

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**Tipo de servicio ofertado en el hospedaje Noelia de Aguas Verdes, y  
características de sus huéspedes.**

**TESIS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
TURISMO**

**Janelly Abigail Ato Gómez**

**Tumbes, 2025**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**Tipo de servicio ofertado en el hospedaje Noelia de Aguas Verdes, y características de sus huéspedes.**

**TESIS APROBADA EN FORMA Y ESTILO POR:**

**Dra. Armina Isabel Morán Baca (presidente).**

**Dr. Pablo Esteban Marticorena Landauro (secretario).**

**Lic. Adriel Oser Hermenegildo Alfaro (vocal).**

**Tumbes, 2025**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**Tipo de servicio ofertado en el hospedaje Noelia de Aguas Verdes, y características de sus huéspedes.**

**Los suscritos, declaramos que la tesis es original en su contenido y forma:**

**Br. Janelly Abigail Ato Gómez (Autora)**

**Lic. Adriel Oser Hermenegildo Alfaro (Asesor)**

**Tumbes, 2025.**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE TURISMO**

*“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”*

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En Tumbes, a los dieciocho (18) días del mes de febrero del dos mil veinticinco, siendo las diez horas, y en la modalidad presencial, se reunieron en los ambientes de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNTUMBES, los miembros del Jurado Calificador de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Tumbes, designado por RESOLUCIÓN No 426-2023/UNTUMBES-FACSO-D, Dra. Armina Isabel Morán Baca (Presidente), Dr. Pablo Esteban Marticorena Landauro (Secretario) y Adriel Oser Hermenegildo Alfaro (Vocal y asesor), se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis titulada: **"TIPO DE SERVICIO OFERTADO EN EL HOSPEDAJE NOELIA DE AGUAS VERDES Y CARACTERISTICAS DE SUS HUESPEDES"**, para optar el título profesional de Licenciado en Turismo, presentado por la bachiller en turismo **JANELLY ABIGAIL ATO GOMEZ**.

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas por parte del sustentante y después de la deliberación, el Jurado según el artículo N° 75 del Reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes (Resolución 714-2023/UNTUMBES-CU), declara a la bachiller **JANELLY ABIGAIL ATO GOMEZ**, como **APROBADA POR UNANIMIDAD**, con calificativo **REGULAR**.

En consecuencia, queda APTA para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del título profesional de Licenciado en Turismo, de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, el Estatuto, el Reglamento general, el Reglamento General de Grados y Títulos y el Reglamento de Tesis de Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes

Siendo las doce horas del mismo día, se dio por concluida la ceremonia académica, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA DE TURISMO**

Tumbes, martes 18 de febrero del 2025

Dra. Armina Isabel Morán Baca (Presidente)

DNI N° 00236697

Orcid: 0000-0002-2206-157

Dr. Pablo Esteban Marticorena Landauro (Secretario)

DNI N° 41608920

Orcid: 0000-0001-9889-4046

Mg. Adriel Oser Hermenegildo Alfaro (Vocal)

DNI N° 18090579

Orcid: 0000-0001-5436-9696

Cc.

- *Jurados (03)*
- *Asesor*
- *Interesado*
- *Archivo (Decanato)*

# Tipo de servicio ofertado en el hospedaje Noelia de Aguas Verdes, y características de sus huéspedes.

*por* ABIGAIL ATO GOMEZ



Lic. Adriel Hermenegildo Alfaro  
ASESOR

**ORCID: 0000-0001-5436-9696**

---

**Fecha de entrega:** 16-jun-2024 09:46p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 2403817239

**Nombre del archivo:** INFORME\_FINAL\_BORRADOR.pdf (1.26M)

**Total de palabras:** 13312

**Total de caracteres:** 72604

# Tipo de servicio ofertado en el hospedaje Noelia de Aguas Verdes, y características de sus huéspedes.

## INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

10%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorio.untumbes.edu.pe">repositorio.untumbes.edu.pe</a> Fuente de Internet		3%
2	<a href="http://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet		2%
3	<a href="http://repositorio.usil.edu.pe">repositorio.usil.edu.pe</a> Fuente de Internet	Lic. Adriel Hermenegildo Alfaro ASESOR <b>ORCID: 0000-0001-5436-9696</b>	1%
4	<a href="http://repositorio.uss.edu.pe">repositorio.uss.edu.pe</a> Fuente de Internet		1%
5	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante		<1%
6	Submitted to Universidad Nacional de Tumbes Trabajo del estudiante		<1%
7	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante		<1%
8	<a href="http://renati.sunedu.gob.pe">renati.sunedu.gob.pe</a> Fuente de Internet		<1%

9 Submitted to Universidad del Istmo de Panamá <1 %  
Trabajo del estudiante

10 hdl.handle.net <1 %  
Fuente de Internet

11 Submitted to Universidad de Medellin <1 %  
Trabajo del estudiante

12 repositorio.uwiener.edu.pe <1 %  
Fuente de Internet

13 www.slideshare.net <1 %  
Fuente de Internet

14 Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote <1 %  
Trabajo del estudiante

15 scholarworks.utrgv.edu <1 %  
Fuente de Internet

16 Submitted to Universidad Interamericana de Puerto Rico <1 %  
Trabajo del estudiante

17 www.munjuliaca.gob.pe <1 %  
Fuente de Internet

Lic. Adriel Hermenegildo Alfaro  
ASESOR

**ORCID: 0000-0001-5436-9696**

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía

Activo

## DEDICATORIA

A Dios quien me ha otorgado una maravillosa familia, y ha hecho que ellos sean la fuente de mi vida e inspiración para seguir adelante en cada logro, apoyo incondicional durante estos años, ejemplo de superación, humildad y sacrificio

***Abigail.***

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo, ha sido realizado gracias a la colaboración del personal directivo y operativo del hospedaje Noelia, quienes brindaron desinteresadamente las facilidades para realizar la investigación en sus diferentes procesos.

Asimismo, un agradecimiento sincero a los profesionales que apoyaron el trabajo de investigación mediante sus opiniones, asesorías y consejos para mejorar y lograr los objetivos planteados.

La autora.

## INDICE GENERAL

<b>DEDICATORIA</b>	ix
<b>AGRADECIMIENTO</b>	x
<b>INDICES</b>	xi
<b>RESUMEN</b>	xiii
<b>ABSTRACT</b>	xiv
<b>I INTRODUCCIÓN</b>	15
<b>II REVISIÓN DE LITERATURA</b>	
1 Bases teóricas	17
2 Antecedentes	24
<b>III MATERIALES Y MÉTODOS</b>	
1 Tipo de estudio	30
2 Población, muestra y muestreo	30
3 Métodos, técnicas e instrumentos	30
4 Procesamiento de la información	32
<b>IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>	
1 Tipo de servicio que brinda el hospedaje Noelia	34
2 Perfil del huésped del hospedaje Noelia	43
3 Discusión	49
<b>V CONCLUSIONES</b>	53
<b>VI RECOMENDACIONES</b>	54
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	55
<b>ANEXOS</b>	60

## INDICE DE FIGURAS Y ANEXOS

### FIGURAS

1	Huéspedes según edad, género y estado civil.	43
2	Huéspedes según lugar de residencia y nivel de estudios.	44
3	Huéspedes según rubro de ocupación y lugares que frecuenta.	45
4	Huéspedes según nivel de ingresos y razón de preferencia.	46
5	Huéspedes según frecuencia de visita y personas que acompañan.	47
6	Huéspedes según lo que más disfruta y calificación sobre el trato.	48
7	Huéspedes según intención de retorno y recomendación.	49

### ANEXOS

1	Mapa de ubicación del hospedaje Noelia en Aguas Verdes – Tumbes – Perú.	60
2	Guía de entrevista dirigida a los empleados del hospedaje Noelia	61
3	Prototipo de encuesta dirigida a los huéspedes del hospedaje Noelia	62
4	Formulario de encuesta dirigida a huéspedes del hospedaje Noelia – captura de pantalla	63
5	Matriz de procesamiento de encuesta dirigida a huéspedes del hospedaje Noelia	64
6	Fotografías de las áreas funcionales del hospedaje Noelia	66
7	Fotografías de habitaciones y terraza del hospedaje Noelia	67

## **RESUMEN**

Esta investigación, ha logrado los objetivos planteados inicialmente que fueron: identificar el tipo de servicio que brinda el hospedaje Noelia de Aguas Verdes a sus huéspedes; y definir el perfil de huésped que se aloja en el hospedaje Noelia de Aguas Verdes. En este sentido, la investigación ha sido desarrollada como un estudio básico, descriptivo, cualitativo, a través de métodos de revisión bibliográfica, observación participante y opinión de involucrados; para lo cual se emplearon técnicas de registro de datos, entrevista al personal del establecimiento de hospedaje y encuesta aplicada a una muestra referencial de 92 huéspedes. Los resultados obtenidos indican que el hospedaje estudiado basa su tipo de servicio que oferta en cuatro aspectos fundamentales vinculados con: su ubicación, sus instalaciones, su personal y la atención al huésped; asimismo, se ha determinado un perfil específico de huésped que visita el hospedaje, generando en este un aceptable índice de ocupabilidad y permanencia.

### **Palabras clave:**

Tipo de servicio ofertado / perfil del huésped

## **ABSTRACT**

This research has achieved the objectives initially set out, which were: to identify the type of service that the Noelia de Aguas Verdes lodging offers to its guests; and to define the profile of the guest who stays at the Noelia de Aguas Verdes lodging. In this sense, the research has been developed as a basic, descriptive, qualitative study, through methods of bibliographic review, participant observation and opinion of those involved; for which data recording techniques, interviews with the staff of the lodging establishment and a survey applied to a reference sample of 92 guests were used. The results obtained indicate that the lodging studied bases its type of service offered on four fundamental aspects linked to: its location, its facilities, its staff and guest service; likewise, a specific profile of the guest who visits the lodging has been determined, generating an acceptable index of occupancy and permanence.

### **Keywords:**

Type of service offered / guest profile

## I. INTRODUCCIÓN

El servicio de alojamiento que prestan los establecimientos de hospedaje en sus diferentes clases y categorías, es un tema de permanente interés para el turismo, ya que el alojamiento es uno de los servicios fundamentales que requieren turistas y viajeros en cualquier parte del mundo. De esta manera, a través del presente trabajo de investigación realizado en la región Tumbes, en el hospedaje Noelia que se localiza en la ciudad de Aguas Verdes (AV), requiere también una atención especial, siendo esta ciudad (AV) la primera y puerta de ingreso al Perú, desde el vecino país Ecuador, ciudad, a través de la cual ingresan turistas y viajeros de diferentes partes del mundo que realizan su viaje vía terrestre.

Esta realidad propició la realización del presente estudio, de tal forma que mediante su desarrollo se puede dar a conocer aspectos específicos sobre el servicio que brinda el hospedaje Noelia; a través de la indagación sobre los procesos de atención que forman, sobre las capacitados de los trabajadores, el tipo de instalaciones tiene el hospedaje, las dificultades que afronta, qué características tienen sus huéspedes en cuanto a edad, ocupación, ingresos, procedencia, opinión del servicio recibido, entre otros aspectos que son de vital importancia para una mejor atención de las necesidades y motivaciones de éstos. De esta forma, el presente estudio aclara los aspectos relacionados con el problema de investigación que fue planteado como: ¿Qué tipo de servicio oferta el hospedaje Noelia de Aguas Verdes y cuáles son las características de sus huéspedes?

Diversos estudios han abordado el tema relacionado con el servicio hotelero y el huésped, se ha estudiado la calidad del servicio, la satisfacción del huésped, las estrategias de comercialización hotelera, entre otros temas relacionados con el presente trabajo de investigación, la misma que al haberse llevado a cabo brinda información recabada de una muestra de huéspedes y del personal del establecimiento, por lo tanto tiene importancia en términos académicos para quienes se interesan por el estudio de la realidad del alojamiento en Tumbes; asimismo tiene relevancia en términos gestión para la mejora del servicio del establecimiento materia de estudio y el desempeño de su personal del hospedaje, y por otro lado, de forma

indirecta pero práctica es de beneficio para los huéspedes reales y potenciales que se alojan de forma cotidiana en el hospedaje Noelia.

De esta manera, el presente estudio aborda de forma específica en su capítulo cuarto, los aspectos relacionados con el tipo de servicio que oferta el hospedaje Noelia, haciendo énfasis en factores fundamentales vinculados con cada uno de los elementos que conforman sus instalaciones, asimismo lo relativo a las particularidades que involucran al recurso humano y las características de cada uno de los procesos de atención al huésped. De otro lado, se determina un tipo de perfil del huésped que se aloja en el hospedaje Noelia, abordando aspectos generales demográficos, así como aspectos relacionados con su opinión sobre los diferentes servicios recibidos durante su estadía en el establecimiento.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 1. BASES TEÓRICAS

#### **SEGMENTACIÓN DE HUÉSPEDES.**

La segmentación es un proceso a través del cual se descompone un todo en sus componentes o partes y se los organiza según la naturaleza y características de éstos, es decir, se los ordena de acuerdo a sus cualidades, teniendo en cuenta algún criterio u objetivo pre definido. Este proceso puede aplicarse a una serie de factores de la realidad, sin embargo, es más utilizado dentro del estudio y planificación de mercado; por ejemplo, en el mercado turístico, los turistas que visitan un determinado país, los turistas nacionales, los clientes o huéspedes de un tipo de alojamiento o los clientes de algún negocio turístico en particular. Para Aranda (2018), la segmentación es un método mediante el cual se dividen los potenciales clientes en grupos distintos, lo cual permite a las empresas establecer una mejor comunicación u oferta de servicios personalizados que satisfagan de una manera óptima las necesidades de los clientes.

