



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN**  
**TURISMO Y HOTELERÍA**

**Análisis de las buenas prácticas administrativas en los hoteles de 3  
estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín – 2022**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
**Licenciado en Administración en Turismo y Hotelería**

**AUTORES:**

**Castañeda Villanueva, Emingh Ingridth (ORCID: 0000-0002-3333-7860)**  
**Marín Zavaleta, Jhorlly Jhampier (ORCID: 0000-0001-7194-2490)**

**ASESORA:**

**Mg. Jiménez Guitton, Teresa Milagros (ORCID: 0000-0002-7776-1081)**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**Gestión Turística**

**TARAPOTO – PERÚ**

**2022**

## **Dedicatoria**

A mis padres Carlos y Lucila, por todo el apoyo brindado y amor que me dan día a día, a mi hijo por formar parte de mi vida, ser el motor y motivo para seguir formándome como una profesional.

## **Ingridth**

Este trabajo va dedicado a mi madre con todo el amor del mundo, porque ella siempre ha estado ahí para darme fuerza y aliento en este largo camino.

## **Jhampier**

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios, a mis padres y hermanas por el apoyo incondicional todo este tiempo y que seguiré contando, de manera poder cumplir mis sueños y objetivos propuestos, no fue fácil llegar hasta aquí se requerido tiempo y dedicación, ahora hay más razones para seguir por un buen camino.

### **Ingridth**

Agradezco a Dios por siempre cuidar de mí, a mi madre por todo el esfuerzo realizado para poder superarme, a mi familia Marín Álvarez por ser el apoyo que necesitaba en los momentos más difíciles y por ser el pilar de todo; y llegar a cumplir uno de mis tantos objetivos en este largo camino llamado vida.

### **Jhampier**

## Índice de Contenido

<b>Dedicatoria .....</b>	<b>ii</b>
<b>Agradecimiento .....</b>	<b>iii</b>
<b>Índice de contenidos .....</b>	<b>iv</b>
<b>Índice de tablas .....</b>	<b>v</b>
<b>Resumen.....</b>	<b>vii</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>vii</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>4</b>
<b>III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>21</b>
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	21
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización .....	21
3.3. Escenario de estudio .....	22
3.4. Participantes.....	22
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	22
3.6. Procedimientos.....	23
3.7. Rigor científico.....	23
3.8. Métodos de análisis de datos.....	24
3.9. Aspectos éticos .....	25
<b>IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>26</b>
<b>V. CONCLUSIONES .....</b>	<b>38</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>40</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>42</b>
<b>ANEXOS</b>	

## Índice de Tablas 4

Tabla 1. Validación de instrumentos a criterio de expertos .....	24
--	----

## Resumen

La presente investigación tiene como objetivo analizar las buenas prácticas administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín – 2022. El diseño de la investigación es de tipo cualitativa, básico-no experimental, asimismo la técnica para la recopilación de datos son entrevistas y el instrumento aplicado es una guía de entrevista para los administradores y colaboradores del hotel. Entre los resultados más relevantes destaca las buenas prácticas administrativas; como primer punto tenemos, el área de administración, el cual se tiene en cuenta la planificación, organización, dirección y control del hotel, realizando un previo análisis de los consumidores, competidores y distintas áreas de la misma, después de ello se implementa un plan estratégico de gestión; en segundo lugar está el área de marketing y ventas, donde se emplean dos estrategias digital y tradicional, lo que más destaca es el marketing digital, este método está basado en convenios, alianzas, redes sociales y páginas web con distintas organizaciones del sector; en tercer lugar se encuentra la calidad de servicio que están enfocados en el aspecto de empatía, innovación y el just in time. Se concluyó que, las buenas prácticas administrativas en los hoteles de tres estrellas como estrategia de gestión proveen resultados positivos en la calidad de servicio, satisfacción de la demanda, mejora en los procesos y el aumento de la productividad de un hotel.

**Palabras clave:** *Buenas prácticas administrativas, Administración, Marketing y ventas, Calidad de servicio.*

## Abstract

The purpose of this research work is to analyze the good administrative practices in 3-stars hotels in the city of Tarapoto, San Martín region – 2022. The research design is qualitative, basic non-experimental, like wise collections data techniques is interviews and the instrument applied is a interviews guide for administrative and hotel employees. Among the more relevant results highlights the good administrative practices; foremost: we have the administration area, which takes into account the planning, organization, direction and hotel's control, realizing a preliminary analysis of the customers, competitors and different areas of the same, after that is deployed a strategic management plan; in second place is marketing and sales area, where two strategies are employed traditional and digital, what stands out most is digital marketing, this method is based in conventions, partnerships, social medias and websites with various organizations in the sector; in third place involved the service quality that are focused in the appearance of empathy, innovation and just in time. It was concluded that, the good administrative practices in 3-stars hotels as a management strategy provide positive results in the service quality, satisfaction of demand, process improvement and the increases hotel productivity.

**Keywords:** *good administrative practices, administrations, marketing and sales, service quality.*

## I. INTRODUCCIÓN

Desde hace un tiempo el turismo se ha incrementado y convertido en uno de los principales representantes del comercio, así mismo una fuente primordial de ingreso de varios países en desarrollo, incluso esta fue variando e innovando en los distintos servicios que ofrecen, así como, en el aspecto económico, social y ambiental, el cual se va desarrollando de manera positiva para las empresas y el mundo. Sin embargo, la necesidad de ofrecer hospitalidad como servicio, se ha ido intensificando sobre todo en canales directos como: hoteles, agencias de viajes y restaurantes; que están encargados de prestar este tipo de servicio dentro y fuera del país, promoviendo un lugar, el cual le permitirá ser más competitivo, garantizando que la estadía del visitante sea placentera y de buena calidad de servicio.

Actualmente, los servicios de hospedajes cumplen un rol de gran importancia en las distintas actividades que tiene el sector turismo, que, según MINCETUR (2008), las empresas que brindan hospedaje son un pilar esencial para diversificar la oferta de servicio en este rubro, de tal manera, reforzar el destino y motivar el viaje del turista. Sin embargo, para alcanzar este propósito turístico la calidad de servicio es primordial, pero en nuestro país existen pocas compañías que generan buenos resultados, ya que en muchas de ellas no cumplen con los requisitos necesarios, teniendo como consecuencia la insatisfacción de la demanda y generando mala imagen al destino. Por ello, MINCETUR ha elaborado una herramienta donde permite obtener un atestado de buena calidad de servicio mediante las buenas prácticas, el cual lleva por título Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP).

Al respecto, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2008), en su documento *“Manual de buenas prácticas de gestión en establecimientos de hospedaje”*, menciona que las buenas prácticas surgen como resultado al desarrollo del rubro donde las necesidades de los consumidores son cada vez grandes y se precisa ser atendidas eficazmente. Por ello, esta herramienta de mejores prácticas en los establecimientos de hospedajes permitirá la adaptación de los distintos cambios y así generar la necesidad de tener una visión más clara en los procesos administrativos que llevarán a una buena gestión.



