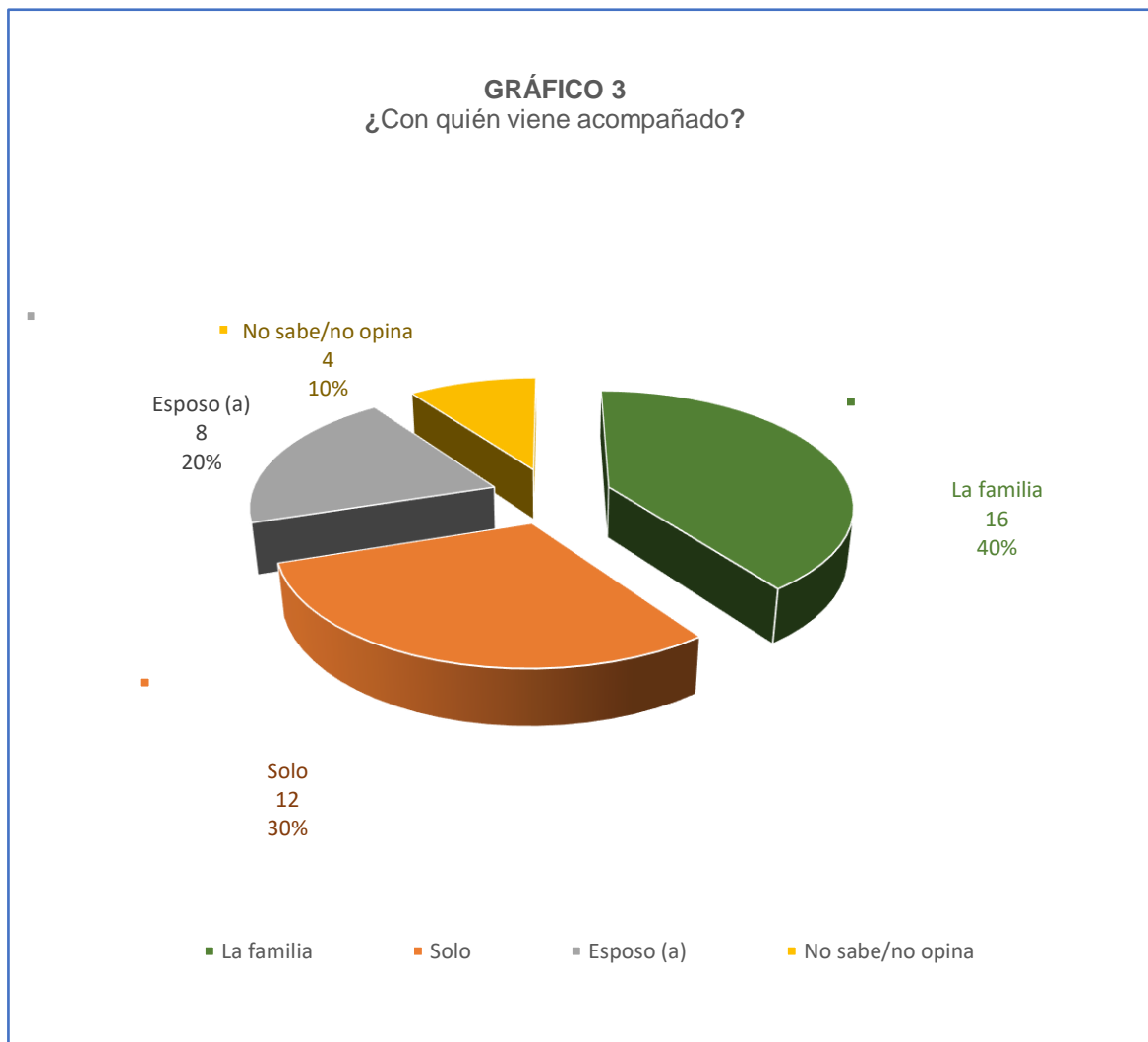
Tabla 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. La familia	16	40
b. Solo	12	30
c. Esposo (a)	8	20
d. No sabe/no opina	4	10
Total	40	100%

Interpretación:

Se evidenció que, la mayoría de turistas encuestados viajaron acompañados de la familia, representado por el 40% (16), el 30% (12) lo hacen solos, el 20% (8) con su esposo (a) y el 10% (4) que prefiere no opinar.

¿Con quién viene acompañado?



4. ¿De qué manera considera usted la comodidad de las habitaciones del hotel?

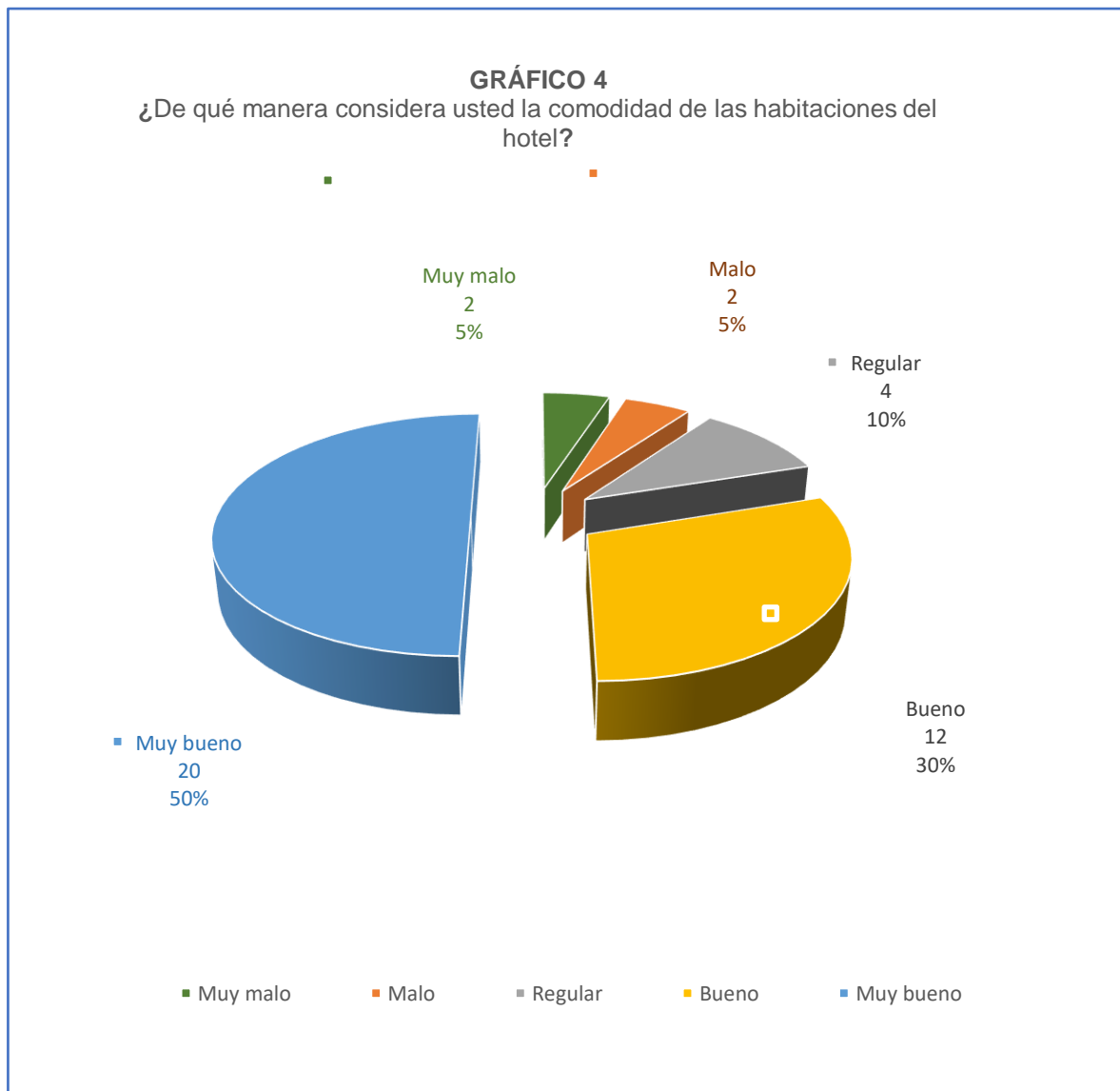
Tabla 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
		%
a. Muy malo	2	5
b. Malo	2	5
c. Regular	4	10
d. Bueno	12	30
e. Muy bueno	20	50
Total	40	100%

Interpretación:

La mayoría de turistas encuestados consideran muy buena la comodidad de las habitaciones del hotel, representado por el 50% (20), 30% (12) bueno, el 10% (4) regular y muy malo y malo el 5% (2) respectivamente.

¿De qué manera considera usted la comodidad de las habitaciones del hotel?



5. ¿Las habitaciones del hotel mantienen una temperatura adecuada respecto a calefacción y refrigeración?

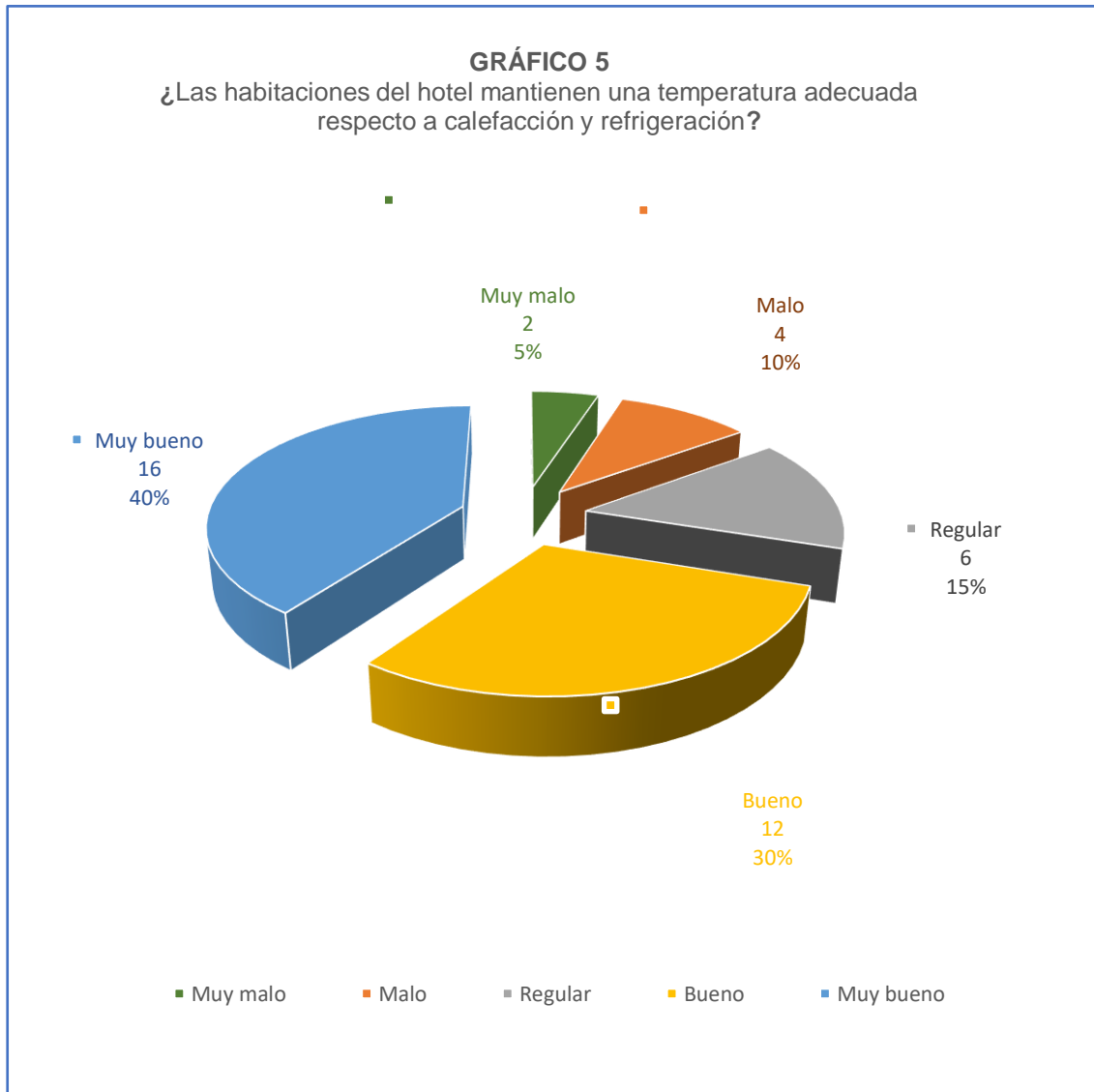
Tabla 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Muy malo	2	5
b. Malo	4	10
c. Regular	6	15
d. Bueno	12	30
e. Muy bueno	16	40
Total	40	100%

Interpretación:

La mayoría de turistas encuestados señalaron que las habitaciones del hotel mantienen una temperatura adecuada respecto a calefacción y refrigeración muy buena, representado por el 40% (16), el 30% (12) bueno, 15% (6) regular, 10% (4) es malo y un 5% (2) lo considera muy malo.

