

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA DE TURISMO



**Características del servicio ofertado y su impacto en la
ocupabilidad del hotel de playa Mar Azul de Zorritos - 2024**

INFORME DE TESIS

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

Br. Manuel Anthony Chuna Navarro

Br. Yulitza Del Socorro Zapata Sánchez

TUMBES – PERU

2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE TURISMO



**Características del servicio ofertado y su impacto en la
ocupabilidad del hotel de playa Mar Azul de Zorritos - 2024**

TESIS APROBADA EN FORMA Y ESTILO POR:

Dra. Armina Isabel Moran Baca (presidente)

Mg. Neiser Homero Romero Córdova (secretario)

Lic. Adriel Oser Hermenegildo Alfaro (vocal)

TUMBES – PERU

2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE TURISMO



**Características del servicio ofertado y su impacto en la
ocupabilidad del hotel de playa Mar Azul de Zorritos - 2024**

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

Br. Manuel Anthony Chuna Navarro (Autor)

Br. Yulitza Del Socorro Zapata Sánchez (Autora)

Lic. Adriel Oser Hermenegildo Alfaro (Asesor)

Lic. Leimer Rolf Otero Oviedo (Coasesor)

TUMBES – PERU

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 quince (15) días del mes de mayo del dos mil veinticinco, siendo las 18.00 horas, y en la modalidad presencial, en los ambientes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Tumbes, se reunieron los miembros del Jurado Calificador de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Tumbes, designado por **RESOLUCIÓN N° 177-2024/UNTUMBES-FACSO-D.**, Dra. Armina Isabel Morán Baca. (Presidente), Mg. Neiser Homero Romero Córdova. (Secretario), Mg. Adriel Oser Hermenegildo Alfaro. (Vocal), se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis titulada: "**CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO OFERTADO Y SU IMPACTO EN LA OCUPABILIDAD DEL HOTEL DE PLAYA MAR AZUL DE ZORRITOS – 2024**", para optar el título profesional de Licenciado en Turismo, presentado por los bachilleres en turismo **ZAPATA SÁNCHEZ, YULITZA DEL SOCORRO y CHUNA NAVARRO, MANUEL ANTHONY.**

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 al bachiller **ZAPATA SÁNCHEZ, YULITZA DEL SOCORRO** y al bachiller **CHUNA NAVARRO, MANUEL ANTHONY**, como **APROBADO POR UNANIMIDAD**, con calificativo **REGULAR.**

En consecuencia, quedan APTOS 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 veinte horas del mismo día, se dio por concluida la ceremonia académica, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, viernes 16 de mayo del 2025



Dra. Armina Isabel Morán Baca. (Presidente)
DNI N° 00236697
Orcid:0000-0002-2206-1571



Mg. Neiser Homero Romero Córdova. (Secretario)
DNI N° 18199903
Orcid: 0000-0002-8482-3279



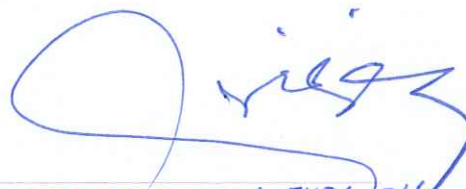
Mg. Adriel Oser Hermenegildo Alfaro (Vocal)
DNI N° 18090579
Orcid: 0000- 0001-9889-4046

Cc.

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

Características del servicio ofertado y su impacto en la ocupabilidad del hotel de playa Mar Azul de Zorritos - 2024

por MANUEL CHUNA NAVARRO
YULITZA ZAPATA SÁNCHEZ



ORCID: 0000-0001-5436-9666
Adriel Hermenegildo Alparó

Fecha de entrega: 28-may-2025 05:59p.m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 2687126201
Nombre del archivo: INFORME_FINAL_CORREGIDO.pdf (1.22M)
Total de palabras: 14175
Total de caracteres: 77341

Características del servicio ofertado y su impacto en la ocupabilidad del hotel de playa Mar Azul de Zorritos - 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%	13%	1%	6%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet		4%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet		2%
3	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	<i>ADRIEL</i> ORCID: 0000-0001-5436-966 Adriel Herrerregildo Alparó	2%
4	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet		2%
5	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet		2%
6	www.repositorioacademico.usmp.edu.pe Fuente de Internet		1%
7	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet		<1%
8	www.coursehero.com Fuente de Internet		<1%

1library.co

9	Fuente de Internet		<1 %
10	empleandoya.blogspot.com Fuente de Internet		<1 %
11	Submitted to Ilerna Online Trabajo del estudiante		<1 %
12	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet		<1 %
13	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	ORCID: 0000-0001-5436-9666 Adriel Hermenegildo Alvaro	<1 %
14	revistascientificas.una.py Fuente de Internet		<1 %
15	Submitted to Aliat Universidades Trabajo del estudiante		<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 15 words

Excluir bibliografía

Activo

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a Dios, dador de inmensa sabiduría quien me guío en el camino, y me permitió alcanzar dicha meta. A mi amada familia, cuya formación y valores, fueron pilar fundamental en mi vida, ya que con su apoyo logré superar cada obstáculo y nunca rendirme.

Manuel

La presente tesis está dedicada a Dios ya que gracias a él, logré culminar mis estudios universitarios con éxito, a mis queridos padres por su apoyo y motivación en cada momento de mi vida.

Yulitza

AGRADECIMIENTO

Un sincero agradecimiento a los promotores del hospedaje de playa Mar Azul, por su desinteresado apoyo para llevar a cabo el levantamiento de información de campo; sin su ayuda hubiese sido muy difícil lograr los objetivos planteados y las tareas para materializar la presente tesis.

Un agradecimiento a nuestros asesores y miembros del jurado, quienes con sus conocimientos encaminaron correctamente el proceso y logro de los resultados del presente trabajo de investigación.

Los autores

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTOS	ix
ÍNDICES	x
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
I INTRODUCCIÓN	15
II REVISIÓN DE LITERATURA	
1 Bases teóricas	16
2 Antecedentes	23
III MATERIAL Y MÉTODOS	
1 Tipo de estudio	28
2 Población muestra y muestreo	28
3 Métodos, técnicas en instrumentos	28
4 Plan de procesamiento de información	30
IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	
1 Características del servicio en el hospedaje de playa Mar Azul	31
2 Comportamiento de la ocupabilidad período enero – diciembre	37
3 Calidad de servicio e impacto en la ocupabilidad	43
4 Discusión	49
V CONCLUSIONES	53
VI RECOMENDACIONES	54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55
ANEXOS	

INDICES DE TABLAS Y FIGURAS

TABLAS

01	Hotel Mar Azul de Zorritos: impacto percibido en su ocupabilidad	45
----	--	----

FIGURAS

01	Hospedaje Mar Azul: afluencia mensual de huéspedes 2024.	36
02	Hospedaje Mar Azul: afluencia mensual de comensales 2024.	37
03	Perfil general del huésped del hospedaje Mar Azul 2024.	38
04	Perfil general del visitante del hospedaje Mar Azul 2024.	39
05	Clientes del hospedaje Mar Azul según permanencia 2024.	40
06	Clientes, según razón de preferencia y opinión general del hospedaje.	42
07	Clientes, según opinión sobre instalaciones y equipamiento.	43
08	Clientes, según opinión sobre comida y trato recibido.	44
09	Clientes, según intención de retorno y recomendación.	45

INDICE DE ANEXOS

01	Guía de observación en el hospedaje Mar Azul – Zorritos	56
02	Guía de entrevista a trabajadores del hospedaje Mar Azul – Zorritos	57
03	Matriz de encuesta sobre satisfacción del cliente en el hospedaje Mar Azul – Zorritos	58
04	Captura de pantalla cuestionario en línea aplicado sobre satisfacción del cliente en el hospedaje Mar Azul – Zorritos	59
05	Mapa de ubicación del hospedaje Mar Azul en Tumbes y el Perú	60
06	Fotografías de las diferentes áreas del hospedaje Mar Azul	61

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tiene como objetivo central, analizar cuáles son las características del servicio ofertado y su impacto en la ocupabilidad del hospedaje de playa Mar Azul de Zorritos; teniendo en cuenta que ambos aspectos están íntimamente relacionados, tal como se ha demostrado a través de otras investigaciones y artículos publicados. Para tal propósito, la investigación fue enfocada como un estudio básico, descriptivo, cualitativo y no experimental, a través de técnicas de investigación como: revisión bibliográfica, entrevistas al personal del establecimiento, registro de datos dentro del hospedaje y encuestas aplicadas a los clientes. Los resultados obtenidos demuestran que el servicio brindado por el hospedaje Mar Azul se fundamenta en buenas instalaciones y eficiente atención al cliente, lo que influye notoriamente en los arribos, permanencia, satisfacción y por ende un alto índice de ocupabilidad durante todo el año.

Palabras Clave:

Tipo de servicio

Ocupabilidad hotelera

ABSTRACT

The main objective of this research is to analyze the characteristics of the service offered and its impact on the occupancy of the Mar Azul beach lodging in Zorritos, taking into account that both aspects are closely related, as has been demonstrated through other research and published articles. For this purpose, the research was focused as a basic, descriptive, qualitative and non-experimental study, through research techniques such as: bibliographic review, interviews with the establishment's staff, data registration within the lodging and surveys applied to clients. The results obtained show that the service provided by the Mar Azul lodging is based on good facilities and efficient customer service, which significantly influences arrivals, permanence, satisfaction and therefore a high occupancy rate throughout the year.

Keywords:

Type of service

Hotel occupancy

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación, analiza la problemática que vincula el tipo y características del servicio que brinda a sus clientes un establecimiento de hospedaje, con el comportamiento de la demanda en cuanto a la ocupabilidad que dicho establecimiento tiene; de esta forma, este estudio se inició teniendo como problema principal de investigación la interrogante: ¿Cuáles son las características del servicio de alojamiento ofertado, y su impacto en la ocupabilidad del hotel de playa Mar Azul de Zorritos? Esta problemática ha sido estudiada en otros contextos a través de trabajos de investigación de tesis (Alvarado, 2022; Lipa, 2017; Loli, 2021), en los cuales se analiza cómo el tipo y calidad del servicio influyen directamente en los índices de ocupabilidad de los establecimientos de hospedaje estudiados, de forma similar con los resultados hallados en el presente estudio de tesis. De esta manera, se analizan los aspectos vinculados con el servicio que se brindan en un hospedaje, tanto a nivel físico como son: el tipo de instalaciones, los diferentes ambientes donde se llevan a cabo los procesos de atención al cliente, los equipamientos necesarios para facilitar las prestaciones, así como el desempeño del personal que tiene a cargo la atención directa e indirecta al cliente. Asimismo, se trata sobre el comportamiento del cliente con relación a factores como los arribos o afluencia, la permanencia dentro del establecimiento, los indicadores principales de satisfacción respecto de los servicios recibidos dentro del hospedaje.

La importancia de este estudio, se evidencia en los hallazgos hechos dentro del establecimiento estudiado, tanto a nivel de factores positivos de servicio, así como factores de deficiencia que van a permitir generar o dar origen a propuestas futuras de mejora dentro del establecimiento. De otro lado, evidencia el perfil de un cliente que manifiesta ciertos rasgos de conducta de consumo a partir del estímulo “servicio recibido”, dentro de un segmento de alojamientos de playa, caracterizados por tener bajo promedio de demanda anual, debido a la estacionalidad marcada por la estación verano entre los meses enero a marzo. De esta forma el presente estudio se estructura en tres capítulos; el primero hace la descripción del servicio que se brinda en Mar Azul y sus características; el segundo, trata sobre el comportamiento del cliente respecto en función del servicio que el establecimiento brinda, y el tercero analiza algunos aspectos de influencia del servicio sobre la ocupabilidad en el hospedaje.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

1. BASES TEÓRICAS

SERVICIO DE ALOJAMIENTO.

El servicio de alojamiento dentro de la actividad turística es la oferta de hospedaje a cambio de un beneficio económico en habitaciones apropiadamente provistas y dotadas de al menos una cama como elemento esencial para un pernocte placentero, el cual se ofrece como un principal servicio a los turistas, viajeros y huéspedes de un establecimiento de hospedaje. Según Cortes (2023), alojamiento es el servicio a través del cual un establecimiento (hotel u otro) proporciona una habitación para que una persona llamada huésped pueda utilizarla por un plazo determinado, a cambio de una compensación económica; siendo la habitación el elemento principal del servicio al cual se le puede añadir elementos complementarios vinculados con alimentos o equipamiento especializado.

La OMT (2014), considera como alojamiento a todo establecimiento que preste el servicio de hospedaje al público, a cambio de una contraprestación que es principalmente económica, la cual puede ser de modo temporal o permanente, de acuerdo a la naturaleza del servicio brindado según las necesidades del huésped, que también puede incluir algunos servicios complementarios dentro de la actividad turística.

Según menciona Diaz y Santana (2016), actualmente la promoción realizada para el servicio de alojamiento debe ser combinada a través de comercialización directa mediante sitios web y redes sociales, donde se pueden utilizar distintos intermediarios como Booking, AirBnb y TopRural. En correspondencia con este argumento la promoción turística brinda oportunidades de seducción de clientes hacia los alojamientos turísticos y contribuye a brindar mayor accesibilidad a la información dentro de la actividad turística, tomando como base principal las plataformas digitales enfocadas en la promoción de los diferentes tipos de alojamiento. De esta manera, el enfoque teórico del presente estudio, considera dos dimensiones dentro del servicio de alojamiento que son las instalaciones y el recurso humano, dimensiones que en interacción buscan satisfacer las necesidades y expectativas de los huéspedes.