La presente investigación busca analizar el desarrollo de las buenas prácticas de servicio en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, región San Martín - 2022, debido a que es un tema de importancia para nuestra región, permitiendo reforzar la disposición de servicio dentro de las áreas hoteleras. Según, Megía y Yungasaca (2016), estudiaron el análisis acerca de las buenas prácticas de gestión empresarial en la compañía MUNDIPLAST CIALTDA, donde determinaron que parte del proceso de desarrollo de las buenas prácticas empieza en el órgano interno de la empresa y como esta se gestiona, con el objetivo de alcanzar los mejores resultados esperados a través de una correcta ejecución. La idea de plasmar las buenas prácticas dentro de un hotel es esencial, ya que la aplicación permite la eficiencia de procesos, mayor competitividad, optimización de los recursos y control de la calidad de servicio.

Es por ello que el estudio se basa en teorías, describiendo el análisis de buenas prácticas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2022, formulando el siguiente problema de investigación: ¿Cómo son las buenas prácticas administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2022? Y los problemas específicos: a) ¿Cómo es el desarrollo de las buenas prácticas administrativas de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín – 2022? b) ¿Cómo es el desarrollo de las buenas prácticas administrativas en el marketing y ventas de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2022? c) ¿Cómo es el desarrollo de las buenas prácticas administrativas en la calidad de servicio de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2022?

La investigación se justifica teóricamente, porque el estudio tomará las definiciones conceptuales más relevantes respecto a las buenas prácticas administrativas en el ámbito hotelero. Asimismo, los resultados tendrán alto valor teórico porque permitirán conocer la realidad de las prácticas administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto. En cuanto a la justificación práctica, esta resolverá el problema del desconocimiento de las características de las buenas prácticas administrativas de hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto. De esta forma, se solucionará algunas faltas sobre cómo son las

buenas prácticas administrativas en base a su categorización en administración, marketing y ventas, calidad de servicio. También, se justifica metodológicamente porque para poder cumplir con los objetivos de estudio, se acude al uso de técnicas de investigación, además de instrumentos completamente validados por expertos, las cuales nos garantizaran que los resultados presentados sean coherentes a la realidad problemática. De esta manera, será útil para futuras investigaciones que quieran referenciarlo como un antecedente investigativo, contribuyendo a la academia.

Desde la parte social, es justificable porque ayudará de manera genérica al sector hotelero, también les brindará información relevante sobre las buenas prácticas administrativas ejecutadas en dichas empresas. Esa información, les permitirá, a los dueños tomar buenas decisiones así ellos puedan implementar nuevos procesos y estrategias que le llevarán a mejorar y fortalecer la capacidad administrativa de la empresa. Finalmente, el estudio será conveniente porque debido al contexto actual que se vive, es importante que una empresa hotelera cuente con la suficiente capacidad administrativa para su operación eficiente y esta pueda ser autosustentable, de esta manera se estaría fomentando una inversión privada, brindando empleo y contribuyendo al estado mediante el pago de sus impuestos.

De esta manera se planteó como objetivo general: Analizar las buenas prácticas administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2022. Y como objetivos específicos: a) Describir el desarrollo de las buenas prácticas administrativas de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2022. b) Describir el desarrollo de las buenas prácticas administrativas en el marketing y ventas de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2022. c) Describir el desarrollo de las buenas prácticas administrativas en la calidad de servicio de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

Según Martínez, et al. (2021), *Buenas prácticas ambientales en hoteles caso de estudio: Iberostar Grand Trinidad*. (Artículo científico). Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico, su investigación fue de tipo básico-no experimental, cuantitativa, materialista y dialéctico. La técnica aplicada fue la revisión bibliográfica mediante el análisis documental. La muestra lo conformaron registros históricos de los años 2019 y 2020. Como resultado, se exponen las buenas prácticas ambientales en áreas clave de la instalación, lo que llevó a la obtención de numerosas certificaciones y reconocimientos; éstas también son consideradas como una herramienta de marketing de gran influencia para la gestión comercial de la organización y se demuestra en los resultados económicos positivos. Se recomienda como un relevante ejemplo a seguir por otros hoteles del territorio con similares características. Concluyeron que, al aplicar las buenas prácticas ambientales aportan resultados económicos favorables en la organización.

Por su parte, Hussein (2021), *The Analysis of Implementation of Customer Relationship Management on the Five-Star Hotels in North Cyprus*. *North Cyprus. Annals of the Romanian Society for Cell Biology*. (Article). Este estudio de carácter exploratorio ha considerado el caso de la relación con el cliente, las estructuras ejecutivas en los siete moteles de cinco estrellas elegidos, que están ubicados en el norte de Chipre. El procedimiento asociado para asegurar el final productivo de la revisión y la evaluación de los resultados se unió, a la utilización de descripciones generales a las que respondieron los trabajadores de los hoteles de cinco estrellas y sus clientes, sin sesgos al marco de información sobre la progresión efectiva de información/actividades diversas. De los resultados, se entiende que CRM tiene; trasladado las actividades de las tiendas seleccionadas a asociaciones impulsadas por los clientes.

Continuando con, Jawabreh (2020), *Innovation management in hotels industry in aqaba special economic zone authority; hotel classification and administration as a moderator*. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. Jordania. (Article). La exploración fue de tipo esencial y no fue un plan de prueba, de metodología cuantitativa. El caso fue con 150 trabajadores. El método fue la

revisión y el instrumento la encuesta. Razonaron que la mayoría de las asociaciones hoy en día se centran en acortar el tiempo necesario para complacer a los clientes, de modo que puedan abordar los problemas que se identifican con la entrega del artículo o la administración en el momento. Además, que, existe una fuerte relación entre los procesos de: innovación de productos, el progreso, el éxito y la consecución de una cuota de mercado para los hoteles interesados en mejorar y aportar novedades a clientes.

Por su parte, AL-Hazmi Alkhateeb (2020), *Obstacles to implementing total quality management in Saudi Arabia marketing tourism Services. Management Science Letters*. (Article). La motivación detrás de este trabajo fue reconocer varios elementos de disuasión que impiden la aplicación y activan la administración de calidad general en la publicidad de las direcciones de la industria de viajes en Arabia Saudita. La revisión rastreó varios descubrimientos clave sobre los impedimentos de aplicar una administración de calidad general en la promoción de la administración en la industria de viajes en Arabia Saudita. La revisión prescribió la necesidad de adoptar un marco de administración de calidad completo e incorporado en los establecimientos de alojamiento de la gobernación de Al-Kharj para garantizar la ejecución de programas sólidos y de promoción del derecho para estas entidades mediante la eliminación de los obstáculos que sustituyen el camino.

Según, Torres et al. (2019), *Gran gestión regulatoria ensaya en organizaciones de ayuda en la ciudad de Ibarra*. (Artículo científico). Examen fundamental y fascinante plan sin pruebas: revisión y metodología subjetiva. El ejemplo comprendió de 37 alojamientos y 40 restaurantes que cumplieron con las medidas de consideración. El método aplicado fue el resumen de la encuesta. Encontraron que la información sobre las grandes prácticas sobrepasa lo normal, de manera similar, existe un alto nivel de propietarios de organizaciones de administración que desconocen el tema, lo que de una forma u otra deshabilita su giro autoritario de los eventos y el desarrollo empresarial. Infieren que los grandes ensayos de administración se convierten en recursos no materiales que se suman a la era de los retornos económicos y el agradecimiento de los consumidores hacia las organizaciones.