Con relación al mercado hotelero, y específicamente a la segmentación de este mercado, según Landman (2021) este proceso, método o tarea permite identificar el propósito del viaje que podría ser por negocios, salud, placer u otro motivo, teniendo en cuenta que existen grupos de huéspedes con comportamiento distinto y que la oferta hotelera debe estar articulada a las necesidades y presupuesto de dichos grupos; de esta manera la segmentación de los huéspedes permitirá determinar por ejemplo la duración de la estadía, las necesidades e intereses, la procedencia del huésped que está fuertemente articulada a sus hábitos de consumo, así como otros aspectos que permiten a la empresa hotelera mejorar su servicio y su desempeño como negocio.

Debe mencionarse, que la segmentación está vinculada con ciertos criterios pre definidos según el interés u objetivo que se persiga; sin embargo, en la segmentación de clientes generalmente se toma como parámetros aspectos geográficos, demográficos, psicográficos y de comportamiento. Al respecto, Pursell (2022) sostiene que la segmentación de mercado se lleva a cabo teniendo en cuenta variables de estudio o análisis como son; variables

demográficas, geográficas, psicográficas y variables del comportamiento o también llamadas conductuales, que se aplican indistintamente en el mercado de diferentes sectores productivos o de servicios como por ejemplo el servicio de alojamiento.

- **Variable Geográfica.** Esta variable o criterio de segmentación de mercado está relacionada con aspectos de localización territorial o región donde tiene su residencia habitual el cliente o huésped. Para Da Silva (2022), la segmentación geográfica es una técnica que hace posible comprender donde están localizados geográficamente los potenciales huéspedes o consumidores, y funciona bajo el principio de que los huéspedes que pertenecen a una determinada región, tienen necesidades, deseos y características culturales iguales o similares, de tal manera que la información obtenida a través de esta técnica de segmentación se puede definir una oferta que atienda los requerimientos y necesidades de los clientes potenciales procedentes de una región en particular.

Para Da Silva, la segmentación geográfica siempre debe considerar sub variables como: la **localización**, que implica definir el espacio donde se localizan o tiene su residencia habitual los potenciales clientes (huéspedes) y puede estar referida a un espacio tan pequeño como por ejemplo un vecindario o tan grande como un continente, país o ciudad. El **clima** es otra sub variable de segmentación geográfica en el entendido que éste tiene incidencia con la conducta y hábitos de consumo del potencial huésped; el tipo y **densidad** de población es otro factor de segmentación geográfica relacionada con la capacidad adquisitiva del potencial huésped; el **idioma** también es una sub variable que obliga definir un determinado tipo de servicio y atención al huésped por parte del personal del establecimiento hotelero.

- **Variable Demográfica.** Este criterio y a la vez técnica de segmentación de mercados, en este caso el mercado hotelero o de huéspedes potenciales, delimita ciertas características de los consumidores de naturaleza personal e individual. Según expresa Terreros (2023), esta variable define un modelo de

segmentación basada en datos específicos como: edad, género, estado civil, ingresos económicos, raza, ocupación, nacionalidad, entre otros aspectos; asimismo sostiene que es uno de los métodos mas utilizados en segmentación de mercados por diferentes organizaciones comerciales, debido a que ofrece ciertas ventajas como: los datos son fáciles de obtener, fáciles de analizar, permite mejorar la posición en el mercado, hace posible la mejora de los productos o servicios que se oferta como el servicio de alojamiento, y permite optimizar las estrategias de marketing.

Según la Terreros, existen siete sub variables fundamentales en la segmentación demográfica, que son utilizadas frecuentemente en los estudios de mercado; estas son: **edad**, que se expresa en rangos relativos a las etapas de vida de una persona (bebes, adolescentes, adultos, etc.); **género**, que es un aspecto culturalmente sensible, pero aporta información importante sobre las preferencias del cliente; **ingresos económicos**, que determinan la elección y tipo de servicio que elegirá el potencial huésped; **ocupación**, que sugiere datos importantes sobre las características del servicio que el potencial huésped solicitará que se relaciona mucho con las actividades cotidianas que éste realiza; **educación**, que determina la forma y las estrategias de comunicación del servicio que se debe dirigir al potencial huésped; **etnia y religión**, ya que la cultura individual y las creencias condicionan los hábitos de consumo y preferencias en el potencial huésped; **estructura familiar**, que condiciona las necesidades y referencias en el huésped basadas en sus deseos y posibilidades.

- **Variable Psicográfica.** Esta técnica o criterio de segmentación de mercado utiliza aspectos de tendencia psicológicos, sociológicos e incluso de naturaleza antropológica. Para Ciribeli et al (2014), la segmentación psicográfica implica el empleo de criterios subjetivos teniendo en cuenta por ejemplo los valores, las actitudes, la personalidad los intereses y otros aspectos del potencial cliente; con el objetivo de que las empresas puedan definir un producto en función de dichos aspectos.

De esta manera los autores consideran que la **personalidad** entendida como las características psicológicas de un individuo influyen en su manera de pensar y actuar tanto a nivel individual como social y por supuesto también en la elección de un producto o servicio. Otro de los aspectos que consideran en la segmentación con criterios psicográficos son las **actitudes** que siempre están relacionadas con el conocimiento, la afectividad y el comportamiento del individuo. En cuanto al **estilo de vida**, consideran que éste está conectado a la manera o modo como un potencial cliente se comporta ante la sociedad, es decir su forma individual de vivir que condicionan cómo orienta sus esfuerzos, su tiempo y dinero para lograr sus objetivos personales. En este mismo sentido, para Klainer (2010) incluir variables psicográficas en la segmentación de mercados, contribuye a la generación de mejores ideas para la creación de mezclas de mercadotecnia, de tal manera que dirigir los esfuerzos en un segmento específico siempre resulta más efectivo que hacerlo hacia un universo poblacional.

- **Variable del Comportamiento.** Esta variable o técnica de segmentación de mercados incluido el mercado hotelero que ocupa el presente estudio, está orientado a la comprensión del consumidor o cliente potencial a partir de sus preferencias de consumo. De esta manera, para Delgado (2020) este criterio de segmentación se enfoca en la conducta y los patrones de consumo de los potenciales clientes, donde se deben tener en cuenta factores mucho mas específicos como la sensibilidad a los precios, la frecuencia de consumo e incluso la lealtad a la marca; de tal forma que la empresa u organización pueda tener mejores elementos de conocimiento sobre el mercado potencial teniendo en cuenta que existe siempre una competencia abrumadora.

Para Pereda (2021), esta variable o criterio de segmentación de mercado puede ser el más subjetivo que los otros criterios, ya que busca entender lo que la autora considera como la lógica del comportamiento de consumo del cliente o potencial cliente, en la medida que se enfoca en el conocimiento de aspectos como: cuánto es sensible el potencial cliente a los precios que tienen los productos o servicios que ofrecen las empresas, asimismo, a los

beneficios que el producto o servicio les puede ofrecer, la orientación del cliente a fidelizarse con el producto o servicio, la frecuencia de consumo que tiene sobre éstos, el gasto promedio que realiza, el momento que adquiere el producto o servicio, y las características de la forma como realiza sus compras, que son los principales aspectos que este criterio considera.

### **SERVICIO AL HUÉSPED.**

El servicio al huésped esta referido a un conjunto de procedimientos que se llevan a cabo dentro de un establecimiento de hospedaje con la finalidad de proporcionar al cliente (huésped) una estadía que cope sus expectativas y atienda todas sus necesidades. En este sentido, Del Toro (2011) considera que el servicio al huésped es sinónimo de gestión del alojamiento debido a que debe cumplir ciertas características relacionadas con el mercado hotelero que es cada vez más diversificado, los viajeros son cada vez más informados, exigentes respecto a la calidad del servicio que reciben, los huéspedes son cada vez más activos, requieren servicios personalizados, son sensibles a los precios, son proclives a conocer lo genuino en el lugar visitado y pueden ser lo que denomina poli motivacionales, es decir un huésped puede mostrar múltiples motivaciones.

Debido a que la teoría de gestión hotelera es vasta, el presente trabajo considera no la gestión hotelera como tal sino solamente el tipo de servicio al huésped, es decir aquellos factores y procesos que se desarrollan de forma específica para la atención directa al huésped. De esta manera, aunque existen un gran número de establecimientos de hospedaje cuyos servicios son producto de un estudio de mercado, asimismo existen aquellos que ofertan sus servicios sin tener en cuenta este factor y mas bien sus huéspedes se adaptan a las características de dichos alojamientos debido a diversos factores. Para Otelms.com (2020) el proceso de servicio del hotel para los huéspedes incluye toda una gama de servicios básicos como son la habitación con la posibilidad de reserva en línea, la posibilidad del prepago, desayunos, equipamiento, taxis y una serie de otros servicios adicionales; en suma, un conjunto de servicios relacionados con las instalaciones y la atención al huésped por parte del personal del establecimiento.

- **Instalaciones.** Este factor dentro del servicio al huésped, incluye un conjunto de aspectos vinculados con la edificación y el equipamiento del establecimiento de hospedaje para el uso del huésped durante su permanencia o estancia. Estas instalaciones son diversas y diferencian en gran medida al tipo de huésped que reciben, existen establecimientos de hospedaje con una gran inversión en instalaciones que incluyen cientos de habitaciones, piscinas, gimnasios, áreas de deporte, y áreas de esparcimiento; sin embargo, también existen pequeños establecimientos que apenas cumplen los requisitos mínimos que exigen las normas. En este sentido, Mincetur (2015), norma a través de Reglamento para establecimientos de hospedaje todos los aspectos que incluye la prestación del servicio para las cuatro categorías de establecimiento, es decir hoteles, apart hoteles, hostales y albergues, además de aquellas que solamente quieren denominarse establecimiento de hospedaje.

En este sentido, el MVCS (2019), establece los requisitos correspondientes de infraestructura para todos los tipos de establecimientos de hospedaje en la norma A 30 relativa a hospedaje, en la cual se determinan los requisitos técnicos mínimos obligatorios para cada una de las clasificaciones de establecimientos de hospedaje en el Perú, siendo por ejemplo entre los requisitos en el caso de los hoteles de 1 estrella: 20 habitaciones mínimo y en el caso de los hoteles de 5 estrellas 40 habitaciones mínimo. En el anexo 02 de la misma norma se determinan los aspectos de infraestructura para la clasificación apart hotel, en el anexo 03 los requisitos mínimos para la clasificación hostel, de la misma forma el anexo 03 determina los requisitos mínimos para la clasificación albergue.

Con relación al equipamiento el Mincetur Op. Cit. Determina requisitos mínimos de equipamiento y servicio para las diferentes clasificaciones de hospedaje, como por ejemplo custodia de valores de cinco a tres estrellas, internet obligatorio de cinco a dos estrellas, frigobar para cinco y cuatro estrellas, televisor para las 5 categorías; mientras que en cuanto a servicio define para cada categoría aspectos como limpieza diaria, servicio de lavado

y planchado, llamadas, mensajes y contratación de taxis, servicio de custodia de equipajes, primeros auxilios entre otros. En otro sentido, si bien existen requisitos mínimos en cuanto a equipamiento e instalaciones para los establecimientos de hospedaje, no requisitos máximos por lo cual ABC (2109), identificó hoteles que ofrecen diversos servicios especializados como: herramientas para mejorar el sueño, fotógrafo personal, empacado de maletas, baños en aceites y sales especiales, objetos para mejorar la intimidad entre muchos otros con equipamiento y servicio especializado.

- **Recurso humano.** Un segundo factor general dentro de lo que se puede incluir en el servicio al huésped está representado por el recurso humano, quien es el actor de relación directa entre el establecimiento de hospedaje y el huésped, de esta manera influyen decisivamente aspectos como la aptitud del personal, es decir sus conocimientos y habilidades así como su actitud definida como la voluntad y esmero en la realización de sus funciones. En este sentido, Facchin (2023) afirma que una correcta gestión de los recursos humanos en un establecimiento hotelero implica la utilización de los talentos y habilidades del personal que conforma la organización hotelera, por lo cual es importante que se refuercen sus habilidades con capacitación constante además de la identificación de aquellos dentro del personal cuyo liderazgo es nato, quienes apoyarán mejor la gestión del establecimiento.

En tal sentido, las aptitudes profesionales de quienes forman parte del personal hotelero son en especial importantes para desarrollar una óptima atención del huésped; de esta forma, para Otamendi (2018), el sector hotelero y turístico no está desvinculado con la evolución de la sociedad en términos culturales y tecnológicos, por lo cual existe la necesidad de atender la capacitación del recurso humano con el objetivo final de mejorar la satisfacción de los huéspedes. Dentro de este contexto, el personal de un establecimiento de hospedaje, debe capacitarse dentro de la especialidad de su puesto de trabajo, sin embargo en los establecimientos pequeños, la capacitación necesita abordar una mayor diversidad de aspectos ya que dicho recurso humano realiza tareas en diversas áreas de su centro de labor.