Instalaciones

Son instalaciones de alojamiento aquellas estructuras físicas vinculadas con la ingeniería civil y la arquitectura cuyo resultante es una construcción o edificio que cuenta con diferentes ambientes destinados al alojamiento temporal de viajeros o turistas. Según Wilches-Arango et al. (2011), para obtener un desarrollo eficiente dentro de las operaciones desarrolladas en un establecimiento de hospedaje, es importante tener en cuenta desde un principio el diseño que se requiere para las instalaciones, las cuales deben ir de la mano con las estrategias establecidas para la funcionabilidad del establecimiento de hospedaje, así como para la satisfacción de las necesidades tangibles e intangibles de sus clientes fidelizados como de sus futuros clientes. El diseño de las instalaciones en la actividad turística es considerado un aspecto clave que contribuye con generar un valor agregado tanto en las operaciones como en los huéspedes del establecimiento. Se tiene en cuenta que el diseño físico de un establecimiento de hospedaje altera la percepción de un cliente en relación a la calidad que le va a ofrecer el establecimiento de hospedaje.

- **Edificaciones**

Se entiende por edificación a una construcción o edificio cuya finalidad puede ser diversa: tal como menciona Ingenium (2022), que una edificación es una estructura construida para ser habitada o utilizada para una variedad de fines como: residencia, comercio, industria, función gubernamental, en cuyo diseño y construcción intervienen especialistas y se utilizan gran variedad de materiales. Del mismo modo, Según el MVCS (2006), se definen las edificaciones como, obras de carácter permanente, cuyo destino es albergar actividades humanas; considerando dentro de las edificaciones aquellas instalaciones fijas, así como las complementarias que se encuentran adscritas a la edificación y hacen posible su funcionalidad. En el caso del servicio de alojamiento, las edificaciones tienen características particulares vinculadas con la finalidad de alojar personas (huéspedes) temporalmente brindándoles las comodidades que este requiere durante su estancia.

- **Ambientes**

Los ambientes como parte de las instalaciones y edificaciones arquitectónicas, son cada uno de los espacios interiores y exteriores

destinados a un uso específico; de tal manera que, en términos de alojamiento, los ambientes de la edificación son, por ejemplo: la recepción, sala de espera, las habitaciones, la cafetería, etc. Para IHCS (2024), los ambientes son el producto del diseño y distribución de los espacios que son destinados a diferentes actividades parte del servicio de alojamiento, diseño y distribución que debe ser eficiente y funcional para dar la mayor comodidad posible a los huéspedes. Asimismo, Turley y Fugate (1992), establecen que el ambiente puede ser considerado como un componente o factor de la imagen de venta que al mismo tiempo es considerado como un espacio proyectado que se analiza previamente para influir en los consumidores por las características específicas que se le han implementado.

- **Equipamiento**

El equipamiento de un establecimiento que brinda el servicio de alojamiento, está conformado por un conjunto de artefactos, mobiliario y otros enseres que permiten a establecimiento en mención tener funcionalidad y brindar la satisfacción de necesidades que el huésped requiere; es decir, son los elementos complementarios que permiten un mejor uso de los diferentes ambientes de un hotel, hostel, albergue u otro tipo de alojamiento.

En tal sentido, ESAH (2023), afirma que el equipamiento de un establecimiento que aloja huéspedes, es un factor muy importante que no puede dejar de considerarse, principalmente en lo referente a cama y ropa de cama, mesas, sillas, espejos, televisor, caja fuerte, aparador, entre otros. Del mismo modo, Mottura (2024), considera algunas tendencias respecto del equipamiento para hoteles, destacando aspectos como: eficiencia energética, sostenibilidad, diseño personalizado, formatos compactos para la optimización de espacios, funcionalidad y versatilidad, seguridad y mínimo mantenimiento.

Recurso humano

Según Vallejo (2016), el termino recurso humano se refiere a la persona como un instrumento dentro de una organización, que si bien es cierto posee habilidades y características que contribuyen con el movimiento y acción de una organización, manifiesta que deben ser considerados el capital principal dentro

de la organización, puesto que, el tener a la persona idónea requiere de un proceso eficiente de reclutamiento, selección y capacitación para el desarrollo de trabajos competitivos. Asimismo, menciona que las empresas de hoy no son las mismas que ayer, debido a los cambios que surgen de forma constante en el mundo empresarial, por lo tanto, los recursos que forman parte de una empresa deben acomodarse a las necesidades diarias y a los cambios que se suscitan en el ambiente empresarial para que la empresa no se vuelva obsoleta y pueda ser competitiva en el mercado. Para el presente estudio, se considera tres aspectos básicos necesarios que debe tener el recurso humano que son: las aptitudes, las actitudes y la atención al huésped.

- **Aptitudes**

Una aptitud se entiende como la capacidad de un individuo para realizar una determinada actividad, lo cual en términos laborales representa la calidad de ser y estar apto o preparado para enfrentar las tareas según los requerimientos establecidos por la organización o persona que contrata los servicios laborales. Tal como sostiene Lorén (2024), las aptitudes laborales son determinadas habilidades personales que aportan valor a un empleo y son parte inherente a una persona, pero también pueden mejorarse a través del entrenamiento, la experiencia y son beneficiosas para el trabajador y la empresa o empleador: de esta manera, son aptitudes laborales más valoradas: la actitud positiva, la flexibilidad, la creatividad, la capacidad de liderazgo, la comunicación, la inteligencia emocional, la solución de problemas, el control del estrés, el pensamiento crítico, la perseverancia, la iniciativa y la resiliencia.

- **Actitudes**

Una actitud en el ámbito laboral está referida a la conducta laboral o forma de actuación y postura de un trabajador frente a los requerimientos que impone una determinada función o puesto de trabajo; es decir, la voluntad y nivel de entrega que un trabajador manifiesta sobre las responsabilidades asignadas. Según Naveros (2023), las actitudes en el ámbito del trabajo están referidas a la predisposición mental y emocional de una persona con relación a su trabajo y organización o grupo laboral, que se manifiesta a

través de su comportamiento y desempeño. De esta manera sostiene la autora, que la actitud laboral implica la demostración de aspectos como: entusiasmo, compromiso, proactividad, empatía, interés, entre otras, de tal forma que, será posible encontrar en un entorno laboral actitudes positivas como proactividad, servicio, aprendizaje, trabajo en equipo; sin embargo, también se puede encontrar actitudes negativas.

- **Atención al huésped**

La atención al huésped se puede definir como un proceso formado por un conjunto de acciones que se llevan a cabo para satisfacer los requerimientos y necesidades inmediatas del huésped, a través de diferentes canales, pudiendo ser de forma personal, a través del teléfono, las redes sociales u otro medio. A decir de Moreno (2023), la atención al huésped son el conjunto de acciones enfocadas en mejorar la experiencia de éste, a través de la puesta en marcha de procesos de resolución de problemas, dudas u otro requerimiento específico de forma inmediata y efectiva. Dentro de este contexto, Pangan (2020), determina algunos aspectos que hacen de la atención una mejor experiencia para el cliente o huésped, cuando afirma que: las pequeñas cosas significan todo (detalles), una sonrisa sincera hace la diferencia, llamar al cliente por su nombre, anticipar facilitar incluso exceder, hacer algo más de lo requerido, manejar los inconvenientes con actitud positiva; son entre otros los detalles que marcan la diferencia y elevan la calidad de la atención.

OCUPABILIDAD HOTELERA

El término ocupabilidad en alojamiento hace referencia a la cantidad de camas ocupadas por día respecto del total de capacidad de un establecimiento que puede ser hotel, hostel, albergue u otro tipo de establecimiento que presta dicho servicio. Al respecto, Lacalle (2023) afirma que la ocupabilidad hotelera también llamada tasa de ocupabilidad o índice de ocupabilidad, es el porcentaje de habitaciones o camas ocupadas en un determinado momento, en comparación con el total de habitaciones o camas disponibles en ese mismo momento, índice que se puede calcular por día, semana, mes o año dependiendo de la necesidad del dato. De otro lado, para Barten (2024), la ocupabilidad es la medición de

cuántas habitaciones están ocupadas como porcentaje de las habitaciones disponibles, relación a la cual denomina tasa de ocupabilidad.

Huéspedes.

Los huéspedes son personas que compran el derecho de uso de una habitación en un establecimiento de alojamiento, por un tiempo determinado a cambio de un pago monetario; de esta forma un huésped puede ser un viajero, un visitante o turista extranjero, un visitante o turista nacional e incluso un residente local. Según Mincetur (2014), un huésped es una persona natural a cuyo favor se presta el servicio de alojamiento; de esta forma, un establecimiento de hospedaje maneja un registro de huéspedes ya sea en fichas, libros o en medios digitales, con datos generales del huésped, motivo de viaje, fechas de ingreso y salida, habitación asignada y la tarifa cobrada por el servicio. Asimismo, Schauble (2015), afirma que los huéspedes se caracterizan por su diversidad en cuanto a características culturales, demográficas, intereses, etc. habiendo segmentos como mochileros, familias, personas mayores, viajeros de negocios, turistas, entre otros. Por tanto, para entender a los huéspedes y su influencia en la ocupabilidad, se aborda a continuación dos indicadores que son los arribos y la composición de éstos.

- **Arribos**

El término arribo en alojamiento está referido a las llegadas de huéspedes que contratan el servicio de alojamiento y pernocte en un establecimiento de hospedaje, siendo la cantidad de estos arribos conjuntamente con el pernocte, factores para medir el índice de ocupabilidad. En el Perú, según la plataforma datos Turismo (2023), los arribos se miden a través de las estadísticas hechas en base a los registros de huéspedes que realizan los establecimientos de hospedaje y son organizados a partir de diferentes criterios, principalmente por procedencia extranjera, nacional o local; es decir, los arribos y pernoctaciones son el resultado de la encuesta mensual que se aplica a los establecimientos de hospedajes a nivel nacional, siendo arribos el número de huéspedes o visitantes que se alojaron en el establecimiento de hospedaje, por lo tanto, se encuentran registrados en el libro de huéspedes y pernoctaciones se refiere al número total de noches

que los huéspedes o visitantes que arribaron al hospedaje permanecen en él.

- **Perfil del huésped.**

El perfil de un huésped está referido a las características y particularidades similares en un grupo de clientes hoteleros, es decir aquellos huéspedes que tienen rasgos de consumo, conducta, preferencias y otros rasgos comunes. En tal sentido, Lacalle (2022), sostiene que en esencia el perfil de un huésped es el conjunto de datos sobre su comportamiento que sirve como herramienta para optimizar las operaciones hoteleras a partir del conocimiento de las acciones, preferencias, datos históricos de consumo, reservas, servicios personalizados y otros datos, de tal forma que se pueda determinar una tendencia y el tipo de huésped al que pertenece. De esta manera se determina la composición de los huéspedes atendiendo al factor tiempo como; huéspedes temporales, constantes, permanentes o fieles; por sus características personales como huéspedes: nómadas digitales, de larga estancia, de negocios, turistas senior, familias, viajeros de lujo, entre otros.

Permanencia.

El término permanencia indica el tiempo expresado en horas o días, que un huésped adquiere y utiliza un servicio de alojamiento en alguno de los diferentes tipos de establecimiento de hospedaje. Según la RAE (2024) permanencia es definido como la estancia en un lugar o sitio, de esta manera en el caso hotelero, son los días de estadía o pernoctación de un huésped en un hotel u otro establecimiento de hospedaje. Para Bembibre (2010), el término permanencia se utiliza para definir una actividad o fenómeno respecto a su duración en el tiempo, es decir, si se aplica al alojamiento, será el tiempo en que un huésped está alojado o utiliza los servicios de un establecimiento de hospedaje. La permanencia es un indicador que sirve para calcular los ingresos de un establecimiento de hospedaje, así como medir la contribución del turismo en la economía local, teniendo en cuenta si la permanencia es corta o prolongada.

- **Estancia prolongada.**

La estadía o estancia prolongada, es la permanencia de un huésped por un tiempo superior al promedio de días de estadía dentro establecimiento de

hospedaje. Según Marrero (2016), en el glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados, determina la estancia prolongada como la extensión de la estancia una vez transcurrida la fecha de salida prevista inicialmente, dando a entender que el servicio brindado en el establecimiento ha cumplido e incluso las ha sobre pasado las expectativas del huésped respecto al servicio que este pensó que se le iba a brindar. Dentro de este contexto, diversos establecimientos de hospedaje a nivel mundial, dada la dura competencia que existe en el mercado del alojamiento, están especializando sus servicios hacia huéspedes que buscan hospedaje por tiempos largos.

- **Estancia Breve**

La estancia corta o breve, a diferencia de la estancia prolongada, se define como la estadía inferior al promedio de estancia que un huésped tiene en un establecimiento de hospedaje, dicha estancia puede una noche o incluso horas solamente. Marrero (Op cit,) define la estancia corta o estancia breve, al periodo en el que un cliente ocupa una habitación, sin extender su estancia por mayor tiempo, solo realiza su permanencia dentro de los parámetros establecidos inicialmente en su reserva en incluso se retira anticipadamente. Este tipo de estancias se presentan generalmente en establecimientos de ruta donde los turísticas permanecen por periodos cortos y luego viajan a otro lugar para continuar su recorrido turístico.