Asimismo, Alameeri, et al. (2018), *Sustainable management practices in UAE hotels*. (Article). Desarrollo una ardua revisión sobre la literatura para identificar las SMP en el sector de servicios, y se utilizó una herramienta de encuesta para categorizar y priorizar las prácticas más importantes en base a la opinión de expertos. Se utilizó un proceso analítico jerárquico (AHP) para priorizar los principales criterios y subcriterios de las PMS. El estudio se compone de 8 criterios principales y 33 subcriterios relevantes para el sector hotelero. Concluyeron que, los gerentes de hoteles deben hacer un mayor esfuerzo con respecto a las dimensiones ambiental y social de las prácticas de sustentabilidad, ya que son de gran importancia. A nivel internacional, ha habido un debate considerable con respecto a estos temas y, en la actualidad, los clientes son muy conscientes de estos esfuerzos sociales y ambientales.

Continuando con, Doria, J. (2018), *La recepción de buenas prácticas regulatorias en la sociedad en general y el ámbito privado como metodología para prevenir demostraciones de degradación*. (Artículo lógico). Universidad Externado de Colombia, Colombia. La estrategia fue la investigación narrativa y el instrumento la guía de examen del informe. Descubrió que el consentimiento de Colombia con acuerdos mundiales ha provocado medidas autorizadas que apuntan a prevenir demostraciones de degradación en la población en general y áreas privadas. No obstante, y según las últimas estimaciones mundiales, la impresión del evento y la apertura de las prácticas degeneradas sigue siendo alta en el país. Infirió que las grandes prácticas de implementación de políticas deben apuntar a asegurar una organización sencilla en Colombia; porque estos atienden una clave principal para contar con la preparación moral de las autoridades y reaccionar ante el interés general, como variables que deben sumar a la contraprestación de las manifestaciones de profanación, en la situación pública colombiana, un componente vital como sistema anti-corruptivo.

Para Kostetska (2018), *Trends of development of administrative management of recreational and tourist nature production in domestic and international practice*. (Article). Economía, ecología, socium. El presente estudio fue de modelo básico, descriptiva y diseño no experimental. Determino las principales lagunas en la legislación nacional en el campo de la gestión

administrativa del uso de la naturaleza recreativa y turística y la descripción en las direcciones de su mejora. En consecuencia, la tarea de la gestión administrativa del uso de la naturaleza recreativa-turística es formar un modelo de actividad empresarial con orientación ecológica que sea legalmente sólido y económicamente rentable tanto para el empresario como para las arcas presupuestarias.

Según Navarro y Rosabal (2018), *Grandes prácticas que favorecen el trabajo colectivo entre la administración de un enfoque instructivo y los cuerpos de ayuda*. (Artículo científico). Desarrollos instructivos. Examen esencial y plan sin prueba. Metodología subjetiva, de investigación contextual. La muestra estuvo conformada por las personas de la Mesa Directiva de Educación, las personas de la Mesa Directiva Escolar y la Organización del Enfoque Instructivo, sumando 14 asociados. Los procedimientos aplicados fueron el encuentro semi-organizado y los encuentros del centro, así también los instrumentos fueron la guía de encuentro y la triangulación de datos. Infieren que, a la luz de los descubrimientos e impresiones de la revisión, se produce una progresión de buenas prácticas que fortalecen la colaboración entre los órganos de ayuda y la administración, lo que genera resultados beneficiosos en el enfoque instructivo; siendo, a partir de un relato lógico, la posibilidad de repetir estas actividades, como grandes prácticas, en otros enfoques instructivos.

Para, Orihuela y Silva (2020), *Buenas prácticas en el hotel Casa Andina Standard de Miraflores a partir de la pandemia COVID-19, Lima – 2020*. (Tesis de grado). Estudio de tipo básica y diseño no fenomenológico, enfoque cualitativo, nivel descriptivo. La población estuvo compuesta por el director del Hotel y los trabajadores de las regiones de administración, recolección, limpieza, alimentos, bebidas y mantenimiento. La estrategia aplicada fue la reunión utilizando el instrumento guía de reuniones. Por otra parte, se realizó un nuevo sistema de gestión de buenas prácticas en el hospedaje Casa Andina Estándar, debido a que la pandemia fue un acontecimiento grande, de tal manera se tomaron medidas preventivas y se realizó cambios en los espacios, por eso en cuanto al equipo defensivo personal, como: velos, guantes, se realizó un traje Tyvek, mantas, gafas y zapatos. Por otra parte, en lo que respecta a las oficinas,

sorprendentemente se ejecutaron recipientes para licores, tarros y packs rojos, pediluvio, termómetros computarizados, letreros útiles, pizarrón acrílico, desinfectantes, tranvías servidor, ollas eléctricas de agua y convenciones para proteger el bienestar continuamente en el alojamiento. Con todo, la ejecución de las buenas prácticas de la pandemia fue significativa por lo anteriormente mencionado se previno la propagación de la infección y sorprendentemente se aseguró el bienestar.

En cambio, Herrera (2019), *Mejora de la calidad de servicio ofrecido en las mypes de hospedaje ubicadas en destinos emergentes del Perú utilizando el sistema de aplicación de buenas prácticas*. La investigación fue de enfoque cuantitativa, tipo aplicada, diseño pre experimental transversal basado en un nivel descriptivo, comparativo y correlacional. La muestra lo conformaron 13 establecimientos hoteleros de la región Ica. Los procesos para la recopilación de datos fueron las entrevistas y las encuestas. Los resultados mostraron que, hay una relación directamente sólida entre el proceso estratégico principal y la calidad de servicio, por otro lado, no lo hay con el proceso de soporte, asimismo, la relación es de grado medio positivo entre la competencia de los trabajadores y la calidad de servicio. Se concluyó que, la implementación de un Sistema de Gestión de Buenas Prácticas permite mejorar el desarrollo de la calidad en servicios, el cual es ofrecido en el micro y pequeñas empresas (Mypes) de hospedaje de los diferentes destinos en el Perú.

Por otra parte, Dioses (2018), *Evaluación de la calidad del servicio del hotel "Boulevard", de la provincia de Zarumilla, departamento de Tumbes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014*. (Tesis de grado). Investigación mixta, descriptivo, de caso singular y transversal. Las técnicas aplicadas fueron las entrevistas, las encuestas y la observación directa. La población y la muestra lo conformaron el gerente de la empresa y sus trabajadores. En conclusión, los resultados obtenidos en la investigación se encontraron que, el "Boulevard" cumple con el 95,01% de los criterios evaluados, el cual permite que dentro de la empresa la calidad que brinda sea positiva para los clientes, sin embargo, al no contar con el 100%, significa que a la empresa le

falta algunos aspectos por mejorar, así como la gestión administrativa, la medioambiental y socio cultural.