Con relación a las actitudes del personal de un establecimiento de hospedaje, éstas a decir de Menéndez (2019) deben ser parte de una cultura de la empresa hotelera, es decir que cuando se establece dicha cultura enfocada hacia el cliente, es necesario una serie de aspectos o cambios en la parte directiva así como en el personal de atención directa al huésped, esto implica el empleo de recursos financieros, transformaciones internas en estructura organizativa, horarios y capacitación, para lograr las transformaciones que se pretenden como parte de la mencionada cultura de servicio. De esta manera sostiene el autor, que es necesario una predisposición por parte del hotel y la dirección del mismo para lograr una actitud de los empleados que sea positiva, por ello recomienda la puesta en práctica de un programa de creación de la cultura de servicio, donde se formen valores como compromiso, lealtad, voluntad, empatía, entre otros que serán los que ayuden al personal a lograr una actitud positiva de servicio al huésped.

## 2. ANTECEDENTES

A continuación, se describen algunos estudios de tesis sobre temas relacionados al presente trabajo de investigación.

**Vásquez, J. (2021)**, realizó un trabajo de investigación de tesis en la Universidad Señor de Sipán (Chiclayo), que tituló ***Caracterización del perfil del cliente para mejorar la productividad del hotel América SAC en la ciudad de Chiclayo, 2019***. Este trabajo tuvo como objetivo caracterizar el perfil del cliente que visita el hotel América SAC en la ciudad de Chiclayo desde su aspecto socioeconómico, aspecto interno y externo. Para tal fin el autor desarrolló un estudio descriptivo no experimental transversal, a través de instrumentos como cuestionario de encuesta dirigida a 295 clientes y una guía de análisis documental. Los resultados fueron:

- Se estableció en cuanto a la variable edad de los clientes en un 68% corresponden al rango de edad entre los 30 a 49 años; un 77% de clientes son de género masculino; un mayoritario 47% son casados; el 85% tienen estudios técnicos o universitarios, 47% son profesionales dependientes e

independientes; 42% tienen casa propia y el 74% tiene ingresos mensuales entre 1600 y 3500 soles.

- Por otro lado en cuanto a los factores externos, el autor identificó que el 51% de clientes utilizó el internet como medio por el cual se enteró del servicio del hotel; el 70% utilizan el servicio del hotel con una frecuencia que oscila entre los 3 y 6 meses; 55% deciden hospedarse en el América Hotel por decisión propia; el 91% utilizan el servicio de habitación y el 48% recomienda los servicios del hotel.
- Con relación al factor interno, el investigador descubrió que el 54% de clientes se consideran frecuentes debido a que el hotel cuenta con buenos servicios; el 63% considera que el hotel ofrece una atención rápida y eficiente y el 81% manifestó estar conforme con sus expectativas sobre el tipo de servicio del hotel el mismo que cubrió sus requerimientos.
- Concluyó el estudio que la propuesta de fidelización del hotel para el incremento de sus ventas es invertir en el segmento que mayoritariamente visita el hotel es decir los profesionales tanto dependientes como independientes.

**Escudero, R. (2019)**, llevó a cabo un estudio de tesis en la Universidad San Ignacio de Loyola (Lima), que tituló ***Modificación del servicio hotelero para satisfacer la demanda de jóvenes milenials en Lima***, este estudio tuvo como objetivo principal analizar cómo las empresas hoteleras han modificado su servicio de hotelería para satisfacer la demanda de jóvenes milenials entre 25 y 35 años en Lima; a través de cuatro aspectos como: infraestructura, diseño y concepto, customización y el uso de la tecnología en el desenvolvimiento del servicio. Este estudio de diseño exploratorio, cualitativo, no experimental, se llevó a cabo mediante el instrumento guía de preguntas para entrevista en una muestra de seis empresas. Los resultados fueron.

- Se determinó que los jóvenes milenials pueden ser descritos como personas prácticas que gustan de vivir el momento, interactuar con personas de forma presencial como por redes sociales y que gustan de los viajes por negocios

pero también aprovechar las actividades que los hoteles ofrecen; prefieren lo minimalista, no obstante buscan arte y belleza. Aprecian la funcionalidad de las cosas.

- El autor determinó que las empresas hoteleras han modificado sus ofertas de servicios a razón del surgimiento de un nuevo tipo de cliente, un consumidor que trae consigo demandas y exigencias particulares. Por ello los hoteles han modificado tres puntos importantes: infraestructura, concepto y diseño customización del servicio y tecnología. Esto ha promovido el desarrollo de un nuevo concepto de hotel en la medida que el nuevo cliente es muy exigente, informado sobre sus derechos respecto del servicio que ofrece el hotel por lo cual se debe cumplir con todos los requerimientos. Aquello determinó cambios en ambientes, decoración, infraestructura, estilo de habitaciones, bar temático, espacios funcionales y espacio para reunión de trabajo.
- Un aspecto muy valorado por ellos es la interconectividad ya que su mundo se desenvuelve gracias al internet por lo cual este servicio es indispensable; ya que incluso estos clientes milenials gustan de publicar fotos de todo lo que hacen en sus redes sociales. Esto obligó también a los hoteles a tener presencia en plataformas digitales ya que es el espacio en donde tienen mayor interacción con softwares modernos para poder acceder a todo el hotel y estar conectados con todas las áreas. Esto también implicó obtener un internet más rápido, aplicativos, página web, ya que el milenial sienta que esta conectado las 24 horas del día.

**Osorio, N. (2018).** Realizó una investigación a nivel de tesis en la Universidad César Vallejo, trabajo titulado ***Desempeño de los colaboradores y satisfacción de los huéspedes del hotel Hábitat año 2018;*** este trabajo tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el desempeño de los colaboradores y la satisfacción de los huéspedes del hotel ya mencionado. La investigación fue realizada bajo el enfoque cualitativo, descriptivo correlacional con diseño no experimental; la muestra utilizada fue de 355 huéspedes con los cuales se trabajó una encuesta de 32 ítems. Se utilizó el modelo SERVPERF con

sus 5 dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Los resultados fueron.

- Se obtuvo los resultados en relación a la variable desempeño laboral y satisfacción de los huéspedes donde indica que el 29% con un nivel bajo considera que la labor de los colaboradores no logra una buena aceptación por parte de los turistas, por lo cual se debe mejorar y aplicar diversos modos de capacitaciones con el fin de lograr un buen resultado.
- Con relación a la dimensión factores internos el 9% es baja porque en el entorno de los colaboradores se refleja que no existe una buena relación ya que realizan el trabajo individual y no en equipo, por ello es necesario mitigar dichos errores induciendo nuevas estrategias de socialización y confraternización para lograr una mejor relación y no se afecta la estadía de los huéspedes en el hotel.
- Con relación a la dimensión elementos tangibles el 49% un nivel medio indica que la infraestructura del hotel es moderna y agradable, indicaron que sería mucho mejor que el hotel fuera más grande, si bien es cierto que éste tiene 60 habitaciones y la capacidad de albergar a 99 huéspedes.
- En cuanto a la dimensión seguridad el 50% un nivel medio afirmó que el huésped al recibir el servicio sintió la rápida respuesta de los colaboradores, menciona el autor que obtuvieron una atención adecuada en los diversos requerimientos que solicitaron de tal modo que indicaron que volverían en su siguiente viaje.

**Lazo, D. (2018).** Llevo a cabo una investigación a nivel de tesis en la Universidad San Martín de Porres, cuyo título es ***La calidad de los servicios al huésped en el ámbito hotelero en la región Puerto Pizarro – Tumbes para el desarrollo turístico en 2018***; este estudio tuvo como objetivo la mejora de la calidad de los servicios al huésped en el ámbito hotelero de la región mencionada. Esta investigación fue realizada como un trabajo básico de nivel descriptivo con enfoque mixto, con técnicas de recojo de información de encuesta y observación mediante cuestionario y guía de observación. Los principales resultados fueron.

- Se encontró que la mejora del servicio es deficiente, debido al escaso conocimiento de cómo manejar un hotel como aspecto básico para dar un servicio de calidad. Los elementos básicos a mejorar son la infraestructura, mobiliario y enseres y otros aspectos como diseño y mejoramiento de las instalaciones en general.
- Se concluye que es necesario capacitar a los empresarios hoteleros de Puerto Pizarro, dándole seguridad y conocimiento a los colaboradores para mejorar la atención y el servicio hacia los huéspedes; de esta manera se podrá mejorar la calidad de los servicios que oferta todo el ámbito hotelero.

**Luna, M. (2016).** Desarrolló una investigación de tesis en la Universidad Nacional de Tumbes que tituló ***Nivel de satisfacción del visitante que se hospeda en los hoteles de tres estrellas del distrito de Tumbes, respecto al servicio recibido: caso hoteles Feijoo y B'liam***; este estudio tuvo como objetivo determinar el nivel de satisfacción del visitante que se hospeda en los hoteles mencionados a través de la apreciación del huésped respecto a la atención del personal, la infraestructura y equipamiento. La investigación fue de tipo descriptivo no experimental con enfoque cualitativo; para lo cual se realizaron encuestas a 192 huéspedes y se llevó a cabo entrevistas a los colaboradores de los establecimientos. Los resultados fueron.

- La apreciación del huésped que se hospedaron en los hoteles Feijoo y B'liam fue: el personal que laboraba en el hotel Feijoo recibió una calificación mayoritaria de bueno y el personal que laboraba en el hotel B'liam recibió una calificación mayoritaria de excelente.
- La valoración del huésped de los hoteles en mención con relación a los aspectos de instalaciones y equipamiento fue: sobre el hotel Feijoo de diez ítems de calificación siete recibieron el calificativo de bueno y tres el calificativo de malo; sobre el hotel B'liam de diez ítems de calificación, nueve recibieron el calificativo de excelente y uno un calificativo de bueno.
- Con relación a los niveles de satisfacción del huésped en los hoteles Feijoo y B'liam se observó: con relación al nivel de satisfacción del del huésped del

hotel Feijoo con relación al desempeño del personal fue alto y con relación a las instalaciones fue aceptable y al equipamiento fue alto. Respecto al nivel de satisfacción del huésped del hotel B'liam con relación al personal, instalaciones y equipamiento fue muy alto.

- Los hoteles Feijoo y B'liam de la ciudad de Tumbes tienen políticas que favorecen el empoderamiento de su personal desarrolladas a través de actividades periódicas de capacitación, reuniones de coordinación semanales e incentivos económicos y simbólicos al personal. Estas políticas se aplican con mayor énfasis en el hotel B'liam, lo que ha originado mejores resultados.

### III. MATERIALES Y MÉTODOS

#### 1. TIPO DE ESTUDIO.

Esta investigación de tesis fue planteada como un estudio básico teniendo en cuenta sus objetivos; descriptivo, atendiendo al nivel de profundidad en el tratamiento de la información; por otro lado, de acuerdo al tipo de información que se recogió es una investigación cualitativa y no experimental porque no se realizó la manipulación de las variables.

#### 2. POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO

**A. Población.** Una parte estuvo conformada por un universo anual de huéspedes que recibe el hospedaje Noelia, estimado en 2900 huéspedes, según aproximaciones semanal – mensual – anual, datos proporcionados por el personal del hospedaje, en el sentido que este establecimiento no cuenta con un sistema computarizado de registro de huéspedes. De la misma forma u a segunda parte de la población estuvo formada por el personal del hospedaje Noelia y las instalaciones del mismo.

**B. Muestra.** Debido a que este estudio se planteó como una investigación básica, descriptiva, cualitativa, se consideró una muestra referencial de 92 huéspedes y 3 trabajadores del hospedaje.

**C. Muestreo.** A pesar de ser una investigación cualitativa no correlacional, se tomó como criterio de muestreo el probabilístico, para lograr una mayor precisión en los resultados con relación a la muestra de huéspedes, considerando parámetros como: un margen de error del 10% y un nivel de confianza del 95%. Para la población de colaboradores del establecimiento de hospedaje, se tomó como criterio el método por conveniencia, considerando al 50% de los Trabajadores.

#### 3. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

**A. Métodos.** El estudio utilizó los métodos que a continuación se describen.

- **Revisión documental.** Este método permitió realizar la búsqueda de estudios anteriores relacionados con el tema, así como también artículos y tesis, al igual que texto sobre la teoría referida a las variables de

estudio tipología de los servicios de hospedaje y perfil de los huéspedes; tal como sostienen Gómez et al (2017), que la revisión documental es un método que ayuda en la construcción del conocimiento y en la interpretación de la realidad, lo cual persigue este estudio.

- **Opinión de involucrados.** Con este método se llevó a cabo una aproximación a los actores involucrados en el fenómeno estudiado, es decir a los huéspedes y colaboradores del hospedaje Noelia. En este sentido, Shuttleworth (2008) menciona que los métodos basados en opinión permiten el recojo de información a través cuestionarios que incluso pueden ser cuantificables.
- **Observación participativa.** Con este método se pudo observar el comportamiento de los involucrados en la relación existente entre el hospedaje y sus huéspedes. Al respecto, para Ortega (2023) la observación participante es un método de la investigación cualitativa donde el investigador participa de las actividades relacionadas con el objeto en estudio.
- **Análisis y síntesis.** Con este método se llevó a cabo la clasificación, interpretación y síntesis de la información que se recabó durante el proceso de investigación, en el sentido que, tal como refiere Morales (2013), el análisis y síntesis son procesos mentales complementarios entre sí que sirven para el estudio de una realidad determinada o un fenómeno complejo.

**B. Técnicas.** Se utilizaron las siguientes técnicas en la realización del estudio.

- **Revisión de información.** Con esta técnica se llevó a cabo lecturas y análisis de diferentes fuentes secundarios principalmente disponibles en internet, que fueron citadas como antecedentes y teoría relacionada con el tema de investigación.
- **Encuestas.** Esta técnica permitió recoger información de un conjunto amplio de informantes previamente muestreados, mediante el uso de recursos web a través de un enlace en línea.