¿Las habitaciones del hotel mantienen una temperatura adecuada respecto a calefacción y refrigeración?



6. Respecto a la limpieza de las habitaciones, ¿Cómo las considera?

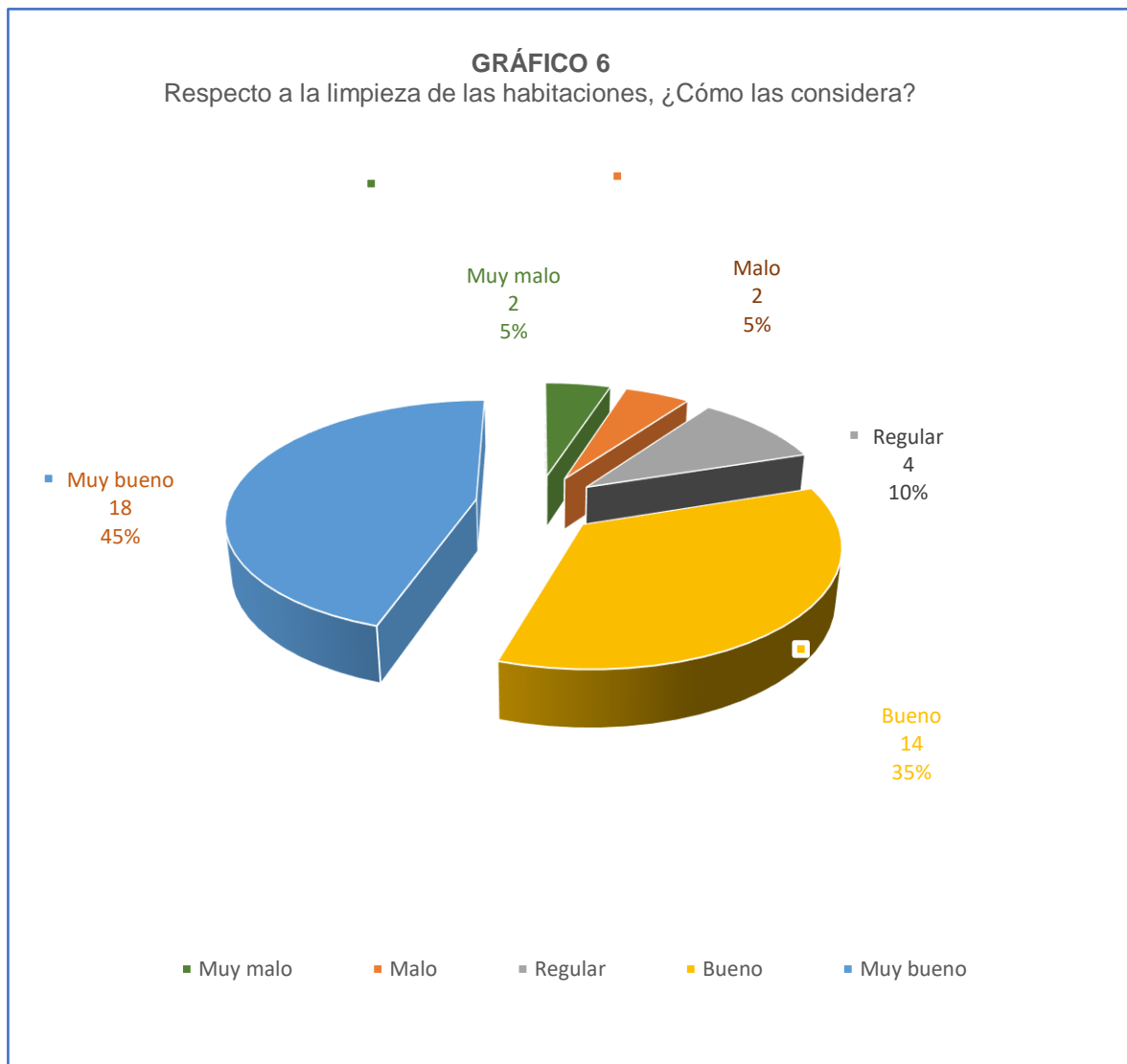
Tabla 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Muy malo	2	5
b. Malo	2	5
c. Regular	4	10
d. Bueno	14	35
e. Muy bueno	18	45
Total	40	100%

Interpretación:

La mayoría de turistas encuestados consideran la limpieza de las habitaciones muy buena, representado por el 45% (18), el 35% (14) bueno, 10% (4) regular, 5% (2) malo y muy malo, respectivamente.

Respecto a la limpieza de las habitaciones, ¿Cómo las considera?



7. ¿Cómo calificaría el servicio del restaurante a las habitaciones, en cuanto a alimentación y bebidas ofertadas?

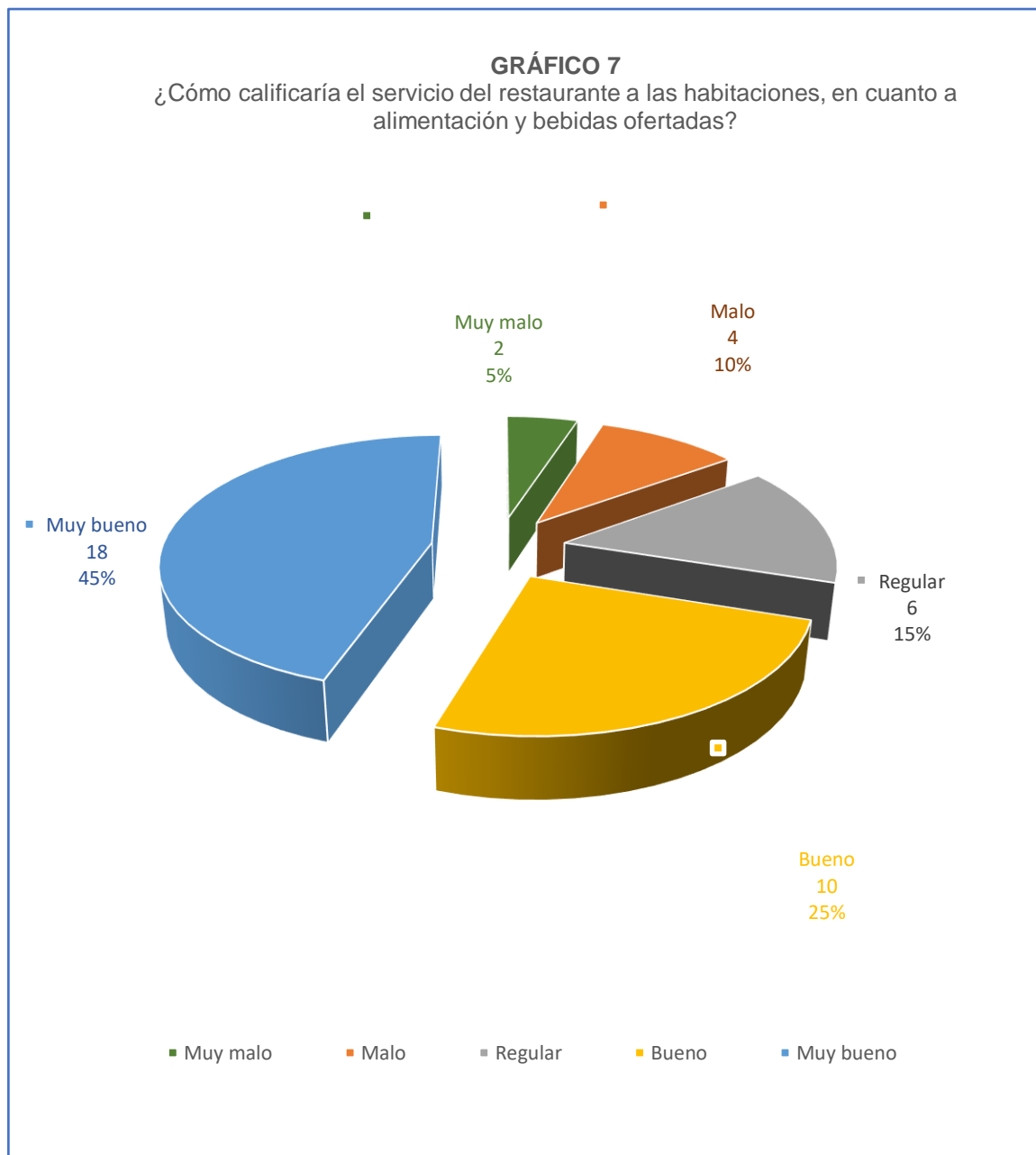
Tabla 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
		%
a. Muy malo	2	5
b. Malo	4	10
c. Regular	6	15
d. Bueno	10	25
e. Muy bueno	18	45
Total	40	100%

Interpretación:

La mayoría de turistas encuestados consideran muy bueno el servicio del restaurante a las habitaciones, en cuanto a alimentación y bebidas ofertadas, representado por el 45% (18), el 25% (10) bueno, 15% (6) regular, 10% (4) malo y muy malo el 5% (2).

¿Cómo calificaría el servicio del restaurante a las habitaciones, en cuanto a alimentación y bebidas ofertadas?



8. ¿Cómo considera la atención y cortesía del personal del hotel?