Según Balladares (2018), *Evaluación de la calidad del servicio del Hotel Karibian, de la provincia de Zarumilla, departamento de Tumbes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014*. Investigación mixta, descriptivo, de caso único y transversal. Las técnicas aplicadas fueron las entrevistas, las encuestas y la observación directa. La muestra lo conformaron la gerenta de la empresa y los trabajadores. Los resultados que se ha obtenido en la investigación demostraron que, en términos concluyentes, el hotel “Karibian” cumple con el 70% de los criterios evaluados, es así que se determinada que la calidad que brinda la empresa a sus clientes es buena. Sin importar el puntaje obtenido, para la empresa evaluada todavía existen varios aspectos que se debe mejorar tanto como la gestión administrativa, medioambiental social y cultural.

Por otra parte, Troncos (2018), *Evaluación de la naturaleza de la ayuda utilizando buenas prácticas. Caso: Hotel Gran Palma en la ciudad de Piura, 2018*. (Propuesta de egreso). La investigación tiene una metodología subjetiva y fascinante, con un plan de análisis contextual. Para ello se empleó como procedimiento una guía de percepción, la reunión y la auditoría narrativa. La reunión se realizó al personal autorizado de la fundación, este procedimiento fue avalado por tres indagatorias directas organizadas recientemente en el manual de Buenas Prácticas para locaciones habitacionales. Los resultados adquiridos indicaron que el hospedaje Gran Palma sigue el 89,71% de los 175 marcadores evaluados, con una gran consistencia en el componente de los ciclos primarios. Se infirió que la naturaleza de la asistencia es aceptable, pero es importante incorporar los puntos planteados que no se ejecutan, así se tendrá clientes contentos con la ayuda recibida y se garantizará la inmutabilidad de la organización en el mercado que consistentemente es más competitivo.

Para Nima (2018), *Evaluación de la calidad del servicio del hotel “Gran Hotel Nacional” del distrito de Aguas Verdes, departamento de Tumbes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014*. Investigación mixta, descriptivo, de caso único y transversal. Las técnicas aplicadas fueron las



Entrevistas, las encuestas. La muestra lo conformó el gerente general y en segunda etapa los trabajadores. Los resultados demostraron que, en términos concluyentes, el “Gran Hotel Nacional” cumple con el 95,83 % de los estándares evaluados, el cual hace referencia que la empresa brinda un buen servicio de calidad a sus clientes, sin embargo, quedan muchos aspectos por mejorar en la gestión administrativa, la medioambiental y social.

Por el contrario, Rodríguez (2018), *Evaluación de calidad del servicio del hotel B'liam de la ciudad de Tumbes utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014*. Investigación desarrollada con enfoque cuantitativo y cualitativo, nivel descriptivo, de caso singular y transversal. Las técnicas aplicadas fueron las entrevistas, las encuestas y la observación directa. La muestra lo conformó el gerente general de la empresa y en segunda etapa los trabajadores de la misma. Los resultados demostraron que, en términos concluyentes, el hotel “B'LIAM” cumple con el 95.37% de los estándares evaluados, el cual hace referencia que la empresa brinda buen servicio de calidad a sus clientes, eso no quiere decir que no existen muchos aspectos por mejorar, para así poder brindar un mejor servicio y satisfacer las necesidades de los clientes.

Según Lara (2017), *Evaluación de la calidad del servicio del hotel “Buenos Aires” de la ciudad de Nuevo Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, 2014*. Investigación con enfoque cuantitativo y cualitativo, nivel descriptivo, diseño de caso único transversal. La muestra lo conformaron el gerente general, 20 colaboradores. La técnica de recojo de datos utilizados fueron las encuestas y entrevistas. Los resultados demostraron que, el hotel “Buenos Aires” cumple con el 81,3 % de los 284 estándares evaluados; en cambio, es importante mejorar aspectos en la gestión administrativa y medioambiental para asegurar un servicio de calidad y con ello la satisfacción de los clientes.

Por otra parte, Tineo (2018), *Evaluación de la calidad del servicio del hotel “Casa Cesar” de Tumbes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014*. Investigación con enfoque cuantitativo - cualitativo, nivel descriptivo, diseño de caso único transversal. La muestra lo conformaron la administradora

y los colaboradores. Los resultados demostraron que, el Hotel “Casa cesar” cumple con el 81% de los estándares evaluados, el cual hace referencia que la empresa da un buen servicio a sus consumidores, Pero, existen ciertos aspectos por mejorar y así poder elevar la imagen de la empresa, además de satisfacer las necesidades de su público objetivo.

Para Palacios (2018), *Evaluación de la calidad del servicio del hotel “Rizzo” de la ciudad de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2014*. Investigación con enfoque cuantitativo - cualitativo, nivel descriptivo, diseño de caso único transversal. Los resultados demostraron que, el hotel “Rizzo” cumple con el 50% de los estándares evaluados, el cual hace referencia al buen actuar de la empresa para con sus clientes, no obstante, aún tienen que ir mejorando algunos aspectos.

Por otra parte, Marchan (2018), *Evaluación de la calidad del servicio del Hotel “Isis” de la ciudad de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014*. Investigación mixta, nivel descriptivo, diseño de caso único transversal. Los resultados demostraron que, al hotel “Isis” cumple con el 81.01% de los criterios estándares evaluados, el cual hace referencia del buen trato brindado, con mejoras por trabajar en el transcurso del tiempo.

Según Morales (2017), *Valoración de la naturaleza de la asistencia, utilizando normas obtenidas de los grandes actos del hospedaje Kapraia Suites de Zorritos, zona Contralmirante Villar de la ciudad de Tumbes, en 2016* (Propuesta de grado). La exploración fue Cualitativa - Cuantitativa, inconfundible, con un plano transversal solitario. Para obtener estos datos se aplicaron procedimientos e instrumentos; como la Observación, el encuentro y el uso de encuestas. La población y la prueba estaban compuestas por una organización Mype de 08 trabajadores. Sus decisiones incorporan que la organización sigue 02 pautas, comparable al 8,334%; Tiene un arreglo esencial donde caracteriza su visión, misión, valores y metas, es así que adicionalmente posee un Plan de Negocios. La organización se ajusta a un manual de asociaciones y capacidades; y con un marco de correspondencia adecuado, esta se ajusta a los lineamientos 03, con un nivel de 12,50%; de tal manera cuenta con un marco de control de calidad de

ayuda la cual rastrea y cuantifica la lealtad del consumidor; por otra parte, mantiene un marco para atender objeciones, casos e ideas.

Por otra parte, Castro (2017), *Análisis de la calidad del servicio utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, Buenos Aires, Chimbote, 2014.* (Tesis de grado). La investigación fue cualitativo - cuantitativo a un nivel exploratorio e inconfundible. El plan no fue de prueba, sino transversal, utilizando una investigación contextual solitaria. Se ha evaluado una suma de 243 normas. Los métodos utilizados fueron, la percepción, el encuentro y la auditoría bibliográfica, a la luz de esta idea, los instrumentos fueron, la hoja informativa, la guía de encuentro y la guía de investigación de archivos. Los resultados muestran que, de acuerdo a la coherencia general con los principios obtenidos de las grandes prácticas, la posada "Buenos Aires" en Chimbote accede al 65.2% de los lineamientos absolutos, siendo fundamental para la organización ejecutar diferentes normas para garantizar la calidad de atención y la lealtad del consumidor. Infirió que, en la gestión empresarial, se han evaluado 56 normas, de las cuales el hospedaje "Buenos Aires" en Chimbote se ajusta a 44 principios, es decir, tiene una consistencia del 78,5%, siendo esta medida la que ha obtenido la consistencia más destacable con las pautas derivadas de las grandes prácticas, dada la consistencia más prominente con respecto a la organización, asociación, correspondencia y exhibición de los ejecutivos, así como la administración monetaria de la contabilidad.