- **Entrevistas.** Esta técnica permitió un acercamiento personal con los involucrados para recabar opiniones y conocimientos respecto a las variables de estudio inmersas dentro de sus funciones.
- **Registro de datos.** Esta técnica permitió recabar información a partir de la observación, sobre las características del servicio que brinda el hospedaje en cuanto a instalaciones, equipamiento, personal, entre otros.
- **Clasificación y organización.** Esta técnica se llevó a cabo durante la etapa de gabinete, y a través de ella se pudo obtener los resultados que han permitido la elaboración del presente informe final de tesis.

**C. Instrumentos.** Los instrumentos de recojo de información fueron.

- **Cuestionarios de encuesta.** Estos instrumentos se trabajaron en línea mediante ítems de respuesta que los huéspedes brindaron.
- **Guías de entrevista.** Este instrumento estuvo elaborado con un conjunto de temas sobre servicio al huésped y su aplicación fue dirigido al personal que labora en el hospedaje.
- **Cuaderno de apuntes.** Permitted registrar anotaciones sobre diversos aspectos del proceso que no fue posible recoger mediante entrevista ni encuesta.
- **Instrumentos electrónicos.** Sirvieron para recabar información gráfica del establecimiento estudiado y para el procesamiento de la información final.

#### **4. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

- Los datos que fueron obtenidos en un primer momento, a partir de la revisión documental para la elaboración del proyecto de tesis, los datos obtenidos se procesaron mediante su ordenamiento y jerarquización para su posterior análisis y redacción de las bases teóricas y metodología de estudio.

- Un segundo momento fue la recolección de información de campo en el mismo hotel y de los huéspedes clientes de éste, a través de un proceso de aplicación de encuestas y entrevistas.
- Las encuestas y entrevistas fueron procesadas haciendo el ordenamiento de las variables por ítem de respuesta, de lo cual, se elaboró resúmenes en texto y figuras utilizadas para la redacción del informe final.
- Los datos obtenidos mediante el cuaderno de apuntes se utilizaron para llevar a cabo el análisis y elaboración de resúmenes en párrafos de texto según cada objetivo.
- De toda la información recabada, clasificada y organizada, se hizo una síntesis mediante el empleo del esquema de elaboración de tesis según el anexo IV del reglamento respectivo, tal como figura y se exige en la estructura de las tesis de grado de la Universidad Nacional de Tumbes.
- Como último paso, se elaboró una presentación en Power Point para la exposición y defensa de los contenidos del informe de tesis.

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 1. TIPO DE SERVICIO QUE BRINDA EL HOSPEDAJE NOELIA.

#### A. DATOS GENERALES DEL HOSPEDAJE.

Inicialmente, el establecimiento fue creado con el nombre de Noelia's Hotel, en el mes de febrero del año 2014; posteriormente, a partir del mes de febrero del año 2016 los propietarios cambiaron el nombre por Hospedaje Noelia. Este establecimiento de hospedaje se encuentra localizado en la calle Juan Velasco Alvarado margen derecha de la carretera Panamericana Norte, en el sector La Curva, del asentamiento humano Nuevo Aguas Verdes, comprensión del distrito de Aguas Verdes, en la provincia Zarumilla, de la región Tumbes, en Perú (ver Anexo N° 01). Su localización permite una fácil conexión tanto con la ciudad de Zarumilla porque forman parte de la misma urbe, así como la conexión con el emporio comercial Aguas Veres y la ciudad de Huaquillas en Ecuador; asimismo, desde su ubicación se puede acceder con facilidad a atractivos turísticos como el Santuario Nacional Los Manglares de Tumbes y la Playa El Bendito.

#### B. LAS INSTALACIONES.

La descripción de las instalaciones del hospedaje Noelia, se realizó a través de la observación directa y participación en las labores de producción y operación del servicio de alojamiento; a través de ello se logró determinar cuatro aspectos principales del hospedaje que son: las áreas con las que cuenta, las habitaciones, el equipamiento y lo referente a la capacidad instalada que posee, tal como se describe a continuación.

**ÁREAS FUNCIONALES:** se identificaron cinco áreas funcionales que en su conjunto permiten al hospedaje brindar sus servicios de alojamiento (ver anexo N° 06); las mismas que están distribuidas de la siguiente manera:

- **Área de Recepción.** Esta área está destinada a la admisión o acogida de los clientes en general, indistintamente que se hospeden o solamente requieran información sobre los servicios de alojamiento; consta de un espacio destinado a la atención y registro de los huéspedes, un mostrador

o counter y un rack para llaves; asimismo, en esta área de forma conexas se encuentra una sala de estar o de espera. Ambos espacios se encuentran ubicados y han sido ambientados en el primer piso del hospedaje en la parte anterior, es decir, conforman la primera área que un cliente o huésped encuentran en el establecimiento.

- **Área de Cochera.** Es otra de las áreas del hospedaje Noelia, que brinda parqueo propio con capacidad para dos vehículos (automóviles) al cual pueden acceder de forma gratuita, los huéspedes que arriban al establecimiento en vehículo propio. Se encuentra ubicada junto al edificio del establecimiento.
- **Área de Habitaciones.** Es otra de las áreas que conforman el hospedaje, destinadas directamente a brindar el alojamiento de los huéspedes; está conformada por los dormitorios – habitación de diferentes características distribuidos en los cuatro pisos que tiene el establecimiento; de tal manera que en el primer piso hay cuatro habitaciones, en el segundo y tercer pisos hay siete habitaciones en cada uno y en el cuarto piso existen dos habitaciones. Cada habitación del hospedaje cuenta con baño individual lo que le da a cada habitación, un carácter de mayor privacidad y comodidad para sus huéspedes.
- **Área de Lavandería.** Esta área funcional es de mucha importancia porque permite tener en buen estado de higiene de toda la lencería, también llamada blancos o ropa de cama del hospedaje; de esta manera siempre está en óptimas condiciones de uso elementos de lencería como: protectores de colchón y almohadas, sábanas, sobre camas o colchas, almohadas, cobijas, edredones, toallas. Esta área ocupa el cuarto piso del hospedaje y se encuentra acondicionada con las instalaciones y equipamiento necesario tanto para el lavado como para el secado y planchado de cada elemento de la lencería.
- **Área de limpieza.** Esta área cumple un rol vital en la prestación del servicio de alojamiento que brinda el hospedaje Noelia, a través de ella se

mantienen limpios los pisos, escaleras, habitaciones y otros espacios en los cuatro pisos del establecimiento. Costa de un pequeño ambiente ubicado en cada piso del establecimiento para facilitar el trabajo y en éste se almacenan escobas, escobillones, lustradoras de piso, trapeadores, paños y los insumos de limpieza y ambientación.

- **Área de Almacén.** Esta área está destinada al guardado de todos los enseres que forman parte del equipamiento, lencería y otros productos necesarios para el correcto funcionamiento del hospedaje como son: lencería de habitaciones para recambio, equipos de recambio para reemplazo de averías, mobiliario, herramientas, productos para venta directa y otros elementos de uso frecuente que se utilizan paulatinamente durante el funcionamiento normal del establecimiento.

**HABITACIONES:** se identificó mediante la observación individualizada, todas las habitaciones que forman parte de la oferta principal del servicio de alojamiento del hospedaje Noelia (ver anexo N° 07); de esta forma se determinó los siguientes dos aspectos relacionados con la distribución y clasificación de las mismas, como sigue.

- **Distribución.** El hospedaje cuenta con un total de 20 habitaciones, las mismas que han sido distribuidas de la siguiente manera: cuatro (4) habitaciones se localizan en el primer piso; siete (7) habitaciones se localizan en el segundo piso, y de la misma manera siete (7) en el tercer piso; finalmente, dos (2) se ubican en el cuarto piso.
- **Clasificación.** Se determinó que el hospedaje cuenta con cuatro tipos de habitaciones que son: habitaciones simples (x en el primer piso, x en el segundo piso, x en el tercer piso); habitaciones matrimoniales (x en el primer piso, x en el segundo piso, x en el tercer piso y x en el cuarto piso); y habitaciones dobles (x en el primer piso, x en el segundo piso, x en el tercer piso y x en el cuarto piso).
- **Capacidad instalada.** Se pudo conocer que el hospedaje cuenta con un total de veinte (20) habitaciones distribuidas en los cuatro pisos del

establecimiento, un total de veinticinco (25) camas y una capacidad instalada al cien por ciento de treinta (30) huéspedes.

**EQUIPAMIENTO:** se pudo identificar mediante el trabajo de campo, un inventario de equipos y mobiliario que forman parte de cada una de las áreas del hospedaje; de esta manera según cada área se presenta la enumeración de dicho equipamiento sin mencionar las cantidades, según compromiso adquirido con los propietarios del establecimiento quienes autorizaron que su establecimiento sea el objeto de análisis del presente estudio.

- En el área de **recepción**, se cuenta con instrumentos de registro manual (libro de registro) no existiendo un sistema de control hotelero; se cuenta con televisor, un refrigerador exhibidor de bebidas y mostrador de snacks, asimismo mobiliario para la espera (sillones y sillas), asimismo se cuenta con diversos elementos decorativos como maceteros, floreros, cuadros, entre otros.
- En el área de **habitaciones**, el hospedaje cuenta con camas de madera, mesas de noche, mesa y sillas, ropero en algunas habitaciones o colgadores empotrados, televisores anclados en la pared, ventiladores en algunos casos en el techo en otros en la pared y elementos decorativos principalmente cuadros de pared.
- En el área de **lavandería** el hospedaje cuenta con equipos de lavado y secado, equipos de planchado, anaqueles y cestos. En el área de limpieza el equipamiento es básicamente instrumentos y utensilios. En el área de almacén el equipamiento principalmente son muebles como anaqueles y armarios.
- El hospedaje cuenta con servicio complementario de venta de bebidas y snacks únicamente, ya que no ofrece servicios de alimentos como desayunos, almuerzos o cenas.

### **C. EL PERSONAL**

Con relación al personal que labora en el hospedaje Noelia, se pudo conocer a través de la entrevista realizada a los involucrados, algunos aspectos

relacionados con los diferentes puestos de trabajo que hay en el hospedaje, la cantidad de personal que labora, la capacitación de los mismos y su régimen laboral; tal como se describe a continuación.

**PUESTOS DE TRABAJO:** se determinó que en el hospedaje estudiado existen seis puestos de trabajo entre permanentes y temporales, cada uno de estos puestos es ocupado por un trabajador cuyas funciones se mencionan a continuación.

- **Administrador.** Este puesto de trabajo lo ocupa de forma permanente el dueño del hospedaje, quien se encarga de realizar las gestiones administrativas, legales y de formalización del hospedaje; asimismo realiza la planificación de las actividades del hospedaje, promoción, contratos con clientes corporativos y decide los descuentos especiales u oferta de servicios del establecimiento.
- **Recepcionista.** Es el puesto para el personal que se encarga de realizar las funciones de: atender al cliente de forma presencial o por teléfono, realizar el registro de ingreso y egreso de los huéspedes, llevar el control de las habitaciones (en uso, libres, reservadas, por limpiar); administrar la ocupación de la cochera, mantener permanente comunicación con el resto del personal del hospedaje.
- **Cuartelero.** Es el puesto del encargado de realizar el mantenimiento de las habitaciones, ayudar al huésped con sus equipajes hasta y desde la recepción, tender las camas de los huéspedes que pernoctan, realizar el cambio de la lencería, limpiar los baños, verificar el correcto funcionamiento de equipos y mobiliario de las habitaciones.
- **Personal de limpieza.** Este puesto está destinado a un trabajador que realiza la limpieza general de todas las instalaciones y espacios de uso común del hotel como: frontis del hospedaje, recepción y sala de espera, pasadizos, escaleras, terraza, lavandería, almacén, ventanas y paredes de ser el caso.

- **Personal de lavandería.** Este puesto de trabajo está destinado a un trabajador que se encarga específicamente del lavado, secado, planchado y almacenaje de los diferentes componentes de lencería u otros elementos que requieren lavado.
- **Personal de mantenimiento.** Este no es un puesto de trabajo permanente, y solamente cuenta con personal cuando se requiere; de tal manera que puede ocuparlo más de un especialista dependiendo del equipo, instalación o mobiliario que requiera revisión de funcionamiento, reparación o cambio si es necesario.

**TRABAJADORES:** según la entrevista realizada se determinó que el hospedaje Noelia cuenta con un total de seis (6) trabajadores permanentes distribuidos en los diferentes puestos descritos; de esta forma se identificó:

- Cinco trabajadores que ocupan los puestos operativos, es decir que realizan las labores correspondientes a la recepción, a la atención de las habitaciones o cuartería, a la limpieza de los diferentes espacios del hospedaje y a la lavandería; el personal de mantenimiento no forma parte de este grupo laboral ya que solamente realizan servicios por requerimiento.
- Un trabajador ocupa el puesto administrativo, encargado de la planificación del funcionamiento del hospedaje en general, se ocupa del cumplimiento de las obligaciones tributarias y contables, la promoción del hospedaje, los contratos corporativos, la gestión del mantenimiento de las instalaciones, el aspecto financiero, entre otros.

**CAPACITACIÓN DEL PERSONAL:** este aspecto, según la administración del establecimiento, es administrada de forma frecuente y equitativa entre los trabajadores del hospedaje; de esta forma, se pudo determinar dos características principales relacionadas con el desempeño de los trabajadores en sus puestos de trabajo.