2. ANTECEDENTES

Lipa, L. y Salas, Z. (2017), desarrollaron un estudio de investigación de tesis titulado Servicios turísticos y ocupabilidad del hotel Libertador Arequipa - 2016, dicho trabajo planteó como objetivo general el evaluar los servicios turísticos y la ocupabilidad del Hotel Libertador Arequipa, y como objetivos específicos; el análisis de los servicios del área de comunicación y marketing del Hotel Libertador; el análisis de los servicios del área de bebidas y alimentos, analizar los servicios del área de recepción del hotel libertador así como el análisis de la ocupabilidad del mencionado establecimiento. Las conclusiones a las cuales llegaron con el presente estudio fueron las siguientes:

- Los servicios del área de comunicación y marketing del Hotel Libertador Arequipa se caracterizan por el uso de internet, por las publicaciones que se realizan mediante actividades o eventos que organiza el hotel, teniendo como limitante la falta de autonomía para realizarlo en los medios de comunicación.
- Los servicios de bebidas y alimentos del Hotel Libertador Arequipa, tuvieron buena valoración en comparación con otros hoteles del área, siendo la principal fortaleza el compromiso que existe en el área en mención, la cual posee visión a futuro para la utilización de metodología acorde al tiempo para el desarrollo eficiente de los procesos de atención y producción de alimentos y bebidas, así como la ejecución y desarrollo de estrategias de marketing.
- Los servicios del área de recepción son valorados con un buen nivel, dadas las virtudes de sus trabajadores y la visión a futuro que poseen. Pero teniendo un error principal, el cual es la falta de relación e interconexión que posee con las demás áreas del hotel.
- En el periodo de estudio la ocupabilidad del Hotel Libertador Arequipa es aceptable dado que alcanza a cubrir los dos tercios de su capacidad. Habiendo sido establecida como parte de las proyecciones que se realizaron para obtener el punto óptimo de ocupabilidad.

Alvarado, M. (2022), realizó el estudio de tesis titulado: La tasa de ocupabilidad hotelera y su efecto en la rentabilidad financiera en el Perú, 2016-2021, planteándose como objetivo general: identificar el tipo de relación entre la tasa de rentabilidad financiera y la tasa de ocupación hotelera a nivel nacional durante el periodo 2016-2021. Asimismo, propuso objetivos específicos como: determinar el efecto parcial en la tasa de rentabilidad financiera frente a cambios en la tasa de ocupabilidad hotelera de los turistas, determinar el efecto parcial en la tasa de rentabilidad financiera frente a cambios en la tarifa promedio por habitación vendida, determinar el tipo de relación existente entre la tasa de rentabilidad financiera y la tasa de crecimiento económico y por último, determinar el tipo de relación existente entre la tasa de rentabilidad financiera y la tasa de crecimiento del nivel de precios durante el periodo mencionado. Obteniendo como resultado lo que se resume mediante las siguientes conclusiones:

- Los resultados empíricos confirmaron la existencia de una relación lineal positiva y significativa entre la tasa de rentabilidad financiera y la tasa de ocupación hotelera a nivel nacional para el periodo 2016-2021. Ello debido a que la probabilidad de significancia individual de la tasa de ocupación hotelera es menor al 1%, 5% y 10% de niveles de significancia.
- Se confirmó una existencia de un efecto positivo y significativo en la tasa de rentabilidad financiera frente a incrementos en la tasa de ocupación hotelera de los turistas, cuyo efecto parcial de la tasa de ocupabilidad hotelera sobre la rentabilidad financiera se estimó en 3.08875 unidades monetarias; sugiriendo incrementos en una unidad porcentual de la tasa de ocupabilidad hotelera por habitación, impactara en incrementos de 3.08875 unidades monetarias en soles sobre la rentabilidad financiera hotelera.

Lazo, D. (2018), realizó la investigación de tesis titulada: La calidad de los servicios al huésped en el ámbito hotelero en la región de puerto Pizarro – Tumbes para su desarrollo Turístico en 2018; planteo como objetivo general: demostrar la calidad de servicios al huésped en el ámbito hotelero en la zona de Puerto Pizarro en Tumbes para mejorar la afluencia de huéspedes; así mismo, planteó objetivos específicos como: analizar los elementos tangibles de la infraestructura hotelera y su problemática a los huéspedes que los visitan y capacitar a los empresarios hoteleros de la zona de Puerto Pizarro sobre seguridad y conocimiento para mejorar la atención en base al modelo Servqual. La investigación llego a concluir que:

- Hoy en día es de suma importancia el tema de calidad de los servicios, siendo la principal característica que el huésped nota al obtener el servicio siendo un signo de comodidad y seguridad durante el periodo de su visita.
- Asimismo, encontró que no existe una mejora continua del servicio en la zona de estudio, siendo una forma deficiente de generar calidad en el servicio para mejorar el promedio de estancia de los huéspedes
- Concluyó que una buena forma de hacer crecer la propuesta de mejorar la calidad de los servicios hoteleros al huésped es mejorar la calidad en el servicio ofertado, recomendando que los asociados deban ser capacitados en temas de calidad para brindar un servicio de calidad en el rubro.

Loli, C. (2021), llevó a cabo una investigación de tesis titulada: Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019; con el objetivo de identificar la relación que existe entre calidad de servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019. Planteó asimismo objetivos específicos como: identificar la relación de la calidad de las instalaciones en hoteles categorizados de Carhuaz en la satisfacción de turistas nacionales durante e identificar la relación entre la organización del servicio respecto de la satisfacción de turistas nacionales durante em período en mención. Obteniendo como conclusiones las siguientes:

- La calidad del servicio que prestan los hoteles de la provincia de Carhuaz con la satisfacción, concluyo que el 41% de los turistas consideran que los establecimiento de hospedaje de Carhuaz ofrecen un servicio de mala calidad, mientras que el 34% considera que ofrecen un servicio de buena calidad y que de acuerdo con la evaluación realizada a los turistas nacionales obtuvo que un 41% considera que la atención recibida no fue buena mientras que el 35% si considero que la atención fue de buena calidad.
- La evaluación realizada a la administración de los servicios, se obtuvo que el 39% de los turistas que se hospedaron en algún hospedaje en Carhuaz considera que poseen una mala administración, es decir que no han cumplido sus expectativas y no se encuentran satisfechos con los servicios ofrecidos por los establecimientos de hospedaje y un 34% consideró que si tienen una buena administración y que cumplen con las expectativas que tiene el turista lo que podría influir en una estadía más prolongada.
- Se recomendó que la investigación sea ampliada, dado que no se investigó por un periodo mayor debido a la pandemia, pero dentro de las recomendaciones alcanzadas se determinó que se deben realizar talleres de capacitación que permitan generar estándares de calidad de manera uniforme para todos los establecimientos de hospedaje de Carhuaz y así mejorar la calidad del servicio brindado.

Torres, S. (2020), realizó una investigación de tesis titulada: Análisis del impacto de la Covid-19 en la ocupabilidad del hotel Costa del Sol Cajamarca, en el año 2020, en la cual se planteó como objetivo general: determinar si la ocupabilidad

mensual y de segmentos presentes en el Hotel Costa del Sol Cajamarca disminuyo, aumento o se mantuvo a causa de la COVID-19 durante los meses de marzo a diciembre del año 2020, y como objetivos específicos: identificar la segmentación hotelera que predomino en el Hotel Costa del Sol Cajamarca, durante la COVID-19 en el año 2020, medir la ocupabilidad mensual del Hotel Costa del Sol Cajamarca en los años 2019 y 2020 y comparar la ocupabilidad mensual del año 2019 con respecto a la del año 2020. El estudio concluyo que:

- El coronavirus en el año 2020, tuvo un impacto negativo en la ocupabilidad de las habitaciones y permanencia en el Hotel Costa del Sol Cajamarca, estando muy por debajo del nivel de venta en comparación con la obtenida en el año 2019, siendo las cifras las siguientes; año 2019 se vendieron 17 164 habitaciones y en el año 2020 se vendieron un total de 9 154 habitaciones, teniendo un desbalance de 8 010 habitaciones en relación al año 2019.
- El segmento corporativo el que ocupo el primer lugar en ventas durante los meses de marzo a diciembre del año 2020, registrando casi la mitad de la venta de habitaciones con 4 200 de 9 154 habitaciones vendidas. Entendiéndose que a pesar de los momentos difíciles y críticos que se vivió a causa de esta pandemia mundial este segmento que pertenece a colaboradores de empresas privadas, ayudo de alguna manera a mantener la estabilidad financiera del hotel.
- Una de las recomendaciones más resaltante, donde se recomienda a la gerencia del Hotel Costa del Sol Cajamarca, el encaminar y/o fortalecer sus estrategias de ventas priorizando el segmento corporativo de estancia prolongada, desarrollando convenios con empresas que aun no se encuentren en la cartera de clientes del Hotel, dado que con el desarrollo de esta investigación se determinó que este segmento corporativo lidero las ventas aun en una situación extrema como lo fue la pandemia por la COVID-19.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

1. TIPO DE ESTUDIO.

El presente trabajo tiene las siguientes características metodológicas:

- Por los objetivos, es básico.
- Por el nivel de profundidad es descriptivo.
- Por el tipo de información que recogerá, es cualitativo,
- Por el tratamiento de las variables, es no experimental.

2. POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO

a) Población. Estuvo constituida por el conjunto de clientes que arriban al establecimiento hospedaje Mar Azul; asimismo, los trabajadores de dicho establecimiento, vinculados con la atención al huésped.

b) Muestra. Por ser una investigación básica, descriptiva, cualitativa, se consideró una muestra de 3 trabajadores del hospedaje Mar Azul - Zorritos. Asimismo, un total de 84 clientes de dicho establecimiento.

c) Muestreo. Teniendo en cuenta que esta es una investigación cualitativa no correlacional, se tomó como criterio el muestreo por conveniencia. Es decir, se seleccionó al 100% de los trabajadores del establecimiento de hospedaje para entrevistarlos. Asimismo, mediante el uso de un software en línea y tomando en consideración referencialmente un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 9% dio como resultado 84 clientes.

3. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

a) Métodos. Esta investigación utilizó los siguientes métodos.

- **Revisión bibliográfica.** Este método hizo posible realizar el estudio de otros trabajos y teoría sobre el tema de investigación, es decir, artículos y tesis, así como la teoría general de bibliografía principalmente digital en línea, referida a las variables servicio de alojamiento y ocupabilidad hotelera.
- **Opinión de involucrados.** Con este método se llevó a cabo una aproximación a los trabajadores del hospedaje Mar Azul - Zorritos, de quienes se obtuvo información relevante sobre los servicios de alojamiento y datos estadísticos sobre la ocupabilidad hotelera del

establecimiento. Asimismo, este método permitió recabar información de parte de los clientes del establecimiento.

- **Observación.** A través de este método se pudo observar el accionar de los involucrados en los procesos como se brinda el servicio de alojamiento en Mar Azul y que influencia tiene en la permanencia de los huéspedes del establecimiento.
- **Análisis y síntesis.** Sirvió para llevar a cabo la clasificación, interpretación y síntesis de la información que se obtuvo del trabajo de campo a través de las entrevistas, encuesta en línea y la observación participante.

b) Técnicas. Se aplicaron las siguientes técnicas.

- **Entrevistas.** Permitted un acercamiento personal con los trabajadores del hospedaje Mar Azul - Zorritos cuya labor se centra en brindar el servicio de alojamiento y expendio de alimentos en el establecimiento, asimismo, un acercamiento a los huéspedes para conocer sus opiniones acerca de la atención recibida.
- **Encuestas.** Permitted conocer la apreciación de los clientes que visitan el establecimiento, con relación a su perfil general, número de arribos promedio y permanencia.
- **Registro de datos.** Esta técnica permitió recabar información a partir de la observación, sobre la ocupabilidad hotelera que posee el hospedaje Mar Azul – Zorritos, asimismo, la revisión de data en archivos.
- **Clasificación organización y redacción.** Se llevó a cabo durante la etapa de trabajo de gabinete como la etapa final del proceso en el cual se definió y organizó los resultados que se incluyen en el presente informe final de tesis, de acuerdo a los objetivos que fueron planteados en el proyecto.

c) Instrumentos. Los instrumentos de recojo de información fueron.

- **Guía de entrevistas.** Este instrumento incluyó un conjunto de preguntas guía con temas sobre el servicio de alojamiento, lo cual permitió un acercamiento a la práctica del servicio para tener una idea

cabal sobre la calidad del servicio que se brinda en el hospedaje Mar Azul - Zorritos.

- **Guía de observación.** Este instrumento permitió organizar la observación de acuerdo a los diferentes indicadores que fueron considerados como parte de las variables de estudio, les decir sobre el servicio de alojamiento y ocupabilidad hotelera.
- **Instrumentos electrónicos.** Sirvieron para recabar información en imágenes y audios sobre el espacio en estudio; asimismo, para el procesamiento de la información final.

4. PLAN DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN

- Los datos obtenidos de la revisión bibliográfica fueron incluidos en las bases teóricas el presente estudio, sin embargo, también fueron utilizados en la fase de discusión y sustentación de los resultados de la investigación.
- Las entrevistas fueron procesadas a través de su clasificación por variables, indicadores e ítems, también se elaboraron resúmenes en texto o figuras que han sido incluidas en el presente informe de tesis.
- Los datos obtenidos mediante la observación se procesaron utilizando criterios de clasificación y redacción de resúmenes en párrafos de acuerdo a la estructura presenta en el informe final de tesis.
- La información total obtenida, clasificada y organizada, sirvió para hacer análisis y síntesis teniendo como guía el esquema normado por el nuevo Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

1. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO EN EL HOSPEDAJE DE PLAYA MAR AZUL.

El hotel playa Mar Azul, es un establecimiento de hospedaje de tipo emprendimiento familiar, localizado geográficamente en la avenida 28 de Julio S/N en el sector Los Pinos Sur de la ciudad de Zorritos, comprensión de la provincia de Contralmirante Villar en el departamento de Tumbes, norte del Perú (Anexo 05), se ubica junto a la carretera Panamericana Norte desde donde se accede, y por el norte con el mar de Tumbes, a ambos lados del predio que ocupa se ubican otros hospedajes de playa. Este hospedaje tiene una administración bajo la responsabilidad de una familia, cuyos integrantes cooperativamente laboran en las diferentes áreas del establecimiento, el mismo que viene funcionando desde el año 2015.