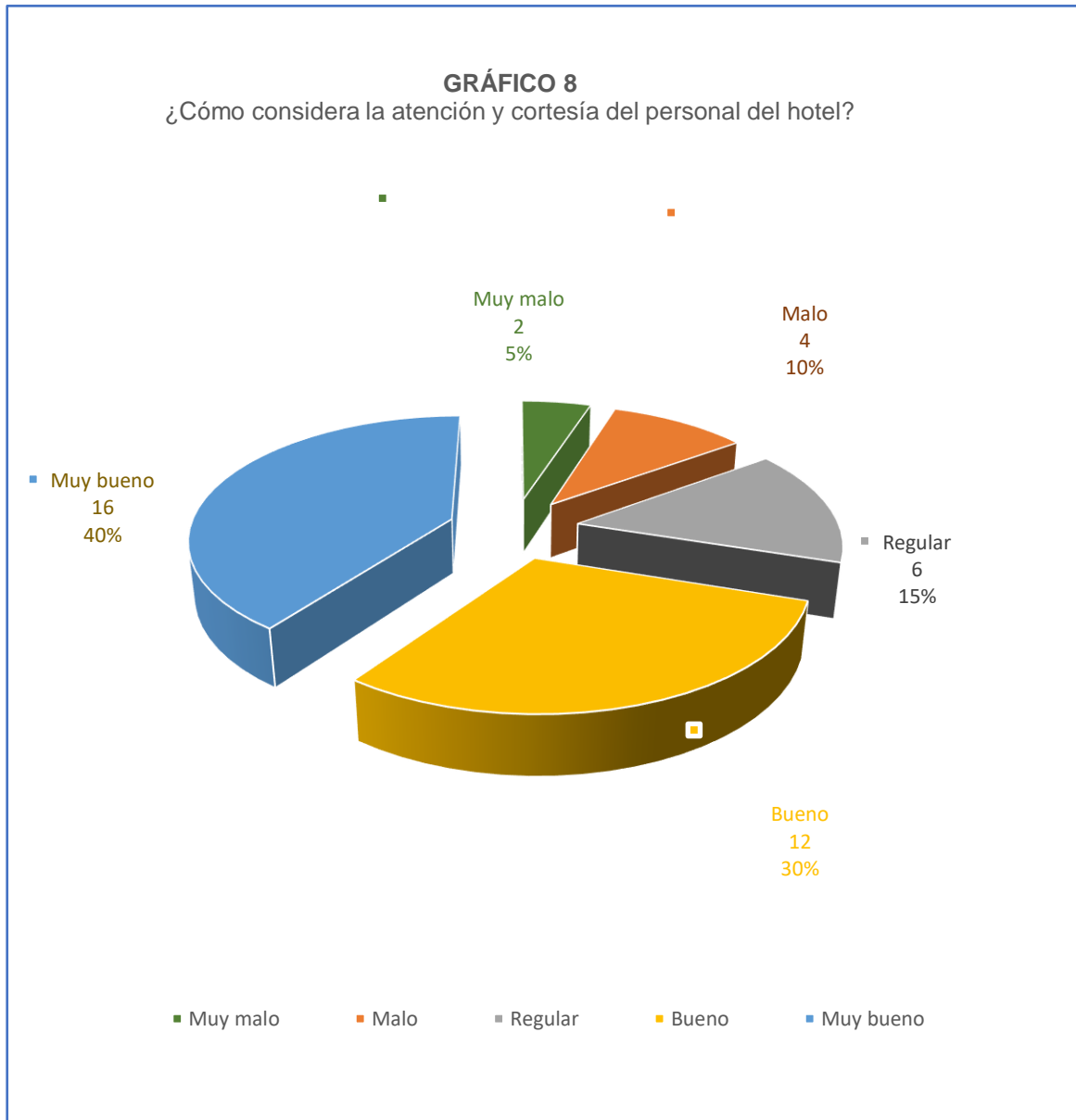
Tabla 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Muy malo	2	5
b. Malo	4	10
c. Regular	6	15
d. Bueno	12	30
e. Muy bueno	16	40
Total	40	100%

Interpretación:

La mayoría de turistas encuestados consideran muy buena la atención y cortesía del personal del hotel, representado por el 40% (16), el 30% (12) bueno, 15% (6) regular, 10% (4) malo y muy malo el 5% (2).

¿Cómo considera la atención y cortesía del personal del hotel?



9. En cuanto al diseño del hotel ¿De qué manera lo considera?

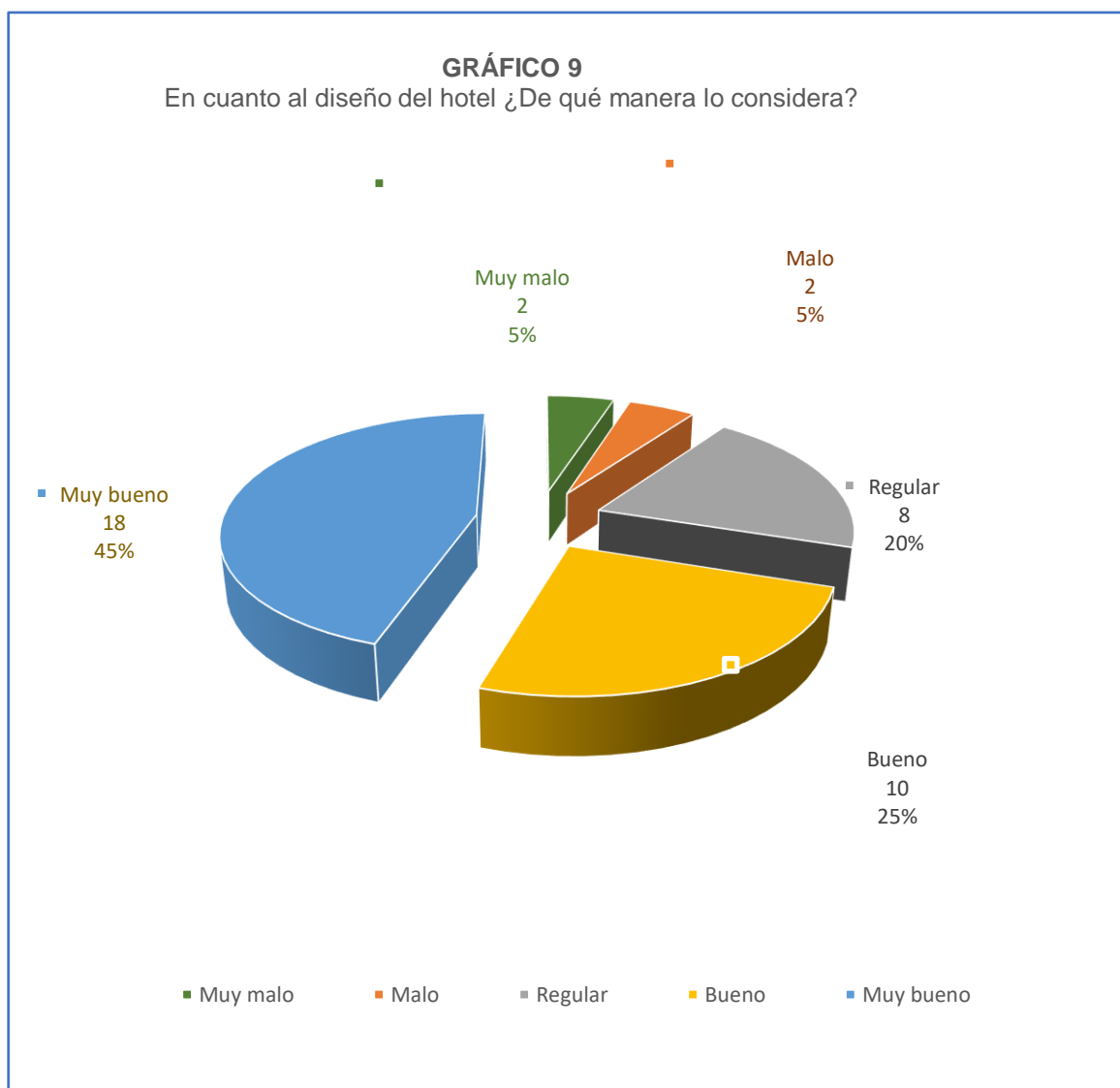
Tabla 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Muy malo	2	5
b. Malo	2	5
c. Regular	8	20
d. Bueno	10	25
e. Muy bueno	18	45
Total	40	100%

Interpretación:

Se evidenció que, la mayoría de turistas encuestados consideran muy bueno el diseño del hotel, representado por el 45% (18), el 25% (10) bueno, 20% (8) regular, 5% (2) malo y muy malo, respectivamente.

En cuanto al diseño del hotel ¿De qué manera lo considera?



10. ¿Cómo considera la disponibilidad del hotel para resolver los problemas de los huéspedes?

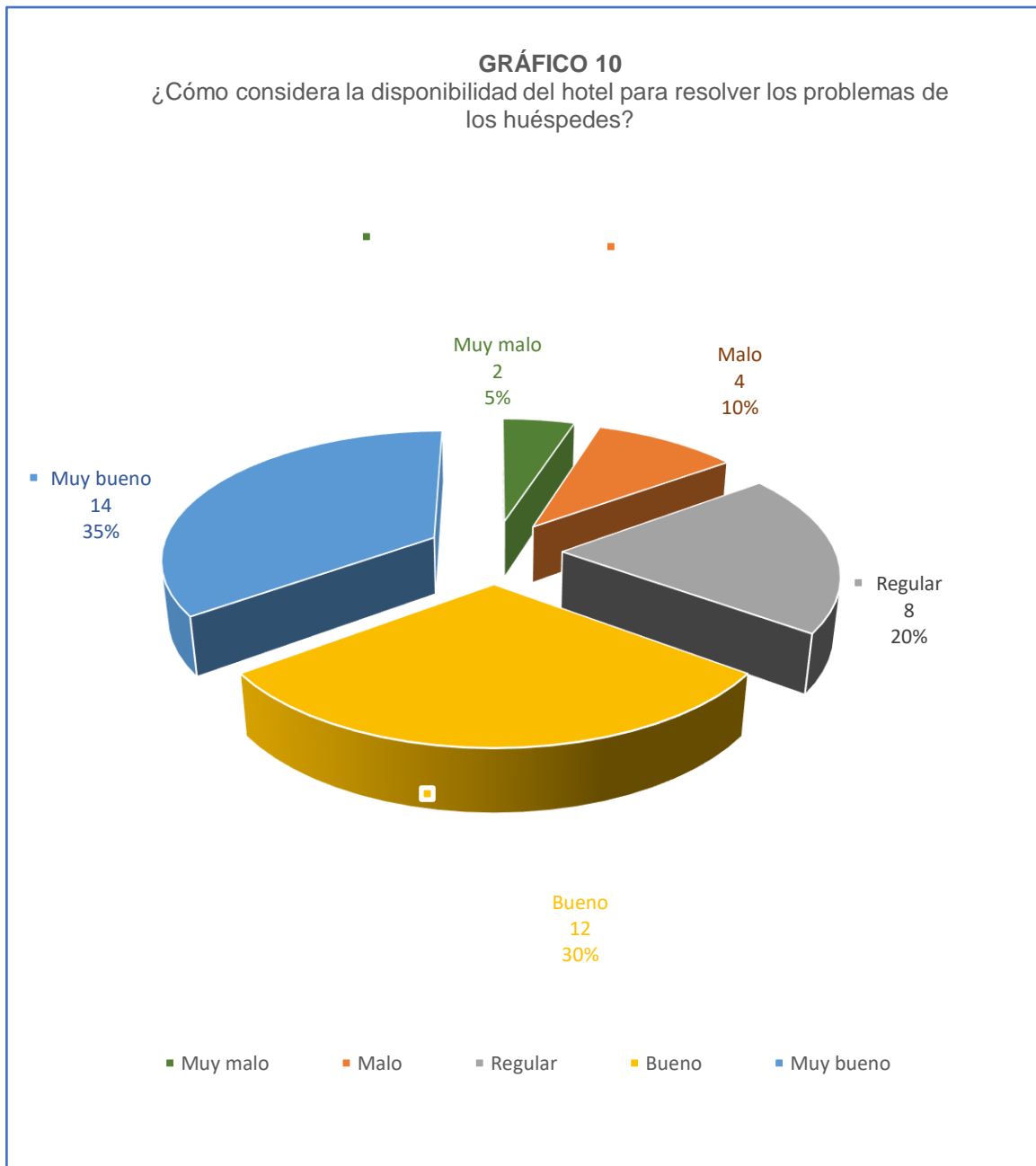
Tabla 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Muy malo	2	5
b. Malo	4	10
c. Regular	8	20
d. Bueno	12	30
e. Muy bueno	14	35
Total	40	100%

Interpretación:

La mayoría de turistas encuestados consideran muy buena la disponibilidad del hotel para resolver los problemas de los huéspedes, representado por el 35% (14), el 30% (12) bueno, 20% (8) regular, 10% (4) malo y muy malo el 5% (2).

