



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACION  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERIA Y GASTRONOMIA**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**“SERVICIO DE CALIDAD DEL HOTEL ROYAL INN JULIACA  
- PUNO 2022”**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO,  
HOTELERIA Y GASTRONOMIA**

**PRESENTADA POR:**

**BEATRIZ MAMANI QUISPE**

**ASESORA:**

**MG. CLAUDIA EDITH LLONTOP DIEZ**

**LIMA, MARZO 2022**

## **DEDICATORIA**

En primer lugar, a Dios quien como guía estuvo presente en el camino de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con mis metas trazadas y a mis padres por haberme apoyado en este proceso tan importante por su paciencia y colaboración en esta etapa de mi vida profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Alas Peruanas y a la Facultad de Ciencias empresariales,

Escuela Profesional de Turismo Hotelería y Gastronomía por brindarme los recursos necesarios para realizar este proyecto de investigación y por haber hecho realidad el sueño de ser profesional.

A los miembros de jurado por la orientación, consideración y apoyo para la finalización del presente trabajo de investigación.

En especial un profundo agradecimiento a los docentes de Carrera, que aportaron sus conocimientos y experiencias durante mi formación profesional.

## **INTRODUCCION**

La hotelería en la ciudad de Juliaca Puno viene creciendo gracias a los lazos comerciales que tiene la ciudad de Juliaca con los demás departamentos como de los país vecinos, la variedad de los hoteles es tal que cuenta tanto con hoteles categorizados y no categorizados, en cuanto hoteles categorizados la ciudad Juliaca tiene desde tres estrellas como el

Hotel Roya Inn, Hotel Sakura, Hotel Apus. Para el servicio del turismo comercial o de negocios ya que la ciudad de Juliaca es netamente comercial.

En la provincia de San Román prima el comercio en general, siendo el primer factor económico de la provincia, desarrollándose el turismo pese a las restricciones propias de la provincia puesto que solo tiene 100 años de creación, según el director, al respecto Arias, Leon (oficina zonal de juliaca)

Con respecto a la Mincetur el departamento de Puno en el año 2018 con respecto al reporte tuvo un incremento (6,8%) con respecto al 2017. las Provincias del departamento con mayor crecimiento fueron las provincias tales como la provincia de puno con (48.3%), la provincia de San Román (27.7) y distrito de Chucuito (6.1%). Las causa que motivaron los viajes al departamento de Puno los motivos fueron por visitar familiares o amigos (42.7%), por motivos de negocios (26.0%), y por motivos de esparcimiento (19.1%), al respecto Arias, Leon (MINCETUR, 2018)

## **RESUMEN**

El estudio de análisis del trabajo que lleva por título “Servicio de calidad del hotel Royal Inn Juliaca - Puno 2022”, tuvo como finalidad la de calcular el nivel de calidad de dicha empresa hotelera puesto que brinda sus servicios a huéspedes nacionales, extranjero para lo cual se puso en práctica las

herramientas de control de calidad tales como la herramienta serviquil, la encuesta, hoja de verificación, histograma, diagrama de Pareto, diagrama de Ishikawa para ver el nivel de calidad del servicio prestado a los huéspedes.

El tipo de trabajo de investigación es de nivel cuantitativa, de diseño no experimental, de nivel descriptivo, para lo cual se usó las encuestas para obtener dicha información.

Fue de tipo probabilístico. Para el análisis y procesamiento de la data obtenida se utilizó el software office. Para cuantificar la data obtenida y la realización de las figuras, llegando a la conclusión que el servicio que ofrece el establecimiento hotelero es bueno con tendencias a mejorar.

## **INDICE**

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| <b>DEDICATORIA .....</b>    | <b>II</b>  |
| <b>AGRADECIMIENTO .....</b> | <b>II</b>  |
| <b>INTRODUCCION .....</b>   | <b>III</b> |

|   |             |
|---|-------------|
| <b>RESUMEN .....</b>  | <b>IV</b>   |
| <b>INDICE .....</b>   | <b>V</b>    |
| <b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>                                  | <b>VIII</b> |
| <b>ÍNDICE DE ANEXOS .....</b>                                   | <b>IX</b>   |
| <b>CAPITULO I.....</b>  | <b>1</b>    |
| <b>Marco teórico .....</b>                                      | <b>1</b>    |
| <b>CAPÍTULO II.....</b>   | <b>3</b>    |
| <b>Breve introducción de la empresa del sector turismo.....</b> | <b>3</b>    |
| <b>1 Historia .....</b>   | <b>3</b>    |
| <b>2 Misión .....</b>   | <b>3</b>    |
| <b>3 Visión .....</b>   | <b>3</b>    |
| <b>4 Valores.....</b>   | <b>4</b>    |
| <b>CAPÍTULO III.....</b>  | <b>5</b>    |
| <b>Operación de la empresa .....</b>                            | <b>5</b>    |
| <b>1 Mercado objetivo .....</b>                                 | <b>5</b>    |
| <b>2 Servicios ofrecidos.....</b>                               | <b>5</b>    |
| <b>3 Organigrama .....</b>                                      | <b>5</b>    |
| <b>CAPÍTULO IV.....</b>   | <b>6</b>    |
| <b>Problemática .....</b>                                       | <b>6</b>    |
| <b>1 Descripción el proceso que analizara.....</b>              | <b>6</b>    |
| <b>Elementos que forman el service blueprint .....</b>          | <b>6</b>    |
| <b>2 Problemática identificada .....</b>                        | <b>7</b>    |

|  |           |
|--|-----------|
| 3 Clientes internos vinculados a la problemática .....                     | 8         |
| <b>CAPÍTULO V.....</b>   | <b>9</b>  |
| <b>Análisis de la situación .....</b>                                      | <b>9</b>  |
| <b>1 Metodología propuesta para el análisis.....</b>                       | <b>9</b>  |
| 1.1 La hoja de verificación.....   | 9         |
| 1.2 Histograma.....  | 10        |
| 1.3 Diagrama de Pareto .....   | 10        |
| 1.4 Diagrama de Ishikawa .....   | 11        |
| <b>2 Recolección de datos para cuantificación de la problemática .....</b> | <b>12</b> |
| Hoja de entrevista.....  | 12        |
| <b>3 Aplicación de las herramientas seleccionadas.....</b>                 | <b>25</b> |
| Hoja de verificación.....  | 25        |
| Herramienta ishikawa.....  | 27        |
| <b>4 Procesamiento y análisis de la data obtenida.....</b>                 | <b>29</b> |
| <b>CAPÍTULO VI.....</b>  | <b>30</b> |
| <b>Mejora del proceso .....</b>  | <b>30</b> |
| 1 Identificación de las arias de proceso .....                             | 30        |
| 2 Cambios propuestos en el proceso analizado .....                         | 30        |
| 3 Resultados esperados en la relación a los cambios propuestos.....        | 34        |
| 4 Indicadores para los seguimientos y responsables .....                   | 35        |
| <b>CAPÍTULO VII.....</b>   | <b>37</b> |
| <b>Conclusiones .....</b>  | <b>37</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>CAPÍTULO VIII.....</b>                        | <b>38</b> |
| <b>Recomendaciones .....</b>                     | <b>38</b> |
| <b>CAPÍTULO IX.....</b>                          | <b>39</b> |
| <b>Referencias bibliográficas y anexos .....</b> | <b>39</b> |
| <b>Referencias Bibliográficas.....</b>           | <b>39</b> |
| <b>Anexos.....</b>                               | <b>44</b> |

### ÍNDICE DE FIGURAS

|                         |           |
|-------------------------|-----------|
| <b>Figura: 1 .....</b>  | <b>5</b>  |
| <b>Figura: 2 .....</b>  | <b>7</b>  |
| <b>Figura: 3 .....</b>  | <b>13</b> |
| <b>Figura: 4 .....</b>  | <b>13</b> |
| <b>Figura: 5 .....</b>  | <b>14</b> |
| <b>Figura: 6 .....</b>  | <b>16</b> |
| <b>Figura: 7 .....</b>  | <b>17</b> |
| <b>Figura: 8 .....</b>  | <b>18</b> |
| <b>Figura: 9 .....</b>  | <b>19</b> |
| <b>Figura: 10 .....</b> | <b>20</b> |
| <b>Figura: 11 .....</b> | <b>21</b> |
| <b>Figura: 12 .....</b> | <b>22</b> |
| <b>Figura: 13 .....</b> | <b>23</b> |



|                         |           |
|-------------------------|-----------|
| <b>Figura: 14 .....</b> | <b>24</b> |
| <b>Figura: 15 .....</b> | <b>25</b> |
| <b>Figura: 16 .....</b> | <b>25</b> |
| <b>Figura: 17 .....</b> | <b>25</b> |
| <b>Figura: 18 .....</b> | <b>26</b> |
| <b>Figura: 19 .....</b> | <b>26</b> |
| <b>Figura: 20 .....</b> | <b>27</b> |
| <b>Figura: 21 .....</b> | <b>27</b> |
| <b>Figura: 22 .....</b> | <b>27</b> |

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ANEXO 1 EN CUESTA 1 .....</b>                      | <b>44</b> |
| <b>ANEXO 2 ENCUESTA 2 .....</b>                       | <b>45</b> |
| <b>ANEXO 3 PORCENTUAL DE ENCUESTA POR ITEMS .....</b> | <b>46</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ANEXO 4 PORCENTUAL DE ENCUESTA POR ITEMS .....</b>   | <b>46</b> |
| <b>ANEXO 5 PORCENTUAL DE ENCUESTA POR ITEMS .....</b>   | <b>46</b> |
| <b>ANEXO 6 PORCENTUAL DE ENCUESTA POR ITEMS .....</b>   | <b>47</b> |
| <b>ANEXO 7 PORCENTUAL DE ENCUESTA POR ITEMS .....</b>   | <b>48</b> |
| <b>ANEXO 8 PORCENTUAL DE ENCUESTA POR ITEMS .....</b>   | <b>48</b> |
| <b>ANEXO 9 PORCENTUAL DE ENCUESTA POR ITEMS .....</b>   | <b>49</b> |
| <b>ANEXO 10 PORCENTUAL DE ENCUESTA POR ITEMS.....</b>   | <b>49</b> |
| <b>ANEXO 11 PORCENTUAL DE ENCUESTA POR ITEMS.....</b>   | <b>50</b> |
| <b>ANEXO 12 PORCENTUAL DE ENCUESTA POR ÍTEMS.....</b>   | <b>51</b> |
| <b>ANEXO 13 PORCENTUAL DE ENCUESTA POR ITEMS.....</b>   | <b>51</b> |
| <b>ANEXO 14 PORCENTUAL DE ENCUESTA POR ITEMS.....</b>   | <b>52</b> |
| <b>ANEXO 15 IMÁGENES DEL EXTERIOR DEL HOTEL.....</b>    | <b>52</b> |
| <b>ANEXO 16 FOTOS DE LA ENCUESTA DÍA 10-01-22 .....</b> | <b>54</b> |
| <b>ANEXO 17 INSTRUMENTOS UTILIZADOS.....</b>            | <b>55</b> |

# **CAPITULO I**

## **Marco teórico**

La industria de la hostelería surge a partir del desplazamiento de las personas de un lugar a otro, con el paso del tiempo la hostelería fue evolucionando por los continuos desplazamientos que fue sufriendo la sociedad motivada ya sea por trabajo, ocio, religioso o recreación.

La industria del turismo en las últimas décadas, viene siendo una de las actividades que demuestran un gran desarrollo en el globo, pues al no ver fronteras a las nuevas tendencias para con los viajeros (Monsalve, Hernández, 2015)

La hostelería es una de las actividades primordiales en el rubro del turismo sustentable de un destino predeterminado. La administración de los servicios de calidad en estos asentamientos para efectos de dicho designio. Abordando desde el punto de la doctrina del marketing al respecto Monsalve, Hernández, (Serrano, López, García, 2007)

Los fundamentos teóricos expresan el desarrollo de los grupos relacionados con la hostelería a nivel internacional desde el criterio de las regiones capitalistas. Las cadenas en hostelería en su afán de desarrollo establecen opciones que exponen ante la industria de la hostelería de las regiones emergentes para su continuo crecimiento. (Meza, Zaldivar, Fernández, 2016)

La industria actual en el rubro de la hostelería y la restauración es la consecuencia del desarrollo cultural y social de muchas épocas. Hospederías cómodas, la pulcritud es considerado en un tiempo un derecho exclusivo de los acaudalados, con el tiempo fue asequible para la ciudadanía en general. El desarrollo en la industria de trasportes dio pie a que más gentío recorrer tramos

ms largos a precios más accesibles, dando pie al desarrollo de la industria del turismo en todo el globo. Desde su humilde desarrollo tanto para la hostelería como para el turismo vinieron creciendo hasta transformarse en las dos industrias más grandes de todo el planeta (Jeimi, n.d.)

La industria de la hostelería considera ser parte indispensable de la secuencia de actividades turísticas, capacidad, la infraestructura y los servicios que trae consigo para el posicionamiento del desarrollo de la ciudad. Por ende la administración que se realiza para ofertar los servicios de calidad en el servicio de la hostelería PYME convirtiéndolo en uno de los componentes con mayor presencia en el desarrollo de turismo (Monsalve, Hernández, 2015)

## **CAPÍTULO II**

### **Breve introducción de la empresa del sector turismo**

#### **1 Historia**

ROYAL INN HOTEL ha ido prestando los servicios en el rubro de la hostelería por más de tres décadas y media de las estrictas demandas del huésped continuando con la labor del servicio a hacia los huéspedes, invitándoles a gozar de los confortables servicios tanto cómodos como lujosas instalaciones, dedicado a ofrecerles de las distintas variedades de servicios de forma eficaz a los huéspedes. Es el lema del personal, asegurar al turista la mejor combinación del gozo, placer y de la comodidad.