Según Mozombite (2021), *Increíbles prácticas biológicas y administración de residuos sólidos en la Municipalidad Provincial de San Martín, 2020.* (Tesis de maestría). La investigación fue fundamental con un plan de estudio no experimental. A propósito, para la población y prueba, 50 jefes de familia que tenían un lugar con la zona alta del partido, los cuales fueron evaluados a través de las revisiones terminadas como herramienta de recopilación de datos. En los resultados se tuvo como evidencia que el nivel de buenas prácticas de residuos sólidos fue habitual en 58% y 48% por separado. Por último, concluyó que el nivel de administración de residuos sólidos que se logra regularmente fue el 48% de los resultados adquiridos, esto se debe a la forma en que se está gestionando la cooperación regulatoria, es de menor utilidad, y esto se refleja en el

tratamiento que se le dio desde la vista previa del arreglo hasta su última expulsión de los ciclos ejecutados.

En cambio, Meza (2020), *Gestión de calidad y eficacia en los procesos administrativos de las Mypes del sector servicio, rubro hospedaje-Juanjuí, San Martín, 2019*. Investigación cuantitativa, nivel descriptivo y fue desarrollado siguiendo un diseño no experimental transeccional. La técnica empleada para el recojo de datos fue la encuesta cuyo instrumento fue el cuestionario. La muestra lo conformaron 04 hospedajes. Los resultados demostraron que, existe el procedimiento tradicional de la planificación, la cual se sostiene en su cumplimiento; del mismo modo en la organización, la que se evidencia en su manual de estructura y funciones, así como también su estructura orgánica visible. En el aspecto de liderazgo ha logrado integrar a todos los miembros de la empresa, a tal extremo de operar sin la necesidad de supervisión. Concluyó que, los hoteles si tienen una base eficiente en sus procesos administrativos, pues aplican correctamente las buenas prácticas.

Finalmente, Romani. M (2016), realizó su investigación sobre la Calidad turística y buenas prácticas de servicios turísticos en Lima Metropolitana. Para el estudio se empleó un método hipotético deductivo, también fue básico, de nivel descriptivo y correlacional. Se desarrolló siguiendo un diseño no experimental y de corte transversal. La población estuvo conformada por 120 prestadores de servicio de las distintas empresas como: hoteles, restaurantes, agencias de viaje y turismo, así mismo la técnica empleada fueron las encuestas y como instrumento fue el cuestionario que se basó en 59 preguntas, en ese sentido, los resultados obtenidos el 55.8% cuenta con regular calidad de servicio, en relación con las buenas prácticas en el servicio turístico obtuvo el 50% el cual también está calificado como regular, en el aspecto de prestadores de servicio cuenta con una calificación regular del 53.3%, finalmente con respecto a las instalaciones y equipamiento cuenta con un 39.9% el cual también se califica como regular y muy bajo. En conclusión, hay un desarrollo regular en los prestadores de servicio de la empresa en relación a la mejora de calidad y las demás dimensiones identificadas el cual se debe mejorar para elevar los estándares que se propone.

En cuanto a las teorías que describen y conceptualizan a la variable del estudio "Buenas prácticas administrativas". Las buenas prácticas establecen una base de racionalidad en la administración, donde los ciclos actuales son la secuela de exámenes de arriba a abajo que deciden la relación más ideal para adquirir dependiendo de los activos accesibles. Al hablar de buenas prácticas, la organización gana la garantía de acoger "los mejores ciclos, estrategias, arreglos, técnicas y respuestas para tener la opción de cumplir con cada uno de los prerrequisitos de una manera imaginativa y única". Según Bueno (2012). Desglosando lo anterior, se deriva que prácticas aceptables coordinan la organización, ajustándola a la edad de valor significativo. Esto permite incrementar continuamente las expectativas de calidad, logrando asociaciones organizativas prácticas con proveedores, personal, cómplices y clientes.

De hecho, las grandes prácticas infieren la recepción de técnicas de tablero de gran alcance. Es decir, requieren la base de estrategias para orientar la administración lograda y evaluar los resultados. De tal manera, los sistemas identificados con calidad absoluta, se den procesos de mejora, reingeniería, entre otros, los cuales son suficientes hasta cierto punto en que éstos se satisfacen dependientes de un orden satisfactorio y sustentado por técnicas que permitan el avance de activos accesibles para que amplíen los resultados. En vista de lo anterior, las grandes prácticas infieren el cambio de la organización hacia una obligación de referencia para progresar. Su mejora construye la búsqueda continua y súper duradera de hechos y opciones para ofrecer un soporte ideal donde el usuario puede lograr una ventaja genuina.

Sobre las Buenas Prácticas en el servicio de alojamiento, se dice que ahora mismo es sumamente normal conocer grandes prácticas en el área de la industria de viajes, tanto a nivel global como en nuestro país, a nivel estatal podemos ver que se están elevando grandes prácticas como forma de dar calidad en el área de administración de las organizaciones en la industria de viajes, una de ellas son los establecimientos dedicados al negocio del alojamiento. Según Abdoulaye-referido en el Manual del Circuito Turístico del Noreste del Perú (2007), caracteriza una "gran práctica" como una metodología normalmente inventiva, que ha sido probada y valorada así que en general será

fructífera en diferentes escenarios. MINCETUR (2012), llama la atención sobre que como lo indica el Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz de Naciones Unidas: Una buena experiencia es "una técnica para hacer que ha demostrado su idoneidad en una etapa y podría ser adecuada en otra", tiene como estándar esencial ser significativa para apoyar el razonamiento creativo o actuar como una ayuda para lograr una suficiencia más prominente. y eficiencia en la atención brindada.

En este sentido, una práctica decente permite que las organizaciones se beneficien de los encuentros y los aprendizajes efectivos de los demás y los apliquen en su entorno de manera más completa. Como tal, las grandes prácticas incorporan actividades o procedimientos que efectivamente se han creado y su aplicación ha mostrado beneficios para la organización, el área local y los clientes. Por otra parte, para el Servicio Nacional de Turismo de Chile - SERNATUR (2011): "las grandes prácticas son actividades para prevenir, enderezar y/o trabajar en partes específicas del mejoramiento de la industria de viajes. Se pueden aplicar en todos los aspectos de las administraciones y actividades de la organización". Adicionalmente, las grandes prácticas ayudan a limitar los descuidos que influyen en la naturaleza de las administraciones entregadas al interesado, a la vez se valora que mediante esta herramienta se puedan mejorar las perspectivas pertinentes para la creación de la organización.