- La administración del hospedaje promueve la capacitación permanente y equitativa en los integrantes del personal operativo, se conoció que las

capacitaciones se dan por invitación, cuando alguna institución como la Dirección de Comercio Exterior y Turismo de Tumbes, el Gobierno Regional de Tumbes, la Municipalidad de Aguas Verdes o Zarumilla, u otra organización privada, desarrollan eventos de capacitación dirigidos a mejorar el desempeño de las diferentes áreas del servicio de hospedaje.

- Otro aspecto que se pudo observar es que en el proceso de la selección del personal que aplica a un puesto de trabajo en el hospedaje Noelia, se toma en cuenta y valora los estudios previos que de alguna manera sean afines al turismo.

**RÉGIMEN LABORAL:** en cuanto a este aspecto, por ser un tema sensible, la administración del hospedaje no dio mayores detalles, sin embargo, a través del diálogo con los mismos trabajadores se pudo conocer que ellos trabajan bajo los términos de un contrato, que los sueldos son pagados como servicios con recibo por honorarios, los montos son a partir de la remuneración mínima vital (1,050 soles) hacia arriba. Se pudo conocer también que los trabajadores no perciben ningún tipo de beneficio pagado por el empleador como seguros de salud, seguro de pensiones, entre otros.

#### **D. LA ATENCIÓN AL HUÉSPED.**

Sobre este aspecto de vital importancia para la supervivencia del hospedaje Noelia como negocio, se pudo conocer a través de la entrevista realizada a los involucrados y la observación, lo referente a los protocolos de atención, los servicios que se ofertan, las tarifas y temporadas, así como la ocupabilidad y permanencia; tal como se describe a continuación.

**PROTOCOLOS DE ATENCIÓN:** a través de la observación participativa se pudo identificar y describir los detalles y procedimientos que se utilizan en la atención del huésped que se aloja en el hospedaje Noelia: de esta manera se identificó los detalles sobre las reservas, el registro de huéspedes, la recepción y asignación de habitación, tal cual se describen seguidamente.

- **Reservas.** Uno de los primeros servicios que se pudo identificar es el servicio de reservas el cual se realiza por medio del teléfono. En este

proceso existe un protocolo de atención que se expresa mediante: saludo, identificación del que atiende el llamado, bienvenida, pregunta sobre el propósito de la llamada, verificación de disponibilidad del tipo de habitación y la fecha en la cual el cliente lo requiere, toma de datos del cliente, confirmación de la reserva.

- **Registro.** Este procedimiento incluye un conjunto de pasos o procedimientos protocolares que el recepcionista debe seguir; de esta manera al arribo del huésped se ayuda con los equipajes de ser necesario desde la calle hasta la recepción, se solicita identificación y se verifica si tiene reserva, en caso de no tener reserva se procede a la identificación de habitaciones disponibles, en ambos casos el huésped debe llenar sus datos en el libro de registro de huéspedes el cual se lleva a cabo de forma manual.
- **Entrega de habitación.** Se observó que los huéspedes que tienen reserva anticipada, solamente llenan en libro de registro con sus datos, realizan la cancelación si no hicieron transferencia y luego el reciben la llave de su habitación. En el caso de los huéspedes que no tienen reserva, el recepcionista evalúa el tipo de habitación requerida y su disponibilidad, si el huésped está de acuerdo con el precio y el tipo de habitación se realiza el registro respectivo y el huésped recibe la llave de su habitación. En ambos casos el recepcionista conduce al huésped hasta su habitación o solicita el apoyo del personal disponible.
- **Instalación del huésped.** En algunos casos el huésped antes de instalarse en la habitación, solicita hacer una inspección de la misma para ver si ésta cumple con sus requerimientos; de ser así se instala, caso contrario, hay veces que solicita otra habitación del mismo tipo, debido a algún aspecto en particular como por ejemplo el tipo de cama, el colchón, la vista hacia la calle u otro aspecto. Este aspecto no es muy común, pero se presenta, sin embargo, la mayoría de las veces el huésped se instala sin solicitar inspeccionar la habitación.

- **Verificación de habitaciones.** En el hospedaje Noelia, el recepcionista es quien verifica el estado de las habitaciones, con relación a la limpieza que realiza el personal correspondiente o respecto al estado del equipamiento y lencería; esta labor es diaria y se lleva a cabo generalmente para cerciorarse que las habitaciones disponibles cuentan con las condiciones y detalles que el huésped debe encontrar como el equipamiento funcionando, las camas limpias, los pisos y baños limpios y detalles como champú, jabón y toalla.

**TARIFAS OCUPABILIDAD Y PERMANENCIA:** el hospedaje Noelia oferta sus servicios de forma ininterrumpida y cuenta con tarifas planas para cualquier temporada, salvo en fechas especiales como: año nuevo, día de los enamorados y 28 de julio cuyas tarifas tienen un porcentaje del 20% de incremento; en resto del año sus tarifas permanecen iguales. Asimismo, con relación a la ocupabilidad, el hospedaje muestra indicadores que permiten su funcionamiento normal, tal como se detalla.

- En cuanto a las **tarifas**, las habitaciones simples o individuales tienen un costo de cuarenta soles (S/. 40.00), el tipo de habitación matrimonial tiene una tarifa de cincuenta soles (S/. 50.00); y el tercer tipo de habitación con que cuenta el hospedaje, es decir las habitaciones dobles tienen un costo de noventa soles (S/. 90.00), costos actuales para el año 2024.
- Respecto de la **ocupabilidad**, el hospedaje según se pudo calcular con los registros de ingreso, tiene en promedio una ocupabilidad mensual anual del 60%, es decir un estimado de 12 habitaciones que se ocupan diariamente.
- En cuanto a la **permanencia**, se determinó que el 30% de los huéspedes corresponde a parejas y el 70% son viajeros con pernocte dedicados principalmente al comercio; asimismo que determinó que el 30% de las habitaciones del hospedaje se alquilan por horas, el 40% se alquilan a huéspedes permanecen por una noche y un estimado del 30% se alquilan a huéspedes que permanecen en el hospedaje por dos noches o más.

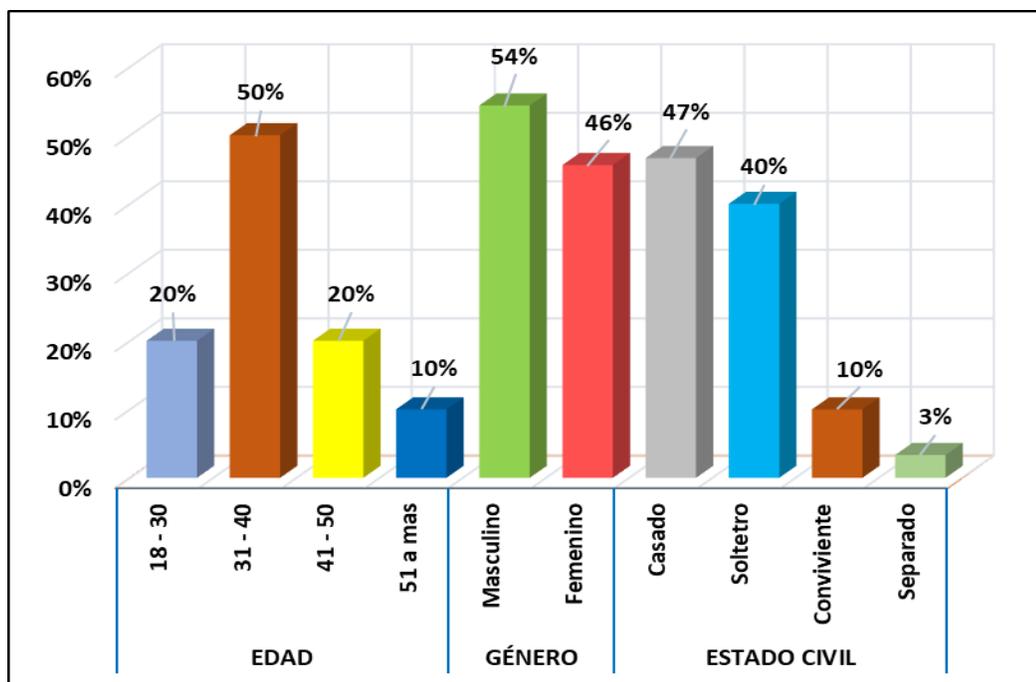
## 2. PERFIL DE HUÉSPED DEL HOSPEDAJE NOELIA.

### A. EDAD, GÉNERO Y ESTADO CIVIL.

La encuesta a los huéspedes del hospedaje Noelia arrojó los siguientes resultados: en cuanto a edad, el 50% de huéspedes manifestó tener una edad de entre 31 y 40 años, 20% edades entre 18 y 30 años, el mismo porcentaje edades entre 41 y 50 y el 10% afirmó tener una edad mayor. En cuanto al género de los huéspedes que se pudo determinar un 54% de huéspedes varones y un 46% de huéspedes mujeres. Respecto del estado civil, se determinó que 47% eran casados, 40% solteros, 10% convivientes y 3% separados. (Figura N° 01).

**Figura N° 01.**

*Huéspedes según edad, género y estado civil.*



**Fuente:** Encuesta a huéspedes 2024.

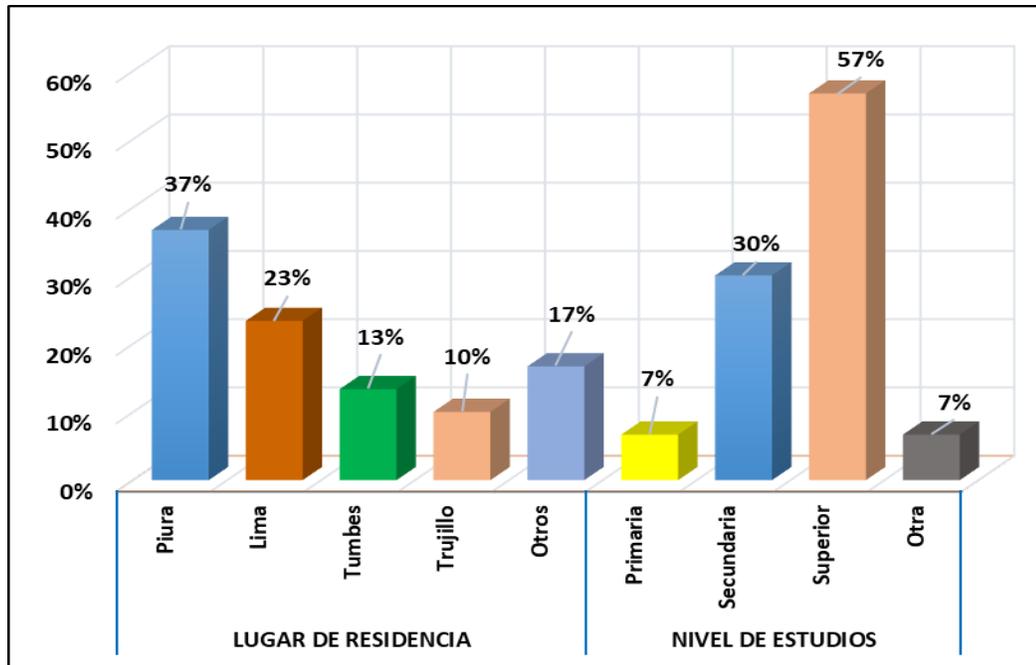
### B. LUGAR DE RESIDENCIA Y NIVEL DE ESTUDIOS.

Los resultados de encuesta arrojaron que los lugares de los cuales proceden los huéspedes que se alojan en el hospedaje Noelia, son: de Piura proceden un 37%; de Lima un 23%, de Tumbes el 13%; de Trujillo un 10%; mientras

que de otros destinos un 17%. Con relación al nivel de estudios, los huéspedes del Noelia poseen educación superior un 57%, educación secundaria un 30%, educación primaria un 7% y otros niveles 7% (Figura N° 02).

**Figura N° 02.**

*Huéspedes según lugar de residencia y nivel de estudios.*



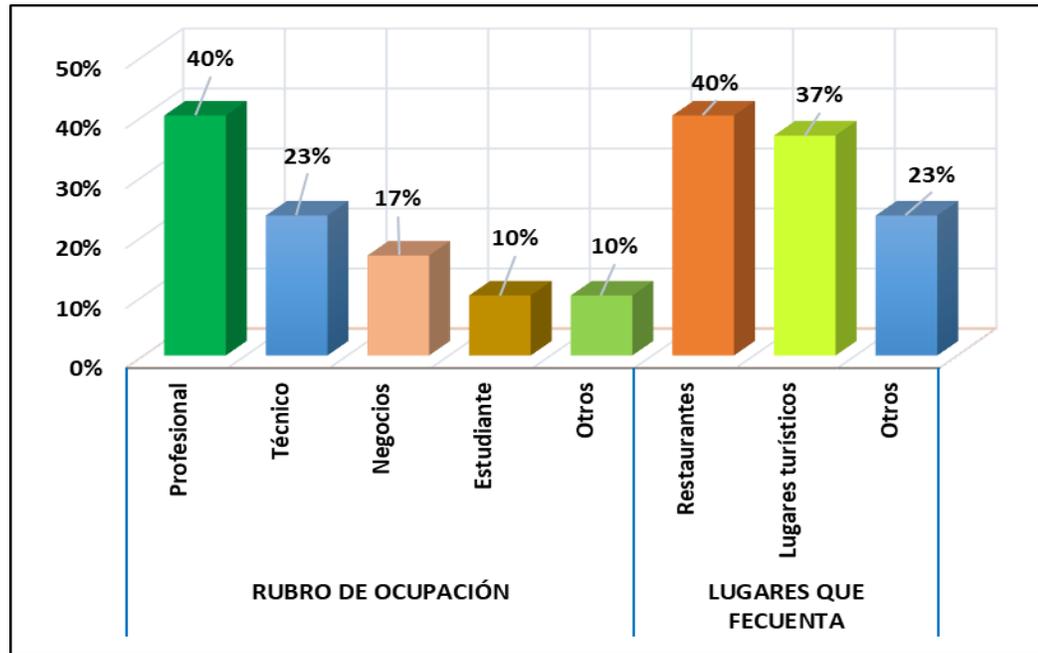
**Fuente:** Encuesta a huéspedes 2024.