Es el trabajo constante de entrega en el servicio de la hostelería con la mejor calidad. ROYAL INN HOTEL siendo ideal para el turista y el turista de negocios, ya que se encuentra en el centro de la ciudad, la infraestructura y un servicio de calidad con los valores como el respeto, honestidad, trabajo en grupo, pasión por el trabajo que realizamos, con la innovación y el optimismo al respecto (royal inn, n.d.).

#### **2 Misión**

En cuanto a la misión del HOTEL ROYAL INN es de la creación de experiencias auténticas yendo más allá de lo que el huésped espera al respecto (Poma, 2018).

#### **3 Visión**

Busca ser el líder en la hotelería de la región en cuanto a la calidad de los servicios prestados gracias a la colaboración de los trabajadores y el compromiso social que tiene el hotel al respecto (Poma, 2018).

#### **4 Valores**

Los valores que tiene el HOTEL ROYAL INN vienen siendo: la honestidad para hacia los huéspedes, el respeto tanto para los colaboradores del hotel como para los huéspedes, el trabajo en equipo de los colaboradores, La pasión por el trabajo que se viene realizando, la proactividad que demuestran los colaboradores, la innovación de las nuevas tendencias, el optimismo hacia los desafíos que se presentan al respecto (Poma, 2018)

# CAPÍTULO III

## Operación de la empresa

### 1 Mercado objetivo

El mercado objetivo del hotel Royal Inn se encuentra dirigido para personas de 25 años en adelante como parejas, familias, ejecutivos ya que este grupo de personas cuenta con solvencia económica.

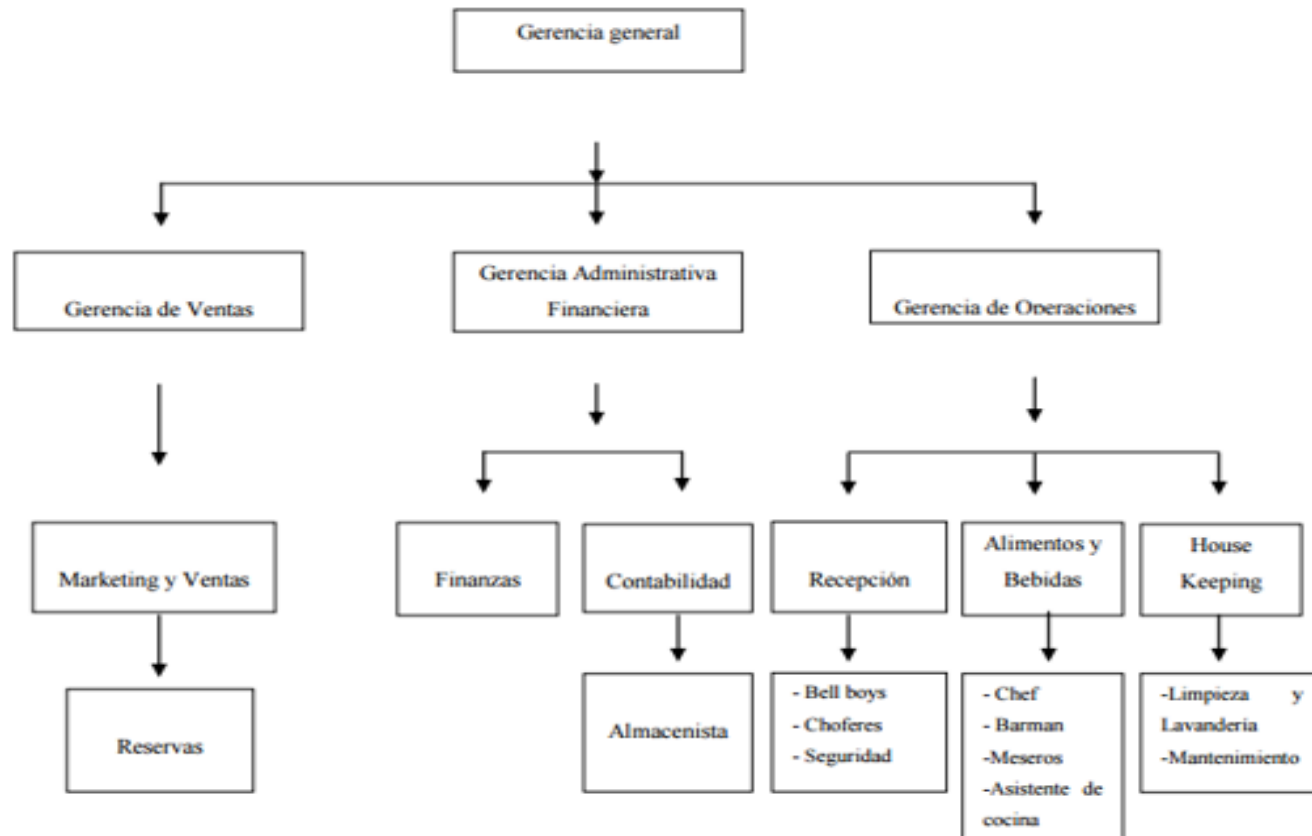
### 2 Servicios ofrecidos

Los servicios que ofrece el hotel ROYAL INN son: el servicio de suite con jacuzzi, la variedad de desayunos suculentos elaborados con los productos de la zona, TV con señal de cable, frio bar, mesa de trabajo, secadora para el cabello, calefacción, conexión de internet vía wifi. Suites con Jacuzzi, desayuno variado con exquisitos productos de la zona, TV con señal de cable, frio bar mesa de trabajo, calefacción, secadora de cabello, conexión a Internet wifi.

- Información turística. Al respecto (royal inn, n.d.)
- Cambio de moneda extranjera.
- Servicio de Cochera.
- Restaurante del Hotel.
- Servicio de Lavandería.
- Atención Médica.
- Servicio de Internet.
- Detector de humo
- Salas de Star
- Bar.

### 3 Organigrama

Figura: 1





Fuente:(Puma, 2017)

## **CAPÍTULO IV**

### **Problemática**

#### **1 Descripción el proceso que analizara**

Para la realización de descripción del proceso se toma como base la herramienta service blueprint, es un plano de diagramas que los administradores realizan con el objetivo de obtener el esquema detallado de los servicios realizados para con el cliente que ofrecen las distintas organizaciones dedicadas a los servicios.

El propósito del service blueprint, es la de ayudar a entender el proceso de los servicios con el cliente para la mejora de los servicios que se ofrece al respecto (QuestionPro, 2021)

#### **Elementos que forman el service blueprint**

- Línea de Interacción: sobre esta línea se hallan todas las pautas donde hay relación con el cliente y con el servicio ofrecido.
- Línea de Visibilidad: más allá de esta línea los clientes, ya no tienen visibilidad de lo que la organización está haciendo para prestarle dicho servicio. Aquí es cuando se producen las interacciones de backstage, que puede incluir dichas actividades como la culminación de dichos pedidos, el procesamiento de los pagos, la gestión de los inventarios, etc.
- Línea de Acción interna: cuando los asociados o colaboradores que ya no tienen contacto con el cliente brindan apoyo para la realización de dicho servicio al respecto (Customer, 2017)

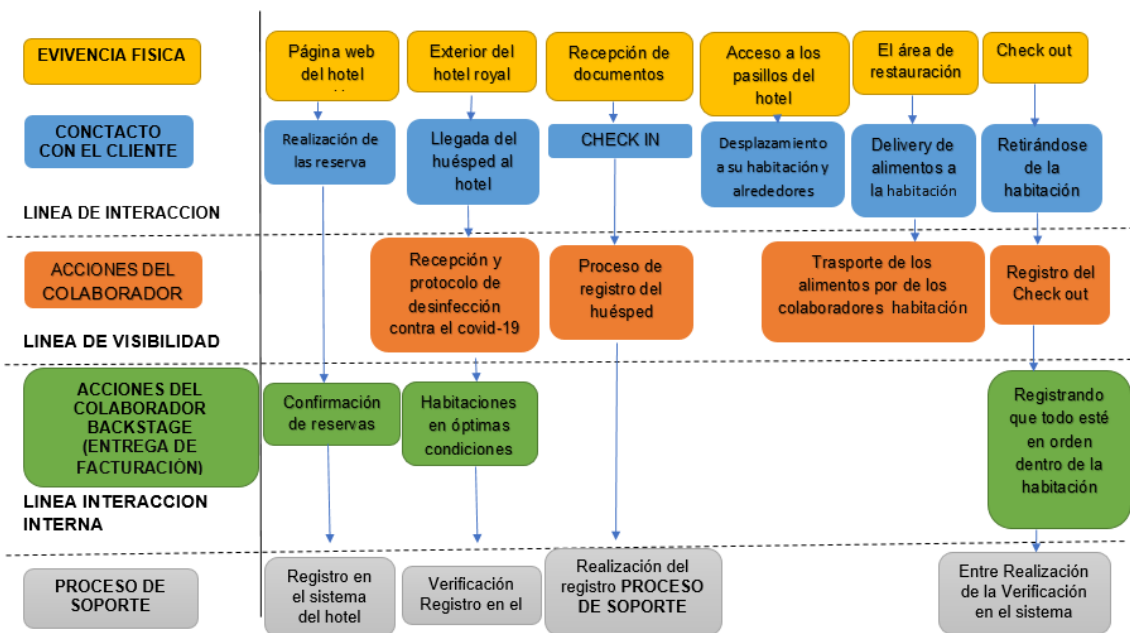


Figura: 2

Fuente: De autor.

## 2 Problemática identificada

Los problemas identificados dentro de la administración del hotel Royal Inn:

- **Botones:** el hotel no cuenta con este servicio básico en el rubro de la hostelería.
- **La atención:** se observa que la atención en el área de recepción no es óptima, ya que tiene demoras en el servicio.
- **El personal de seguridad:** se percibe que el personal de seguridad en algunos casos no es empático con el huésped.
- **Reservas:** se percibe que en algunos casos existe la sobre reserva de una habitación esto ocasionado por parte del personal por no revisar el sistema del hotel.

- **Facturación:** se percibe que el personal no está capacitado en el sistema de facturación, ya que ávido, casos que la facturación es errónea.

### **3 Clientes internos vinculados a la problemática**

Se encuentra representadas en las siguientes áreas del hotel:

- Área de recepción:
- Área de housekeeping
- Área de reservas.

# CAPÍTULO V

## Análisis de la situación

### 1 Metodología propuesta para el análisis

En cuanto al significado de la calidad es el placer constante de los consumidores de los servicios, y esto lo entiende Deming impulsando la sistematización de la resolución de problemas de calidad enfocándose en las necesidades del consumidor. Tiendo lugar a su visita al país de Japón en 1950 y 1960 de Deming de Joseph M. naciendo los parámetros de control de calidad concernientes a las empresas, este enfoque siendo precedido por Kaoru Ishikawa enfatizando en la calidad más allá del producto, incluyendo la calidad de los servicios post-venta al respecto (Sánchez, 2013). En cuanto al significado de calidad se tiene por conveniente para la realización de la praxis los siguientes enfoques. La hoja de verificación, el histograma, el Pareto, Ishikawa.

#### 1.1 La hoja de verificación

La hoja de verificación también conocida como la lista de chequeo, check list, hoja de control y plantilla de verificación. Es un formato impreso utilizado generalmente para la recolección de datos mediante la observación de la situación o proceso específico. Siendo una de las siete herramientas de calidad. Esta herramienta en formato impreso, es usada para la recolección de información de datos ya sea el proceso o la situación particular definida. Los datos recopilados representan la entrada para los posteriores usos de otras herramientas para el control de calidad tales como el diagrama Pareto en tal sentido la hoja de verificación es una herramienta empleada para múltiples procesos que

van más allá de la calidad teniendo distintos formatos tales como la cuantificación de las deficiencias por producto, la cuantificación de las deficiencias por localización, la cuantificación de las deficiencias por causa (máquinas o colaboradores), la realización de seguimientos de las tareas de un proceso definido (lista de verificación). (Servicio, 2021).

## **1.2 Histograma**

Es la representación gráfica de estadísticas de diferentes tipologías. La utilidad del histograma da la posibilidad de disponer de manera visual, en orden y de fácil comprensión con respecto a los datos numéricos que en el proceso pueden tornarse complicados de entender. Hay distintos tipos de histogramas ajustándose a diferentes necesidades como también de diferentes tipos de información. (Sociales, 2009).

## **1.3 Diagrama de Pareto**

En el año de 1909 el economista y sociólogo Vilfredo Pareto (1848 - 1923) publica los resultados de su investigación sobre la organización de la riqueza, viendo que el 80% del mismo se encontraban concentrada en un 20% de los pobladores.

Los orígenes de la herramienta Pareto se da a fines de los años 30, en una visita a la planta de general Motors Corporation para la permuta de las buenas prácticas en con relación a la ingeniería industrial, Juran teniendo la oportunidad de observar de cerca el trabajo de Pareto en cuanto a la distribución de la riqueza.

En cuanto a las ventajas de esta herramienta tenemos las siguientes

- Permite la centralización de los puntos de vista en los cuales tendrá más impacto, optimizando los esfuerzos.
- Proporcionando un punto de vista rápida y sencilla del valor relativo de dichos problemas.
- Ayudando a prevenir que se agraven algunas causas al momento de aplicarlo para resolver otras menos significativas.
- La visión gráfica del estudio da la posibilidad de comprender y estimular al grupo para la continua mejora.(Meza Pérez et al., 2016).