1.1 INSTALACIONES.

A. Edificación. Las instalaciones del hospedaje ocupan un predio aproximado de 4,590 metros cuadrados en un terreno ligeramente inclinado. Sus estructuras son mixtas, es decir parte de sus instalaciones están construidas en material noble (cemento, piedra, arena) y otra parte está construido en material de tipo y estilo rústico (caña de guayaquil y madera, los techos íntegramente son de láminas de eternit y calamina, el hospedaje es de un solo piso. La distribución arquitectónica del establecimiento es longitudinal debido a la forma rectangular del terreno con estructuras que tienen la siguiente función: ingresando a la izquierda y derecha se ubica las viviendas familiares de los dueños del establecimiento, seguidamente se ubica una cochera a la derecha y a la izquierda en forma consecutiva se ubican las habitaciones, a continuación se encuentra la recepción, seguida del área de restaurante, luego las piscinas, siempre a la izquierda las habitaciones, luego el acceso a la playa.

B. Ambientes. El establecimiento de hospedaje cuenta con los siguientes ambientes (Anexo 06), que están dedicados exclusivamente al servicio de los huéspedes y comensales que lo visitan.

- **Recepción:** está ubicado en la parte central del establecimiento, y ocupa un ambiente semi abierto que cuenta con un mostrador de atención al huésped, está construido con paredes de caña de guayaquil y madera. Está equipada con silla para el recepcionista, un rack de llaves, una laptop utilizada para difusión de actividades en redes sociales. El registro de huéspedes se hace manualmente en un libro de visitas en el cual el huésped registra sus datos personales.
- **Sala de espera:** no cuenta con un ambiente destinado específicamente a la espera, pero este servicio se brinda en un espacio que ocupa parte del comedor.
- **Habitaciones:** el hospedaje cuenta con cuatro habitaciones matrimoniales, una habitación doble una habitación triple y un bungalow múltiple. Las habitaciones matrimoniales están construidas en material noble, cuentan con baño privado, cama tipo queen, ropero, aire acondicionado, ventilación, televisor, mesa y sillas. La habitación doble cuenta con dos camas de plaza y media, baño privado y del mismo modo el mobiliario de las habitaciones matrimoniales. La habitación triple está construida en material rústico, baño privado, cuenta con un camarote y una cama todos de plaza y media, además del mobiliario (ropero, aire acondicionado, ventilación, televisor, mesa y sillas).
- **Bungalow:** este tipo de habitación cuenta con varios ambientes que son: sala amoblada, cocina equipada, comedor equipado, dos habitaciones cada una con dos camas de plaza y media, un baño común, y el mobiliario respectivo en cada habitación (ropero, aire acondicionado, ventilación, televisor, mesa y sillas)
- **Cocina:** este ambiente dedicado a la preparación de alimentos como parte del restaurante del hospedaje, está construido en material noble con cubierta de eternit, acabados en cerámica, cuenta con estructuras para la preparación y manipulación de insumos, estructura para el emplatado y plataforma de salida de platos a comedor. Está equipada con cocina industrial, refrigerador, congelador, lavaderos y estantes para vajilla.

- **Comedor:** el establecimiento cuenta con un comedor con capacidad de atención simultánea de 40 comensales, ocupa dos ambientes en forma de “L”, está equipado con mobiliario formado por mesas para cuatro y seis personas, cuenta con un exhibidor de bebidas y otro exhibidor para snacks, asimismo posee decoración y dispositivos para música ambiental.
- **Piscinas:** el hospedaje cuenta con dos piscinas, una para niños que tiene un área estimada de seis metros cuadrados y es de forma circular; otra para adultos que tiene forma rectangular con un área estimada de cincuenta metros cuadrados; cuentan con vestidores en la parte lateral. Estas piscinas están conectadas a un ambiente de máquinas a través de las cual se realiza el limpiado y recirculación del agua. El mantenimiento de las piscinas es semanal.
- **Baños comunes:** el hospedaje cuenta con dos baños de uso común y diferenciados por género (hombres y mujeres); están ubicados en la parte central de establecimiento, próximos al comedor y las piscinas, debido a que su uso está orientado a los comensales y visitantes de un día.
- **Almacén:** este ambiente cuenta con mobiliario para el almacenamiento de productos tanto para el restaurante, así como para el mantenimiento y limpieza de las habitaciones. Por ello cuenta con estructuras que permiten su correcta organización y fácil disposición al momento de su uso.
- **Cochera:** este espacio semi abierto se ubica en la parte anterior izquierda del ingreso dentro del predio y cuenta con una capacidad aproximada para diez automóviles, parte de este ambiente está techado.
- **Zona de playa:** se encuentra ubicada al final del establecimiento junto al mar, está destinado para la recreación en la playa o para la realización de actividades como acampado o fogata.

C. Equipamiento. El establecimiento de hospedaje posee en cada una de sus áreas con el mobiliario correspondiente para comodidad de sus huéspedes y visitantes, en este sentido en el área de recepción se cuenta

con asientos, mostradores y estructuras que agilizan el servicio. En el área de dormitorios el equipamiento está orientado a un descanso placentero y cómo del huésped por ello existen camas confortables, televisores, aire acondicionado, roperos, ventiladores, mesas, sillas y decoración. En el área de restaurante se cuenta con mesas y sillas exhibidores, decoración música y barra de atención, mesa de juegos; asimismo la cocina está totalmente equipada para ser funcional.

1.2 RECURSO HUMANO.

A. Aptitudes. Mediante entrevista se pudo conocer en parte aspectos relacionados con las capacidades, habilidades y preparación de los integrantes del equipo de trabajadores que laboran tanto en el área de alojamiento como en el de restaurante del hospedaje Mar Azul; de esta forma, se describen dichos aspectos por puesto de trabajo.

- **Promotores:** son empresarios locales, con formación básica en cuanto a estudios (no especializada), con experiencia en negocios, personas emprendedoras, de trabajo arduo, dedicados a tiempo completo al establecimiento, disciplinados en el trabajo, los horarios y el gasto. Ello les condujo a establecer el siguiente perfil de puestos para los trabajadores contratados.
- **Recepcionista:** persona educada, de buen trato, con facilidad de palabra, con conocimiento general del hospedaje, conocimiento del restaurante, con nociones básicas de inglés, con manejo de redes sociales, buena memoria, ordenada, puntual, responsable, con conocimientos básicos de contabilidad; experiencia en hotelería.
- **Cuarteleros:** persona organizada y laboriosa, de buen trato, con facilidad de palabra, con conocimiento general de las habitaciones, hábil en labores de organización y limpieza de habitaciones, con manejo de equipos de habitación, disposición para el trabajo en equipo, puntual, responsable, experiencia en la optimización y uso de insumos.
- **Cocinero:** persona con estudios en gastronomía, experiencia en la preparación de pescados y mariscos, con conocimiento en administración de cocina, organizado, con buenos hábitos de higiene, buena organización, con voluntad de trabajo, puntual y responsable.

- **Mesero:** persona organizada y laboriosa, de buen trato, con facilidad de palabra, con conocimiento general de la carta insumos y técnicas de preparación, precios, hábil en labores de organización y limpieza de comedor, con manejo de equipos de atención al comensal, disposición para el trabajo en equipo, puntual, responsable, con buenos hábitos de higiene.
- **Mantenimiento:** por ser una labor eventual, esta labor la desarrolla el mismo promotor del hospedaje.

B. Factor actitudinal. Todos los integrantes del equipo de trabajo del hospedaje, laboran como una unidad productiva, partiendo del ejemplo de los promotores que son personas laboriosas, responsables y dedicadas, que contagian al resto del personal y hacen que estos sientan un ambiente de trabajo como de familia. De esta manera las actitudes observadas fueron:

- Los trabajadores son motivados permanentemente mediante un trato amable y respetuoso de parte de los promotores del hospedaje, además de la consideración y trato familiar.
- Los trabajadores reciben charlas de capacitación periódica de forma interna dentro del mismo hospedaje y externa en eventos de Dircetur y de la municipalidad provincial.
- Tienen conversatorios frecuentes entre el equipo de trabajo para realizar evaluaciones de rendimiento y cumplimiento de metas, así como para escuchar propuestas, insatisfacciones y puntos de vista de cada integrante sobre el funcionamiento del hospedaje.
- Los trabajadores reciben incentivos económicos por productividad, es decir los días de mayor afluencia e ingresos al hospedaje, se ve reflejado en el pago.
- Cada trabajador recibe alimentación durante su horario de trabajo, asimismo, se les brinda los correspondientes uniformes según el área donde labora.
- Cada trabajador labora 8 horas diarias, a excepción de los promotores que laboran doble turno.

C. Calidad de atención. Según observación directa participante, cada uno de los trabajadores ha recibido la motivación y sensibilización respectiva para desarrollar su labor con: puntualidad, responsabilidad, amabilidad, buen trato, eficiencia y solución de problemas; de esta forma, en cada área se pudo notar la aplicación de protocolos sencillos pero efectivos con respecto a la atención al huésped.

- **En recepción:** los protocolos de atención observados son: las reservas se atienden por correo, WhatsApp o teléfono, los clientes que llegan directamente son atendidos directamente por el recepcionista. Una vez llegado el huésped, se procede a su identificación y registro, el huésped es conducido a su habitación y se le explica algunos aspectos sobre el equipamiento y los servicios complementarios que ofrece el establecimiento. El registro de ingreso al hospedaje es a las 11 horas y el registro de salida a las 10 horas. Recepción atiende los pedidos a la habitación, las necesidades dentro, informa sobre las comidas, realiza el cobro o regularización de los pagos y elabora los comprobantes correspondientes.
- **En habitaciones:** las habitaciones ocupadas por más de un día, tienen mantenimiento diario salvo que el huésped pida lo contrario. Las habitaciones alquiladas por un día reciben mantenimiento y limpieza una vez realizado el registro de salida. La lencería de cama es reemplazada una vez desocupada la habitación. Los objetos olvidados por el huésped son reportados para ser informados a éste.
- **En cocina:** los protocolos observados son: las compras se llevan a cabo de forma semanal, se limpian, porcionan y almacenan adecuadamente, la preparación y manipulación de alimentos se hace mediante métodos de higiene y buenas prácticas culinarias, los alimentos se preparan de forma instantánea, se cuenta con el equipamiento para conservación de alimentos cárnicos, el emplatado se realiza en estricto orden de los pedidos desde comedor. Todo es lavado al concluir el día de trabajo, la limpieza general de cocina se hace una vez por semana.

- **En comedor:** el mesero atiende las mesas según orden de llegada, se otorga la carta y se da un espacio para su lectura y selección de platos y bebidas, el mesero toma el pedido en una nota o comanda, en ese orden se entrega en cocina, el mesero utiliza bandejas para transportar las comidas y bebidas a la mesa del comensal, el mesero pregunta sobre alguna necesidad adicional y se pone a disposición del cliente, a pedido del éste, el mesero alcanza la cuenta e informa los métodos de pago que son: tarjeta, yape, plin o efectivo. El pago se realiza en caja o en mesa. Terminado el servicio el mesero agradece la visita e invita al cliente a retornar nuevamente.

D. Servicios. Con relación a los servicios principales del establecimiento que son el hospedaje y la alimentación, se tiene que:

- Una habitación matrimonial tiene un costo de cincuenta (S/ 50.00) soles por tres horas y ochenta soles (S/ 80.00) noche completa.
- Una habitación doble tiene un costo de cien soles (S/ 100.00).
- Una habitación triple tiene un costo de ciento cincuenta soles (S/ 150.00).
- El bungalow tiene un costo de ciento cincuenta soles por persona por noche (S/ 150.00) y tiene una capacidad de hasta ocho personas.
- El alquiler del establecimiento varía en función del propósito y áreas que incluye, es decir si es un cumpleaños, un almuerzo, un matrimonio, entre otros y su costo va a partir de los seiscientos soles (S/ 600.00).
- Un plato tiene un costo a precio de carta entre los veinticinco y treinta y cinco soles por plato (S/ 25.00 á S/. 35.00).
- Una cerveza cuesta diez soles (S/ 10.00).
- El restaurante atiende ocho horas (10:00 horas – 18:00 horas).
El hospedaje atiende veinticuatro horas todos los días del año.

2. COMPORTAMIENTO DE LA OCUPABILIDAD PERÍODO ENERO – DICIEMBRE 2024.

El hospedaje hotel playa Mar Azul, brinda dos tipos de servicios que son: alojamiento más alimentación (hospedaje) y solo alimentación (restaurante); de esta forma la ocupabilidad del establecimiento no sólo se mide con relación al alojamiento sino también a la afluencia de visitantes que concurren al

establecimiento y hacen uso del restaurante y la piscina. En tal sentido, a continuación, se detallan algunos aspectos observados directamente y algunos otros tomados de la data existente en los registros del establecimiento de hospedaje.

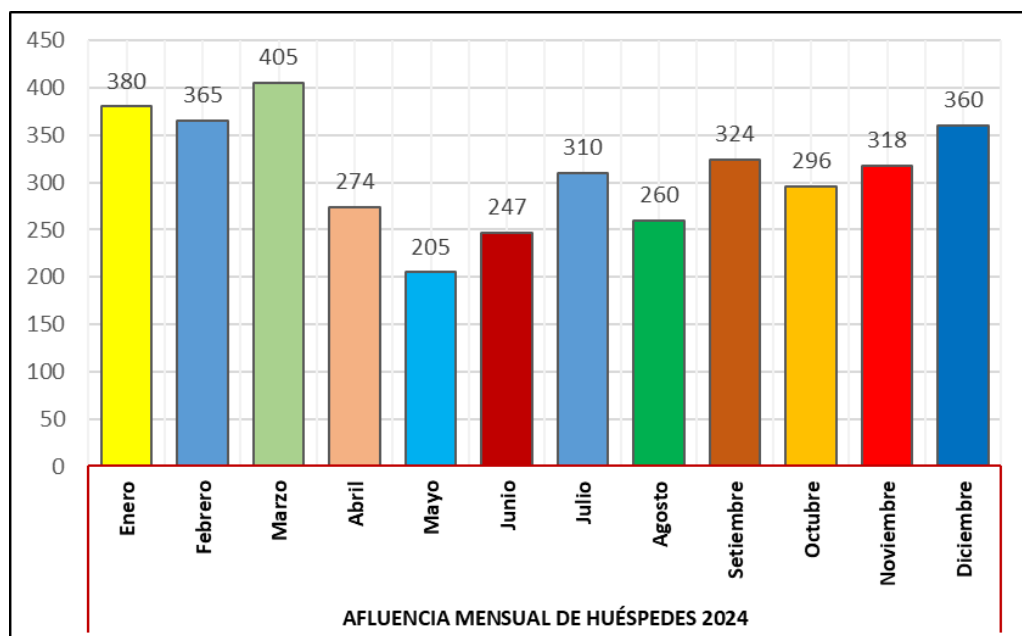
2.1 LOS CLIENTES.