### C. RUBRO DE OCUPACIÓN Y LUGARES QUE FRECUENTA.

Respecto a estas variables, la encuesta aplicada arrojó los siguientes datos: sobre la ocupación de los huéspedes se obtuvo que el 40% de los encuestados manifestaron ser profesionales de diferentes rubros, un 23% afirmaron tener una ocupación de tipo técnico, el 17% afirmaron dedicarse a los negocios, un 10% afirmaron ser estudiantes y del mismo modo un 10% manifestaron otro rubro de ocupación. Con relación a los lugares que frecuentan manifestaron: el 40% afirmaron que frecuentan restaurantes principalmente, un 37% afirmaron que visitan diversos lugares turísticos, mientras que un 23% identificaron otros lugares que son frecuentados cuando visitan Aguas Verdes (Figura N° 03).

**Figura N° 03.**

*Huéspedes según rubro de ocupación y lugares que frecuenta.*



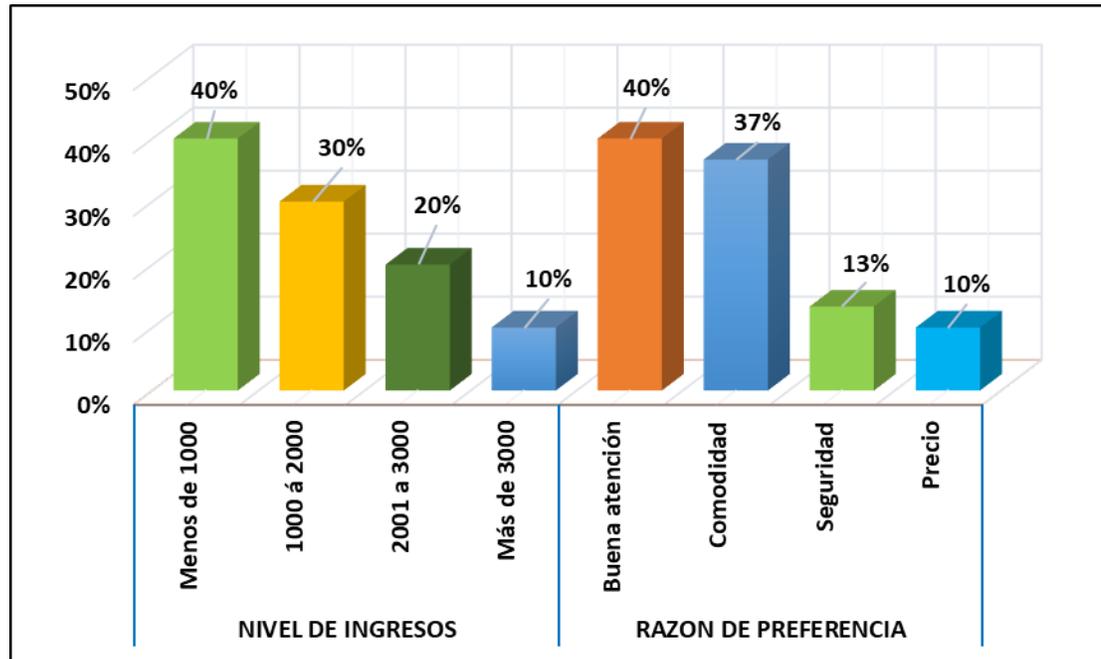
**Fuente:** Encuesta a huéspedes 2024.

#### **D. NIVEL DE INGRESOS Y RAZÓN DE PREFERENCIA.**

Otro de los aspectos sobre los cuales se encuestó a los huéspedes del hospedaje Noelia fue con relación a l nivel de sus ingresos económicos; al respecto los encuestados dieron las siguientes respuestas; afirmaron ganar mensualmente menos de 1,000 soles, un 40%; asimismo, dijeron ganar entre 1,000 a 2,000 soles, un 30% de los encuestados; aquellos que manifestaron ganar entre 2,001 a 3,000 soles, fueron el 20%; mientras que quienes dijeron ganar más de 3,000 soles, fueron el 10% de encuestados. Respecto a la variable razón por la cual prefieren alojarse en el hospedaje Noelia, se obtuvieron las siguientes respuestas: quienes indicaron que es debido a la buena atención que reciben fueron el 40% de encuestados; asimismo, quienes afirmaron que prefieren el hospedaje por la comodidad de sus instalaciones fueron el 37%; otro segmento de huéspedes sostuvo que prefiere el hospedaje debido a su seguridad representando el 13%; mientras que los huéspedes que identificaron el precio como motivo principal de preferencia fueron el 10% (Figura N° 04).

**Figura N° 04.**

*Huéspedes según nivel de ingresos y razón de preferencia.*



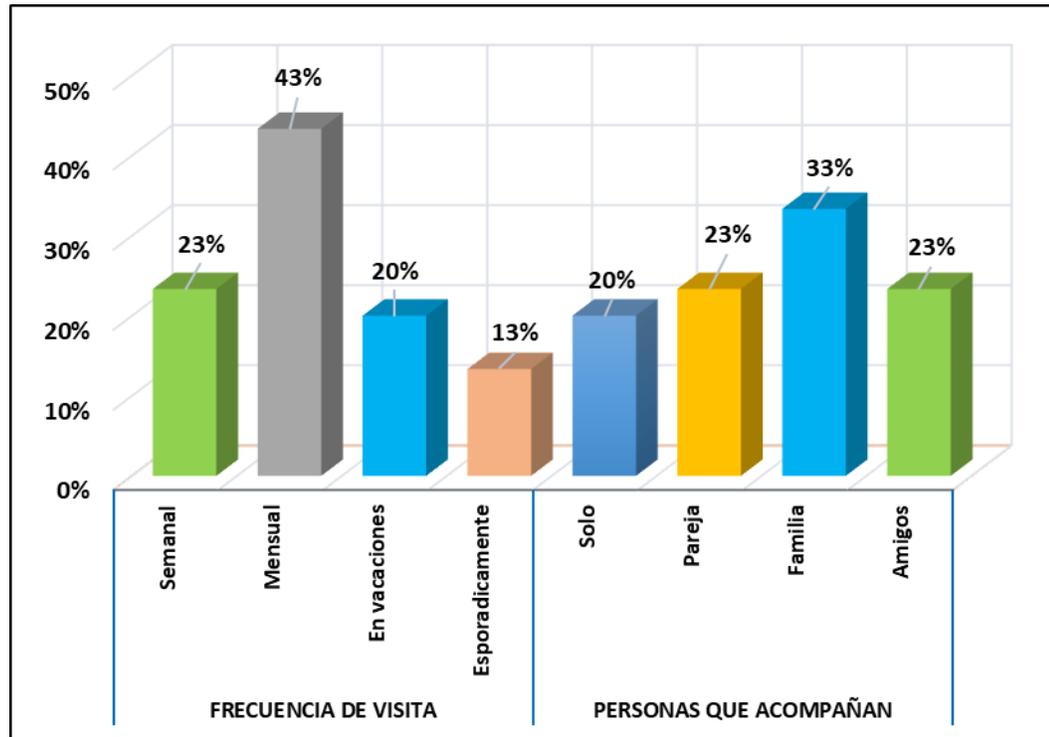
**Fuente:** Encuesta a huéspedes 2024.

#### **E. FRECUENCIA DE VISITA Y PERSONAS QUE ACOMPAÑAN.**

Dos aspectos que incluyó la encuesta, fueron también los referidos a cada cuanto tiempo visitan el hospedaje Noelia así como quienes son las personas con las cuales se acompañan al hospedaje; al respecto se obtuvo las siguientes respuestas: un 43% de los encuestados afirmaron que visitan el hospedaje mensualmente; del mismo modo, un 23% manifestaron que visitan el hospedaje semanalmente; un grupo de huéspedes que representan el 20% afirmaron que visitan el hospedaje durante sus vacaciones; mientras el 13% de encuestados manifestó que visitan el hospedaje esporádicamente. Respecto las personas con quienes visitan el hospedaje se pudo determinar que: un 20% afirmó que lo hace solo es decir sin compañía de nadie; un 23% afirmaron que visitan el hospedaje con su pareja, asimismo, el 33% de encuestados afirmó que visita el hospedaje en compañía de sus familiares, mientras que el restante 23% de los encuestados manifestó que visita el hospedaje con sus amigos (Figura N° 05).

**Figura N° 05.**

*Huéspedes según frecuencia de visita y personas que acompañan.*



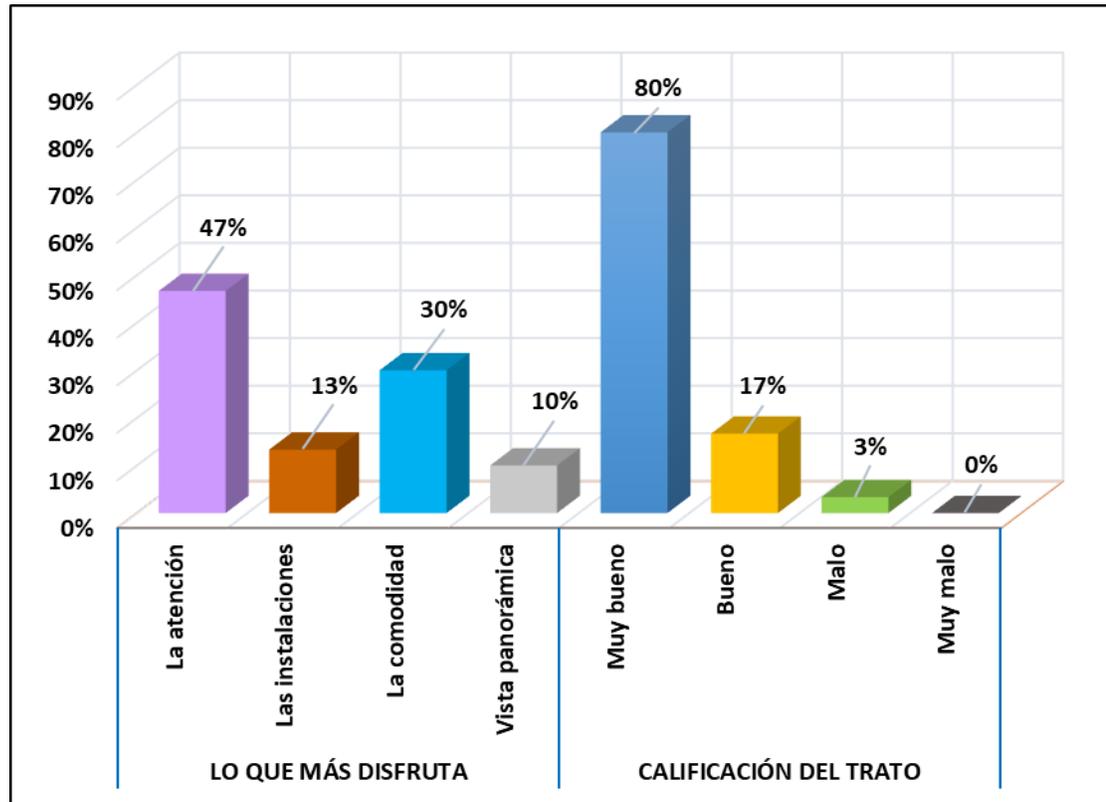
**Fuente:** Encuesta a huéspedes 2024.

## **F. LO QUE MAS DISFRUTA Y CALIFICACIÓN DEL TRATO.**

La encuesta incluyó preguntas para conocer qué es lo que mas disfruta el huésped durante su estancia en el hospedaje Noelia, así como su calificación sobre el trato recibido en el establecimiento; de esta forma se obtuvo los siguientes resultados: el 47% de encuestados afirmó que el factor que más disfruta es la atención que reciben de parte del personal; un 30% manifestaron que el aspecto principal que disfrutan es la comodidad de las instalaciones; un 10% restante manifestaron como razón la vista panorámica que les ofrece el hospedaje. Respecto al trato recibido, los encuestados manifestaron: el 80% afirmaron que el trato que se brinda al cliente en el hospedaje es muy bueno; otro segmento minoritario correspondiente al 17% de encuestados manifestaron que el trato era bueno; solamente un 3% de huéspedes manifestaron haber recibido un trato calificado como malo, mientras que el calificativo muy malo no obtuvo respuestas (Figura N° 06).