¿Cómo considera la disponibilidad del hotel para resolver los problemas de los huéspedes?



11. ¿Existe compromiso del hotel con los huéspedes?

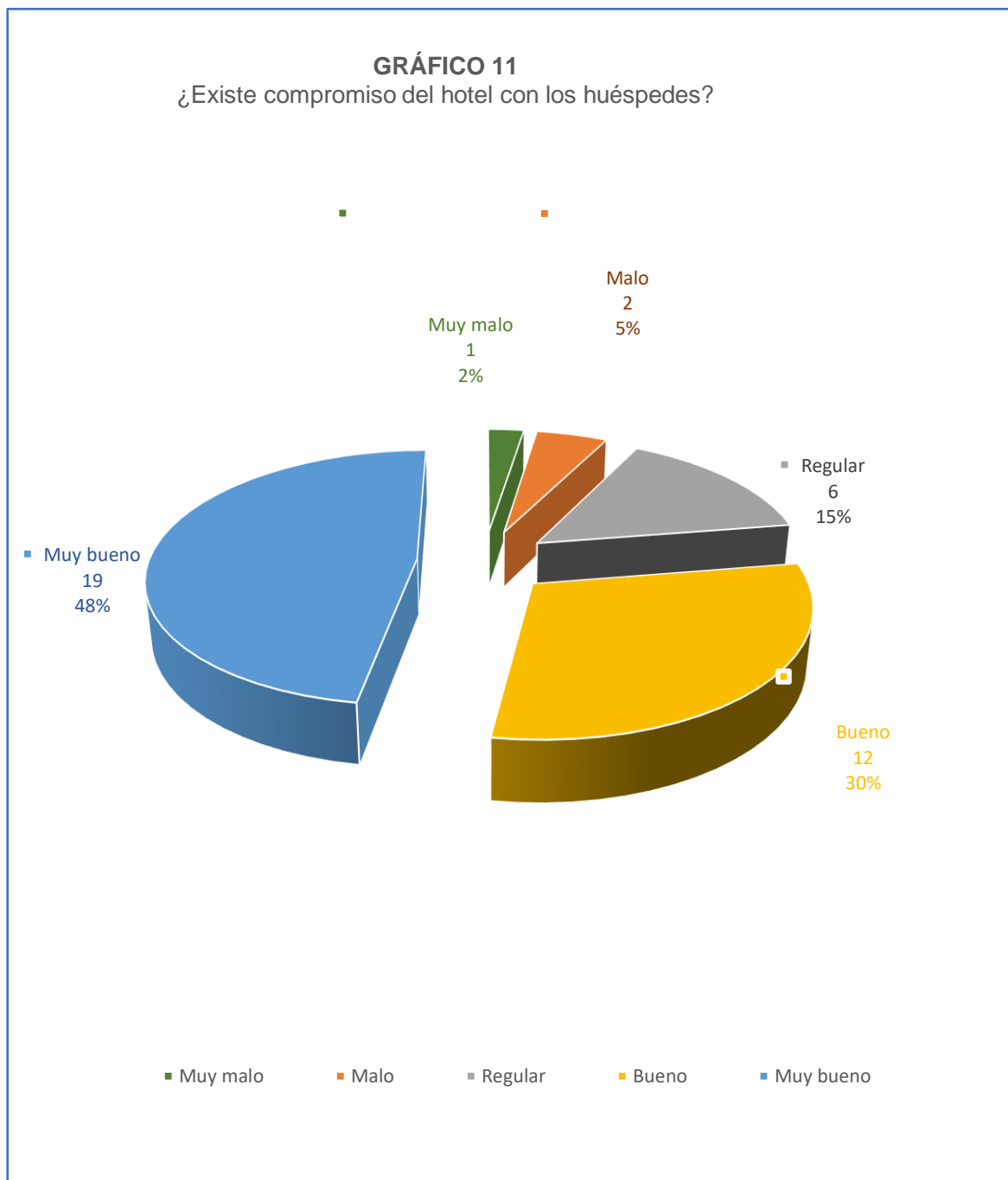
Tabla 11

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Muy malo	1	2.5
b. Malo	2	5.0
c. Regular	6	15.0
d. Bueno	12	30.0
e. Muy bueno	19	47.5
Total	40	100%

Interpretación:

La mayoría de turistas encuestados consideran muy bueno el compromiso del hotel con los huéspedes, representado por el 47.5% (19), el 30% (12) bueno, 15% (6) regular, 5% (2) malo y muy malo el 2.5% (1).

¿Existe compromiso del hotel con los huéspedes?



12. ¿La atención es rápida y de calidad?

Tabla 12

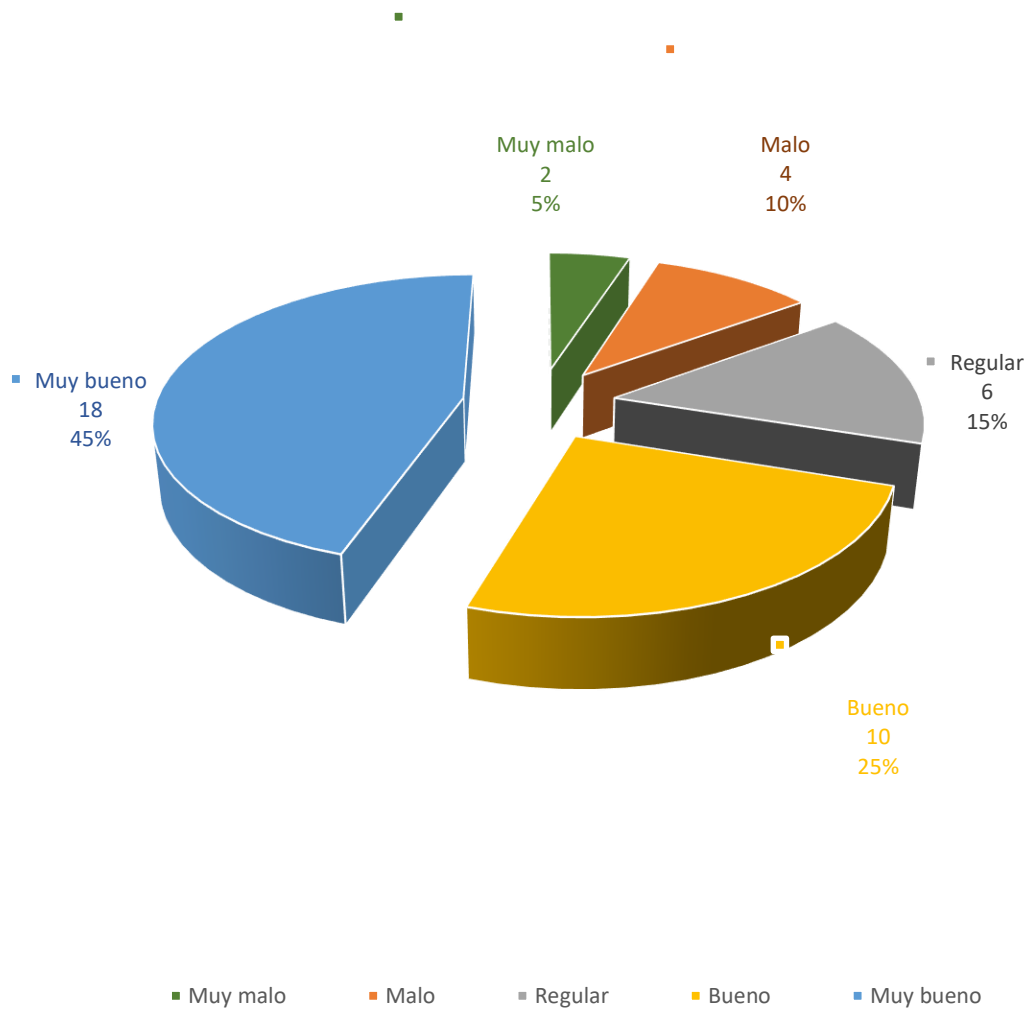
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Muy malo	2	5
b. Malo	4	10
c. Regular	6	15
d. Bueno	10	25
e. Muy bueno	18	45
Total	40	100%

Interpretación:

La mayoría de turistas encuestados consideran muy buena la atención que es rápida y de calidad, representado por el 45% (18), el 25% (10) bueno, 15% (6) regular, 10% (4) malo y muy malo el 5% (2).

¿La atención es rápida y de calidad?

GRÁFICO 12
¿La atención es rápida y de calidad?



13. ¿La comunicación con los empleados del hotel es fluida en su idioma?