Como se ha explicado, los clientes de Mar Azul son huéspedes que buscan el servicio de alojamiento, es decir que arriban al establecimiento en busca de una habitación para descansar y durante su estancia también requieren alimentos; asimismo, visitantes de un día que buscan servicios de recreación y comida en el establecimiento, durante un día o sólo por algunas horas. De esta forma, a continuación, se detallan algunos datos generales al respecto.

A. Estadísticas de arribos. A través de la revisión de data en los libros de registro de huéspedes del hospedaje y el registro de ventas del restaurante, se pudo hacer una estimación sobre la cantidad de arribos de clientes por mes, desde enero a diciembre tal como se puede observar en las figuras N° 01 a la N° 05.

Figura N° 01.

Hospedaje Mar Azul: afluencia mensual de huéspedes 2024.



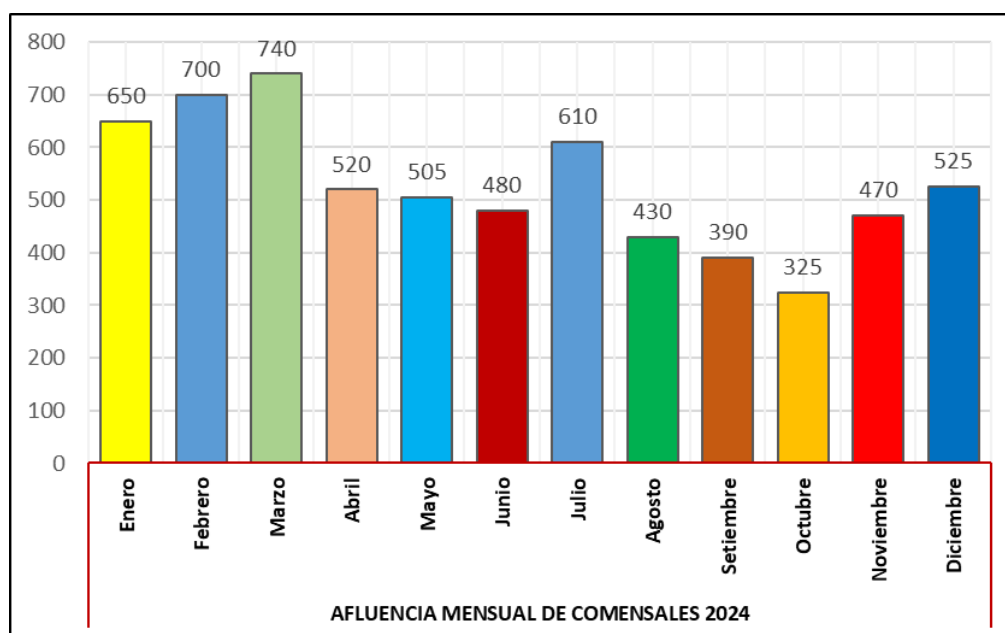
Fuente: Libro de registro de arribos Mar Azul 2024.

La figura 01, detalla el número de huéspedes que se hospedaron en el hospedaje Mar Azul, donde se puede notar que: el mes de marzo se

hospedaron 405 huéspedes, mientras que los meses enero 380, febrero 365, julio 310, setiembre 324, noviembre 318 y diciembre 360 huéspedes mensuales respectivamente; por otro lado, los meses abril se hospedaron 274, mayo 205, junio 247, agosto 260 y octubre 296, huéspedes respectivamente.

Figura N° 02.

Hospedaje Mar Azul: afluencia mensual de comensales 2024.



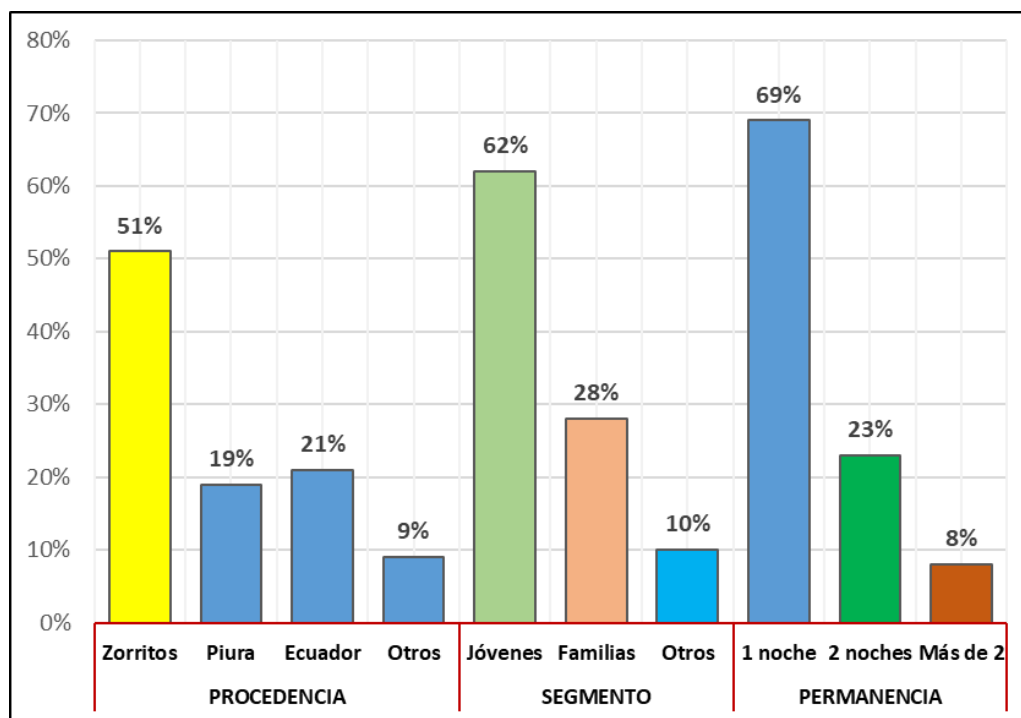
Fuente: Registro de ventas Mar Azul 2024.

La figura 02, detalla el número de comensales que visitaron el restaurante del hospedaje Mar Azul, donde se puede notar que: los meses de febrero y marzo tuvieron 700 y 740 visitantes respectivamente, en los meses de enero 650 y julio 610 visitantes; por otro lado, los meses abril 520, mayo 505, y diciembre 525 visitantes; mientras que en los meses de junio 480, agosto 430, setiembre 390, octubre 325 y noviembre 470 visitantes, siendo este último grupo de meses los de menor afluencia de visitantes.

B. Perfil del huésped. través de la revisión de data en los libros de registro de huéspedes del hospedaje correspondiente al año 2024, se pudo definir algunos de los principales rasgos sobre el perfil de los huéspedes que se hospedan en el hotel Mar Azul de Zorritos, estos rasgos generales correspondientes a los factores procedencia, edad y permanencia se pueden observar en la figura N° 03.

Figura N° 03.

Perfil general del huésped del hospedaje Mar Azul 2024.



Fuente: Libro de registro de arribos Mar Azul 2024.

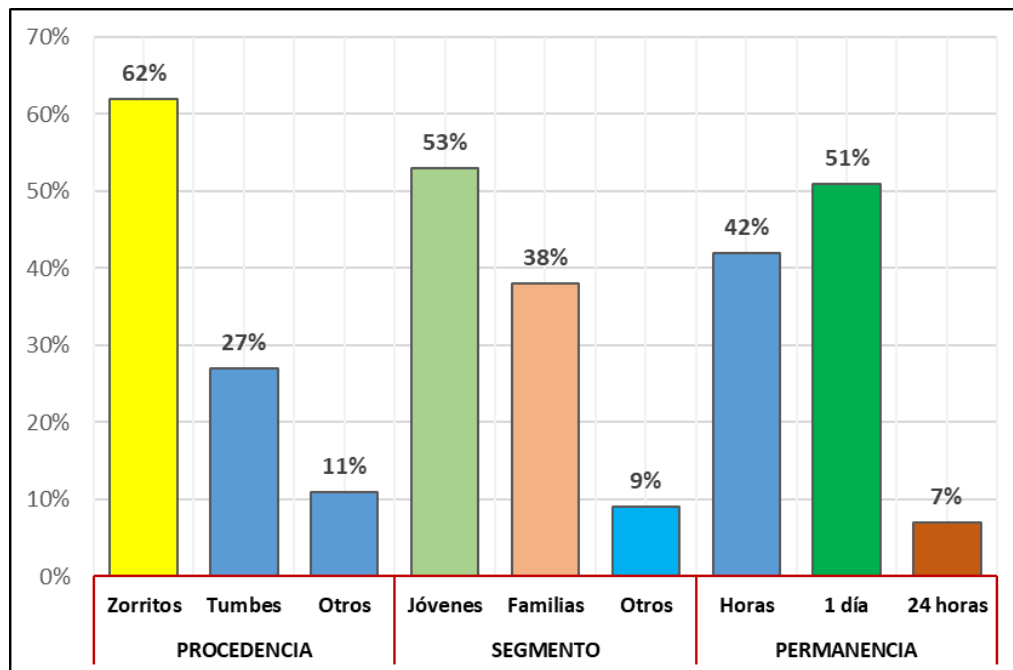
La figura 03, detalla tres aspectos generales sobre el perfil de huésped que se aloja en el hospedaje Mar Azul; de esta manera con relación al primer aspecto procedencia, se tiene que el 51% de los huéspedes proceden de la localidad de Zorritos, el 21% proceden de Ecuador, el 19% son piuranos y el 9% proceden de otros lugares. Con relación al segundo aspecto, segmento, se tiene que el 62% de los huéspedes de Mar Azul son jóvenes, el 28% corresponden al segmento familias y el 10% corresponde al huésped de otro segmento. Asimismo, respecto del factor permanencia, se encontró que el 69% de los huéspedes permanecen en el hospedaje por una noche, el 23% permanecen dos noches mientras que el 8% de los huéspedes permanecen por más de dos noches.

C. Perfil del comensal. De la misma forma, a través de la revisión de data en los registros fotográficos y videográficos del restaurante correspondientes al año 2024, se pudo definir algunos de los principales rasgos sobre el perfil de los visitantes que acuden a comer en el restaurante o pasar un día de esparcimiento en las instalaciones del

hospedaje Mar Azul, estos rasgos generales se pueden observar en la figura N° 04.

Figura N° 04.

Perfil general del visitante del hospedaje Mar Azul 2024.



Fuente: Libro de registro de arribos Mar Azul 2024.

La figura N° 04, muestra que: con relación al factor procedencia, los visitantes que acuden a las instalaciones del hospedaje Mar Azul proceden en un 62% del mismo Zorritos, un 27% proceden de Tumbes y un 11% de otros lugares. Respecto al factor segmento, se observó que un 53% de visitantes son jóvenes, un 38% son familias, mientras que un 9% corresponden a otros segmentos. De otro lado, con respecto al factor permanencia, se observó que un 42% permanecen en las instalaciones del hospedaje algunas horas, un 51% permanecen durante 1 día, mientras que un 7% permanecen 24 horas, es decir también pernoctan en el hospedaje.

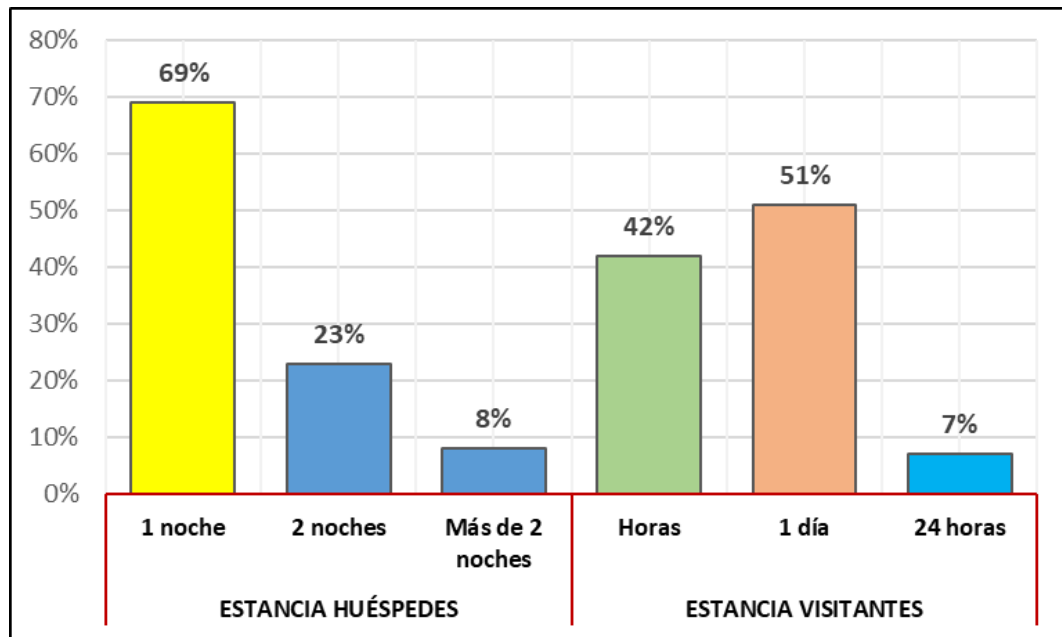
2.2 LA PERMANENCIA.