**Figura N° 06.**

*Huéspedes según lo que más disfruta y calificación sobre el trato.*



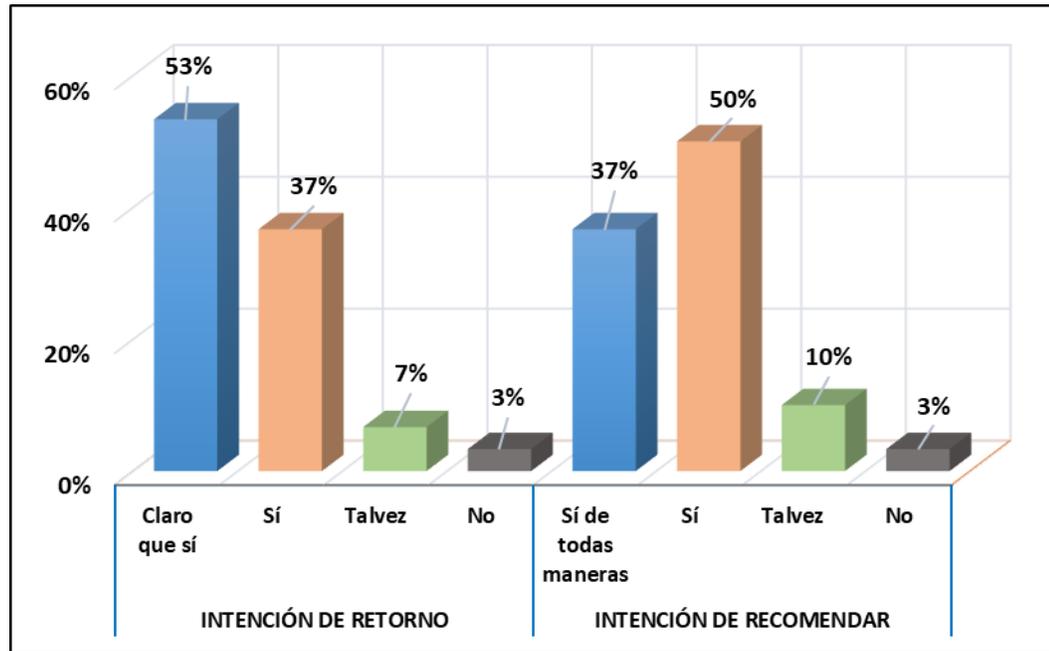
**Fuente:** Encuesta a huéspedes 2024.

### **G. INTENCIÓN DE RETORNO Y RECOMENDACIÓN.**

Otro de los aspectos de encuesta estuvo relacionada a la intención de retorno de los huéspedes, así como a su intención de recomendar los servicios del hospedaje Noelia a terceras personas; de esta forma se obtuvo los siguientes resultados: con relación a la intención de retorno, los huéspedes manifestaron que claro que sí retornarían el 53%; aquellos que afirmaron que sí solamente, fueron el 37%; solo un 7% de los encuestados afirmó que tal vez retornaría; mientras que un 3% afirmaron que no retornarían. Respecto de la intención de recomendar los servicios del hospedaje se obtuvo que: el 37% si de todas maneras recomendarían el hospedaje, que sí recomendarían representaron el 50%, el 10% de encuestados manifestaron que tal vez recomendarían, mientras que un 3% no recomendarían los servicios del hospedaje Noelia (Figura N° 07).

**Figura N° 07.**

*Huéspedes según intención de retorno y recomendación.*



**Fuente:** Encuesta a huéspedes 2024.

### 3. DISCUSIÓN.

Mediante este trabajo de investigación se ha podido describir las características del segmento de huéspedes que tiene el hospedaje Noelia de la ciudad de Aguas Verdes, en la provincia de Zarumilla, así como el tipo de servicio que oferta este establecimiento; en este sentido, se logró definir el perfil específico de huésped que se aloja en dicho hospedaje, dando cumplimiento a un primer objetivo específico; además en cumplimiento de un segundo objetivo específico se pudo identificar el tipo de servicio que brinda el hospedaje Noelia en cada uno de sus componentes.

De esta manera, con relación al perfil del huésped se encontró un huésped mayoritariamente joven dentro de un rango de edad de 18 a 40 años (70%); asimismo, que existe una ligera diferencia entre géneros del 8%; que el estado civil del huésped oscila entre casado (47% y soltero (40%). La mayoría de los huéspedes que se alojan en el Noelia proceden de Piura, Lima y Tumbes (73%), su nivel educativo es de educación superior y secundaria completa (87%), la

mayoría se dedican a labores profesionales y negocios (80%) y los lugares que frecuentan durante su estadía en Tumbes son los restaurantes y lugares turísticos (77%). De otro lado, el 70% tiene ingresos menores a 2000 soles; prefieren el hospedaje Noelia por su buena atención y comodidad (77%); visitan el hotel con una frecuencia mínimamente mensual (66%), y lo hacen en compañía de familiares, pareja y amigos (79%). Con relación a lo que más disfrutan del hospedaje son los aspectos de atención, comodidad y las instalaciones (90%); califican el trato recibido como muy bueno y bueno (97%); asimismo, tienen una intención positiva de retorno del 90% y una intención favorable de recomendar los servicios del hospedaje del 87%.

Respecto al tipo de servicio que brinda el hospedaje (segundo objetivo específico), se determinó que el tipo de huésped que lo frecuenta, decide su aceptación basada en aspectos observados vinculados con: la ubicación en la vía Panamericana Norte de fácil acceso, las instalaciones del establecimiento, las mismas que cuentan con áreas funcionales definidas, habitaciones cómodas, bien distribuidas y adecuadamente equipadas en cada uno de sus ambientes; asimismo, se determinó que el hotel cuenta con personal suficiente y capacitado para una adecuada atención, que laboran en seis puestos de trabajo definidos, que cada trabajador tiene la oportunidad de capacitarse sobre las funciones que realiza, sin embargo tienen un régimen laboral de contrato determinado y sin beneficios sociales como seguro de salud o pensión. De otro lado se identificó que los trabajadores realizan sus funciones cumpliendo protocolos básicos pero eficientes, desde el momento de las reservas, registro e instalación del huésped y el mantenimiento de las habitaciones y enseres; se determinó finalmente que el hospedaje cuenta con una alta ocupabilidad, que sus tarifas no son caras y oscilan entre 40 y 90 soles, y el promedio de permanencia mayoritario registrado es de una noche.

Diversos estudios de similares características se han llevado a cabo en diferentes contextos, por ejemplo, entre ellos, Vásquez, J. (2021), en su trabajo titulado Caracterización del perfil del cliente para mejorar la productividad del hotel América SAC en la ciudad de Chiclayo, 2019; Escudero, R. (2019), en su

estudio Modificación del servicio hotelero para satisfacer la demanda de jóvenes milenials en Lima. Luna, M. (2016), en su investigación de tesis titulado Nivel de satisfacción del visitante que se hospeda en los hoteles de tres estrellas del distrito de Tumbes, respecto al servicio recibido: caso hoteles Feijoo y B'liam. Estos estudios determinaron en su momento aspectos como el tipo de servicio en relación con el perfil del huésped; un perfil determinado de huésped como segmento siempre en relación con aspectos de infraestructura, concepto, diseño y tecnología e internet como tipo de servicio requerido; asimismo la relación existente entre el buen desempeño del personal, el buen equipamiento e instalaciones, con una alta satisfacción del huésped; lo que permite corroborar que los hallazgos del presente trabajo son coherentes.

La literatura existente respecto a las variables de estudio vinculadas con las características del huésped y tipo de servicio ofertado es abundante, sin embargo, se entiende que la segmentación del cliente es la base para el crecimiento de una empresa, tal como lo afirman Aranda (2018), Landman 2021, entre otros que la segmentación como base para conocer al cliente se hace conociendo sus características de consumo, sus preferencias y otros aspectos geográficos y demográficos que se logran conocer a través de la elaboración de un perfil. Asimismo, con relación al tipo de servicio, se entiende que éste debe guardar esa correspondencia con las necesidades y expectativas del huésped, por ello Del Toro (2011), Mincetur (2015) o Facchin (2023), consideran que aspectos vinculados con la correcta gestión de los servicios que oferta un hotel deben cumplir ciertos estándares en cuanto a las instalaciones, el equipamiento, la capacitación del recurso humano, así como calidad de atención al huésped.

A raíz de los hallazgos del presente estudio, los antecedentes, así como la teoría existente, es pertinente afirmar que cada hospedaje tiene sus particularidades y sus clientes se adaptan según sus gustos y expectativas a dichas características; es decir que siempre existe un segmento para cada tipo de servicio y que la calidad percibida depende de muchos factores personales del huésped que tienen que ver con sus rasgos psicológicos, con su entorno social, o sencillamente con la satisfacción de una necesidad apremiante. De esta forma

no sería coherente pensar que todo alojamiento debe tener un estándar uniforme o único en sus servicios porque, de la misma forma los huéspedes también tienen sus preferencias y lo que es bueno para un grupo no necesariamente lo es para otro y viceversa, lo que es malo para un segmento de huéspedes puede no serlo para otro; esto se explica en la diversidad de establecimientos de hospedaje que existe, en cuanto a ubicación, instalaciones, personal, y otros factores, siendo sin embargo, su permanencia en el mercado la principal evidencia de que tienen un mercado cautivo.

Para la presente investigación, se puede considerar como una de sus limitaciones, que al ser un estudio de caso no se puede generalizar a todos los hospedajes, pero también se puede afirmar que si se puede aducir que los hallazgos pueden aplicarse a otros establecimientos de hospedaje de similares características tanto a nivel de tipo de servicio como respecto al perfil de cliente que poseen. Asimismo, se puede considerar que otra de las limitaciones que presenta el estudio, es a título personal, la poca experiencia que se tiene por ser este un primer estudio que se realiza a nivel de tesis; a ello también se suman las limitaciones presupuestales que no permitieron llevar a cabo un estudio más profundo y acucioso.

## V. CONCLUSIONES

1. Se pudo determinar que el tipo de servicio que oferta el hospedaje Noelia de Aguas Verdes, se caracteriza por contar con cuatro aspectos que permiten su permanencia en el mercado de huéspedes; estos aspectos son: a) su localización accesible para el viajero; b) sus instalaciones que cuentan con seis áreas funcionales, sus habitaciones bien distribuidas clasificadas en simples, matrimoniales y dobles; su equipamiento óptimo para cada área; c) su personal, distribuidos en seis puestos de trabajo, que son capacitados frecuentemente, y d) la atención al huésped que cuenta con protocolos de atención, y oferta tarifas accesibles, tiene alta ocupabilidad y permanencia mayoritaria entre 1 a 2 noches en promedio.
2. El perfil del huésped que se aloja en el hospedaje Noelia de Aguas Verdes, presenta las siguientes características: es un huésped mayormente joven (18 a 40 años); existe poca diferencia porcentual entre el huésped varón (54%) y mujer (46%), lo mismo sucede con el estado civil entre casados (47%) y solteros (40%); principalmente proceden de Piura, Lima y Tumbes; la mayoría posee educación superior, siendo su ocupación principal el ejercicio de diversas profesiones y los negocios; cuando viene a Tumbes frecuenta restaurantes y lugares turísticos, su nivel de ingresos es inferior a 2000 soles; prefieren el hospedaje por la buena atención y la comodidad; visita el hospedaje por lo menos una vez al mes, lo hace en compañía de familia, pareja y amigos, valora la atención y la comodidad del hospedaje, califica el trato recibido como muy bueno, retornaría al hospedaje y recomendaría sus servicios.
3. Los huéspedes que visitan el hospedaje Noelia de Aguas Verdes, poseen un perfil determinado que se adapta y disfruta del tipo de servicio que en el hospedaje se oferta, es decir, se siente cómodo con su ubicación, con sus instalaciones y equipamiento, con el personal de atención del establecimiento, y con los diferentes procesos o protocolos de atención al huésped; de tal forma que el hospedaje tiene una aceptable ocupabilidad promedio durante el año, así como un aceptable promedio de estadía por parte del huésped.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- 1.** El hospedaje debe mejorar las condiciones de trabajo de su personal, y la rotación de los mismos, mediante el otorgamiento de premios o incentivos, el pago de beneficios sociales y la reducción de los horarios de trabajo con la finalidad de mejorar el nivel de compromiso e identificación con el hospedaje como su centro de trabajo y desarrollo personal.
- 2.** Se debe hacer estudios más profundos sobre perfil del huésped, considerando variables e indicadores mucho más específicos, a través de la modalidad de investigación participativa y prácticas pre profesionales, que permitan disponer de mayor información cualitativa sobre los diferentes tipos de huéspedes que arriban al hospedaje, ya que el cuestionario de encuesta aún siendo de naturaleza abierta, tiene ciertas limitaciones que se podrían mejorar mediante la entrevista u observación directa.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABC noticias de España. (2019) los servicios más excéntricos de los hoteles de lujo. Artículo en diario. En línea. Disponible en: [https://www.abc.es/summum/living/ocio/abci-servicios-mas-excentricos-hoteles-lujo-201906121332\\_noticia.html](https://www.abc.es/summum/living/ocio/abci-servicios-mas-excentricos-hoteles-lujo-201906121332_noticia.html)
- Arana, a. (2018). Segmentación de mercados: definición, tipos y estrategia. Artículo. En línea. Disponible en: <https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/>
- Ciribeli, J; Miquelito, S. (2014). La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo sobre los principales enfoques psicográficos y su relación con los criterios de comportamiento. Artículo. En línea. Disponible en: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1668-87082015000100002](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082015000100002)
- Da Silva, D. (2022). ¿Qué es segmentación geográfica? Importancia y beneficios. Artículo. En línea. Disponible en: <https://www.zendesk.com.mx/blog/segmentacion-geografica/>
- Del Toro, M. (2011). Calidad del servicio en el área de alojamiento hotelero. Artículo. En línea. Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hotelero/>
- Delgado, A. (2020). Te explicamos todos los tipos de segmentación de mercados. Artículo. En línea. Disponible en: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/tipos-de-segmentacion-de-mercado-20200217-0073.html>
- Escudero, R. (2019). Modificación del servicio hotelero para satisfacer la demanda de jóvenes milenials en Lima. Tesis. En línea. Disponible en: <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b3b76ff2-0bae-46d1-a3dd-732713589d08/content>