#### **1.4 Diagrama de Ishikawa**

El método Ishikawa su origen se debe a Karou Ishikawa diseñando el diagrama teniendo la estructura de forma de pescado, este especialista japonés, profesor de la universidad de Tokio es esta reconocido plantear el tema gerencia de la calidad. A mediados del año 1943 cuando se da uso al gráfico por primera vez, permitiendo exponer a un grupo de ingenieros de la Kawazaki Steel Works, como un complejo sistema de factores tienen relación para resolver el problema.

El diagrama de Ishikawa es también llamado el diagrama de causa y efecto o esqueleto de pescado, es una técnica que se da a ver de manera gráfica para la identificación y resolver los problemas de dicho acontecimiento, problema o dicho resultado.

Para lo cual la realización del diagrama de Ishikawa reconociendo las siguientes.

- Concentrando el esfuerzo del grupo en resolver problemas de compleja resolución.

- Registrar todas las causas, raíces, de dicho problema, efecto, en las condiciones específicas.
- El análisis y registro de algunas de dichas interacciones entre los factores que afectan el proceso particular de los factores.
- Permitiendo acciones correctivas. (Teórico, 2009).

## **2 Recolección de datos para cuantificación de la problemática**

La herramienta del servqual está enfocada para la medición de la calidad del servicio teniendo como objetivo la comparación de las aspiraciones de los consumidores antes del encuentro con los servicios y la expectativa del servicio que realmente se entrega. Dicha herramienta se ha derivado del estudio de Parasuraman, Zeithami y Berry en el año 1985. Costando en un principio de 10 herramientas de la calidad del servicio, de las siguientes herramientas: receptividad, competencia, confiabilidad, comunicación, seguridad, acceso, comprensión, cortesía, percibiendo las expectativas del cliente al respecto (Martín, 2018).

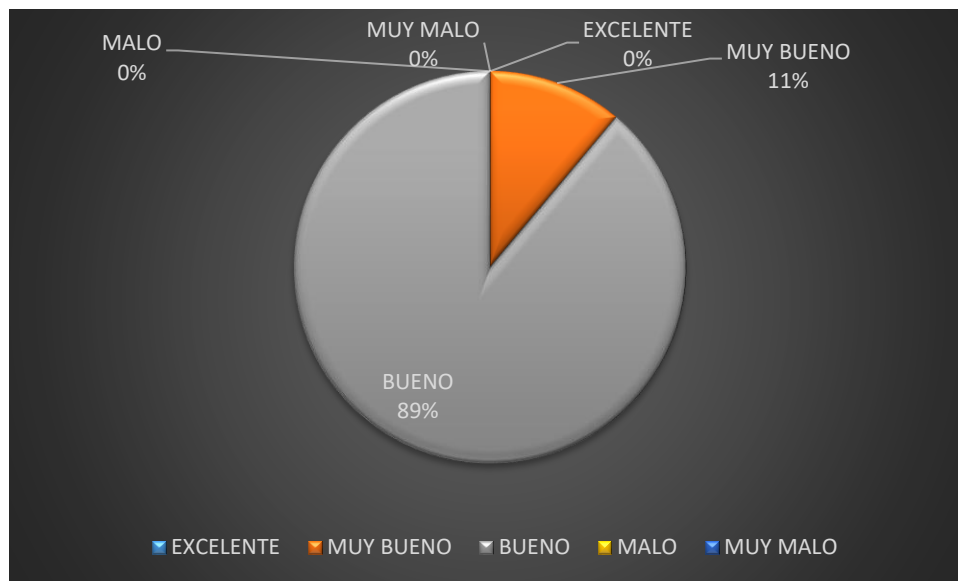
Es un balotaría con preguntas específicas para dicha medición de la herramienta de la calidad de dichos servicios, fue desarrollado en los Estados Unidos auspiciados por Marketing Science Institute y validado por América Latina por Michelsen Consulting con la colaboración del Instituto Latinoamericano de Calidad en los Servicios. Concluyendo los estudios de validación en junio de 1992 (Enfermería, 2003).

### **Hoja de entrevista**

Para lo cual se desarrolló la hoja de entrevista y se realizó dicha encuesta a personas que consumieron los servicios del Hotel Royal Inn de Juliaca Puno.



Figura: 3

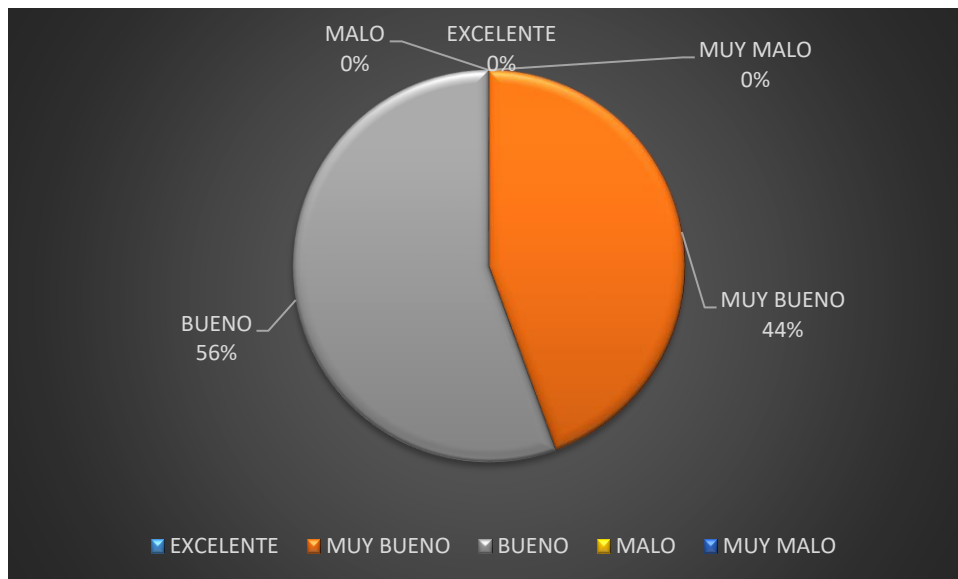


Fuente: de autor encuestas realizadas a los huéspedes que se alojaron en el hotel Royal Inn, de los meses octubre a diciembre 2021.

Observamos que según al cuadro de encuesta se aprecia que en el **ítems 1**. Un 89% da muestras de estar de acuerdo con la calificación de **BUENO**, También se aprecia que un 11% da muestras de estas de acuerdo con la calificación de **MUY BUENO**.

Es así que se puede apreciar que en el establecimiento hotelero está de acuerdo con la vanguardia de la mejora del equipamiento atractivo y de apariencia moderna.

Figura: 4

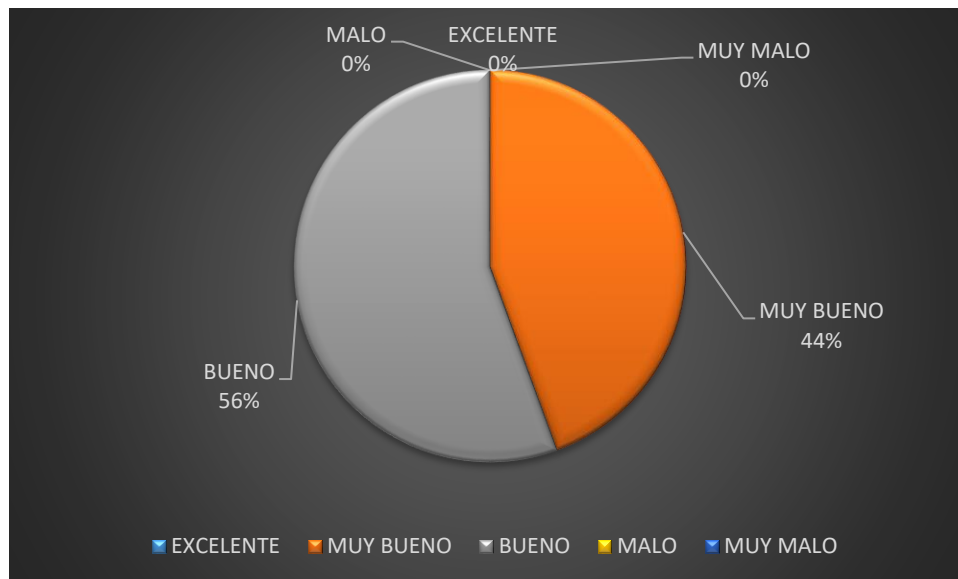


Fuente: de autor encuestas realizadas a los huéspedes que se alojaron en el hotel Royal Inn, de los meses octubre a diciembre 2021.

Observamos que según al cuadro de encuesta se aprecia que en el **ítems 2**. Un 56% da muestras de estar de acuerdo con la calificación de **BUENO**, También se aprecia que un 44% da muestras de estas de acuerdo con la calificación de **MUY BUENO**.

Es así que se puede apreciar que en el establecimiento hotelero está de acuerdo con las instalaciones físicas con las que cuenta el hotel para beneficio del huésped.

Figura: 5

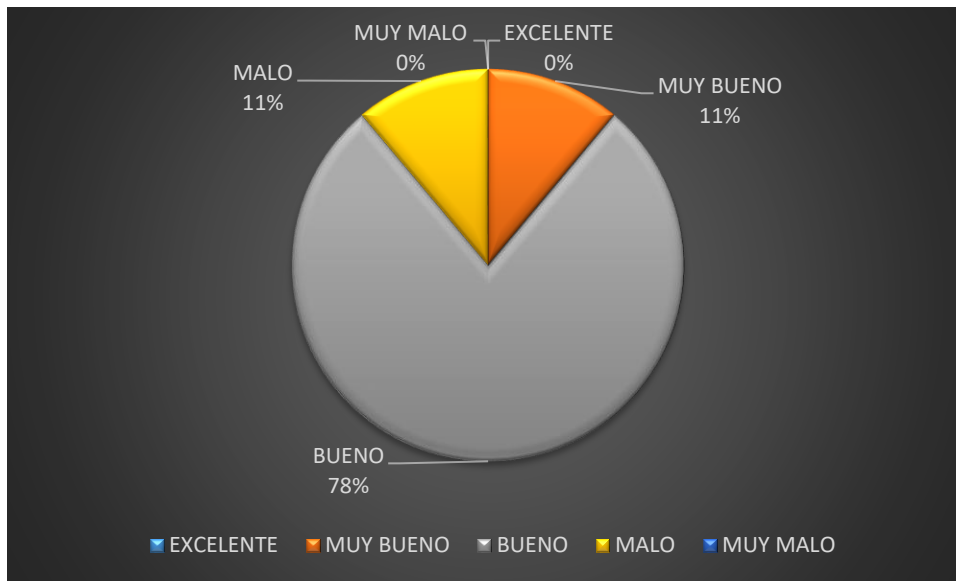


Fuente: de autor encuestas realizadas a los huéspedes que se alojaron en el hotel Royal Inn, de los meses octubre a diciembre 2021.

Observamos que según al cuadro de encuesta se aprecia que en el **ítems 3**. Un 56% da muestras de estar de acuerdo con la calificación de **BUENO**, También se aprecia que un 44% da muestras de estas de acuerdo con la calificación de **MUY BUENO**.

Es así que se puede apreciar que el departamento de recepción se esfuerza para dar un servicio de cero errores.

Figura: 6

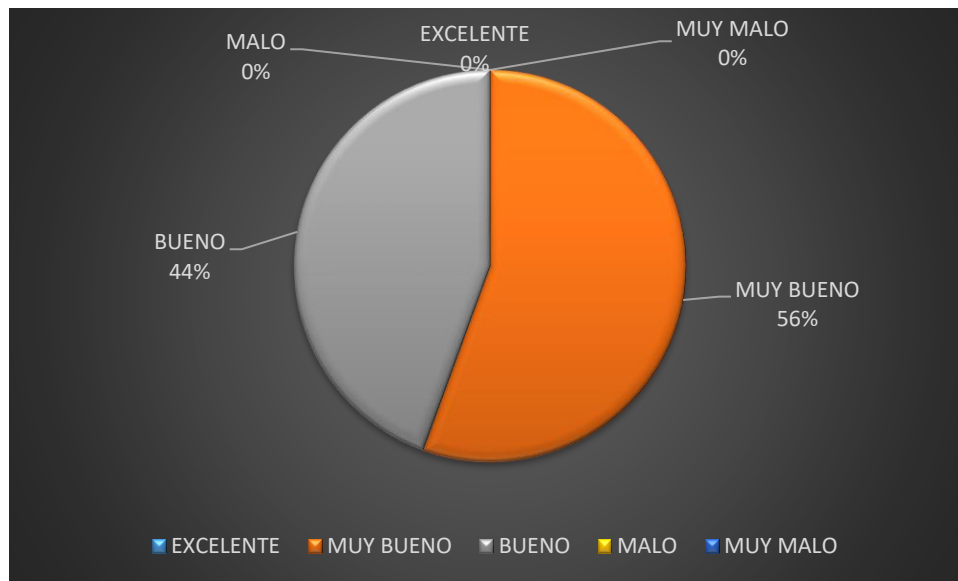


Fuente: de autor encuestas realizadas a los huéspedes que se alojaron en el hotel Royal Inn, de los meses octubre a diciembre 2021.

Observamos que según al cuadro de encuesta se aprecia que en el **ítems 4**. Un 78% da muestras de estar de acuerdo con la calificación de **BUENO**, También se aprecia que un 11% da muestras de estas de acuerdo con la calificación de **MUY BUENO**. Así también se aprecia que un 11% de los encuestados manifiesta la calificación de **MALO**.