La estancia o permanencia de los clientes dentro de las instalaciones del hospedaje Mar Azul, cualitativamente se pudo medir en función al tiempo que cada cliente permanece dentro del establecimiento; teniendo en cuenta, asimismo, que los huéspedes, dadas sus necesidades se diferencia de los

visitantes que buscan diversión y alimentos por un tiempo relativamente menor. En este contexto, se pudo definir comparativamente ambos tipos de cliente en función del tiempo que permanecen en el recinto hotelero, de la siguiente manera tal como se muestra en la figura N° 05.

Figura N° 05.

Clientes del hospedaje Mar Azul según permanencia 2024.



Fuente: Libro de registro de arribos Mar Azul 2024.

La figura 05 expresa de forma comparativa los índices porcentuales de la permanencia tanto de los huéspedes, así como de los visitantes al hospedaje; de esta manera, con relación a los huéspedes se puede comprender que la gran mayoría (69%) tiene una permanencia de una noche o lo que se puede denominar como estancia breve mientras que sólo una minoría (31%) tiene una permanencia de 2 noches o más, lo que se puede denominar como estancia mayor. De la misma forma, respecto de los visitantes que acuden al establecimiento no a hospedarse sino con fines de diversión y esparcimiento se encontró que un 42% permanecen sólo unas horas haciendo uso del restaurante principalmente lo que se puede considerar como estancia breve; sin embargo, un 58% permanecen un día completo e incluso algunos pernoctan en el hospedaje, lo que se puede considerar como estancia mayor, teniendo en cuenta el objetivo de la visita al establecimiento.

3. CALIDAD DE SERVICIO E IMPACTO EN LA OCUPABILIDAD.

Mediante trabajo de campo basado en observación directa participante y entrevistas se pudo recabar un conjunto de indicadores respecto de las características que tienen los servicios que oferta el hospedaje Mar Azul y cómo éstos afectan el comportamiento en la ocupabilidad del establecimiento que según las fuentes primarias es del 40% aproximadamente. De esta forma, los mencionados indicadores identificados cualitativamente fueron organizados en tres aspectos; el primero con relación al comportamiento de los arribos de clientes, el segundo con relación a la permanencia de los clientes y el tercero con relación a la satisfacción del cliente, tal como se describe a continuación.

3.1 EN LOS ARRIBOS.

Según el personal administrativo del establecimiento, de forma tangible el hospedaje Mar Azul ha tenido un incremento paulatino en los arribos tanto de huéspedes que buscan alojamiento, así como de visitantes que buscan disfrutar de la gastronomía en el restaurant y esparcimiento en las instalaciones del establecimiento. De esta manera, tal como lo muestran las figuras 01 y 02, los arribos de ambos tipos de clientes se han mantenido en el tiempo, acorde con las variaciones de la estacionalidad, con picos de mayor afluencia en los meses de enero a marzo, julio y fin de año y en el resto de meses conocidos como temporada baja, aún los arribos se han mantenido, debido al tipo de servicio que reciben los clientes en el hospedaje.

Otro de los aspectos manifestados por los informantes, trabajadores del establecimiento, el impacto del buen servicio que brinda el establecimiento se ha manifestado en la fidelización de los huéspedes por alojamiento, así como por parte de los clientes que visitan el establecimiento por motivos gastronómicos y de esparcimiento. Manifestaron los entrevistados, que muchos huéspedes retornaron hasta en cuatro oportunidades a hospedarse en el establecimiento; asimismo, con relación a los clientes que buscan gastronomía y esparcimiento, se manifiesta el mismo comportamiento, es decir que muchos de estos clientes son visitantes frecuentes que acuden al establecimiento a disfrutar de su gastronomía, así como a pasar momentos de diversión y esparcimiento.

3.2 EN LA PERMANENCIA.

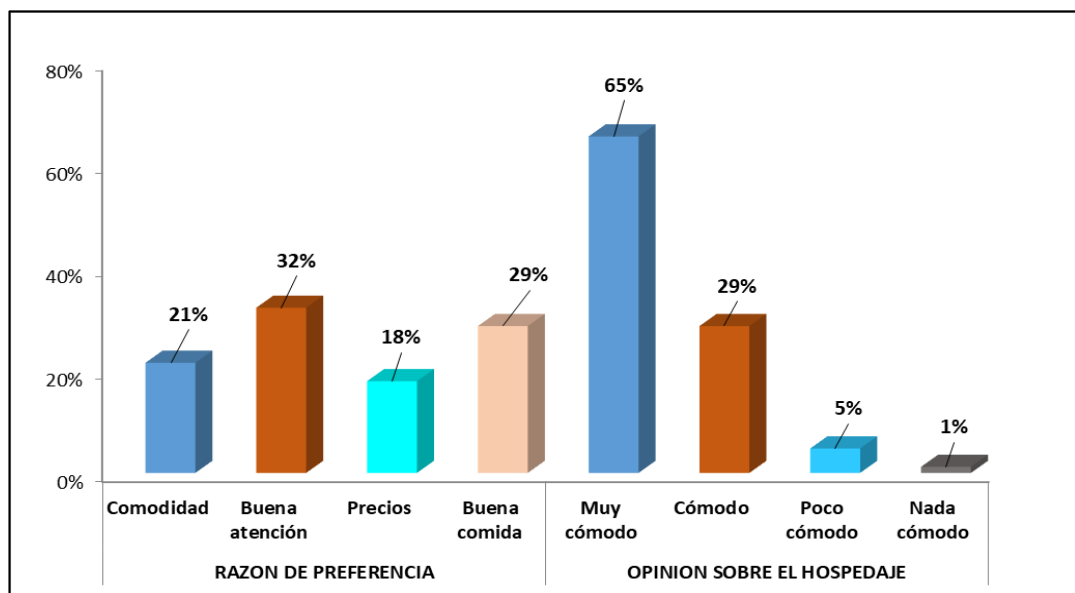
Otro de los aspectos a través del cual se manifiesta el impacto del servicio en la ocupabilidad del hospedaje Mar Azul, es la permanencia de los clientes en el establecimiento; es decir, un importante porcentaje de los huéspedes tiene una estancia que supera los dos días de permanencia, aunque según manifestaron los entrevistados, el mayor porcentaje de huéspedes que tienen una estancia breve, corresponden al segmento de parejas que visitan el hospedaje por horas o por una noche. Sin embargo, con relación a los clientes que acuden por los servicios del restaurante, así como por disfrutar de diversión en las instalaciones, teniendo en cuenta que su objetivo es de estancia breve (horas), debido al buen servicio que encuentran, la mayor parte de ellos permanece por un día e incluso algunos solicitan una habitación para pernoctar.

3.3 EN LA SATISFACCIÓN.

Otro aspecto que indica el impacto en la ocupabilidad, es la satisfacción del cliente por los servicios que brinda el hospedaje, tal como se aprecia en las figuras siguientes, respecto de diferentes factores extraídos a través de encuesta en línea (Anexos N° 03, 04) aplicada los clientes del hospedaje.

Figura N° 06

Cientes, según razón de preferencia y opinión general del hospedaje.

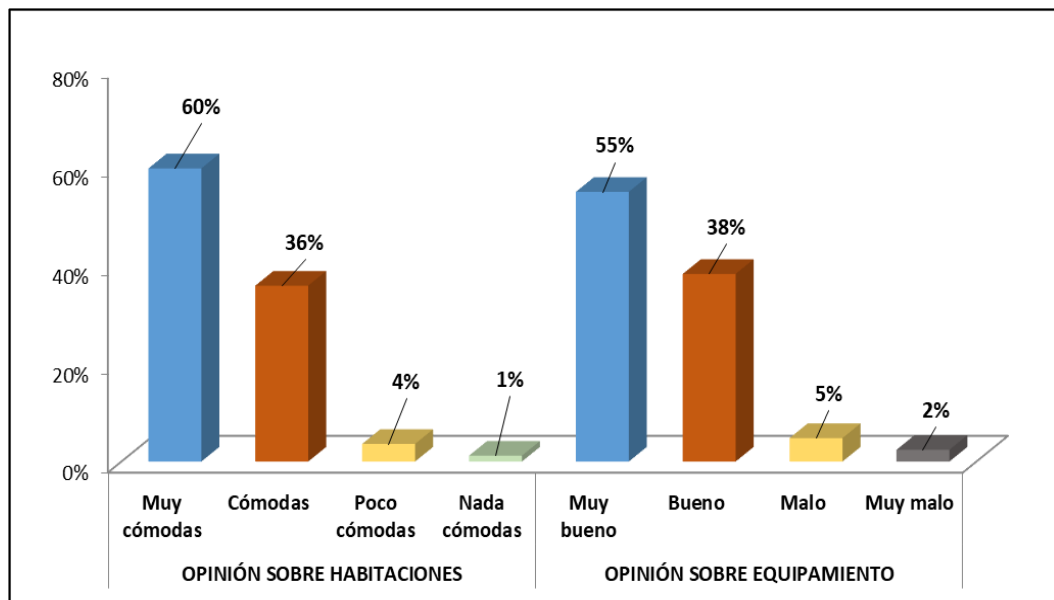


Fuente: Encuesta a clientes en línea 2024.

La figura 06 describe dos aspectos que son: en primer lugar, la razón por la cual los clientes prefieren el hospedaje Mar Azul y en segundo lugar su opinión sobre el hospedaje de forma global; respecto al primer aspecto, son cuatro indicadores las razones por las cuales los clientes manifiestan que prefieren al hospedaje Mar Azul, indicadores que son comodidad 21%, buena atención 32%, precios 18%, y buena comida 29%. Asimismo, con relación al segundo aspecto, describe la opinión general del cliente sobre el hospedaje, indicando que éste es muy cómodo 65%, es cómodo 29%, que es poco cómodo 5% y sólo 1% que es nada cómodo.

Figura N° 07

Cientes, según opinión sobre instalaciones y equipamiento.

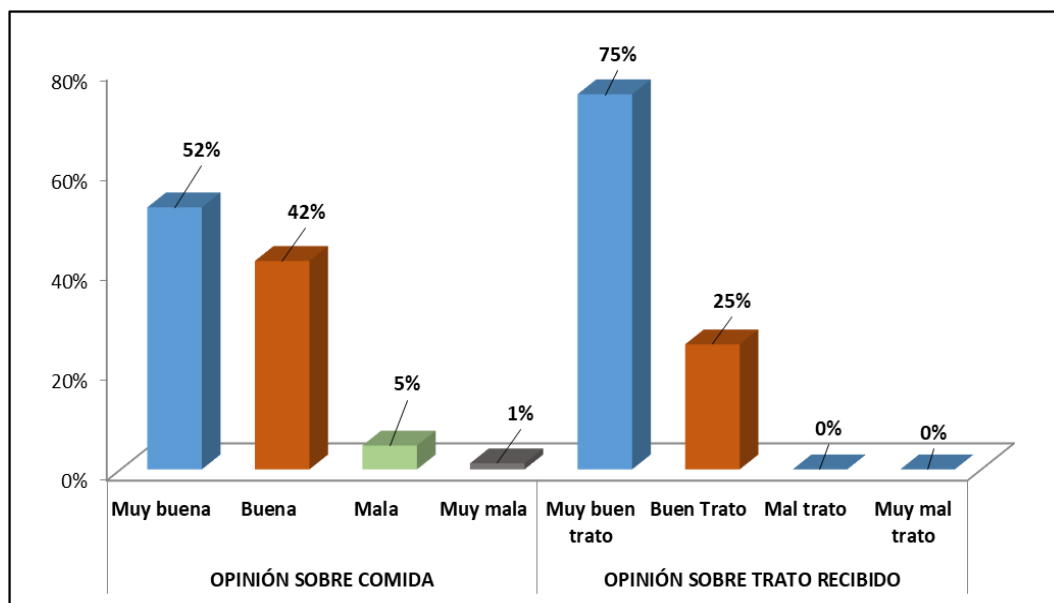


Fuente: Encuesta a clientes en línea 2024.

Del mismo modo, la figura 07 describe dos aspectos que son: en primer lugar, la opinión que tiene el huésped sobre las habitaciones del hospedaje y en segundo lugar la opinión del cliente sobre el equipamiento en el establecimiento en general; con relación al primer aspecto es decir habitaciones, manifiesta cuatro indicadores que califican su percepción sobre las habitaciones, indicadores que son: muy cómodas 60%, cómodas 35%, poco cómodas 18%, y nada cómodas 1%. Asimismo, con relación al segundo aspecto, describe la opinión del cliente sobre el equipamiento, indicando que éste es muy bueno 55%, es bueno 38%, que es malo 5% y sólo 2% que es muy malo.

Figura N° 08.

Cientes, según opinión sobre comida y trato recibido.



Fuente: Encuesta a clientes en línea 2024.