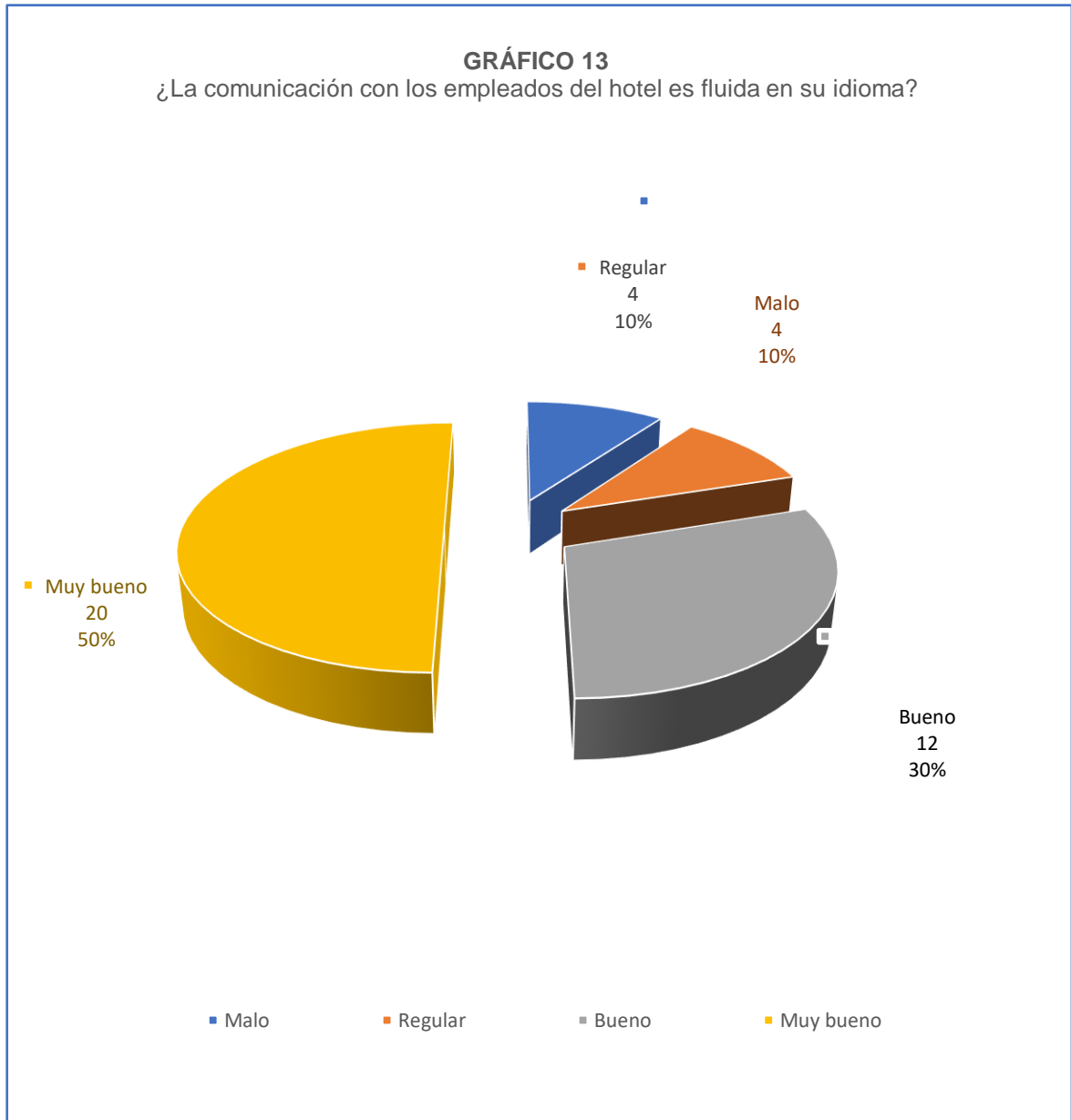
Tabla 13

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Muy malo	0	0
b. Malo	4	10
c. Regular	4	10
d. Bueno	12	30
e. Muy bueno	20	50
Total	40	100%

Interpretación:

Se evidenció que, la mayoría de turistas encuestados consideran muy buena la comunicación con los empleados del hotel que es fluida en su idioma, representado por el 50% (20), el 30% (12) bueno, 10% (4) regular y malo, respectivamente.

¿La comunicación con los empleados del hotel es fluida en su idioma?



14. ¿El hotel cumplió puntualmente con las actividades programadas?

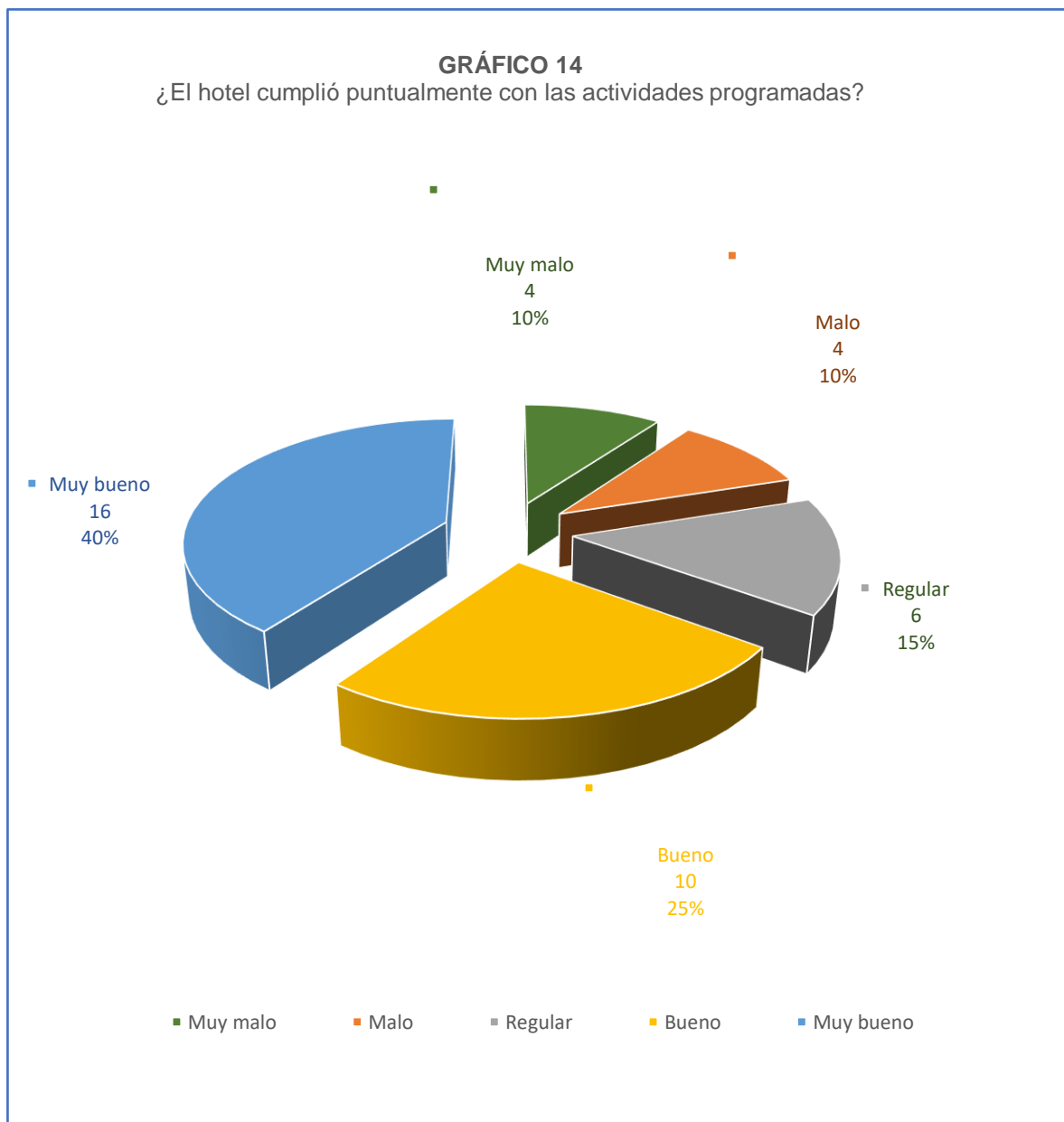
Tabla 14

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Muy malo	4	10
b. Malo	4	10
c. Regular	6	15
d. Bueno	10	25
e. Muy bueno	16	40
Total	40	100%

Interpretación:

La mayoría de turistas encuestados consideran muy bueno respecto a que el hotel cumplió puntualmente con las actividades programadas, representado por el 40% (16), el 25% (10) bueno, 15% (6) regular y 10% (4) malo y muy malo, respectivamente.

¿El hotel cumplió puntualmente con las actividades programadas?



15. ¿Tuvo facilidad en la obtención de información requerida dentro del hotel?

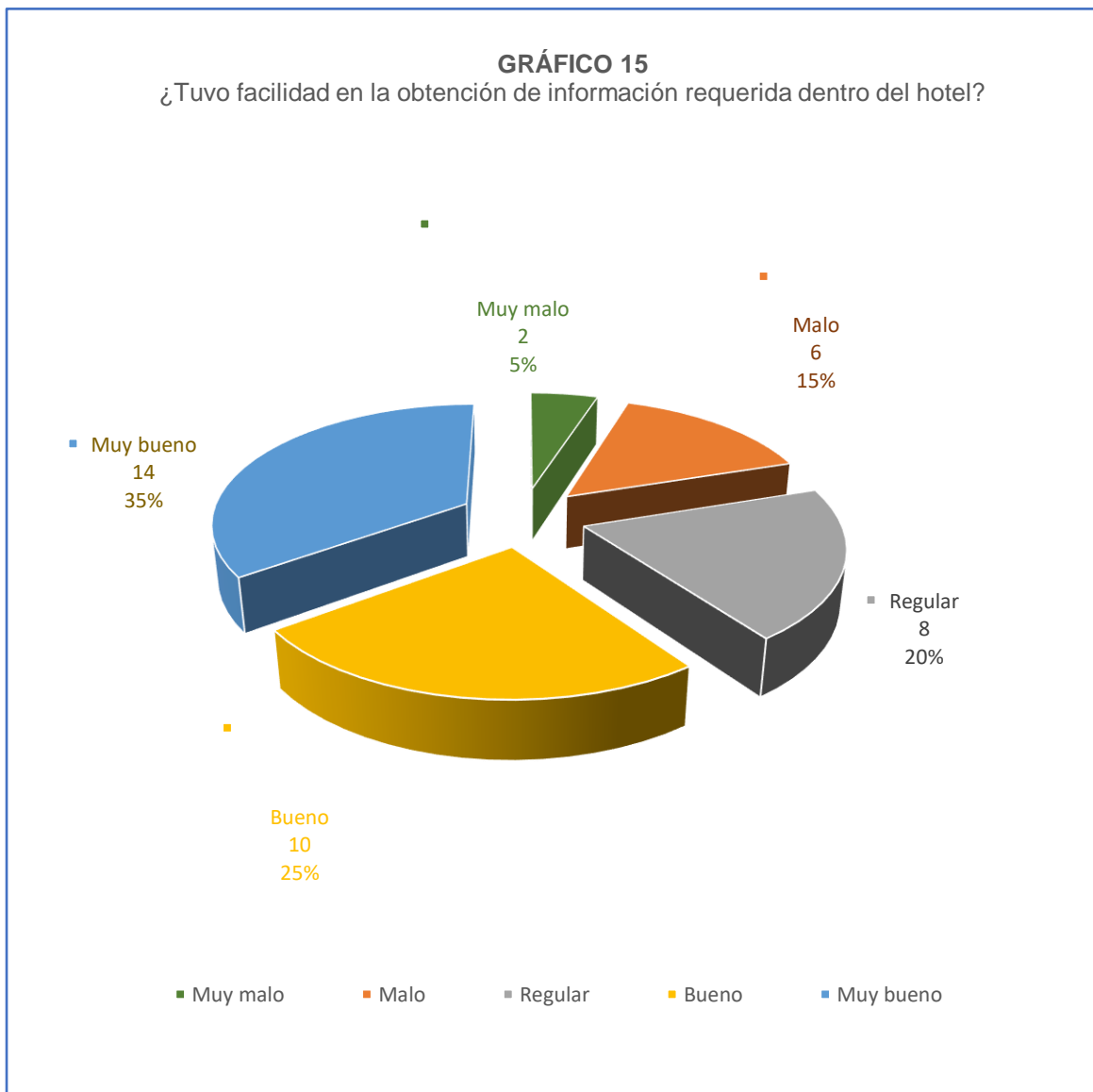
Tabla 15

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Muy malo	2	5
b. Malo	6	15
c. Regular	8	20
d. Bueno	10	25
e. Muy bueno	14	35
Total	40	100%

Interpretación:

La mayoría de turistas encuestados consideran muy buena la facilidad en la obtención de información requerida dentro del hotel, representado por el 35% (14), el 25% (10) bueno, 20% (8) regular, 15% (6) malo y 5% (2) muy malo.

¿Tuvo facilidad en la obtención de información requerida dentro del hotel?



16. ¿El hotel cumplió con lo ofrecido?