Es así que se aprecia que en algunos casos, cuando los colaboradores prometen solucionar la inquietud del huésped buscan solucionar en la brevedad posible

Figura: 7

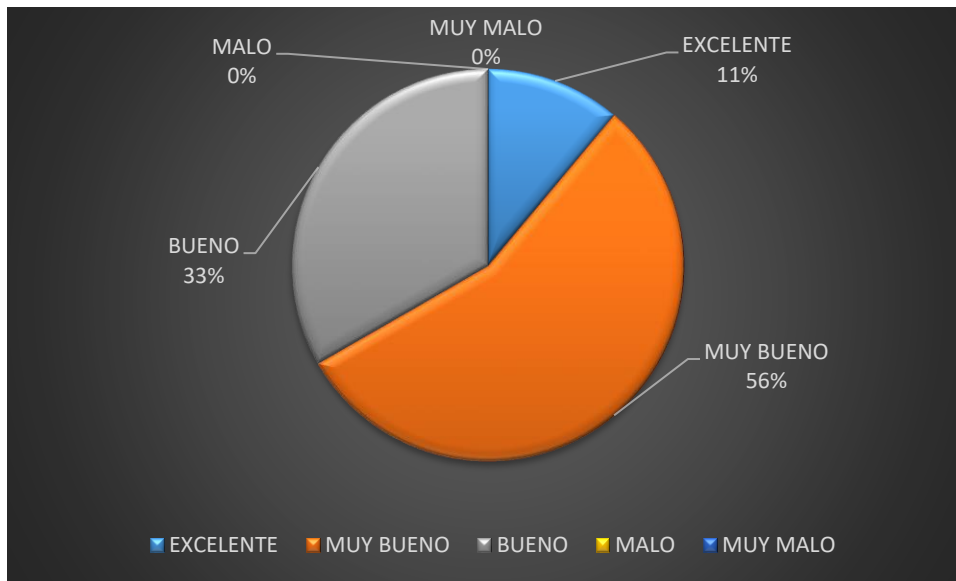


Fuente: de autor encuestas realizadas a los huéspedes que se alojaron en el hotel Royal Inn, de los meses octubre a diciembre 2021.

Observamos que según al cuadro de encuesta se aprecia que en el **ítems 5**. Un 56% da muestras de estar de acuerdo con la calificación de **MUY BUENO**, También se aprecia que un 44% da muestras de estas de acuerdo con la calificación de **BUENO**.

Es así que se aprecia que los colaboradores en algunos casos dan muestra de un sincero interés por solucionar la inquietud del huésped.

Figura: 8

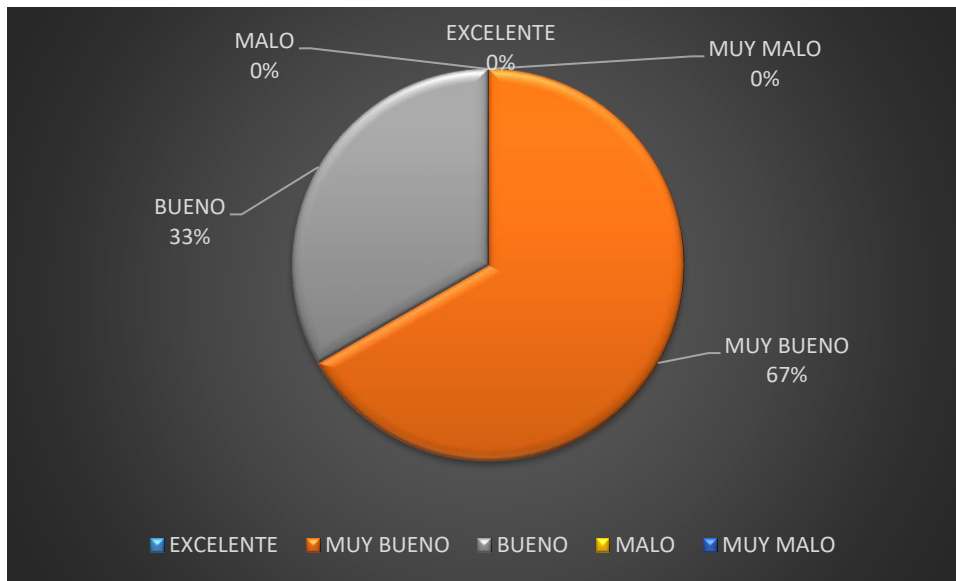


Fuente: de autor encuestas realizadas a los huéspedes que se alojaron en el hotel Royal Inn, de los meses octubre a diciembre 2021.

Observamos que según al cuadro de encuesta se aprecia que en el ítems 6. Un 56% da muestras de estar de acuerdo con la calificación de **MUY BUENO**, También se aprecia que un 33% da muestras de estas de acuerdo con la calificación de **BUENO**. Así también se aprecia que el 11% de los encuestados da muestras la calificación de **EXCELENTE**.

Se aprecia que los colaboradores del establecimiento hotelero informan de la conclusión de los servicios prestados en su momento al huésped.

Figura: 9

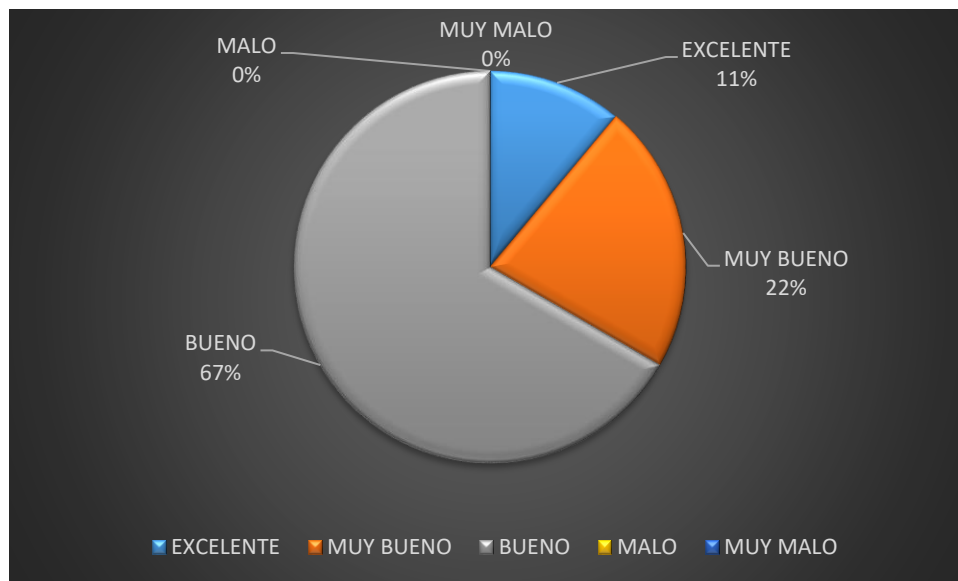


Fuente: de autor encuestas realizadas a los huéspedes que se alojaron en el hotel Royal Inn, de los meses octubre a diciembre 2021.

Observamos que según al cuadro de encuesta se aprecia que en el **ítems 7**. Un 67% da muestras de estar de acuerdo con la calificación de **MUY BUENO**, También se aprecia que un 33% da muestras de estas de acuerdo con la calificación de **BUENO**.

Es así que se aprecia que los colaboradores del establecimiento hotelero dan muestras de dar un servicio puntual al huésped.

Figura: 10



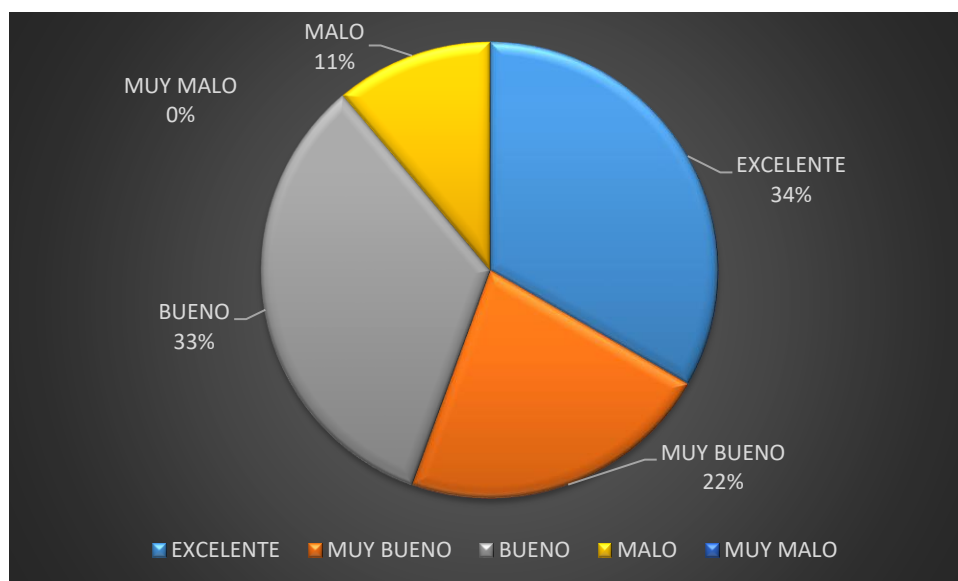
Fuente: de autor encuestas realizadas a los huéspedes que se alojaron en el hotel Royal Inn, de los meses octubre a diciembre 2021.

Observamos que según al cuadro de encuesta se aprecia que en el **ítems 8**. Un 67% da muestras de estar de acuerdo con la calificación de **BUENO**, También se aprecia que un 22% da muestras de estas de acuerdo con la calificación de **MUY BUENO**. Así también se aprecia que el 11% de los encuestados da muestras la calificación de **EXCELENTE**.

Es así que se aprecia que los colaboradores del establecimiento hotelero en su mayoría están en la disocian para la atención del huésped.



Figura: 11

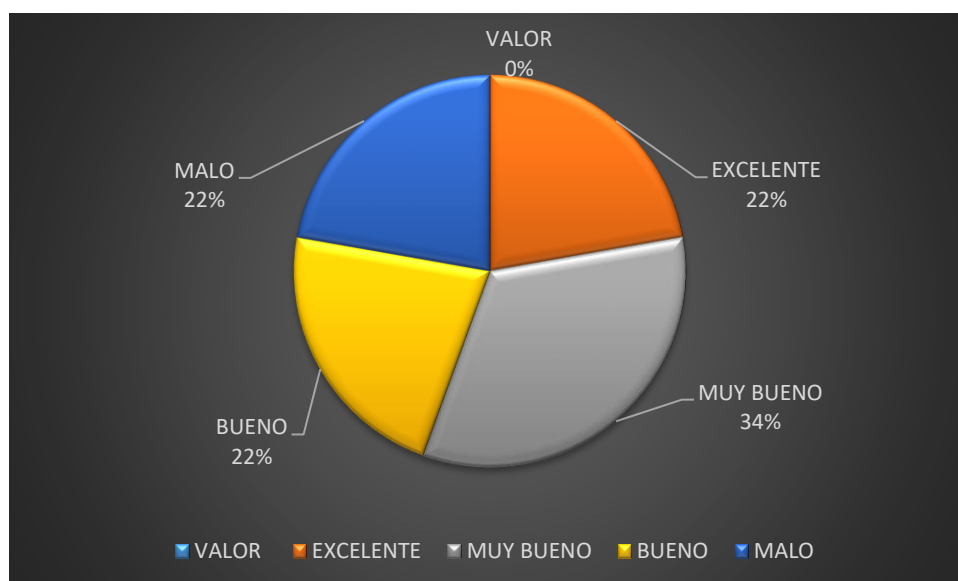


Fuente: de autor encuestas realizadas a los huéspedes que se alojaron en el hotel Royal Inn, de los meses octubre a diciembre 2021.

Observamos que según al cuadro de encuesta se aprecia que en el **ítems 9**. Un 34% da muestras de estar de acuerdo con la calificación de **EXCELENTE**, También se aprecia que un 33% da muestras de estas de acuerdo con la calificación de **BUENO**. Así también se aprecia que el 22% de los encuestados da muestras la calificación de **MUY BUENO**. También se aprecia que un 11% de los encuestados muestran la calificación de **MALO**.

Es así que se aprecia que el comportamiento de los colaboradores del establecimiento hotelero dan muestra de confianza en algunos casos,

Figura: 12

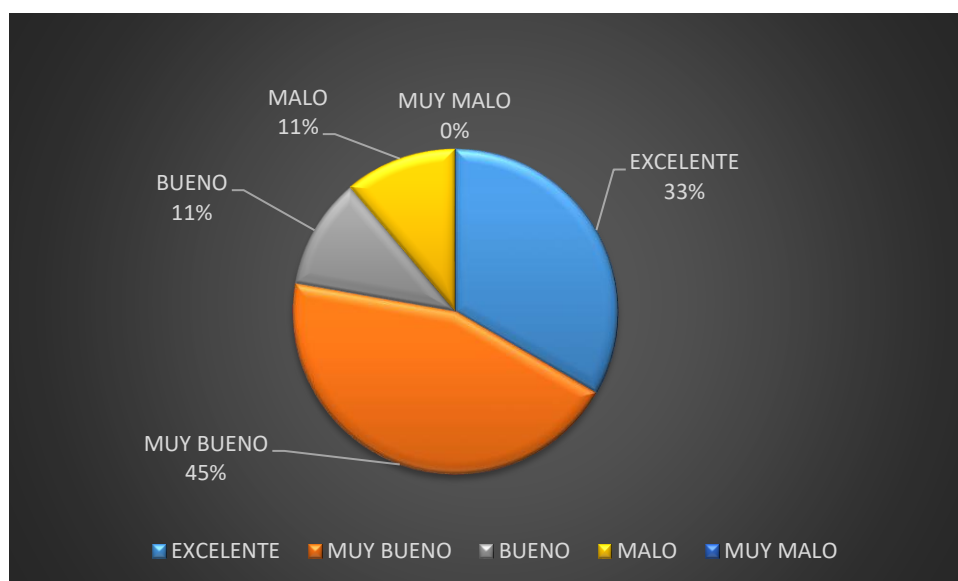


Fuente: de autor encuestas realizadas a los huéspedes que se alojaron en el hotel Royal Inn, de los meses octubre a diciembre 2021.