Para Van Duynen Montijn y Carré (2011):

"Grandes prácticas comprenden reglas para la mejora persistente, desde las organizaciones de conveniencia, transporte, gastronomía, desvío y viajes deben ser aplicadas en las regiones funcionales y de directorio. Como cualquier ciclo, la ejecución de buenas prácticas requiere cambios en la conducta y los ejecutivos. Es fundamental asumirlos como un modo de vida y un carácter de pensar dentro de la organización para lograr un cambio, tanto en el área de la industria de viajes como en todos los residentes".

En definitiva, las buenas prácticas no solo otorgan ventajas a las organizaciones que las aplican, sino que además al ámbito local de su clima normal, social y benéfico en el que se desenvuelve la acción institucional, es así que toma, un alto valor empresarial, sabiendo de los muchos beneficios que este les ofrece.

Con respecto a los ensayos de reglas de buen hospedaje, Van Duynen Montijn y Carré (2011) considera importante las siguientes normas: Agudeza eficaz a los ejecutivos, energía efectiva, compromiso con la preservación de las regiones seguras y la biodiversidad, estrategia de suministro y elección de proveedores, compromiso con el avance del área local, condiciones ambientales de trabajo, salvamento y valoración social, método de datos, traducción y escolarización ecológica, bienestar y limpieza, así como también la fidelización del consumidor.

Entre las ventajas de las Buenas Prácticas, los creadores mencionados anteriormente notan que al aplicar estos principios produce beneficios para la asociación y el comprador. En este caso la asociación comprende un progreso en la calidad y símbolo del artículo así también la autenticidad con la que avanza. Adicionalmente, una presentación monetaria y social superior que convierte en enormes fondos de inversión en su estructura de gastos, haciendo más competente su actividad. Así, la organización puede llegar a sectores empresariales nuevos y más particulares además trabajar en su intensidad como una empresa mucho más compenetrada con el clima y la cultura cercana. En lo que a esto respecta, el cliente aprecia inequívocamente que tanto la asociación como el objetivo efectúan este tipo de estándares.

Por otra parte, Promperú (2016) muestra como ventajas para las organizaciones como primer punto el ahorro, el cual permitirá controlar la utilización de los activos y haciendo que los ciclos útiles sean atractivos, también el mejorar la imagen de la organización, teniendo en cuenta el clima y la compañía, además de adherirse a sectores empresariales nuevos, realmente difíciles y particulares, así mismo el optimizar la intensidad, separando un negocio impecable y factible, por otra parte se tiene que proteger el clima, para así mantenerse al día con la prosperidad de la vida en el mundo y finalmente optimizar las relaciones con las redes vecinales.

Para SERNATUR (2011), entre las ventajas del uso de buenas prácticas tenemos: minimizar los gastos variables, promover una adecuada seriedad en las organizaciones, para mejorar la gestión en relación con la naturaleza y obligación con el clima además de las redes cercanas. Así mismo, hacer que los clientes, el personal y los proveedores sean conscientes de lo que vienen teniendo, así como también desarrollar y fomentar excelentes conexiones dentro del área local, cercana junto con las redes integrales. Finalmente, como última ventaja tenemos el proteger, moderar el clima y sus activos habituales.

Entre sus atributos de Buenas Prácticas, MINCETUR (2012), plantea que para que una organización tenga el poder de impactar, deben tener las cualidades necesarias: Innovación, afectividad, replicabilidad, sostenibilidad, relevancia, eficiencia. Dentro de innovación se menciona que cada gran práctica propone actividades, métodos de trabajo, estrategias, estilo y técnicas nuevas o de estudio novedosa, efectivamente ejecutados; así como, afectividad / influencia responde a que cada gran práctica es fructífera para lograr los destinos propuestos y lograr los resultados normales; mientras tanto, replicabilidad se compone de ciclos y activos que se pueden activar para repetir la experiencia, con un pensamiento excepcional para aquellos que impulsaron su prosperidad. Sus componentes constituyentes se pueden ajustar a las nuevas condiciones y diversos animadores; en sostenibilidad es el nivel de congruencia y calidad perpetua de los ciclos y logros establecidos; en el caso de relevancia, alude a cuán conveniente es el estudio realizado, a la luz de las aperturas comerciales, las necesidades del cliente, los problemas en el área y el entorno donde ocurre los eventos; mientras que la eficiencia comunica la competencia para lograr resultados con una utilización básica de duración, energía y activos.

Al respecto, Navarro (2008), se visualiza como una "Fundación gestionada por expertos en la que se presenta la conveniencia al consumidor con o sin administraciones incorporadas, a diferencia de un pensamiento monetario". Asimismo, MINCETUR (2004), afirma que se trata de un "edificio ordenado y adaptado para alojar a las personas por un breve tiempo y que permite a los exploradores permanecer durante sus salidas". Las posadas brindan a los visitantes servicios adicionales como cafés, centro de ejercicios,



spa, administración de ropa, asociación de Internet, piscina y paradas. Algunos alojamientos tienen administraciones de congresos y espectáculos.

Para MINCETUR (2004), una posada es una cimentación de vivienda que involucra el total de una estructura o parte de ella totalmente libre, sus condiciones comprenden un diseño homogéneo. Los Hoteles están en clases de 1 a 5 estrellas. Por otra parte, Gonzales (2003), alude que para la empresa, la administración de las habitaciones debe ser obligatoria las 24 horas del día, ya que, en esta fundación, a diferencia de las demás, el armazón y la fachada del hospedaje cuentan mucho. En el avance de las actividades de una asociación de posadas, a pesar de que con contrastes significativos como lo indica la clase del hospedaje, su tamaño, área y área geológica, así como diferentes atributos de tipo subyacente, una variedad de ciclos específicos de increíble complejidad.

En cuanto a las descripciones de las categorías tenemos primero a la Administración, según Chiavenato (2006), menciona que es el método involucrado en ordenar, coordinar y controlar la utilización de activos para lograr metas autorizadas. Es además la coordinación de ejercicios de trabajo para que se completen de manera competente y adecuada con y a través de otros. Robbins y Coulter (2004). En lo que a ellos respecta, para Koontz et al. (2012), es el método involucrado en planificar y conservar un clima en el que, trabajando en equipo, los usuarios se encuentran con sus destinos de manera productiva y exitosa. En consecuencia, el significado de organización se encuentra a través de la investigación de las capacidades que la integran como interacción, siendo estas las de preparación, articulación, coordinación y control de los activos accesibles para lograr determinados destinos financieros o monetarios. Correa (2019)

Sobre la segunda categoría Marketing y ventas, para Kotler y Armstrong, (2008), es un ciclo social y administrativo; En el círculo social, las personas y los grupos intercambian artículos, cualidades con otros, para obtener lo que necesitan. Asimismo, para Mesquita (2018), es la ciencia la especialidad de investigar, hacer y transmitir valor para cumplir con los requisitos de un mercado objetivo de hacer beneficios. La promoción reconoce insuficiencias, así como aspiraciones no descubiertas. Caracterizar, calibrar y evaluar la capacidad del

mercado distinguido para obtener un posible beneficio. En la exhibición hay cuatro puntos: 1) Precio, caracteriza el valor, la forma en que se cobrará y diferentes metodologías en torno al tipo de abono. 2) Plaza, alude al lugar donde se exhibirá su artículo además de los canales de difusión de un artículo al último comprador. 3) Producto, es la representación de las cualidades, valores agregados y patrón de vida de un artículo o administración. 4) Promoción, son los mensajes, esfuerzos de correspondencia en los que se difunde el artículo para la población en general. Por su parte, Gestipolis (2018), nos dice que las ventas no es más que una interacción comercial de la cual una parte el comerciante, satisface la necesidad del comprador, a cambio de una cantidad en efectivo o crédito que otorga al consumidor el derecho de propiedad o usufructo sobre lo pagado. Recurso monetario. Mientras que Westreicher (2020), menciona que son el traspaso de una decencia o administración específica bajo un costo específico o concurrido y a cambio de un pensamiento monetario como efectivo de un vendedor o proveedor.