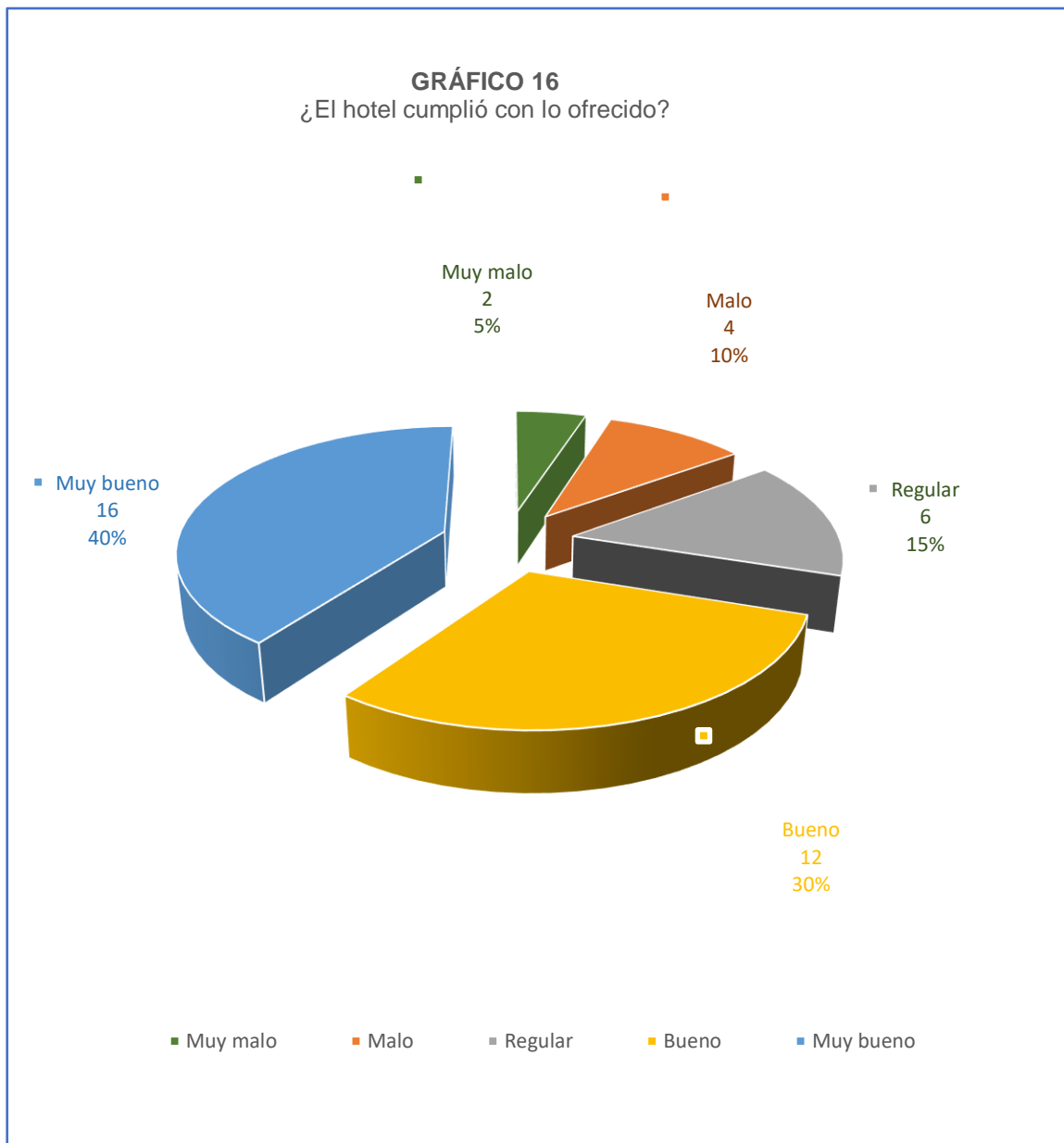
Tabla 16

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Muy malo	2	5
b. Malo	4	10
c. Regular	6	15
d. Bueno	12	30
e. Muy bueno	16	40
Total	40	100%

Interpretación:

Se evidenció que, la mayoría de turistas encuestados consideran muy bueno que el hotel cumplió con lo ofrecido, representado por el 40% (16), el 30% (12) bueno, 15% (6) regular, 10% (4) malo y 5% (2) muy malo.

¿El hotel cumplió con lo ofrecido?



17. ¿Siente usted la sensación de seguridad dentro del hotel?

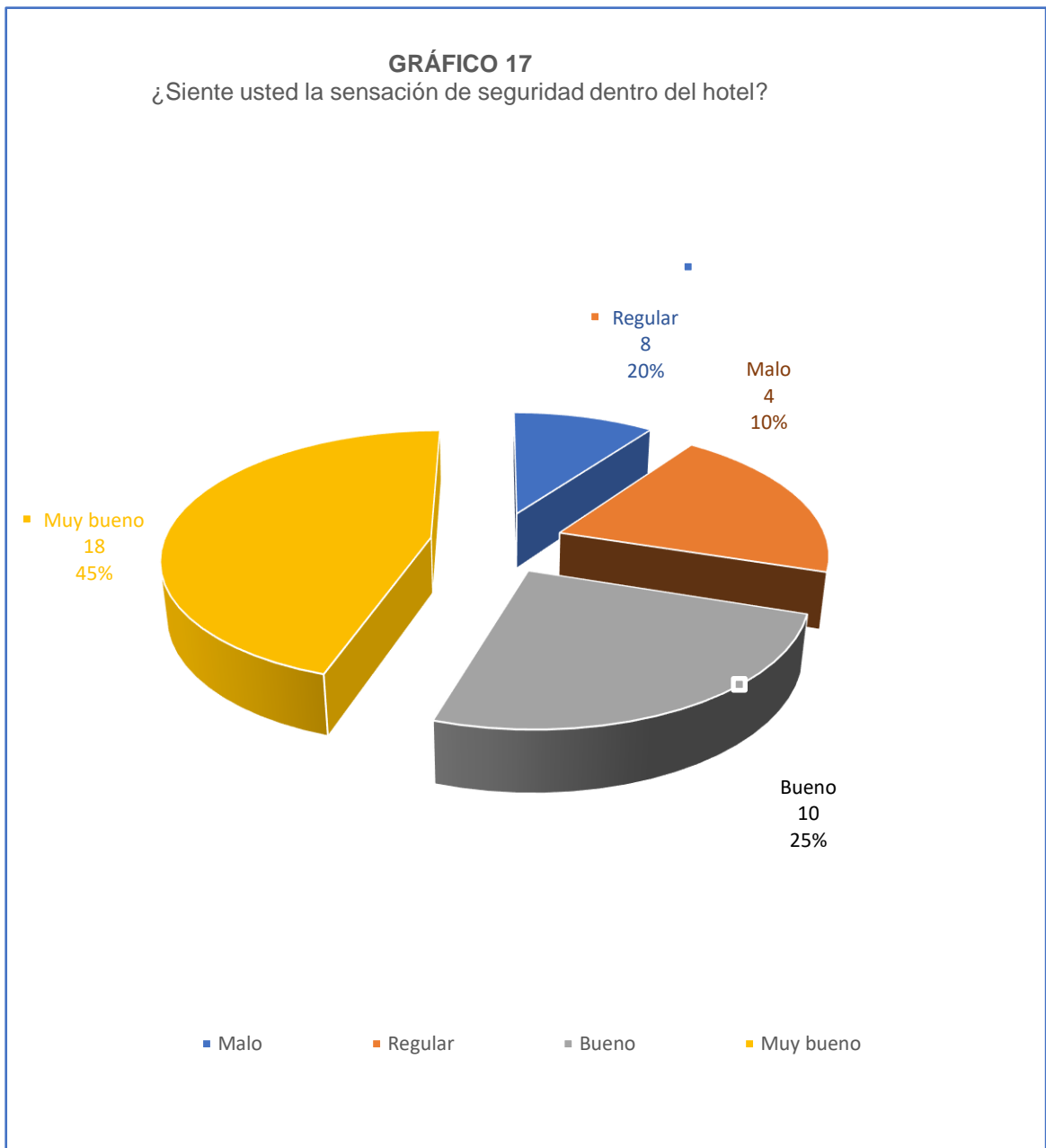
Tabla 17

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Muy malo	0	0
b. Malo	4	10
c. Regular	8	20
d. Bueno	10	25
e. Muy bueno	18	45
Total	40	100%

Interpretación:

La mayoría de turistas encuestados consideran muy buena la sensación de seguridad dentro del hotel, representado por el 45% (18), el 25% (10) bueno, 20% (8) regular y 10% (4) malo.

¿Siente usted la sensación de seguridad dentro del hotel?



18. ¿De qué manera considera el estado de conservación y la imagen del hotel?

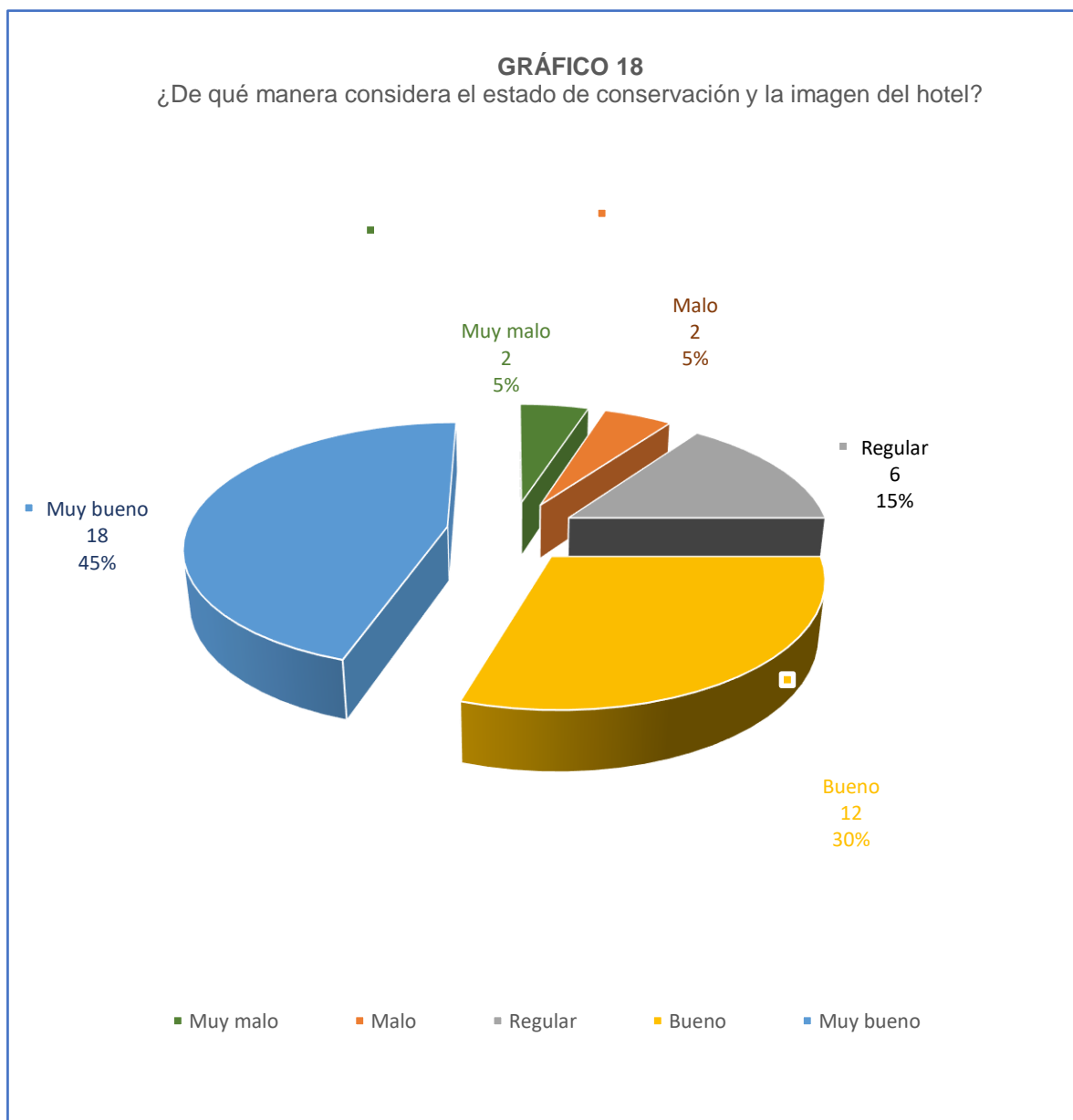
Tabla 18

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Muy malo	2	5
b. Malo	2	5
c. Regular	6	15
d. Bueno	12	30
e. Muy bueno	18	45
Total	40	100%

Interpretación:

La mayoría de turistas encuestados consideran muy bueno el estado de conservación y la imagen del hotel, representado por el 45% (18), el 30% (12) bueno, 15% (6) regular y 5% (2) malo y muy malo, respectivamente.