Observamos que según al cuadro de encuesta se aprecia que en el **ítems 10**. Un 34% da muestras de estar de acuerdo con la calificación de **MUY BUENO**, También se aprecia que un 22% da muestras de estas de acuerdo con la calificación de **EXCELENTE**. Así también se aprecia que el 22% de los encuestados da muestras la calificación de **BUENO**. También se aprecia que un 22% de los encuestados muestran la calificación de **MALO**.

Es así que se puede apreciar que en algunos casos los huéspedes tiene la confianza para confiar el trámite de documentos a los colaboradores del establecimiento hotelero.

Figura: 13

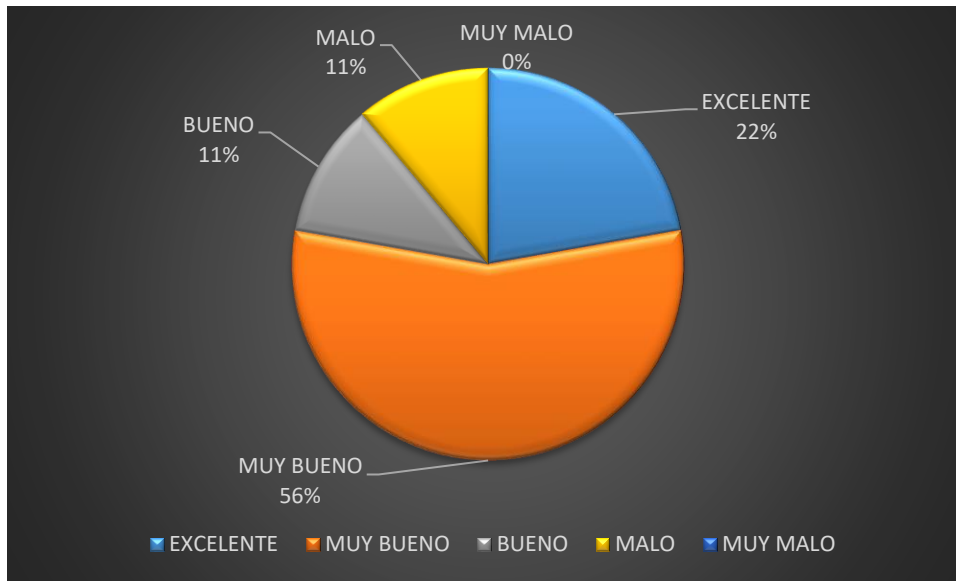


Fuente: de autor encuestas realizadas a los huéspedes que se alojaron en el hotel Royal Inn, de los meses octubre a diciembre 2021..

Observamos que según al cuadro de encuesta se aprecia que en el **ítems 11**. Un 45% da muestras de estar de acuerdo con la calificación de **MUY BUENO**, También se aprecia que un 33% da muestras de estas de acuerdo con la calificación de **EXCELENTE**. Así también se aprecia que el 11% de los encuestados da muestras la calificación de **BUENO**. También se aprecia que un 11% de los encuestados muestran la calificación de **MALO**.

Es así que se aprecia que en algunos casos los colaboradores dan muestra de tener el conocimiento para responder algunas inquietudes del huésped.

Figura: 14



Fuente: de autor encuestas realizadas a los huéspedes que se alojaron en el hotel Royal Inn, de los meses octubre a diciembre 2021.

Observamos que según al cuadro de encuesta se aprecia que en el **ítems 12**. Un 56% da muestras de estar de acuerdo con la calificación de **MUY BUENO**, También se aprecia que un 22% da muestras de estas de acuerdo con la calificación de **EXCELENTE**. Así también se aprecia que el 11% de los encuestados da muestras la calificación de **BUENO**. También se aprecia que un 11% de los encuestados muestran la calificación de **MALO**.

Es así que se aprecia que los colaboradores del establecimiento hotelero dan un servicio personalizado hacia los huéspedes.

### 3 Aplicación de las herramientas seleccionadas

Figura: 15

#### Hoja de verificación

| HOJA DE VERIFICACIÓN  |            |            |            |            |            |            |
|-----------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| PROBLEMA              | SEMANA (1) | SEMANA (2) | SEMANA (3) | SEMANA (4) | SEMANA (5) | SEMANA (6) |
| BOTONES               | //// //    | //// //    | //// // // | //// ////  | //// /     | //// //    |
| ATENCIÓN              | //// /     | ////       | //// //    | ////       | //// //    | //// //    |
| PERSONAL DE SEGURIDAD | //// //    | //// /     | ////       | ////       | //// /     | ////       |
| RESERVAS              | ///        | //         | ////       | //         | ////       | //         |
| FACTURACIÓN           | ////       | ///        | ////       | ////       | ////       | ///        |
| INFRAESTRUCTURA       | //// //    | //// ////  | //// ////  | ////       | //// ////  | //// //    |

nte: de autor hoja de verificación que fue realizado a los huéspedes que se alojaron en el hotel Royal Inn, de los meses octubre a diciembre 2021.

#### Herramienta histograma

Figura: 16

| HISTOGRAMA DEL HOTEL ROYAL INN |            |            |            |            |            |            |
|--------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| PROBLEMA                       | SEMANA (1) | SEMANA (2) | SEMANA (3) | SEMANA (4) | SEMANA (5) | SEMANA (6) |
| BOTONES                        | 10         | 7          | 12         | 10         | 6          | 9          |
| ATENCION                       | 6          | 4          | 7          | 4          | 7          | 8          |
| PERSONAL DE SEGURIDAD          | 8          | 6          | 5          | 4          | 6          | 3          |
| RESERVAS                       | 3          | 2          | 5          | 2          | 4          | 2          |
| FACTURACION                    | 4          | 3          | 5          | 4          | 5          | 3          |
| INFRAESTRUCTURA                | 8          | 9          | 10         | 5          | 9          | 7          |

Fuente: de autor

#### Formula del histograma

Figura: 17

|       |    |    |             |
|-------|----|----|-------------|
| N°    | 36 | K= | 6           |
| R-Max | 12 | A= | 1.666666667 |
| R-Min | 2  |    |             |
| R     | 10 |    |             |

Fuente: de autor

#### Formula de las frecuencias

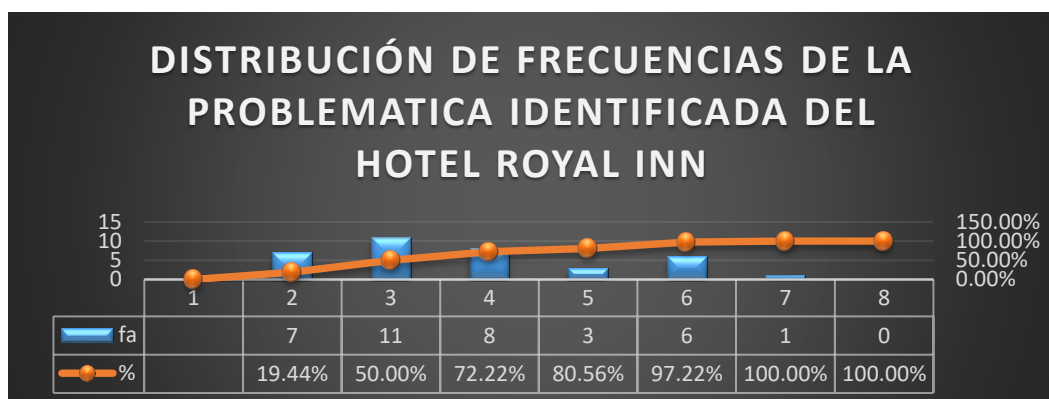
Figura: 18

| INTERVALO | CLASES      |             | xi          | fa | faA | fr          | FrA         | %       |
|-----------|-------------|-------------|-------------|----|-----|-------------|-------------|---------|
|           | li          | ls          |             |    |     |             |             |         |
| 1         | 2           | 3.666666667 | 2.833333333 | 7  | 7   | 0.194444444 | 0.194444444 | 19.44%  |
| 2         | 3.666666667 | 5.333333333 | 4.5         | 11 | 18  | 0.305555556 | 0.5         | 50.00%  |
| 3         | 5.333333333 | 7           | 6.166666667 | 8  | 26  | 0.222222222 | 0.722222222 | 72.22%  |
| 4         | 7           | 8.666666667 | 7.833333333 | 3  | 29  | 0.083333333 | 0.805555556 | 80.56%  |
| 5         | 8.666666667 | 10.33333333 | 9.5         | 6  | 35  | 0.166666667 | 0.972222222 | 97.22%  |
| 6         | 10.33333333 | 12          | 11.16666667 | 1  | 36  | 0.027777778 | 1           | 100.00% |
| 7         | 12          | 13.66666667 | 12.83333333 | 0  | 36  | 0           | 1           | 100.00% |
|           |             |             | TOTAL       | 36 |     | 1           |             |         |

Fuente: de autor

Grafico del histograma

Figura: 19



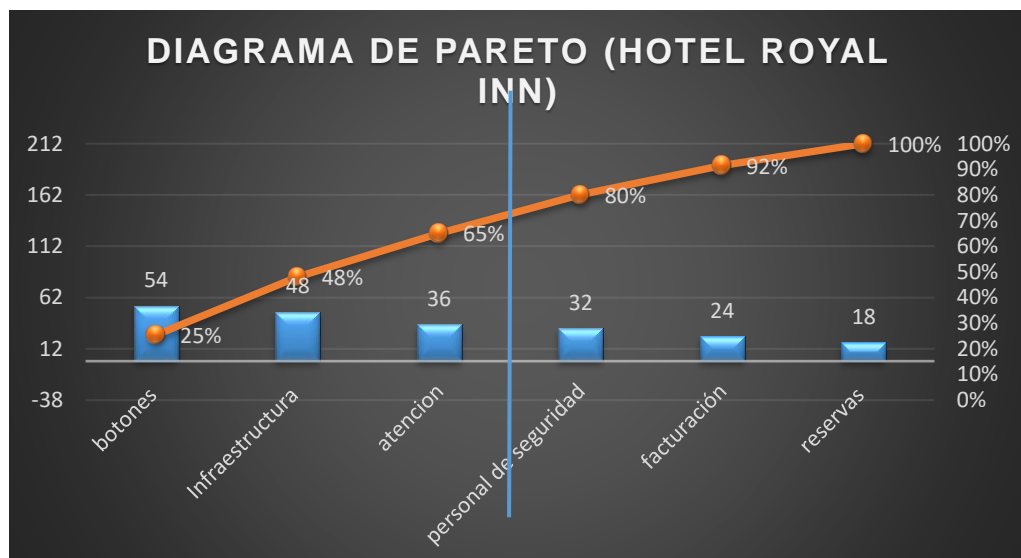
Fuente: de autor

Diagrama Pareto

Figura: 20

| causa (problemática)  | numero de caso (fa) | (Fr)        | (frA) | (%)  |
|-----------------------|---------------------|-------------|-------|------|
| botones               | 54                  | 0.25        | 0.25  | 25%  |
| Infraestructura       | 48                  | 0.23        | 0.48  | 48%  |
| atención              | 36                  | 0.17        | 0.65  | 65%  |
| personal de seguridad | 32                  | 0.15        | 0.80  | 80%  |
| facturación           | 24                  | 0.11        | 0.92  | 92%  |
| reservas              | 18                  | 0.08        | 1.00  | 100% |
| <b>total (N°)</b>     | <b>212</b>          | <b>1.00</b> |       |      |