Sobre la categoría calidad de servicio; hablar de calidad es discutir una forma de pensar aplicada a cada una de las áreas útiles de las distintas organizaciones preocupadas por un "trabajo bien hecho", inspirado en una sociedad indiscutiblemente educada y demandante, así como en una sociedad más extraordinaria. En este sentido, las organizaciones como principal estrategia de resistencia deben apostar por el camino del valor. García et al. (2011) De esta manera, las organizaciones que no se sobre esfuerzan por ofrecer una asistencia de disposición exageradas y que a medida que pasa el tiempo tienen la mala suerte de cerrar el negocio. La calidad se puede caracterizar como el nivel de cercanía entre los atributos ideales o determinados en un ítem o administración y los atributos realmente cumplidos en él, como menciona Martín (2004); por otra parte, Crosby (1987), llama la atención sobre el hecho de que deberíamos caracterizar la calidad como "cumplir con los prerequisites". Las necesidades deben caracterizarse claramente con el objetivo de que no se puedan juzgar mal. Luego se toman incesantemente medidas para decidir la coherencia con estos requisitos previos. El incumplimiento de las necesidades implica una escasez de

valor significativo. Las dificultades de índole se transforman en problemas de fuerza, y luego podemos retratar la calidad.

Para García et al. (2011), la calidad es el nivel de significación para cumplir con las presunciones de sus clientes. Se relaciona con el reconocimiento de una estructura en la que participa toda la afiliación y que permite encontrar las causas realmente no resueltas para disminuir gastos, así mismo ganar confiabilidad al comprador, la calidad intenta complacer las necesidades y prerequisites que tienen los consumidores, por lo que la asociación, tiene una deuda hacia los compradores de manera que si no existe una estrategia que investigue su plena consistencia, disminuirán los clientes y junto a ellos estará en peligro la presencia de la asociación.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

La investigación será cualitativa, según lo menciona Guerrero (2016) se caracteriza por generar diversas interpretaciones a través de los métodos que emplea. En la mayoría de casos, este enfoque considera a la inducción como vía para el desarrollo de juicios que permiten la validez de los distintos conocimientos. Además, se tienen ilimitadas posibilidades para analizar los distintos escenarios o sucesos que se puedan presentar en un estudio, por lo que los procesos y metodologías serán diferentes, ya que estos pueden variar de acuerdo a las características del tema de estudio.

Asimismo, la investigación será de tipo básica, por lo que se tiene como objetivo principal incrementar los conocimientos científicos que se tienen hasta el momento sobre el tema de estudio. Para ello, Rodríguez (2020), menciona que este tipo es conducido por la curiosidad o interés de una persona en hallar respuesta a una pregunta científica, sin tener en cuenta si esta podrá ser práctica o resolverá problemas. A la vez, indica que su principal motivo es expandir el conocimiento, no crear o investigar algo particularmente.

Finalmente, el diseño será fenomenológico, según Hernández, H (2020), dice que en este método el investigador examina los fenómenos y busca comprenderlos, de ese modo puedan entender las experiencias de las personas y la manera en cómo se expresan.

#### **3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización**

La presente investigación tiene como unidad temática, buenas prácticas administrativas. También cuenta con categorías y subcategorías dentro de la cuales se encuentran: 1) Administración: planificación, organización, dirección y control; 2) Marketing y ventas: marketing digital y marketing tradicional; 3) Calidad de servicio: empatía, innovación y just in time. Asimismo, con respecto a la matriz de categorización esta será podrá visualizar en anexos.

### **3.3. Escenario de estudio**

El estudio se llevará a cabo en la ciudad de Tarapoto ubicada en el departamento de San Martín. En este sentido se considerará a los hoteles de 3 estrellas de Tarapoto, asumiendo distintos cargos, los cuales nos ayudarán a obtener una mejor información sobre el nivel de prácticas administrativas que se presenta en los hoteles y colaboradores de dicha ciudad.

Los hoteles 3 estrellas consideradas para el desarrollo de la investigación son el Hotel San Marino, el Hotel Park Tarapoto y el Hotel Vuelo 78. En anexos se encuentra el reporte del consentimiento informado en la que se nos autorizan aplicar el instrumento con la finalidad de recoger información relevante para el desarrollo de la investigación

### **3.4. Participantes**

Los participantes de estudio están conformados por todos los hoteles de 3 estrellas que se crea conveniente. Tomando en cuenta las características del estudio y al ser una población no numerosa, es entonces que el tamaño de la muestra será el mismo que el de la población.

### **3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para la recolección y registro de la información se utilizarán la técnica de la entrevista semiestructurada, el cual será una guía en base a 27 preguntas, donde, el interrogador puede decidir fusionar consultas más explícitas para explicar y verificar ideas o adquirir más datos sobre enfoques explícitos. Según lo indicado por Sampieri et al. (2014) la entrevista es un discurso coordinado entre el entrevistado y el interrogador, para recoger datos sobre la exploración, bajo una presentación de consultas y respuestas.

El instrumento a utilizar será la guía de la entrevista, cuyo registro indicará los temas, las preguntas recomendadas y los puntos de vista a investigar. Entre los focos referenciados se encuentran: organización, promoción y negocios, naturaleza de la administración, entre otros, este dato

es sumamente convincente para generar un cálido aire de confianza y simpatía. De acuerdo con Ortiz (2015), esta ayuda se introduce a través de segmentos que visualizan la asociación de la información recopilada. La perspicacia y la disposición correcta permitirán brindar un clima protegido que brinde certeza al entrevistado, inclinándose hacia una oportunidad específica en la salida de mentalidades y sentimientos.

### **3.6. Procedimientos**

Para la ejecución de la investigación de método cualitativo se analizó diferentes fuentes de información confiables para estructurar las bases teóricas dentro de las cuales tenemos los libros, tesis, artículos, entre otros. Así mismo en base a teoría fundamentada se elaborarán las guías de entrevistas, como también se solicitará el consentimiento informado a cada uno de los colaboradores de esta investigación. Seguido se procederá aplicar la entrevista, respetando en todo momento la seriedad, objetividad e imparcialidad de las respuestas de los participantes, así como también se procederá a desarrollar una matriz de respuestas de los participantes, en la que al final se interpretarán y compararán las repuestas.