¿De qué manera considera el estado de conservación y la imagen del hotel?



19. ¿Los empleados tienen conocimiento de las tareas designadas?

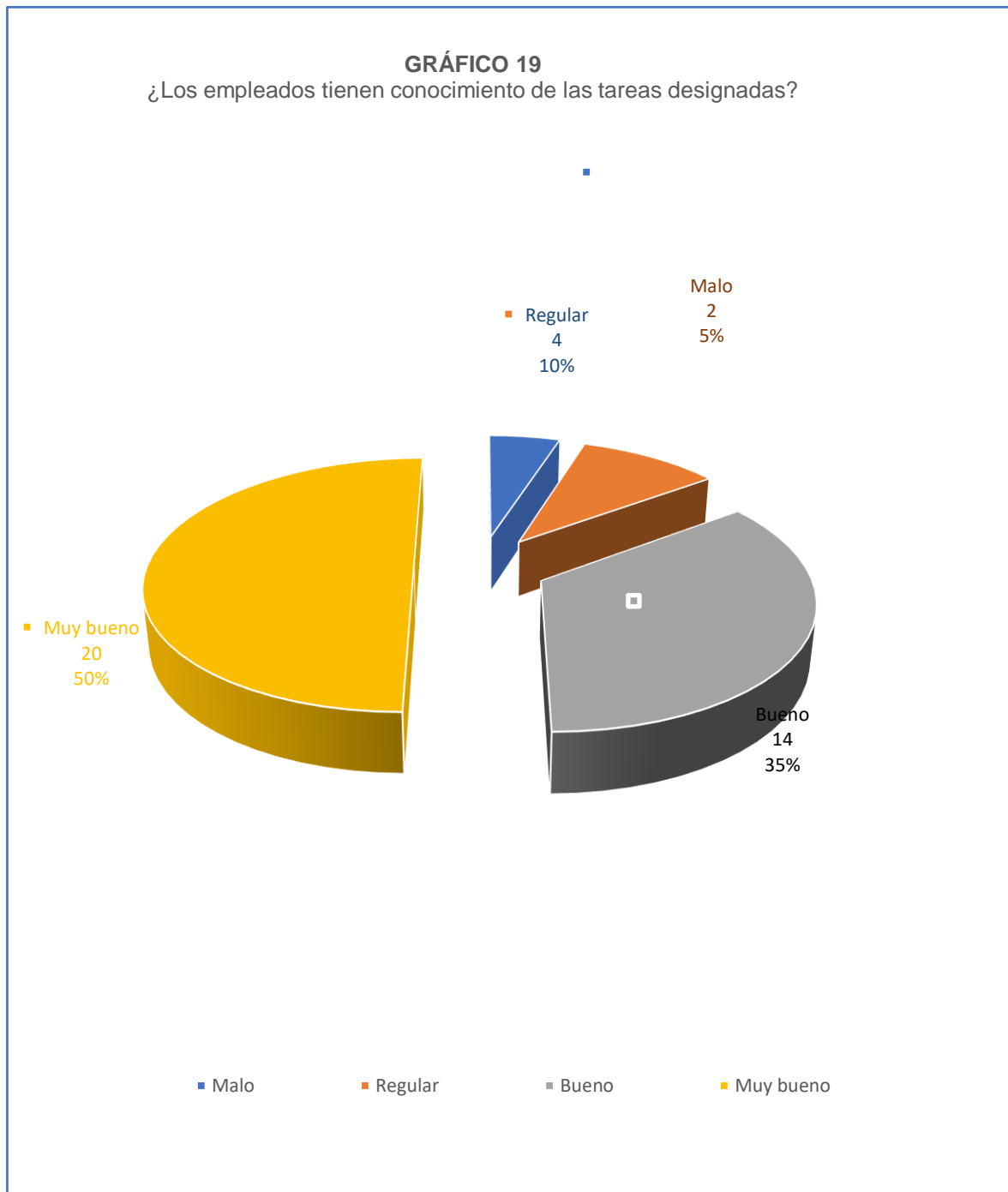
Tabla 19

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
a. Muy malo	0	0
b. Malo	2	5
c. Regular	4	10
d. Bueno	14	35
e. Muy bueno	20	50
Total	40	100%

Interpretación:

La mayoría de turistas encuestados consideran muy bueno que, los empleados tengan conocimiento de las tareas designadas, representado por el 50% (20), el 35% (14) bueno, 10% (4) regular y 5% (2) malo.

¿Los empleados tienen conocimiento de las tareas designadas?



VIII.- CRONOGRAMA

TIEMPO ACTIVIDADES	MESES			
	NOV. 2022	DIC. 2022	ENERO 2023	FEB. 2023
Elección del tema y planteamiento del problema.	X			
Elaboración del Marco Teórico.		X		
Búsqueda de información de datos. trabajo en campo		X		
Aplicación de instrumento de recolección de datos		X		
Tabulación y Elaboración de cuadros estadísticos			X	
Análisis, interpretación y Sistematización del material			X	X
Redacción definitiva				X
Presentación del trabajo de investigación.				X

Elaborado por la investigadora

DURACIÓN:

Inicio: noviembre de 2022

Término: febrero de 2023

IX.- PRESUPUESTO

ITEM / EQUIPO	DESCRIPCION	TOTAL
Transporte	4 meses	s/.300.00
Impresiones	Encuestas	s/ 100.00
Anillado	-	s/ 50.00
Fotocopias	Diversos	s/ 50.00
Investigación/Libros/bibliotecas	-	s/ 50.00
Material de oficina	Lapiceros	s/ 10.00
Internet	Búsqueda	s/ 70.00
Celular	Llamadas y fotos	s/ 50.00
Total		s/ 680.00

Elaboración propia

X.- CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

CONCLUSIONES

- Se evidenció la relación que existe en la calidad del servicio en las habitaciones con la satisfacción de los usuarios en hoteles de cinco estrellas en el distrito de Paracas año 2022.
- Se determinó la incidencia de los aspectos tangibles, la mayoría de turistas consideró muy buena la comodidad de las habitaciones, con una temperatura adecuada respecto a la calefacción y refrigeración, igualmente consideraron muy buena la limpieza de las habitaciones, la alimentación y bebidas ofrecidas, decoración y ambientación en la calidad del servicio en habitaciones en hoteles de cinco estrellas del distrito de Paracas año 2022.
- Se reconoció como incide la empatía en la calidad del servicio en habitaciones en hoteles de cinco estrellas del distrito de Paracas en el año 2022, ya que la mayoría consideró muy buena la atención y cortesía del personal del hotel, así como la recepción, atención y cortesía del personal del hotel.
- Se logró identificar la contribución de la sensibilidad en la calidad del servicio en habitaciones en los hoteles de cinco estrellas del distrito de Paracas en el año 2022, debido a que la mayoría de turistas consideró muy buena la disponibilidad del hotel para solucionar sus problemas, así como el compromiso del hotel con los huéspedes y una rápida atención.

- Se evidenció la relación de la eficiencia con la calidad del servicio en habitaciones en hoteles de cinco estrellas en el distrito de Paracas año 2022, pues en su mayoría consideraron que la comunicación con los empleados es fluida en diversas lenguas, con una gran facilidad de comunicación.

- Se identificó como la seguridad contribuyó con la calidad del servicio en habitaciones en hoteles de cinco estrellas del distrito de Paracas en el año 2022, ya que la mayoría de turistas consideró muy bueno el estado de conservación y la imagen del hotel y el conocimiento de las funciones de sus empleados.

SUGERENCIAS

- Los hoteles de 5 estrellas deberán seguir brindando un servicio de calidad en las habitaciones para satisfacer a sus huéspedes y continúen alojándose en ellos en el distrito de Paracas.
- Capacitar a los trabajadores encargados de la conservación y mantenimiento de las habitaciones, para mantener y mejorar cada vez la comodidad de las habitaciones, asimismo, al personal encargado del mantenimiento para contar con la temperatura adecuada, tanto en la calefacción como la refrigeración; la alimentación que se sirve a las habitaciones deberá ser más rápida y de calidad.
- Motivar a los empleados del hotel para que brinden un servicio de calidad y continuar con una buena atención y cortesía, desde la recepción, recibir a los huéspedes brindándoles una buena atención y cortesía.
- Preparar a los colaboradores a fin que tengan la capacidad suficiente y puedan solucionar los problemas que se presentan a los huéspedes con una rápida atención.
- Capacitar a los trabajadores en el manejo de diversos idiomas para que exista una comunicación más fluida con los huéspedes del hotel, cual redundará en una buena atención.
- Garantizar la seguridad en las habitaciones de los hoteles de cinco estrellas del distrito de Paracas, así como el estado de conservación, para dar una buena imagen a los turistas.

XI.- BIBLIOGRAFÍA

Aguilar V., Majado J., Camúñez J. y Garrido-Vega, P. (2015). Variables determinantes del tiempo de limpieza de habitaciones: Estudio de tiempos en un hotel. Impulso al desarrollo económico a través del Turismo: VIII jornadas de investigación en turismo, p 511-536. Disponible en: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/53085/aguiar-escobar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ballestas y Toncel (2006). Evaluación de la calidad del servicio al cliente que prestan los hoteles 5 estrellas de la ciudad de Cartagena. Disponible en: <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0039501.pdf>

Barquero J. (2007). Marketing de Clientes, Mc Graw Hill, España.

Barragán L. (2010). eLibro. Obtenido de Hotelería,: Disponible en: <https://elibro.net/es/ereader/uazuay/73953>

Camison, Cruz y Gonzáles (2006). Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Disponible en: <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>

Cohen y Gómez (2019). Metodología de la investigación, ¿para qué?. 1a ed. - Buenos Aires. Disponible en: http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20190823024606/Methodologia_para_que.pdf

Cueva-Trelles (2015). Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel

Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones. Universidad de Piura. Disponible en: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2274/ING_552.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Diario El Peruano (2017). Inversión hotelera llegará a los US\$ 1,141 mllns. entre 2017 y 2021. Disponible en: <https://elperuano.pe/noticia/57311-inversion-hotelera-llegara-a-los-us-1141-mllns-entre-2017-y-2021>

Diario Gestión (2017). La "industria de reuniones" genera en divisa más de US\$ 2 mil millones. Disponible en: <https://gestion.pe/economia/industria-reuniones-genera-divisa-us-2-mil-millones-139499-noticia/>

Elorriaga, L., & Barreto, A. (2013). La problemática de la inducción en los puestos operativos en las Mipymes de alojamiento turístico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2011-2013). *Ad-Gnosis*, 2(2), 2. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8703198>

Horovitz, J. (1990). *La calidad del servicio*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.