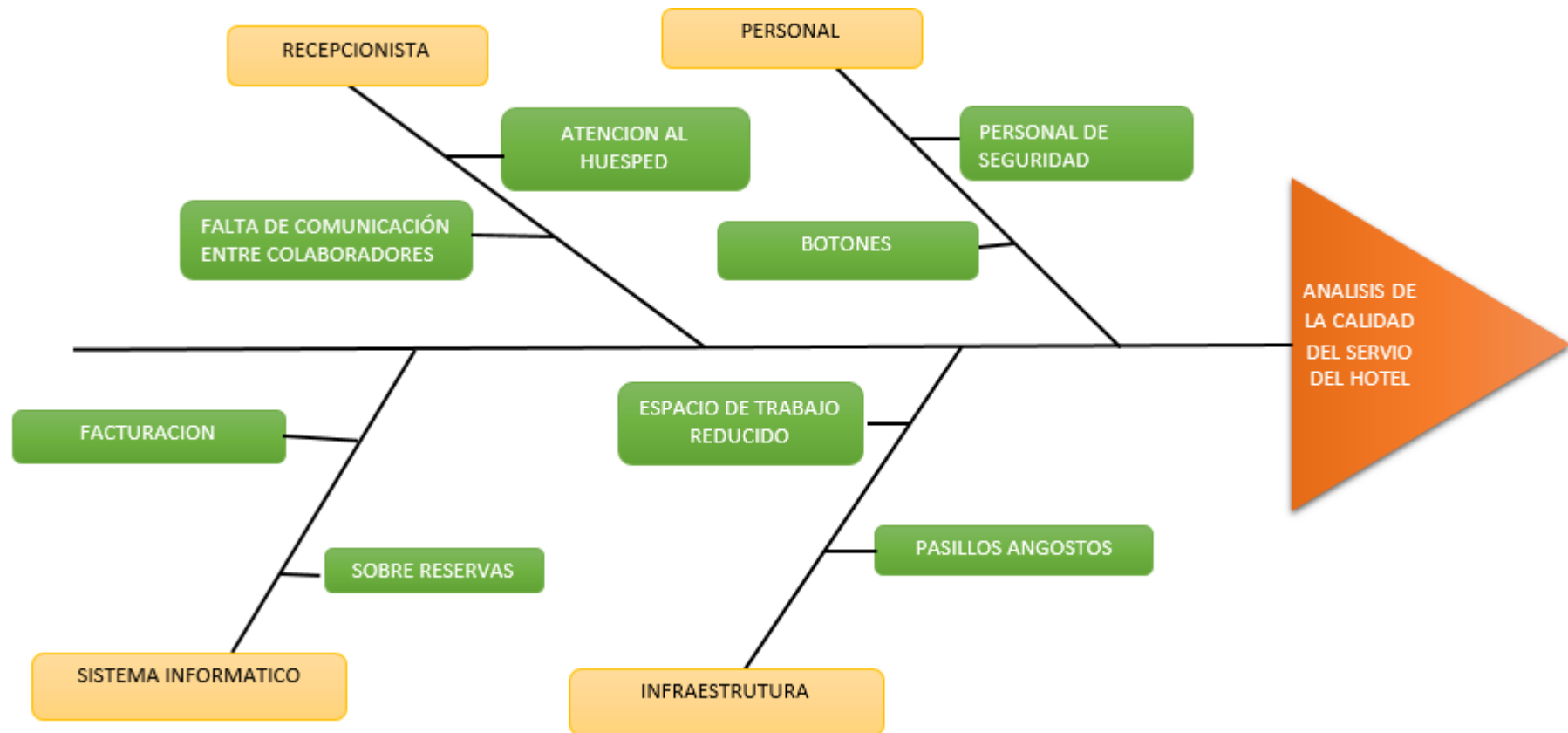
Figura: 21



Fuente: de autor

## Herramienta ishikawa

Figura: 22



Fuente: de autor



#### **4 Procesamiento y análisis de la data obtenida**

##### **Participantes**

Los participantes que ayudaron a dicha investigación son los clientes del hotel que llegan a la ciudad de Juliaca a hacer turismo comercial, puesto que la ciudad es el centro de comercio del departamento de Puno. Se realizará dicho método, puesto que los huéspedes son los que cuentan con la información necesaria para esta unidad de análisis.

##### **Método de análisis de datos**

Así mismo se busca organizar el material obtenido por la presente investigación por medio de las distintas herramientas anteriormente mencionado. Por ello por medio de la realización de las tablas que ayude a la interpretación y triangule el contexto de manera objetiva.

# CAPÍTULO VI

## Mejora del proceso

### 1 Identificación de las áreas de proceso

En cualquier área o servicio se llevan a cabo múltiples tareas y actividades de diferente contexto. Formando toda parte del proceso, pero frecuentemente estos no se conocen dando origen a la carencia de conocimiento fehaciente de la situación de dichas áreas dentro de dicho proceso y por consiguiente, de las posibles mejoras de dichas áreas al respecto (Gil, Vallejo 2008).

**El servicio de botones:** se aprecia que en el hotel no cuenta con dicho personal que ofrece el servicio de botones presentando una falencia.

**Infraestructura:** se aprecia que la infraestructura del hotel tiene que mejorar

**Atención:** se percibe que la calidad del servicio en la atención es deficiente en algunos casos

**Personal de seguridad:** se aprecia que el personal de seguridad no presta la debida atención que se debe, puesto que trabajan en el rubro de la hostelería

**Facturación:** se percibe que en algunos casos la facturación no es la correcta

**Reservas:** se aprecia que el servicio de reservas no cumple con el debido control, generando problemas en algunos casos.

### 2 Cambios propuestos en el proceso analizado

**El servicio de botones:** En cuanto al servicio de botones se recomienda capacitaciones constantes en cuanto a los colaboradores que cumplen el

servicio de botones son más habituales a partir de los hoteles con categoría de tres estrellas para adelante, ya que sus funciones son el de llevar el equipaje de los huéspedes hasta el área de recepción y posteriormente el de llevar su equipaje a su habitación para su comodidad para el huésped, ya que en algunos casos los huéspedes son mayores de edad o con alguna discapacidad.

El colaborador que cumple la labor de botones del hotel es el primer colaborador encargado de dar la bienvenida al huésped en el establecimiento hotelero, entre sus funciones es la de abrir la puerta del vehículo o de las puertas del hotel, así mismo indicando los accesos de los distintos servicios como el ascensor, así mismo se encarga del transporte de las maletas de los huéspedes hasta sus habitaciones al respecto (Profesionales talento & turismo, 2018)

**Infraestructura:** Entre los distintos puntos que comprende el término infraestructura como la restauración y otros hoy nos basamos en la accesibilidad de los pasillos del hotel, puesto que es de vital importancia para la comodidad de los huéspedes, ya que prima su comodidad más que todo, para los huéspedes discapacitados o mayores de edad es recomendable que estos pasillos sean amplios para el libre tránsito y no haya aglomeraciones.

La accesibilidad que cuenta la infraestructura hotelera sigue presentando en algunos casos las dificultades, puesto que la accesibilidad es de gran importancia para las personas con discapacidad a la vez presenta una

ventaja para personas con necesidades específicas por tal motivo la realización de dichas instalación debe ser utilizada para todos (Gestión, n.d.).

Los pasillo se recomiendan un ancho mínimo de 1,20 m y un mínimo de 90 m y en caso de puertas un mínimo de 80 m(Sevilla, n.d.).

**Atención:** En cuanto al área de recepción se ve por conveniente, capacitaciones constantes para el buen funcionamiento de este, ya que en algunos casos de colaboradores recientes no se encuentran capacitados en el servicio de atención al huésped o en el manejo de los sistemas que usa el hotel.

La atención al huésped se presenta más en el área de recepción, ya que tiene un contacto directo con el huésped para lo cual los colaboradores que cubren el área de recepción debe de estar capacitados en cuanto brindar información y tener capacitaciones contantes, ya que es la imagen del hotel para con el huésped.

La recepción debe de esforzarse para mantener dichas expectativas y cuidar tanto la imagen del establecimiento hotelero como la de uno mismo, ya que depende del estado de ánimo del colaborador para con el huésped, puesto que este último se llevara la imagen del establecimiento hotelero (CEUPE, n.d.)

**Personal de seguridad:** En cuanto al personal de seguridad se recomienda evaluaciones psiquiátricas esporádicas para seguridad del huésped también de capacitaciones en cuanto a calidad de atención puesto tiene contacto con el huésped.

El objetivo del departamento de seguridad es la de velar por la seguridad de los huéspedes como la de las instalaciones del hotel y como de su personal, ya que este departamento es la carta de presentación del hotel, ya que los huéspedes buscan su seguridad al momento de buscar un lugar para descansar, ya que estos mismos vienen de otros entornos tales como ya sea de ámbito regional, provincial o internacional.

El hotel debe de estar en constante prevención contra las fallencias y peligros del exterior que busquen afectar la paz y quietud dentro del hotel. Es por estos motivos que los huéspedes eligen hoteles que demuestren la calidad del servicio de seguridad, ya que el hotel se convierte en su hogar por el tiempo que se encuentra usando dichos servicios.

El objetivo de todo gerente es la de preocupación desde que toma dichas funciones ya sea en el ámbito administrativo como el servicio de seguridad para con sus huéspedes es por este motivo de la existencia del departamento de seguridad.

Dicho departamento tiene como objetivo la seguridad de los huéspedes como de sus bienes del mismo y también la seguridad del hotel al respecto (*Departamento de Seguridad, 2017*)

**Facturación:** En cuanto a las facturaciones los colaboradores deben estar capacitados en manejo de software de los distintos servicios del hotel tales como el área de recepción, departamento de alimentos y bebidas y otros. Ya que el colaborador no conoce de estos programas, o es distinto al que ya conocían anteriormente, puesto que los hoteles usan distintos programas o tienen el suyo propio.

La facturación está compuesta con distintas áreas no solo del área de recepción también comprende el área de alimentos y bebidas, puesto que dichas áreas generan la boleta o facturación correspondiente de los servicios que el huésped haya consumido en el hotel.

El giro de la facturación incluye todo el procedimiento de dicha valoración de los vales de los distintos departamentos que comprende el hotel habitaciones, restauración, housekeeping como otros. Siendo su inicio al realizando el check in para el proceso de alojamiento y la comanda en el área de alimentos y bebidas finalizando la facturación en el momento de realizar el check out al respecto(Aurora, n.d.)

**Reservas:** En cuanto a las reservas se recomienda de capacitaciones constantes, ya que son la cara del hotel para con el huésped, también se recomienda que tengan constante comunicación con el área de recepción, puesto que puede ocasionar la sobre reserva por la falta de la comunicación de estas áreas

Las reservas tienen como finalidad de recepcionar y como la de controlar dichas peticiones para las reservas de las habitaciones del hotel, tanto como la derivación de las agencias de viajes, rubro empresarial o entidades del estado cumpliendo la importante labor de las ventas. Dichas reservas se pueden realizar por medio de teléfonos, por la página web del hotel o terceros como agencias es lo mismo para el departamento de alimentos y bebidas al respecto (Gonza, Huanates, Jimenes 2017)

### **3 Resultados esperados en la relación a los cambios propuestos**

**El servicio de botones:** En cuanto al servicio de botones se espera que el hotel implemente dicho servicio para una mejor atención para con los huéspedes.

**Infraestructura:** En cuanto a la infraestructura del hotel se espera que el hotel amplíe los accesos en los corredores del hotel para la mejor comodidad para con sus huéspedes y su personal.

**Atención:** En cuanto a la calidad de la atención por parte de los colaboradores se espera una mejora en cuanto a la calidad de la atención, y que el hotel continúe con las capacitaciones para el mejor rendimiento de sus colaboradores.

**Personal de seguridad:** En cuanto a al personal de seguridad se recomienda que el hotel haga evaluaciones psiquiátricas de forma trimestral para la buena evaluación de sus colaboradores en el área de seguridad, también realice capacitaciones en cuanto a la calidad de atención.

**Facturación:** En cuanto a la facturación se espera que el hotel haga capacitaciones de manejo de su sistema de facturación para que los colaboradores no cometan errores en el momento de girar dicha factura.

**Reservas:** En cuanto al área de reserva se espera que el hotel realice capacitaciones en su sistema de reservas para evitar la sobre reserva tanto en el área de recepción como en el área de alimentos y bebidas.

#### **4 Indicadores para los seguimientos y responsables**

Está representado por los supervisores de las distintas áreas que cuenta el hotel, teniendo la labor de asignar y dar tareas a los colaboradores de sus respectivas áreas, como el área de recepción representado con el jefe de

recepción, también como en el área de alimentos y bebidas representado con el Metre encargado del control y supervisión del restaurante, también está el chef encargado de la supervisión, elaboración y abastecimiento de la cocina.



## **CAPÍTULO VII**

### **Conclusiones**

Se aprecia que el hotel Royal Inn tiene falencias en algunas áreas ya sea en su infraestructura o personal, puesto que el hotel cuenta con categoría de tres estrellas no brinda todo el servicio que esta categoría debería brindar esto debido a que no hubo un control adecuado por parte de las entidades del estado tales como la Mincetur (Ministerio de comercio exterior y turismo), puesto que esta entidad está encargada de la clasificación y categorización de los establecimientos de hospedaje para el beneficio del huésped ya sea hoteles, hostales, alberges, apart-hoteles.

Dircetur (dirección regional de comercio exterior y turismo) se encarga de la infraestructura, el equipamiento y los servicios con los que cuenta el establecimiento de hospedaje y su personal, dichos establecimientos son hotel, hostales, alberges, apart-hotel.

## **CAPÍTULO VIII**

### **Recomendaciones**

Se recomienda realizar programas de difusión sobre las distintas categorías con las que cuenta los hoteles de la ciudad de Juliaca esto por parte de las entidades tales como la Mincetur y la Dircetur, ya que estas cuentan con la información de las distintas categorías con la que cuenta los hoteles de la ciudad.

Se recomienda que la Mincetur (Ministerio de comercio exterior y turismo) haga el control de la categorización y clasificación con regularidad para que haya un mejor servicio en cuanto a la atención en los establecimientos de hospedaje, provocando la mejora constante de los hoteles.

Se recomienda que la Dircetur (dirección regional de comercio exterior y turismo) haga controles de la infraestructura del hotel, también que haga controles en el personal de los establecimientos hoteleros y que brinde capacitaciones constantes a las personas que se encuentran en el rubro hotelero para un mejor servicio.

## CAPÍTULO IX

### Referencias bibliográficas y anexos

#### Referencias Bibliográficas

Arias Quispe, P. C., & Leon Ticona, R. (2021). Conciencia turistica de los pobladores del distrito de Juliaca Puno 2021. In *Tesis Para Obtener Titulo Profesional* (pp. 1–152).

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65251/Arias\\_QPC-Leon\\_TR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65251/Arias_QPC-Leon_TR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Aurora. (n.d.). *facturacion*. Atencion Al Cliente.