Facchin, J. (2023). La importancia para tu hotel de una buena gestión de personal. Artículo. En línea. Disponible en: <https://josefacchin.com/la-importancia-para-tu-hotel-de-una-buena-gestion-de-personal/>

Gómez, D; Carranza, J; Ramos, C. (2017). Revisión documental una herramienta para el mejoramiento de las competencias de lectura y escritura en estudiantes universitarios. Artículo. En línea. Disponible en: [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2550-67222017000300046#:~:text=La%20revisi%C3%B3n%20documental%2C%20como%20herramienta,procesos%20investigativos%20de%20los%20estudiantes%2C](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2550-67222017000300046#:~:text=La%20revisi%C3%B3n%20documental%2C%20como%20herramienta,procesos%20investigativos%20de%20los%20estudiantes%2C)

Klaine, V. (2010). Segmentación psicográfica, conocer al consumidor. Artículo. En línea. Disponible en: <http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Segmentacion%20Psicografica,%20Conociendo%20al%20Consumidor.PDF>

Landman, P. (2021). La segmentación de mercado hotelero. Artículo. En línea. Disponible en: <https://www.xotels.com/es/libro-revenue-management/la-segmentacion-del-mercado>

Lazo, D. (2018). La calidad de los servicios al huésped en el ámbito hotelero en la región Puerto Pizarro – Tumbes para el desarrollo turístico en 2018. Tesis. En línea. Disponible en: [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4650/lazo\\_cdo.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4650/lazo_cdo.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Luna, M. (2016). Nivel de satisfacción del visitante que se hospeda en los hoteles de tres estrellas del distrito de Tumbes, respecto al servicio recibido: caso hoteles Feijoo y B'liam. Tesis. En línea. Disponible en: <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/2623/TESIS%20-%20LUNA%20SAAVEDRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Menéndez, J. (2019). ¿Por qué los empleados son el corazón de un hotel?. Artículo. En línea. Disponible en:

<https://jesusmenendezlopez.wordpress.com/2019/11/21/porque-los-empleados-son-el-corazon-de-un-hotel/>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Mincetur (2015). Reglamento de Establecimientos de Hospedaje. Norma. En línea. Disponible en: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-reglamento-de-establecimientos-de-hospedaje-decreto-supremo-n-001-2015-mincetur-1248181-2/>

Ministerio de Vivienda Construcción y Saneamiento – MVCS (2019). Norma técnica A. 030 “hospedaje” del Reglamento Nacional de Edificaciones – RNE. Norma. En línea. Disponible en: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2366562/37%20A.030%20HOSPEDAJE%20-%20RM%20N%C2%B0%20005-2019-VIVIENDA.pdf?v=1636059082>

Morales, E. (2013). Análisis y síntesis. Artículo. En línea. Disponible en: <https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/anc3a1lisis-y-sc3adntesis-y-comprensic3b3n-lectora.pdf>

Ortega, C. (2023). ¿Qué es la observación participante?. Artículo. En línea. Disponible en: <https://www.questionpro.com/blog/es/observacion-participante/>

Osorio, N. (2018). Desempeño de los colaboradores y satisfacción de los huéspedes del hotel Hábitat año 2018. Tesis. En línea. Disponible en: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/74541/Osorio\\_VN-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/74541/Osorio_VN-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Otamendi, A. (2018). La formación continua clave del éxito en el sector hotelero. Artículo. En línea. Disponible en: <https://tecnohotelnews.com/2018/03/formacion-especializada-les-roches/>

Otelms.com. (2020). Servicios del hotel para los huéspedes- artículo. En línea. Disponible en: <https://wiki.otelms.com/es/post/hotel-guest-service/>

Pereda, M. (2021). Criterios de segmentación de mercado: cuales son los tipos y condiciones para hacerlos. Artículo. En línea. Disponible en: <https://rockcontent.com/es/blog/criterios-de-segmentacion/>

Pursell, S (2022). ¿Qué es la segmentación de mercado? Características y ejemplos. Artículo. En línea. Disponible en: <https://blog.hubspot.es/marketing/segmentacion-mercado>

Shuttleworth, M. (2008). Diferentes métodos de investigación. Artículo. En línea. Disponible en: <https://explorable.com/es/diferentes-metodos-de-investigacion>

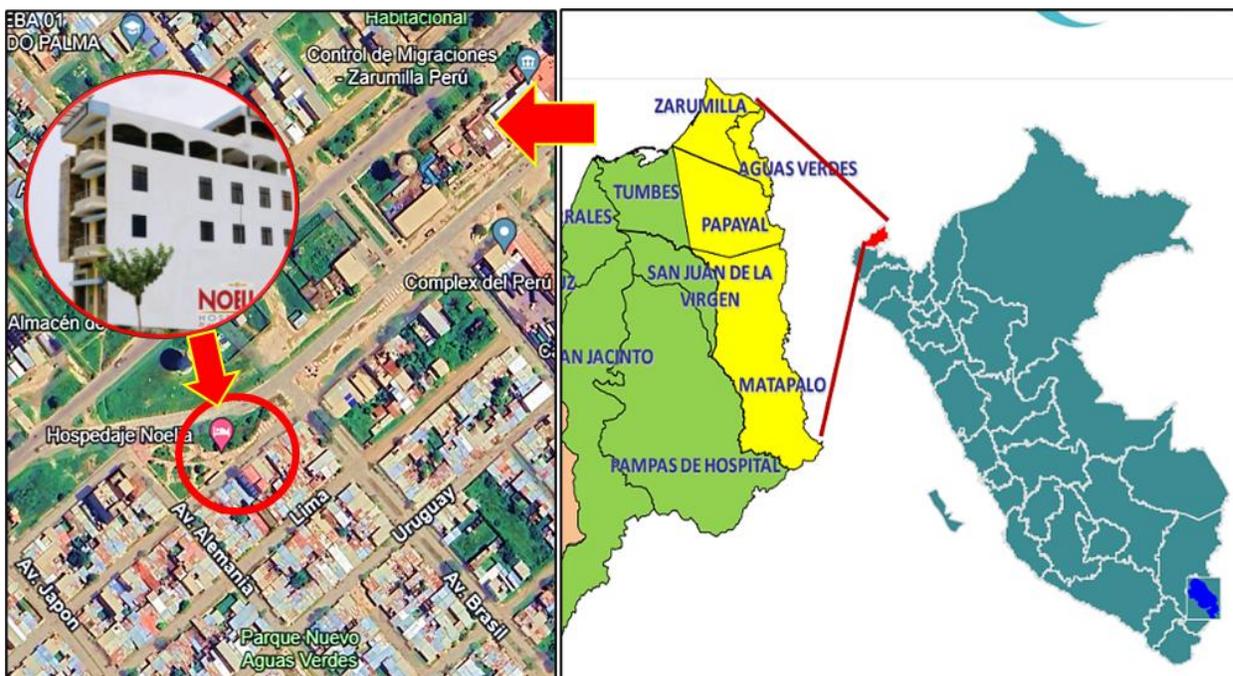
Terreros, D. (2023). ¿Qué es la segmentación demográfica? Variables y ejemplos. Artículo. En línea. Disponible en: <https://blog.hubspot.es/marketing/segmentacion-demografica>

Vásquez, J. (2021). Caracterización del perfil del cliente para mejorar la productividad del hotel América SAC en la ciudad de Chiclayo, 2019. Tesis. En línea. Disponible en: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8761/V%C3%A1squez%20Lujan%20Jos%C3%A9%20Carlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

# **ANEXOS**

## ANEXO Nº 01

### MAPA DE UBICACIÓN DEL HOSPEDAJE NOELIA EN AGUAS VERDES – TUMBES – PERÚ.



FUENTE: Adaptado de Google Maps y página web del hospedaje.

## ANEXO N° 02:

### GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS EMPLEADOS DEL HOSPEDAJE NOELIA

Nombre (opcional) .....

Función que desempeña .....

Tiempo de trabajo .....

#### 1. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

- a. Capacidad instalada del establecimiento
- b. Áreas del establecimiento
- c. Tipos de habitaciones
- d. Equipamiento de las habitaciones
- e. Equipamiento de uso compartido
- f. Número de trabajadores del establecimiento
- g. Capacitación del personal
- h. Protocolos de atención
- i. Tipos de servicios ofertados
- j. Tarifas y temporadas

#### 2. CARACTERÍSTICAS DE LOS HUÉSPEDES.

- a. Ocupabilidad día – mes
- b. Tipo de huéspedes que se hospedan
- c. Tipo de servicio que requieren los huéspedes
- d. Promedio de permanencia de los huéspedes e. Huéspedes en tránsito
- f. Huéspedes frecuentes
- g. Satisfacción mostrada

**Fuente:** Adaptado de Luna (2016)

### ANEXO N° 03

#### PROTOTIPO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HUÉSPEDES DEL HOSPEDAJE NOELIA (elaborado en Google Formulario)

Estimado huésped, reciba un cordial saludo, y esperamos que haya disfrutado su estancia con nosotros. En este sentido y para ayudarnos a servirle mejor en el futuro, permítanos unos minutos de su tiempo para completar la presente encuesta, Gracias.

Nº	PREGUNTA	RESPUESTA LIBRE
1	Indique su género	
2	Indique su edad	
3	Indique su estado civil	
4	Cuál es su lugar de residencia	
5	Cuál es su nivel educativo	
6	Qué ocupación tiene	
7	Qué lugares frecuenta para divertirse	
8	Cuál es su ingreso mensual	
9	Por qué razón prefiere hospedaje Noelia	
10	Con que frecuencia visita el hospedaje Noelia.	
11	Acompañado de quien visita el hospedaje Noelia	
12	Qué es lo que más disfruta en el hospedaje Noelia	
13	Cómo califica el trato que recibe en el hospedaje Noelia	
14	Visitaría muchas veces el hospedaje Noelia	
15	Recomendaría visitar el hospedaje Noelia	

**Fuente:** Adaptado de Luna (2016)

## ANEXO Nº 04

### FORMULARIO DE ENCUESTA DIRIGIDA A HUÉSPEDES DEL HOSPEDAJE NOELIA – CAPTURA DE PANTALLA



## ENCUESTA A HUÉSPEDES DEL "HOSPEDAJE NOELIA"

**B I U**  

Estimado huésped, reciba un cordial saludo, y esperamos que haya disfrutado su estancia con nosotros. En este sentido y para ayudarnos a servirle mejor en el futuro, permítanos unos minutos de su tiempo para completar nuestra encuesta. Gracias

Indique su género \*

Masculino

Femenino

Indique su edad \*

Texto de respuesta breve  
.....

Indique su estado civil \*

Casado

Soltero

Conviviente

Otra...

FUENTE: Google Forms.

**ANEXO Nº 05**

**MATRIZ DE PROCESAMIENTO DE ENCUESTA DIRIGIDA A HUÉSPEDES DEL  
HOSPEDAJE NOELIA.**

**MUESTRA**

**92**

<b>Nº</b>	<b>ITEM</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>%</b>
1	EDAD	18 - 30	20%
		31 - 40	50%
		41 - 50	20%
		51 a mas	10%
2	GÉNERO	Masculino	54%
		Femenino	46%
3	ESTADO CIVIL	Casado	47%
		Soltero	40%
		Conviviente	10%
		Separado	3%
4	LUGAR DE RESIDENCIA	Piura	37%
		Lima	23%
		Tumbes	13%
		Trujillo	10%
		Otros	17%
5	NIVEL DE ESTUDIOS	Primaria	7%
		Secundaria	30%
		Superior	57%
		Otra	7%
6	RUBRO DE OCUPACIÓN	Profesional	40%
		Técnico	23%
		Negocios	17%
		Estudiante	10%
		Otros	10%
7	LUGARES QUE FECUENTA	Restaurantes	40%
		Lugares turísticos	37%
		Otros	23%
8	NIVEL DE INGRESOS	Menos de 1000	40%
		1000 á 2000	30%
		2001 a 3000	20%
		Más de 3000	10%
9	RAZON DE PREFERENCIA	Buena atención	40%
		Comodidad	37%
		Seguridad	13%

		Precio	10%
10	FRECUENCIA DE VISITA	Semanal	23%
		Mensual	43%
		En vacaciones	20%
		Esporádicamente	13%
11	PERSONAS QUE ACOMPAÑAN	Solo	20%
		Pareja	23%
		Familia	33%
		Amigos	23%
12	LO QUE MÁS DISFRUTA	La atención	47%
		Las instalaciones	13%
		La comodidad	30%
		Vista panorámica	10%
13	CALIFICACIÓN DEL TRATO	Muy bueno	80%
		Bueno	17%
		Malo	3%
		Muy malo	0%
14	INTENCIÓN DE RETORNO	Claro que sí	53%
		Sí	37%
		Talvez	7%
		No	3%
15	INTENCIÓN DE RECOMENDAR	Sí de todas maneras	37%
		Sí	50%
		Talvez	10%
		No	3%

**FUENTE:** Encuesta aplicada a huéspedes 2024.

ANEXO Nº 06

FOTOGRAFÍAS DE LAS ÁREAS FUNCIONALES DEL HOSPEDAJE NOELIA.



FUENTE: archivo fotográfico del hospedaje Noelia.

**ANEXO N° 07**  
**FOTOGRAFÍAS DE HABITACIONES Y TERRAZA DEL HOSPEDAJE NOELIA.**



**FUENTE:** archivo fotográfico del hospedaje Noelia.