Hruby, R., & del Rosario Conde, M. (2020). El turismo y la hotelería en el contexto de una crisis global: ¿ una oportunidad para el cambio post Covid-19?. *Revista Economía y Desafíos del Desarrollo*, 1(6). Disponible en: <https://revistaedd.unsam.edu.ar/wp-content/uploads/2020/12/3.-Turismo-y-hospitalidad-pdf-ok.pdf>

Lucero Rodríguez, R. (2013). *Alternativa para mejorar el rendimiento del departamento de ama de llaves en un hotel de 5 estrellas (Bachelor's thesis, ESPOL. FIMCM: Turismo)*.

Martín, M. Á. R., Fraile, F. J. O., & López, M. M. (2016). La estancia perfecta en hoteles de 4 y 5 estrellas de Sevilla a través del análisis de los comentarios en TripAdvisor-Determinación de los principales ítems. *International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST)*, 1(1), 8-25.

Moquillaza y Ramos (2021). Calidad de servicio y experiencia del cliente para el turista nacional en hoteles de categoría superior y de lujo – Paracas, 2020. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Disponible en: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/657848/Moquillaza_ML.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Organización Mundial del Turismo (2008). Normas de las Naciones Unidas para medir el turismo. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Parte (2019). Análisis de la calidad percibida por los clientes de hoteles de lujo en Italia. Disponible en: <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/17604/PARTESAEZCELIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Prado Cuba, S. A. (2020). Nivel de satisfacción del cliente corporativo con la calidad del servicio brindado en un hotel 5 estrellas de la ciudad de Lima, Perú. Disponible en: <https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/1291/TB-Prado%20S.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Quispe M. (2021). Calidad de servicios del Hotel Hilton Cinco Estrellas del Balneario de Paracas, Pisco–Ica, 2021.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/66774/Quispe_VMR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sánchez L. y Sánchez J. (2011). Estudio de la satisfacción del usuario de hoteles cinco estrellas de la zona metropolitana de Guadalajara: Una aplicación del instrumento SERVQUAL. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/5718/571863990006.pdf>

Untiveros Cano, G. W., Castillo Olivares, O. R., & Barrientos Mallma, K. S. (2020). Clasificación y calidad de servicio de hoteles en el Perú.

Zambrano L. y Ramos M. (2021). Análisis del nivel de satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio de un hotel situado en el centro de la ciudad de Guayaquil-Ecuador. Revista Científica Dominio de las ciencias, Vol 7 N° 3, 145-162. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8229696>

ANEXOS

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN HABITACIONES Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN HOTELES DE CINCO ESTRELLAS EN EL DISTRITO DE PARACAS AÑO 2022

INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta un conjunto de preguntas sobre la calidad del servicio en habitaciones y la satisfacción de los usuarios en hoteles de cinco estrellas del distrito de Paracas. Por favor responder con toda sinceridad, las repuestas serán anónimas.

Edad:..... Sexo: Hombre () Mujer ()

1. ¿En qué hotel de cinco estrellas se encuentra usted alojado?
 - a.
 - b.
 - c.
 - d.
 - e.
2. ¿Cuál es el motivo de su viaje?
 - a. Vacaciones
 - b. Negocios
 - c. Congreso
 - d. Otros
3. ¿Con quién viene acompañado?
 - a. La familia
 - b. Solo
 - c. Esposo (a)
 - d. No sabe/no opina
4. ¿De qué manera considera usted la comodidad de las habitaciones del hotel?
 - a. Muy malo
 - b. Malo
 - c. Regular
 - d. Bueno
 - e. Muy bueno
5. ¿Las habitaciones del hotel mantienen una temperatura adecuada respecto a calefacción y refrigeración?
 - a. Muy malo
 - b. Malo
 - c. Regular
 - d. Bueno
 - e. Muy bueno

6. Respecto a la limpieza de las habitaciones, ¿Cómo las considera?
 - a. Muy malo
 - b. Malo
 - c. Regular
 - d. Bueno
 - e. Muy bueno

7. ¿Cómo calificaría el servicio del restaurante a las habitaciones, en cuanto a alimentación y bebidas ofertadas?
 - a. Muy malo
 - b. Malo
 - c. Regular
 - d. Bueno
 - e. Muy bueno

8. ¿Cómo considera la atención y cortesía del personal del hotel?
 - a. Muy malo
 - b. Malo
 - c. Regular
 - d. Bueno
 - e. Muy bueno

9. En cuanto al diseño del hotel ¿De qué manera lo considera?
 - a. Muy malo
 - b. Malo
 - c. Regular
 - d. Bueno
 - e. Muy bueno

10. ¿Cómo considera la disponibilidad del hotel para resolver los problemas de los huéspedes?
 - a. Muy malo
 - b. Malo
 - c. Regular
 - d. Bueno
 - e. Muy bueno

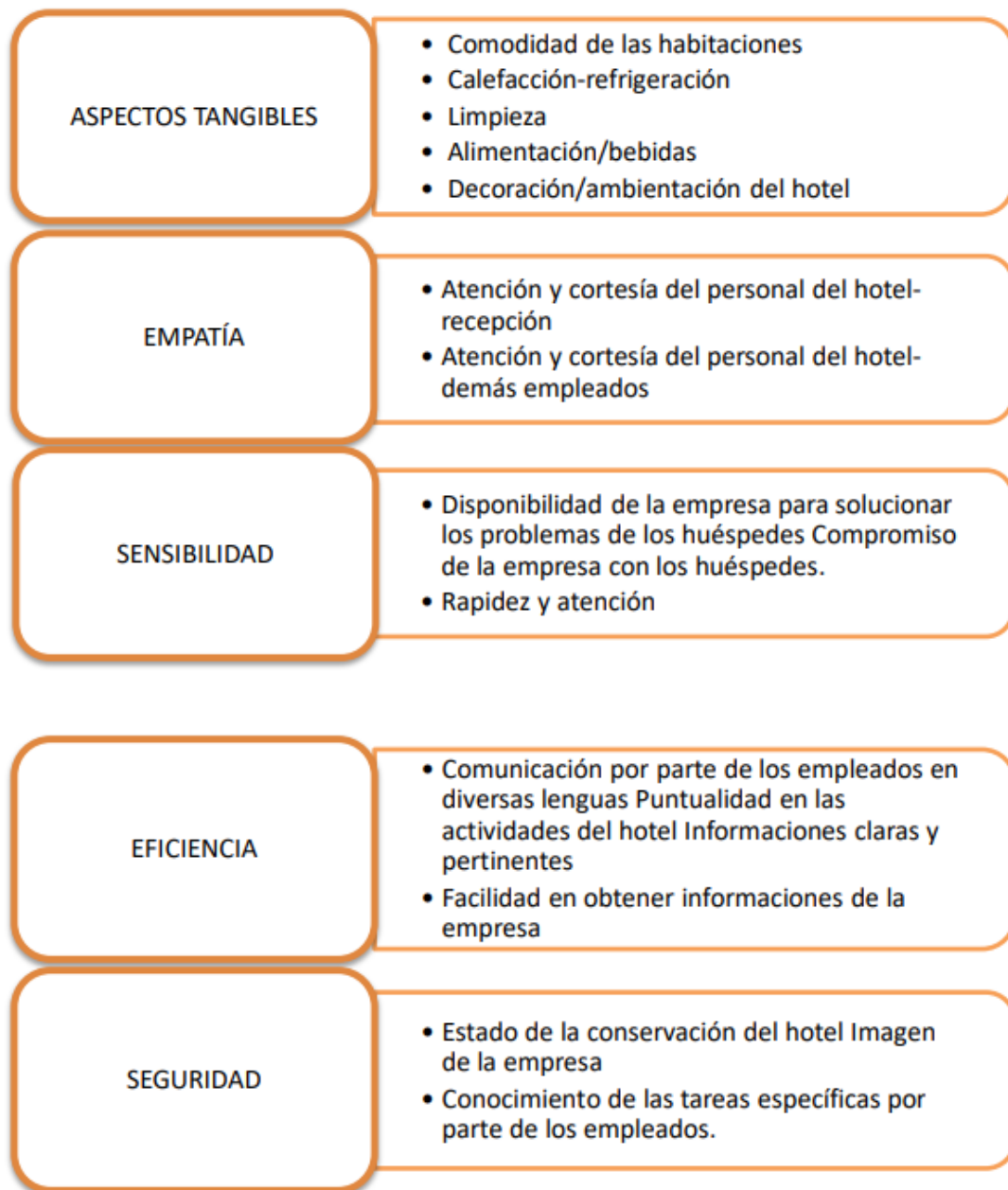
11. ¿Existe compromiso del hotel con los huéspedes?
 - a. Muy malo
 - b. Malo
 - c. Regular
 - d. Bueno
 - e. Muy bueno

12. ¿La atención es rápida y de calidad?
 - a. Muy malo
 - b. Malo
 - c. Regular
 - d. Bueno
 - e. Muy bueno

13. ¿La comunicación con los empleados del hotel es fluida en su idioma?
- a. Muy malo
 - b. Malo
 - c. Regular
 - d. Bueno
 - e. Muy bueno
14. ¿El hotel cumplió puntualmente con las actividades programadas?
- a. Muy malo
 - b. Malo
 - c. Regular
 - d. Bueno
 - e. Muy bueno
15. ¿Tuvo facilidad en la obtención de información requerida dentro del hotel?
- a. Muy malo
 - b. Malo
 - c. Regular
 - d. Bueno
 - e. Muy bueno
16. ¿El hotel cumplió con lo ofrecido?
- f. Muy malo
 - g. Malo
 - h. Regular
 - i. Bueno
 - j. Muy bueno
17. ¿Siente usted la sensación de seguridad dentro del hotel?
- a. Muy malo
 - b. Malo
 - c. Regular
 - d. Bueno
 - e. Muy bueno
18. ¿De qué manera considera el estado de conservación y la imagen del hotel?
- a. Muy malo
 - b. Malo
 - c. Regular
 - d. Bueno
 - e. Muy bueno
19. ¿Los empleados tienen conocimiento de las tareas designadas?
- a. Muy malo
 - b. Malo
 - c. Regular
 - d. Bueno
 - e. Muy bueno

		CALIFICACIÓN				
INFRAESTRUCTURA		MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
ASPECTO TANGIBLE	COMODIDAD DE LAS HABITACIONES					
	TEMPERATURA ADECUADA DE LAS INSTALACIONES					
	LIMPIEZA					
	RESTAURANTE / BAR					
	CONDICIONES DEL HOTEL					
	DISEÑO DEL HOTEL					
SERVICIO						
EMPATÍA	ATENCIÓN DEL PERSONAL DEL HOTEL					
SENSIBILIDAD	BUENA DISPOSICIÓN PARA RESOLVER PROBLEMAS DE LOS CLIENTES					
EFICIENCIA	CUMPLIÓ EL HOTEL CON LO OFRECIDO					
SEGURIDAD	SENSACIÓN DE SEGURIDAD					

DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO



Fuente: Gadotti, S.J. y França, A. (2007)