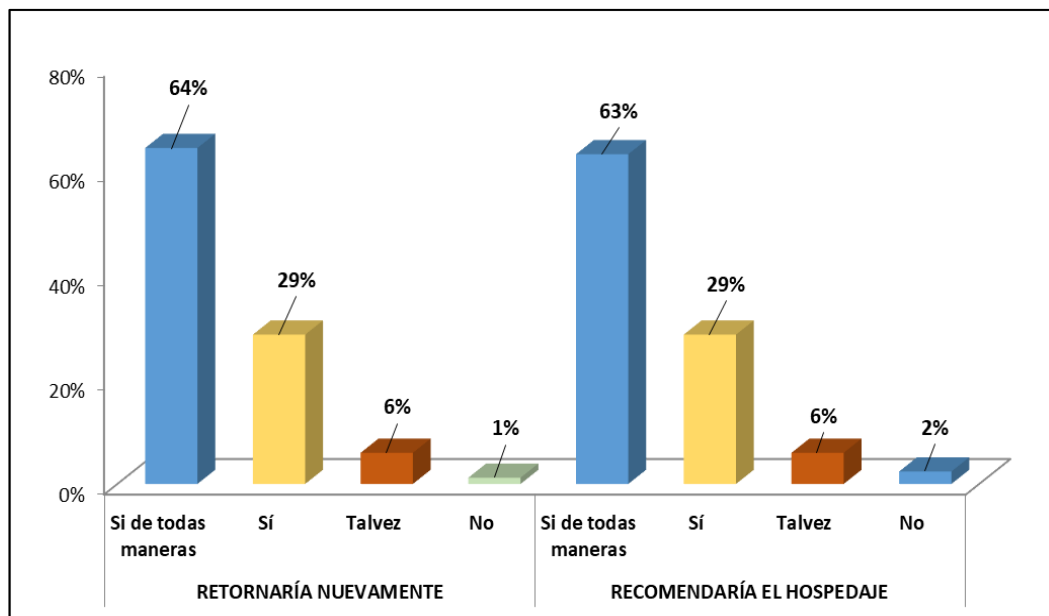
Por otro lado, la figura 08 describe, asimismo, dos aspectos que son: en primer lugar, la opinión que tiene el cliente sobre la comida del restaurante y en segundo lugar la opinión del cliente sobre el trato recibido en el establecimiento; con relación al primer aspecto es decir la comida, manifiesta cuatro indicadores que califican su percepción que son: muy buena 52%, buena 42%, mala 5%, y muy mala 1%. Asimismo, con relación al segundo aspecto, describe la opinión del cliente sobre el trato recibido, indicando que éste es muy buen trato 75%, que es buen trato 25%, mientras que los indicadores mal trato y muy mal trato es de 0% respectivamente.

Por último, la figura siguiente 09, describe otros dos aspectos que son: en primer lugar, la opinión que tiene el cliente sobre si retornaría nuevamente al establecimiento de hospedaje y en segundo lugar la opinión del cliente sobre si recomendaría a otros a visitar el establecimiento; con relación al primer aspecto es decir la intención de retorno, manifiesta cuatro indicadores que son: sí retornaría de todas maneras 64%, sí retornaría 29%, que talvez retornaría 6%, y que no retornaría 1%. De otro lado, con relación al segundo aspecto, describe la opinión del cliente sobre su intención de recomendar el establecimiento a terceros, indicando que sí recomendaría de todas maneras

63%, que sí recomendaría 29%, que talvez recomendaría 6% y que no recomendaría 2%.

Figura N° 09

Cientes, según intención de retorno y recomendación.



Fuente: Encuesta a clientes en línea 2024.

3.4 IMPACTO CUALITATIVO PERCIBIDO.

Mediante el análisis de la información recabada a través de la observación participante y el cuestionario de encuestas se elaboró una tabla de áreas componentes, información recabada e impacto percibido sobre la relación calidad del servicio y la ocupabilidad. En tal sentido, se evaluó las áreas referidas a las instalaciones físicas y cada uno de sus componentes, es decir, edificaciones, ambientes, equipamiento y servicios; asimismo el área de recurso humano, con relación a las aptitudes, actitudes y calidad de atención de parte del personal que atiende en el hotel de playa Mar Azul de Zorritos; también se consideró el área referida a los clientes con sus componentes huéspedes y comensales, características de arribos y la permanencia en el establecimiento.

De esta forma, la tabla N° 01 que se presenta a continuación, expone en resumen la información encontrada, a través de indicadores relacionados con la satisfacción del usuario del establecimiento, así como sobre lo

encontrado internamente respecto a factores que inciden en el desempeño del personal que labora en Mar Azul de Zorritos.

Tabla N° 01.

Hotel Mar Azul de Zorritos: impacto percibido en su ocupabilidad.

Área de evaluación	Componente evaluado	Cualidades	Opinión de usuarios	Impacto percibido
Instalaciones físicas y sus componentes	Edificaciones	Estructuras mixtas, diseño longitudinal	Comodidad del establecimiento 94%	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto positivo en ocupabilidad durante todo el año (40% promedio de la capacidad instalada) • Altos índices de satisfacción por parte del cliente (huéspedes y comensales). • Altos índices de intención de retorno y recomendar el hotel por parte del cliente
	Ambientes	Buena distribución de los diferentes ambientes	Ambientes cómodos y muy cómodos 95%	
	Equipamiento	Mobiliario y equipos en cada área	Mobiliario y equipamiento muy bueno 93%	
	Servicios	Calidad en las habitaciones y comidas	Muy buena y buena 94%	
El recurso humano	Aptitudes	Trabajadores capacitados en cada área	Capacitación permanente	
	Actitudes	Buen trato al personal, conocimientos y actualización	Reuniones y socialización, incentivos, alimentación	
	Calidad de atención	Cumplimiento de protocolos de atención en cada área	buen trato y atención recibida 100%	
Los clientes	Los huéspedes y comensales	Procedencia cercana y segmento	Zorritos y Tumbes 89%, jóvenes y familias 91%	
	Los arribos	Razón de preferencia	Comodidad, buena atención, precios, buena comida (100%)	
	La permanencia	Huéspedes y comensales	Huéspedes 1 a 2 noches (92%), comensales 1 día (93%)	

Fuente: Matriz de encuesta y registro de observación 2024.

La tabla anterior, contiene indicadores evaluados e información recabada de parte de los clientes del hotel, donde se puede observar los diferentes indicadores con altos índices porcentuales de opinión favorable sobre cada

uno de los aspectos evaluados; es decir por ejemplo, el 94% opinó que las instalaciones del hotel son cómodas, el 93% que existe buen equipamiento, 93% que las habitaciones son de buena calidad, 100% que han recibido buena atención y trato, 100% están satisfechos con la comodidad, buena atención, precios, buena comida; 92% se hospedan por una noche y 93% permanecen en las instalaciones por 1 día. Asimismo, se observó permanente capacitación del personal, buen trato e incentivos, y que la procedencia tanto de los huéspedes como de los comensales es de Zorritos y Tumbes.

Estos indicadores cualitativos y cuantitativos, permitieron definir que el impacto generado por los procesos que se desarrollan internamente en el hotel Mar Azul, es decir, los aspectos estructurales del establecimiento con sus diferentes áreas de hospedaje, alimentación y esparcimiento, asimismo, la capacitación, especialización, buen trato al personal del establecimiento, así como la calidad del servicio que este ofrece al cliente; impactan positivamente en la ocupabilidad, de tal forma que según el registro de arribos del establecimiento se tiene un promedio de ocupabilidad del 40% al año de la capacidad instalada, asimismo se puede notar que existe altos índices de satisfacción con los diferentes componentes que oferta el hotel y finalmente, altos índices porcentuales de intención de retorno y de recomendación.

4. DISCUSIÓN.

El presente trabajo de investigación ha permitido conseguir la descripción de las características del servicio de alojamiento que oferta el hospedaje Mar Azul de Zorritos, lo cual fue planteado como primer objetivo y se determinó el comportamiento de la ocupabilidad hotelera en el período enero – julio 2024 como segundo objetivo, en el correspondiente proyecto de tesis. En tal sentido, los resultados encontrados con relación a las características del servicio que oferta el hospedaje Mar Azul, detallan dos aspectos generales referidos en primer lugar a las características de las instalaciones del establecimiento, y en segundo lugar referidos al desempeño del recurso humano que labora en dicho establecimiento. Sobre el primer aspecto se pudo describir el tipo de edificación, cada uno de los ambientes con los que cuenta el hospedaje, el equipamiento en

cada ambiente y las características del servicio en sí; sobre el segundo aspecto, se pudo describir las aptitudes con las que cuenta el recurso humano que labora en el establecimiento, el factor actitudinal de quienes ocupan los diferentes puestos de trabajo y la calidad de atención al cliente en cada una de las diferentes áreas del hotel.

Por otro lado, con relación al comportamiento de la ocupabilidad en el hospedaje Mar Azul enero – diciembre del 2024, se pudo determinar dos tipos de clientes en función del objetivo de visita, de tal manera que un tipo de cliente lo conforman los huéspedes que busca alojamiento con habitación; y otro tipo de cliente que es el visitante o comensal el cual busca gastronomía en el restaurante además de diversión y esparcimiento en las instalaciones del hospedaje. De esta forma se encontró estimaciones de arribos por tipo de cliente, encontrándose asimismo similar comportamiento en estos en cuanto a los meses del año por el fenómeno turístico denominado estacionalidad. Asimismo, se encontró que el huésped del hospedaje procede principalmente de Zorritos, dentro del segmento jóvenes con una permanencia de una noche; en cuanto al visitante comensal, igualmente procede de Zorritos, es del segmento joven mayoritariamente y permanece un día en el establecimiento. Finalmente, se encontró que la permanencia de los huéspedes es breve y de los comensales amplia.

Con relación al tipo de servicio hotelero que se brinda en Mar Azul y su impacto en la ocupabilidad, se encontró que tiene un impacto positivo en los arribos de clientes de ambos tipos, que tiene un impacto positivo en la permanencia de ambos tipos de clientes, y que también tiene un impacto positivo en la satisfacción del cliente en cuanto a las razones de su preferencia, su opinión favorable sobre las habitaciones, sobre el equipamiento, sobre la comida, sobre el trato recibido en el establecimiento, mostrando asimismo una alta probabilidad de retorno y de recomendar los servicios del hospedaje a otras personas de su entorno.

Al respecto, otras investigaciones realizadas sobre el tema como: La tasa de ocupabilidad hotelera y su efecto en la rentabilidad financiera en el Perú, 2016-2021 (Alvarado, 2022), el trabajo titulado Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019 (Loli, 2021); o la tesis Servicios turísticos y ocupabilidad del

hotel Libertador Arequipa – 2016 (Pipa et al, 2017); solo por citar tres ejemplos, coinciden en concluir que el tipo o características del servicio en el ámbito hotelero, tienen una influencia directa sobre las expectativas y percepción de los huéspedes y por ende influyen positivamente en el incremento de la ocupabilidad hotelera; asimismo, que la satisfacción que siente el cliente respecto del servicio hotelero recibido, determina su conducta futura en cuanto a retorno y fidelización.

La literatura revisada, confirma la pertinencia de los resultados obtenidos en el presente estudio; es decir, tal como mencionan Wilches-Arango (2011), Ingenium (2022), Turley (1992), Mottura (2024); las instalaciones de un establecimiento que en este caso sería para alojamiento, son vitales para el correcto desarrollo de los procesos y operaciones en cada una de sus componentes, entre los que detallan a las edificaciones o estructuras, los ambientes con que se cuenta para tal fin, así como el equipamiento que posibilita el trabajo hotelero. Por otro lado, con relación al recurso humano como segundo componente de la producción del servicio, tal como sostienen Vallejo (2016), Lorén (2024), Naveros (2023) y Moreno (2023), es un componente elemental en el proceso de prestación de un servicio, en tanto que debe mostrar aptitudes, actitudes y disposición de atender al cliente que en este caso puede ser huésped o comensal solamente.

Con relación a la variable ocupabilidad hotelera, la literatura respalda los resultados obtenidos, en el sentido que los clientes, sean éstos, huéspedes (Mincetur, 2014), o comensales, expresan su comportamiento a través de indicadores como cantidad de arribos en determinado tiempo, la permanencia (Bembibre, 2010), que puede considerarse como estancia prolongada (Moreno (2016) o estancia breve. Asimismo, la literatura coincide en mencionar que, en ambos casos, tanto los arribos como la permanencia, están íntimamente vinculados con un determinado perfil del cliente, y que este perfil determina tanto el comportamiento en los arribos (preferencias) como en la permanencia (satisfacción).

En toda organización o empresa, como es el caso del hospedaje Mar Azul, la suma de factores organizacionales hacen que un cliente pueda percibir de forma global un estilo de servicio; entendiendo servicio, también como la sumatoria de elementos que en su conjunto permiten satisfacer una necesidad en el cliente y

por lo tanto generar una experiencia determinada en dicho cliente. En este sentido, no se puede hablar de calidad de servicio si solamente se pone en análisis el desempeño del recurso humano por ejemplo, sino que debe entenderse que además de ello, el entorno donde se presta el servicio y las características de ese entorno, forman parte fundamental en la percepción del cliente; dicho de otro modo, para que la percepción en este caso del cliente del hospedaje Mar Azul sea excelente, deben sumarse los factores: instalaciones como el espacio físico donde se brinda el servicio, el equipamiento como elemento que facilita la prestación y por supuesto el estilo particular de la atención del personal del establecimiento.

De esta forma, si se presentan como en este caso, todos los elementos descritos en el párrafo anterior, es de suponerse por una cuestión de lógica, que un cliente va a estar satisfecho; entonces, si ello ocurre también por una consecuencia natural, se van a manifestar otros factores como el incremento de arribos y la permanencia del cliente en un establecimiento, tal como sostienen Becerra et al (2022), que el servicio como la sumatoria de elementos personales y físicos es la mejor estrategia a la cual las organizaciones y empresas están apuntando para lograr la ansiada fidelización de sus clientes, a partir de la percepción que éste tiene acerca de lo que considera la calidad de servicio acorde con sus necesidades, expectativas y motivaciones.