CEUPE. (n.d.). *Atención al cliente en la empresa hotelera*.

<https://www.ceupe.com/blog/atencion-al-cliente-en-la-empresa-hotelera.html>

Customer, E. (2017). *Service Blueprint* (pp. 1–26).

<https://www.wowcx.com/que-es-un-service-blueprint/>

*departamento de seguridad*. (2017). Divisiondecuartos.

<https://divisiondecuartos.wordpress.com/2017/11/24/departamento-de-seguridad/>

enfermeria. (2003). *¿Qué es SERVQUAL?* Revista Biomédica

Revisada Por Pares.

<https://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Enfermeria/Nov2003/2763>

Gestión, accesibilidad H. (n.d.). *La accesibilidad es una necesidad para las personas con discapacidad pero también es una ventaja para personas con necesidades específicas . Por ello diseñar las instalaciones para que puedan ser utilizadas por todos , resulta una mejora para la oferta de.*

<https://www.ihcshotelconsulting.com/es/blog/gestion-y-accesibilidad-hotelera-indicadores-de-la-calidad-de-oferta/>

Gil Ojeda, Y., & Vallejo García, E. (2008). Guía Para La Identificación Y Análisis De Los Procesos De La Universidad De Málaga. *Universidad de Malaga*, 40.

[https://www.uma.es/publicadores/gerencia\\_a/wwwuma/guiaproc esos1.pdf](https://www.uma.es/publicadores/gerencia_a/wwwuma/guiaproc esos1.pdf)

Gonza Imán, L., Huaynates Pintado, S., & Jimenez Huanca, I. (2017). *organización y técnicas en el área de reservas.*

Jeimi. (n.d.). *Historia de la Hostelería* (pp. 1–5).

<https://www.monografias.com/trabajos88/historia-hosteleria/historia-hosteleria.shtml>

Martín, J. (2018). *¿CÓMO MEDIR TU SERVICIO CON SERVQUAL?* <https://www.cerem.pe/blog/como-medir-tu-servicio-con-servqual>

Meza Pérez, G. D., Zaldivar Puig', M., & Martín Fernandes, R.

(2016). La expansión internacional de la industria hotelera de los países desarrollados como opción estratégica para los países subdesarrollados. In *Economía y Desarrollo* (Vol. 157, Issue Número 2, pp. 23–38). [https://kupdf.net/download/la-calidad-del-servicio-jacques-horovitz-pdf\\_5d0b988ee2b6f5923a89e814\\_pdf](https://kupdf.net/download/la-calidad-del-servicio-jacques-horovitz-pdf_5d0b988ee2b6f5923a89e814_pdf)

Monsalve Castro, C., & Hernández Rueda, S. I. (2015). GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA HOTELERÍA COMO ELEMENTO CLAVE EN EL DESARROLLO DE DESTINOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES : CASO CARAMANGA. *Revista Escuela De Administración De Negocios*, 162–173. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20640430011.pdf>

Poma Choquemoroco, L. A. (2018). *INFORME FINAL DE PRÁCTICAS PRE- PROFECIONAL EN HOTELERÍA Y RESTAURACIÓN I* (pp. 1–82). [https://www.academia.edu/38594303/INFORME\\_DE\\_PRACTICAS\\_I\\_HOTELES\\_ROYAL\\_INN\\_PUNO\\_LIZ\\_ARHEMY\\_POMA\\_CHOQUEMOROCO](https://www.academia.edu/38594303/INFORME_DE_PRACTICAS_I_HOTELES_ROYAL_INN_PUNO_LIZ_ARHEMY_POMA_CHOQUEMOROCO)

Profesionales talento & turismo. (2018). *Guía completa para ser botones de hotel*. <https://www.turijobs.com/blog/botones-de-hotel/>

Puma Ticona, L. M. (2017). *La Influencia Del Comercio Electrónico*

*En Las Ventas De Los Servicios De Hotel Royal Inn De La*

*Ciudad De Juliaca, Periodos 2013-2014* (pp. 1–145).

[http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4204/Puma\\_Ticona\\_Luz\\_Mary.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4204/Puma_Ticona_Luz_Mary.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

QuestionPro. (2021). *¿Qué es un service blueprint?* (pp. 1–8).

royal inn. (n.d.). *No Title* (pp. 1–2).

<https://www.royalinnhoteles.com/juliaca/nosotros.html>

Sánchez, S. (2013). *APLICACIÓN DE LAS 7 HERRAMIENTAS DE*

*LA CALIDAD A TRAVÉS DEL CICLO DE MEJORA CONTINUA*

*DE DEMING EN LA SECCIÓN DE HILANDERÍA EN LA*

*FÁBRICA PASAMANERÍA S.A.* [universidad de cuenca].

<file:///C:/Users/Pc/Downloads/TESIS ECUADORRRR.pdf>

Servicio, S. S. A. (2021). *hoja de verificacion que es, como se hace*

*e interpreta.* Ingenio Empresa Estudia Enprende Enseña.

<https://www.ingenioempresa.com/lista-de-chequeo/>

Sevilla, turismo de la provincia diputacion de. (n.d.). *Cuestionario*

*para establecer los Niveles de Accesibilidad en los Hoteles de la*

*Provincia de Sevilla* . (pp. 1–4).

<http://185.197.66.76/opencms2/export/sites/turismo/galeriaTablas/accesibilidad/criteriosdeaccesibilidadhoteles1.pdf>

Sociales, R. (2009). *Definición de Histograma Somos Cometa.*

Somos Cometa.

Teórico, C. I. M. (2009). *Figura 1.1 Diagrama de Ishikawa 1.2.*

<http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/20191/Capitulo1.pdf>

## Anexos

### Anexo 1 en cuesta 1

| BALOTARÍA DE ENCUESTAS                       |   |       |      |          |  |   |   |   |   |   |
|--|---|-------|------|----------|--|---|---|---|---|---|
| 1  | 2   | 3     | 4    | 5        |  |   |   |   |   |   |
| EXCELENTE                                    | MUY BUENO   | BUENO | MALO | MUY MALO |  |   |   |   |   |   |
| NOMBRE DEL PARTICIPANTE: Alex Yony Yana Yana |   |       |      |          |  |   |   |   |   |   |
| DNI:72646800                                 |   |       |      |          |  |   |   |   |   |   |
| N°   | ELEMENTOS TANGIBLES   |       |      |          |  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1  | El hotel cuenta con equipamiento de apariencia atractiva y moderna                        |       |      |          |  |   |   | ✓ |   |   |
| 2  | Las instalaciones físicas con las que cuenta el hotel son atractivas para el huésped      |       |      |          |  |   | ✓ |   |   |   |
| N°   | CONFIABILIDAD   |       |      |          |  |   |   |   |   |   |
| 3  | El departamento de recepción se esfuerza por mantener un servicio sin errores             |       |      |          |  |   |   | ✓ |   |   |
| 4  | Cuando los colaboradores te prometen hacer algo en cierto tiempo lo cumplen               |       |      |          |  |   |   | ✓ |   |   |
| 5  | Cuando el huésped tiene un problema se muestra un sincero interés en solucionártelo.      |       |      |          |  |   | ✓ |   |   |   |
| N°   | CAPACIDAD DE RESPUESTA  |       |      |          |  |   |   |   |   |   |
| 6  | Los colaboradores comunican la conclusión del servicio anteriormente prestado             |       |      |          |  |   | ✓ |   |   |   |
| 7  | Los colaboradores muestran un servicio puntual con el huésped                             |       |      |          |  |   | ✓ |   |   |   |
| 8  | Los colaboradores siempre están en la disocian para atender al huésped                    |       |      |          |  |   |   | ✓ |   |   |
| N°   | SEGURIDAD   |       |      |          |  |   |   |   |   |   |
| 9  | el comportamiento de los colaboradores del hotel muestran confianza                       |       |      |          |  |   |   | ✓ |   |   |
| 10   | Siente confianza en la realización de trámites de documentos en cuanto al servicio        |       |      |          |  |   | ✓ |   |   |   |
| 11   | Los colaboradores demuestran tener conocimiento para resolver las inquietudes del huésped |       |      |          |  |   | ✓ |   |   |   |
| 12   | Los colaboradores del hotel prestan un servicio individualizado según al huésped          |       |      |          |  |   | ✓ |   |   |   |



## Anexo 2 encuesta 2

| BALOTARÍA DE ENCUESTAS                        |   |       |      |          |  |   |   |   |   |   |
|---|---|-------|------|----------|--|---|---|---|---|---|
| 1   | 2   | 3     | 4    | 5        |  |   |   |   |   |   |
| EXCELENTE                                     | MUY BUENO   | BUENO | MALO | MUY MALO |  |   |   |   |   |   |
| NOMBRE DEL PARTICIPANTE: Liliana Lerma Mamani |   |       |      |          |  |   |   |   |   |   |
| DNI:47364299                                  |   |       |      |          |  |   |   |   |   |   |
| N°  | ELEMENTOS TANGIBLES   |       |      |          |  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1   | El hotel cuenta con equipamiento de apariencia atractiva y moderna                        |       |      |          |  |   | X |   |   |   |
| 2   | Las instalaciones físicas con las que cuenta el hotel son atractivas para el huésped      |       |      |          |  |   | X |   |   |   |
| N°  | CONFIABILIDAD   |       |      |          |  |   |   |   |   |   |
| 3   | El departamento de recepción se esfuerza por mantener un servicio sin errores             |       |      |          |  |   | X |   |   |   |
| 4   | Cuando los colaboradores te prometen hacer algo en cierto tiempo lo cumplen               |       |      |          |  |   |   | X |   |   |
| 5   | Cuando el huésped tiene un problema se muestra un sincero interés en solucionártelo.      |       |      |          |  |   |   | X |   |   |
| N°  | CAPACIDAD DE RESPUESTA  |       |      |          |  |   |   |   |   |   |
| 6   | Los colaboradores comunican la conclusión del servicio anteriormente prestado             |       |      |          |  |   |   | X |   |   |
| 7   | Los colaboradores muestran un servicio puntual con el huésped                             |       |      |          |  |   | X |   |   |   |
| 8   | Los colaboradores siempre están en la disocian para atender al huésped                    |       |      |          |  |   | X |   |   |   |
| N°  | SEGURIDAD   |       |      |          |  |   |   |   |   |   |
| 9   | el comportamiento de los colaboradores del hotel muestran confianza                       |       |      |          |  |   |   | X |   |   |
| 10  | Siente confianza en la realización de trámites de documentos en cuanto al servicio        |       |      |          |  |   |   | X |   |   |
| 11  | Los colaboradores demuestran tener conocimiento para resolver las inquietudes del huésped |       |      |          |  |   | X |   |   |   |
| 12  | Los colaboradores del hotel prestan un servicio individualizado según al huésped          |       |      |          |  |   |   | X |   |   |

### Anexo 3 porcentual de encuesta por ítems

| BALOTARÍA DE ENCUESTAS  |  |
|---|--|
| ELEMENTOS TANGIBLES   |  |
| Ítems: 1 El hotel cuenta con equipamiento de apariencia atractiva y moderna |  |

| N° | ÍTEMS | RESPUESTA | ESCALA DE VALOR |           | TOTAL DE ÍTEMS |          |
|----|-------|-----------|-----------------|-----------|----------------|----------|
|    |       |           | RESPUESTA       | VALOR     | VALOR          | TOTAL    |
| 1  | 1     | 3         | 1               | EXCELENTE | EXCELENTE      | 0        |
| 2  | 1     | 3         | 2               | MUY BUENO | MUY BUENO      | 1        |
| 3  | 1     | 3         | 3               | BUENO     | BUENO          | 8        |
| 4  | 1     | 2         | 4               | MALO      | MALO           | 0        |
| 5  | 1     | 3         | 5               | MUY MALO  | MUY MALO       | 0        |
| 6  | 1     | 3         |                 |           |                |          |
| 7  | 1     | 3         |                 |           |                |          |
| 8  | 1     | 3         |                 |           |                |          |
| 9  | 1     | 3         |                 |           |                |          |
|    |       |           |                 |           | <b>TOTAL</b>   | <b>9</b> |

### Anexo 4 porcentual de encuesta por ítems

| BALOTARÍA DE ENCUESTAS  |  |
|---|--|
| ELEMENTOS TANGIBLES   |  |
| Ítems: 2 Las instalaciones físicas con las que cuenta el hotel son atractivas para el huésped |  |

| N° | ÍTEMS | RESPUESTA | ESCALA DE VALOR |           | TOTAL DE ÍTEMS |          |
|----|-------|-----------|-----------------|-----------|----------------|----------|
|    |       |           | RESPUESTA       | VALOR     | VALOR          | TOTAL    |
| 1  | 2     | 2         | 1               | EXCELENTE | EXCELENTE      | 0        |
| 2  | 2     | 2         | 2               | MUY BUENO | MUY BUENO      | 4        |
| 3  | 2     | 3         | 3               | BUENO     | BUENO          | 5        |
| 4  | 2     | 2         | 4               | MALO      | MALO           | 0        |
| 5  | 2     | 3         | 5               | MUY MALO  | MUY MALO       | 0        |
| 6  | 2     | 3         |                 |           |                |          |
| 7  | 2     | 2         |                 |           |                |          |
| 8  | 2     | 3         |                 |           |                |          |
| 9  | 2     | 3         |                 |           |                |          |
|    |       |           |                 |           | <b>TOTAL</b>   | <b>9</b> |

### Anexo 5 porcentual de encuesta por ítems

**BALOTARÍA DE ENCUESTAS****CONFIABILIDAD**

ítems: 3 El departamento de recepción se esfuerza por mantener un servicio sin errores

| N° | ÍTEMS | RESPUESTA | ESCALA DE VALOR |           | TOTAL DE ÍTEMS |          |
|----|-------|-----------|-----------------|-----------|----------------|----------|
|    |       |           | RESPUESTA       | VALOR     | VALOR          | TOTAL    |
| 1  | 3     | 3         | 1               | EXCELENTE | EXCELENTE      | 0        |
| 2  | 3     | 2         | 2               | MUY BUENO | MUY BUENO      | 4        |
| 3  | 3     | 3         | 3               | BUENO     | BUENO          | 5        |
| 4  | 3     | 2         | 4               | MALO      | MALO           | 0        |
| 5  | 3     | 2         | 5               | MUY MALO  | MUY MALO       | 0        |
| 6  | 3     | 3         |                 |           |                |          |
| 7  | 3     | 3         |                 |           |                |          |
| 8  | 3     | 3         |                 |           |                |          |
| 9  | 3     | 2         |                 |           |                |          |
|    |       |           |                 |           | <b>TOTAL</b>   | <b>9</b> |

**Anexo 6 porcentual de encuesta por ítems****BALOTARÍA DE ENCUESTAS****CONFIABILIDAD**

ítems: 4 Cuando los colaboradores te prometen hacer algo en cierto tiempo lo cumplen

| N° | ÍTEMS | RESPUESTA | ESCALA DE VALOR |           | TOTAL DE ÍTEMS |          |
|----|-------|-----------|-----------------|-----------|----------------|----------|
|    |       |           | RESPUESTA       | VALOR     | VALOR          | TOTAL    |
| 1  | 4     | 3         | 1               | EXCELENTE | EXCELENTE      | 0        |
| 2  | 4     | 3         | 2               | MUY BUENO | MUY BUENO      | 1        |
| 3  | 4     | 3         | 3               | BUENO     | BUENO          | 7        |
| 4  | 4     | 3         | 4               | MALO      | MALO           | 1        |
| 5  | 4     | 2         | 5               | MUY MALO  | MUY MALO       | 0        |
| 6  | 4     | 3         |                 |           |                |          |
| 7  | 4     | 3         |                 |           |                |          |
| 8  | 4     | 4         |                 |           |                |          |
| 9  | 4     | 3         |                 |           |                |          |
|    |       |           |                 |           | <b>TOTAL</b>   | <b>9</b> |

## Anexo 7 porcentual de encuesta por ítems

| BALOTARÍA DE ENCUESTAS  |           |           |  |
|---|-----------|-----------|--|
| CONFIABILIDAD   |           |           |  |
| Ítems: 5 Cuando el huésped tiene un problema se muestra un sincero interés en solucionártelo. |           |           |  |
| N°  | ÍTEMS     | RESPUESTA |  |
| 1   | 5         | 2         |  |
| 2   | 5         | 2         |  |
| 3   | 5         | 3         |  |
| 4   | 5         | 3         |  |
| 5   | 5         | 3         |  |
| 6   | 5         | 2         |  |
| 7   | 5         | 2         |  |
| 8   | 5         | 2         |  |
| 9   | 5         | 3         |  |
| ESCALA DE VALOR   |           |           |  |
| RESPUESTA   | VALOR     |           |  |
| 1   | EXCELENTE |           |  |
| 2   | MUY BUENO |           |  |
| 3   | BUENO     |           |  |
| 4   | MALO      |           |  |
| 5   | MUY MALO  |           |  |
| TOTAL DE ÍTEMS  |           |           |  |
| VALOR   | TOTAL     |           |  |
| EXCELENTE   | 0         |           |  |
| MUY BUENO   | 5         |           |  |
| BUENO   | 4         |           |  |
| MALO  | 0         |           |  |
| MUY MALO  | 0         |           |  |
| <b>TOTAL</b>  | <b>9</b>  |           |  |

## Anexo 8 porcentual de encuesta por ítems

| BALOTARÍA DE ENCUESTAS   |           |           |  |
|--|-----------|-----------|--|
| CAPACIDAD DE RESPUESTA   |           |           |  |
| Ítems: 6 Los colaboradores comunican la conclusión del servicio anteriormente prestado |           |           |  |
| N°   | ÍTEMS     | RESPUESTA |  |
| 1  | 6         | 2         |  |
| 2  | 6         | 2         |  |
| 3  | 6         | 3         |  |
| 4  | 6         | 3         |  |
| 5  | 6         | 2         |  |
| 6  | 6         | 2         |  |
| 7  | 6         | 2         |  |
| 8  | 6         | 3         |  |
| 9  | 6         | 1         |  |
| ESCALA DE VALOR  |           |           |  |
| RESPUESTA  | VALOR     |           |  |
| 1  | EXCELENTE |           |  |
| 2  | MUY BUENO |           |  |
| 3  | BUENO     |           |  |
| 4  | MALO      |           |  |
| 5  | MUY MALO  |           |  |
| TOTAL DE ÍTEMS   |           |           |  |
| VALOR  | TOTAL     |           |  |
| EXCELENTE  | 1         |           |  |
| MUY BUENO  | 5         |           |  |
| BUENO  | 3         |           |  |
| MALO   | 0         |           |  |
| MUY MALO   | 0         |           |  |
| <b>TOTAL</b>   | <b>9</b>  |           |  |

### Anexo 9 porcentual de encuesta por ítems

| BALOTARÍA DE ENCUESTAS |   |
|------------------------|---|
| CAPACIDAD DE RESPUESTA |   |
| ítems: 7               | Los colaboradores muestran un servicio puntual con el huésped |

| Nº | ÍTEMS | RESPUESTA | ESCALA DE VALOR |           | TOTAL DE ÍTEMS |          |
|----|-------|-----------|-----------------|-----------|----------------|----------|
|    |       |           | RESPUESTA       | VALOR     | VALOR          | TOTAL    |
| 1  | 7     | 2         |                 |           |                |          |
| 2  | 7     | 3         | 1               | EXCELENTE | EXCELENTE      | 0        |
| 3  | 7     | 3         | 2               | MUY BUENO | MUY BUENO      | 6        |
| 4  | 7     | 2         | 3               | BUENO     | BUENO          | 3        |
| 5  | 7     | 3         | 4               | MALO      | MALO           | 0        |
| 6  | 7     | 2         | 5               | MUY MALO  | MUY MALO       | 0        |
| 7  | 7     | 2         |                 |           |                |          |
| 8  | 7     | 2         |                 |           |                |          |
| 9  | 7     | 2         |                 |           |                |          |
|    |       |           |                 |           | <b>TOTAL</b>   | <b>9</b> |

### Anexo 10 porcentual de encuesta por ítems

| BALOTARÍA DE ENCUESTAS |  |
|------------------------|--|
| CAPACIDAD DE RESPUESTA |  |
| ítems: 8               | Los colaboradores siempre están en la disocian para atender al huésped |

| Nº | ÍTEMS | RESPUESTA | ESCALA DE VALOR |           | TOTAL DE ÍTEMS |          |
|----|-------|-----------|-----------------|-----------|----------------|----------|
|    |       |           | RESPUESTA       | VALOR     | VALOR          | TOTAL    |
| 1  | 8     | 3         |                 |           |                |          |
| 2  | 8     | 3         | 1               | EXCELENTE | EXCELENTE      | 1        |
| 3  | 8     | 3         | 2               | MUY BUENO | MUY BUENO      | 2        |
| 4  | 8     | 2         | 3               | BUENO     | BUENO          | 6        |
| 5  | 8     | 3         | 4               | MALO      | MALO           | 0        |
| 6  | 8     | 2         | 5               | MUY MALO  | MUY MALO       | 0        |
| 7  | 8     | 3         |                 |           |                |          |
| 8  | 8     | 3         |                 |           |                |          |
| 9  | 8     | 1         |                 |           |                |          |
|    |       |           |                 |           | <b>TOTAL</b>   | <b>9</b> |

## Anexo 11 porcentual de encuesta por ítems

| BALOTARÍA DE ENCUESTAS   |  |
|--|--|
| <b>SEGURIDAD</b>   |  |
| Ítems: 9 el comportamiento de los colaboradores del hotel muestran confianza |  |

| Nº | ÍTEMS | RESPUESTA | ESCALA DE VALOR |           | TOTAL DE ÍTEMS |          |
|----|-------|-----------|-----------------|-----------|----------------|----------|
|    |       |           | RESPUESTA       | VALOR     | VALOR          | TOTAL    |
| 1  | 9     | 3         | 1               | EXCELENTE | EXCELENTE      | 3        |
| 2  | 9     | 2         | 2               | MUY BUENO | MUY BUENO      | 2        |
| 3  | 9     | 4         | 3               | BUENO     | BUENO          | 3        |
| 4  | 9     | 3         | 4               | MALO      | MALO           | 1        |
| 5  | 9     | 2         | 5               | MUY MALO  | MUY MALO       | 0        |
| 6  | 9     | 1         |                 |           |                |          |
| 7  | 9     | 3         |                 |           |                |          |
| 8  | 9     | 1         |                 |           |                |          |
| 9  | 9     | 1         |                 |           |                |          |
|    |       |           |                 |           | <b>TOTAL</b>   | <b>9</b> |

## Anexo 12 porcentual de encuesta por ítems

| BALOTARÍA DE ENCUESTAS   |       |           |                 |           |                |          |
|--|-------|-----------|-----------------|-----------|----------------|----------|
| SEGURIDAD  |       |           |                 |           |                |          |
| ítems: 10 Siente confianza en la realización de trámites de documentos en cuanto al servicio |       |           |                 |           |                |          |
| Nº   | ÍTEMS | RESPUESTA | ESCALA DE VALOR |           | TOTAL DE ÍTEMS |          |
|  |       |           | RESPUESTA       | VALOR     | VALOR          | TOTAL    |
| 1  | 10    | 2         | 1               | EXCELENTE | EXCELENTE      | 2        |
| 2  | 10    | 3         | 2               | MUY BUENO | MUY BUENO      | 3        |
| 3  | 10    | 4         | 3               | BUENO     | BUENO          | 2        |
| 4  | 10    | 3         | 4               | MALO      | MALO           | 2        |
| 5  | 10    | 4         | 5               | MUY MALO  | MUY MALO       | 0        |
| 6  | 10    | 1         |                 |           | <b>TOTAL</b>   | <b>9</b> |
| 7  | 10    | 2         |                 |           |                |          |
| 8  | 10    | 1         |                 |           |                |          |
| 9  | 10    | 2         |                 |           |                |          |

## Anexo 13 porcentual de encuesta por ítems

| BALOTARÍA DE ENCUESTAS  |       |           |                 |           |                |          |
|---|-------|-----------|-----------------|-----------|----------------|----------|
| SEGURIDAD   |       |           |                 |           |                |          |
| ítems: 11 Los colaboradores demuestran tener conocimiento para resolver las inquietudes del huésped |       |           |                 |           |                |          |
| Nº  | ÍTEMS | RESPUESTA | ESCALA DE VALOR |           | TOTAL DE ÍTEMS |          |
|   |       |           | RESPUESTA       | VALOR     | VALOR          | TOTAL    |
| 1   | 11    | 2         | 1               | EXCELENTE | EXCELENTE      | 3        |
| 2   | 11    | 2         | 2               | MUY BUENO | MUY BUENO      | 4        |
| 3   | 11    | 4         | 3               | BUENO     | BUENO          | 1        |
| 4   | 11    | 2         | 4               | MALO      | MALO           | 1        |
| 5   | 11    | 3         | 5               | MUY MALO  | MUY MALO       | 0        |
| 6   | 11    | 1         |                 |           | <b>TOTAL</b>   | <b>9</b> |
| 7   | 11    | 2         |                 |           |                |          |
| 8   | 11    | 1         |                 |           |                |          |
| 9   | 11    | 1         |                 |           |                |          |

## Anexo 14 porcentual de encuesta por ítems

| BALOTARÍA DE ENCUESTAS   |       |           |                 |           |                |          |
|--|-------|-----------|-----------------|-----------|----------------|----------|
| SEGURIDAD  |       |           |                 |           |                |          |
| Ítems: 12 Los colaboradores del hotel prestan un servicio individualizado según al huésped |       |           |                 |           |                |          |
| N°   | ÍTEMS | RESPUESTA | ESCALA DE VALOR |           | TOTAL DE ÍTEMS |          |
|  |       |           | RESPUESTA       | VALOR     | VALOR          | TOTAL    |
| 1  | 12    | 2         | 1               | EXCELENTE | EXCELENTE      | 2        |
| 2  | 12    | 2         | 2               | MUY BUENO | MUY BUENO      | 5        |
| 3  | 12    | 4         | 3               | BUENO     | BUENO          | 1        |
| 4  | 12    | 3         | 4               | MALO      | MALO           | 1        |
| 5  | 12    | 2         | 5               | MUY MALO  | MUY MALO       | 0        |
| 6  | 12    | 1         |                 |           |                |          |
| 7  | 12    | 2         |                 |           |                |          |
| 8  | 12    | 2         |                 |           |                |          |
| 9  | 12    | 1         |                 |           |                |          |
|  |       |           |                 |           | <b>TOTAL</b>   | <b>9</b> |



Anexo 15  
Imágenes del  
exterior del hotel



Fuente elaboración propia



Fuente elaboración propia



Fuente: Facebook del hptel Royal Inn

Anexo 16 fotos de la encuesta día 10-01-22



### **Anexo 17 instrumentos utilizados**

La utilización del programa Word, excel, ppt, para la realización del trabajo académico

Celular para la realización de las fotografías