La data no sistematizada ni digitalizada como fuente de información ha sido una de las limitantes del presente trabajo, en el sentido que el establecimiento de hospedaje no cuenta con plataformas digitales de administración hotelera como Xafiro, Opera PMS, Hotel Manager u otro; asimismo, tampoco cuenta con software para administración de restaurantes. Esto, ha sido una dificultad en el proceso, de tal forma que no se ha podido cuantificar con precisión tanto los arribos al establecimiento, así como la permanencia en éste, por lo cual se han hecho estimaciones en base a la data física disponible. De esta forma, una posterior investigación y en otras condiciones podría aportar conclusiones mucho más precisas.

V. CONCLUSIONES

1. El hospedaje Mar Azul de Zorritos, brinda dos tipos de servicio a sus clientes; uno está referido al servicio de alojamiento de huéspedes, y otro está referido al servicio de recreación y gastronomía. De esta forma, ambos servicios se brindan con las siguientes características: sus instalaciones abarcan un área de 4,590 metros cuadrados, donde se ha construido cuatro habitaciones matrimoniales, una doble, una triple y un bungalow, una recepción; asimismo una cocina, comedores, dos piscinas, servicios higiénicos comunes, almacén, cochera y zona de playa, todos con su correspondiente equipamiento. El costo de las habitaciones, oscila entre 50 y 150 soles y un plato de gastronomía marina entre 25 a 35 soles. Con relación al recurso humano posee siete puestos de trabajo, se prioriza las aptitudes y actitudes del personal, así como también los protocolos de buenas prácticas en cada una de las áreas de atención al cliente.
2. El comportamiento de la ocupabilidad en el hospedaje Mar Azul de Zorritos se caracteriza por tener arribos durante todo el año tanto en el servicio de alojamiento como en el servicio de esparcimiento y gastronomía; sus huéspedes son mayormente de Zorritos, en su mayoría son jóvenes y pernoctan por una noche; mientras que sus comensales son también de zorritos en su mayoría, jóvenes y permanecen durante un día en el establecimiento. De otro lado, el índice promedio de ocupabilidad estimado del establecimiento es del 40 por ciento.
3. La calidad de los servicios que brinda el hospedaje Mar Azul de Zorritos impacta positivamente en su ocupabilidad, dicha calidad de servicio se sustenta en sus instalaciones y equipamiento, así como en la eficiente atención al cliente por parte del personal. De otro lado, los constantes arribos tanto de huéspedes como de comensales, su permanencia y el nivel de satisfacción de los clientes, respaldan cualitativamente el mencionado impacto en la ocupabilidad.

VI. RECOMENDACIONES

- 1.** El hospedaje Mar Azul de Zorritos, debe continuar con su política de precios asequibles, como una de las estrategias principales de captación de demanda, habiéndose notado que, debido a este factor sumado a la calidad del servicio, el establecimiento presenta una ocupabilidad durante todo el año, a pesar de ser un hospedaje de playa los cuales son fuertemente golpeados por la estacionalidad.
- 2.** Se recomienda a los promotores del hospedaje Mar Azul de Zorritos, a sistematizar y digitalizar sus servicios, para optimizar su funcionamiento y competitividad en el mercado hotelero y turístico, a través de la mejora en la organización del establecimiento, las operaciones y el control de los diferentes procesos de producción y comercialización tanto del hospedaje como del restaurante.

REFERENCIS BIBLIOGRÁFICAS

Alvarado, M. (2022). La tasa de ocupabilidad hotelera y su efecto en la rentabilidad financiera den el Perú, 2016 – 2021. Tesis. Universidad Cesar Vallejo. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/95715>

Amaiquema, F; Vera, J; Zumba, I. (2019). Enfoques para la formulación de hipótesis en la investigación científica. Artículo. Disponible en http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000500354#:~:text=En%20la%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa%20puede,tanto%20no%20hay%20mediciones%20posibles.

Barten, M. (2024). ¿Qué es una tasa de ocupación? Artículo en blog. Disponible en: <https://www.revfine.com/es/que-es-una-tasa-de-ocupacion/>

Becerra, J; Serralde, J; Ramírez, A; Acosta, E. (2022). Factores que cuantifican la percepción de calidad en el servicio al cliente en un restaurante mexicano. Artículo. Disponible en: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582022000100073

Bembibre. C. (2010). Definición de permanencia. Artículo en blog. Disponible en: <https://significado.com/permanencia/>

Cortes, D. (2023). Características de los servicios hoteleros. Artículo en sitio web. Disponible en: <https://www.cesuma.mx/blog/caracteristicas-de-los-servicios-hoteleros.html>

Datos Perú (2023). Arribos, pernотaciones y oferta hotelera en establecimientos de hospedaje. Reporte estadístico. Disponible en: <https://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content3.html>

Díaz, C; Santana, A. (2016). Re-motivación en destinos turísticos, redistribución y poder. Artículo en revista. Disponible en: https://www.cidob.org/es/articulos/revista_cidob_d_afers_internacionals/113/re_motivacion_en_destinos_turisticos_redistribucion_y_poder

Estudios Superiores Abiertos de Hostelería – ESAH (2023). El mobiliario imprescindible de una habitación de hotel. Artículo en blog. Disponible en:

<https://www.estudiahosteleria.com/blog/hosteleria-turismo/el-mobiliario-imprescindible-de-una-habitacion-de-hotel>

Ingenium (2022). ¿Qué son las edificaciones? Artículo en blog. Disponible en: <https://ingenium.edu.pe/blog/construccion/que-son-las-edificaciones/>

International Hotel Consulting Services (2024). La arquitectura en el desarrollo de proyectos hoteleros. Artículo en blog. Disponible en: <https://www.ihcshotelconsulting.com/es/blog/la-arquitectura-en-el-desarrollo-de-proyectos-hoteleros/>

Kotler, P; Bowen, J; Makens, J; García, J; Flores, J. (2011). Marketing Turístico. Texto digital. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Marketing-Tur%C3%ADstico-de-Philip-Kotler.pdf>

La calle, E. (2023). ¿Cómo puedes aumentar la tasa de ocupación de tu hotel? Artículo en blog. Disponible en: <https://www.mews.com/es/blog/tasa-ocupacion-hotelera>

Lacalle, E. (2022). Tipos de clientes en un hotel. Artículo en blog. Disponible en: <https://www.easygoband.com/es/blog/tipos-de-clientes-en-un-hotel/>

Lazo, D. (2018). La calidad de los servicios al huésped en el ámbito hotelero en la región de Puerto Pizarro – Tumbes para su desarrollo turístico en 2018. Tesis. Universidad de San Martín de Porres. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12727/4650>

Lipa, L. & Salas, Z. (2017). Servicios turísticos y ocupabilidad del Hotel Libertador Arequipa – 2016. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica de Santa María. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/7195>

Loli, C. (2021). Calidad del servicio hotelero en hoteles categorizados de Carhuaz y la satisfacción de turistas nacionales durante julio a diciembre del 2019. Tesis. Universidad San Ignacio de Loyola. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.14005/11887>

Lorén, C. (2024). ¿Por qué son importantes las aptitudes laborales y cuáles son las más demandadas? Artículo en blog. Disponible en: <https://www.grupocastilla.es/aptitudes-laborales/>

- Marrero, M. (2016). Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados. Texto digital. Disponible en: <https://www.hosteltur.com/files/web/templates/term/wikitur.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2014). Reglamento de establecimientos de hospedaje. Norma. Disponible en: https://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos%20resoluciones/RM_Nro_170_2018_ProjReglEstableHospedaje.pdf
- Ministerio de Vivienda Construcción y Saneamiento – MVCS (2006). Reglamento nacional de edificaciones. Norma. Disponible en: <https://ww3.vivienda.gob.pe/ejes/vivienda-y-urbanismo/documentos/Reglamento%20Nacional%20de%20Edificaciones.pdf>
- Moreno, J. (2023). Qué es la atención al cliente, elementos clave e importancia. Artículo en blog. Disponible en: <https://blog.hubspot.es/service/que-es-atencion-al-cliente>
- Mottura, L. (2024). 10 tendencias del equipamiento para hoteles. Artículo en blog. Disponible en: <https://hotevia.info/10-tendencias-del-equipamiento-para-hoteles-por-luigi-mottura/>
- Naveros, B. (2023). La actitud positiva en el trabajo: claves para alcanzar el éxito. Artículo en blog. Disponible en: <https://tickelia.com/blog/rrhh/diccionario/actitud-positiva/>
- Organización Mundial del Turismo – OMT. (2014). Glosario de términos turísticos. Sitio web. Disponible en: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/Glossary-of-terms.pdf>
- Pangan; M. (2020). Atención al cliente: cuando la proporciona con pasión. Artículo en blog. Disponible en: <http://especializate.usat.edu.pe/blog/atencion-al-cliente-cuando-la-proporciona-con-pasion/>
- Real Academia de la Lengua Española – RAE (2024). Permanencia. Diccionario en línea. Disponible en: <https://dle.rae.es/permanencia>

- Schauble, T. (2015). Los tipos de huéspedes más comunes. Artículo en blog. Disponible en: <https://tashi.travel/es/blog/2020/los-4-tipos-de-huespedes-mas-comunes>
- Torres, S. (2020). Análisis del impacto de la COVID-19 en la ocupabilidad del Hotel Costa del Sol Cajamarca, en el año 2020. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de Cajamarca. <http://hdl.handle.net/20.500.14074/4490>
- Vallejo, L. (2016). Gestión del talento humano. Texto digital. Disponible en: <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-222134-gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano-comprimido.pdf>

ANEXOS

ANEXO 01:
GUÍA DE OBSERVACIÓN EN EL HOSPEDAJE MAR AZUL – ZORRITOS

Nº	ÍTEM	DESCRIPCIÓN
1	Características de las instalaciones del hotel de playa Mar Azul - Zorritos.	o
2	Características del recurso humano con el que cuenta el hotel de playa Mar Azul - Zorritos.	o
3	Características del servicio que brinda el hotel de playa Mar Azul - Zorritos.	o
4	Detalles de la ocupabilidad de las habitaciones del hotel de playa Mar Azul - Zorritos.	o
5	Detalles de las características de los huéspedes hospedados en las habitaciones del hotel de playa Mar Azul - Zorritos.	o
6	Detalles de la permanencia de los huéspedes hospedados en el hotel de playa Mar Azul - Zorritos.	o
7	Detalles de las aptitudes, actitudes y la atención que brinda el recurso humano a los huéspedes hospedados en el hotel de playa Mar Azul - Zorritos.	o

Tumbes, julio de 2024.

ANEXO 02:
GUÍA DE ENTREVISTA A TRABAJADORES DEL HOSPEDAJE MAR AZUL – ZORRITOS

1. Características de las instalaciones del hotel de playa Mar Azul - Zorritos.
2. Características del del recurso humano con el que cuenta el hotel de playa Mar Azul - Zorritos.
3. Características del servicio que brinda el hotel de playa Mar Azul - Zorritos.
4. Detalles de la ocupabilidad de las habitaciones del hotel de playa Mar Azul - Zorritos.
5. Detalles de las características de los huéspedes hospedados en las habitaciones del hotel de playa Mar Azul - Zorritos.
6. Detalles de la permanencia de los huéspedes hospedados en el hotel de playa Mar Azul - Zorritos.
7. Detalles de las aptitudes, actitudes y la atención que brinda el recurso humano a los huéspedes hospedados en el hotel de playa Mar Azul - Zorritos.

Tumbes, julio de 2024.

ANEXO 03:
**MATRIZ DE ENCUESTA SOBRE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL
HOSPEDAJE MAR AZUL – ZORRITOS**

MUESTRA

84

Nº	ITEM	VARIABLE	%
1	RAZON DE PREFERENCIA	Comodidad	21%
		Buena atención	32%
		Precios	18%
		Buena comida	29%
2	OPINION SOBRE EL HOSPEDAJE	Muy cómodo	65%
		Cómodo	29%
		Poco cómodo	5%
		Nada cómodo	1%
3	OPINIÓN SOBRE HABITACIONES	Muy cómodas	60%
		Cómodas	36%
		Poco cómodas	4%
		Nada cómodas	1%
4	OPINIÓN SOBRE EQUIPAMIENTO	Muy bueno	55%
		Bueno	38%
		Malo	5%
		Muy malo	2%
5	OPINIÓN SOBRE COMIDA	Muy buena	52%
		Buena	42%
		Mala	5%
		Muy mala	1%
6	OPINIÓN SOBRE TRATO RECIBIDO	Muy buen trato	75%
		Buen Trato	25%
		Mal trato	0%
		Muy mal trato	0%
7	RETORNARÍA NUEVAMENTE	Si de todas maneras	64%
		Sí	29%
		Talvez	6%
		No	1%
8	RECOMENDARÍA EL HOSPEDAJE	Si de todas maneras	63%
		Sí	29%
		Talvez	6%
		No	2%

FUENTE: Encuesta aplicada al cliente del hospedaje Mar Azul – 2024

ANEXO 04:

CAPTURA DE PANTALLA CUESTIONARIO EN LÍNEA APLICADO SOBRE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL HOSPEDAJE MAR AZUL – ZORRITOS



MAR AZUL Y SATISFACCIÓN DEL HUESPED

Se agradece infinitamente por contestar este cuestionario sobre satisfacción. su participación es totalmente anónima.

* Indica que la pregunta es obligatoria

¿Por qué prefiere hospedarse en el Hotel Playa Mar Azul? *

Tu respuesta

¿Qué opina sobre las instalaciones del Hotel Playa Mar Azul? *

Muy cómodas

Cómodas

Poco cómodas

FUENTE: Google Forms 2025.

**ANEXO 05:
MAPA DE UBICACIÓN DEL HOSPEDAJE MAR AZUL EN TUMBES Y EL PERÚ**



FUENTE: Adaptado de Google Maps.

**ANEXO 06:
FOTOGRAFÍAS DE LAS DIFERENTES ÁREAS DEL HOSPEDAJE MAR AZUL**



FUENTE: Archivo fotográfico propio.