### **3.7. Rigor científico**

Es uno de los requisitos que se necesita para laborar con calidad todo trabajo de exploración científica. Siendo indispensable mencionar ciertos criterios que formulan algunos autores como la confiabilidad, validez y finalidad cualitativa. Por tanto, prosiguiendo a Saumure & Given (2008) y Hernández et al. (2014), ellos priorizarían de ante mano usar el término “rigor”, en vez de utilizar validez o confiabilidad.

**Tabla 1. Validación de instrumentos a criterio de expertos**

<b>Nº</b>	<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>TITULO/GRADOS ACADÈMICOS</b>	<b>CARGO E INSTITUCIÒN EN QUE LABORA</b>	<b>VALIDACIÒN %</b>
01	Horna Rodríguez, Richard Foster	Licenciado en Administración en Turismo / Maestro	Docente / Universidad Cesar Vallejo	95%
02	Arévalo Zea, Fretz	Licenciado en Administración en Turismo / Maestro en Gestión Publica	Docente / Universidad Cesar Vallejo	88%
03	García García, Ancelmo	Licenciado en Administración en Turismo / Maestro en Dirección y Consultoría Turística	Docente tiempo completo/ Universidad Cesar Vallejo	80%

Nota. Cuadro resumen de validación de instrumento

### **3.8. Métodos de análisis de datos**

Al ser un estudio cualitativo según Hernández, H. (2020). Menciona que “al trabajar con una muestra específica y con un claro objetivo, por lo que se solicitarán los permisos necesarios para la aplicación del instrumento que tendrá la finalidad de recoger datos para la investigación” Una vez aplicado el instrumento se hará el análisis de todas las respuestas aportadas, notándose la objetividad de los individuos para poder dar las conclusiones necesarias para el estudio.

### **3.9. Aspectos éticos**

El estudio se ajustará a los artículos 27° al 31° del Código de Ética Profesional del Licenciado en Administración del Perú, las que refieren el secreto profesional y la confidencialidad que han de regular sus actividades. Asimismo, Según Núremberg (1947), se considerarán los siguientes aspectos éticos basados en el código de:

- Asentimiento informado, los miembros deben tener la opción de practicar una decisión libre sin la intercesión de ningún componente como poder, engaño, extorsión o diferentes tipos de imperativos o presiones.
- Beneficios para la sociedad, la exploración realizada debe tener importancia social.
- Habrá un nivel mínimo de peligro para los evaluados, se clasificará el uso del instrumento y se asegurarán los datos de los miembros y los resultados.



## **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1. RESULTADOS**

A continuación, se presenta los resultados de la investigación de acuerdo a la información recopilada. Este estudio tuvo como objetivo analizar las buenas prácticas administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín – 2022. La investigación fue de tipo básico-cualitativo, así mismo, la recopilación de datos se realizó a través de una guía de entrevista de manera presencial a los administradores y colaboradores de las distintas áreas de los hoteles. Asimismo, cabe resaltar que se obtuvo la información correspondiente a base a seis entrevistados, de las cuales tres son administradores y los otros tres participantes son de la parte operativa del hotel.

El diseño de esta investigación fue fenomenológico, por lo tanto, esta investigación tuvo como finalidad analizar a tres distintos hoteles en la ciudad de Tarapoto para verificar si se están aplicando las buenas prácticas en las distintas áreas de la organización, y a su vez mejorar la calidad de servicio. En esta investigación se podrán identificar las categorías y subcategorías que están orientados a alcanzar los objetivos planteados.

Para la obtención de los resultados, se utilizó herramientas como una grabadora, papel y lapicero. Seguidamente, se muestran de manera organizada cada una de las categorías.

#### **Unidad Temática: Buenas Prácticas Administrativas**

##### **Categoría 1: Administración**

Con respecto al área de administración en los hoteles, esta es considerada como uno de los pilares fundamentales para el correcto funcionamiento de una empresa. Por lo tanto, esta investigación tiene como objetivo analizar a tres distintos hoteles para verificar si están aplicando las buenas prácticas administrativas en las distintas áreas.

En cuanto a la subcategoría de planificación, abarca a todas las respuestas proporcionadas por los entrevistados que laboran en las distintas áreas del hotel. Según el análisis realizado, para el correcto desarrollo de las buenas prácticas administrativas se tiene en cuenta un previo análisis de los consumidores, competidores y distintas áreas del hotel, después de ello se implementa un plan estratégico de gestión. Por otra parte, se busca alcanzar los objetivos propuestos que por lo general son incrementar las ventas, mejorar la calidad de servicio y el posicionamiento de la marca. Seguidamente, se citan las entrevistas:

**E1:** *“Si, en este caso nosotros realizamos un previo análisis tanto en nuestros consumidores y competidores dentro de ello se identificó que la falta de marketing era el principal motivo es así que decimos implementar una gestión de alianzas.”*

**E2:** *“Si correcto, en general está enfocado en incrementar las ventas y promocionar la ciudad de Tarapoto como un buen destino turístico.”*

Basándonos en la subcategoría de organización, según los entrevistados mencionan que cuentan con un Manual de operaciones y funciones que está estructurada de manera jerárquica el cual les permite trabajar de forma ordenada, también se identificó que se realiza una previa inducción y capacitación al nuevo personal, puesto que, en los distintos hoteles esta práctica lo realiza el área de administración, gerencia o recursos humanos y varía de acuerdo a las diversas necesidades que presentan las empresas hoteleras; es decir, en recepción se toma de cinco a siete días en comparación de cocina, salón, housekeeping, mantenimiento, que son en tres días, por la cual esto ayuda a fortalecer las capacidades de nuestros colaboradores para así desempeñar sus funciones en sus respectivas organizaciones. Seguidamente, se citan las entrevistas:

**E1:** *“Si contamos con un manual estructurado, cada turno de las distintas áreas tiene su manual de funciones.”*

**E2:** *“Por supuesto, por ejemplo, una de las cosas que ha llevado a cumplir todas las metas hasta el momento es la buena organización por parte de la gerencia y el área de recursos humanos, el cual hacen inducciones antes de entrar a trabajar, la inducción es de 3 a 5 días de acuerdo a las áreas.*”

**E3:** *“Si, por supuesto, nosotros contamos con un manual de operaciones y funciones, además aquí se trabaja de manera muy organizada, hay una jerarquía, además que están monitoreadas por recursos humanos.”*

En cuanto a la subcategoría de dirección, según los entrevistados, manifiestan que el liderazgo es una de las capacidades claves que debe tener toda persona para lograr los objetivos propuestos en una empresa. En este caso cada área es autónoma, pero al momento de acatar órdenes el trabajo se realiza en equipo, además de la comunicación constante entre los colaboradores de las distintas áreas. Por otra parte, para tener un adecuado control, cada representante operativo ejecuta un listado de tareas que quedan como pendientes, el cual se dan a conocer al administrador y encargado del siguiente turno, de esa manera disponer en mejor beneficio la realización de las tareas. Asimismo, para solventar las dificultades internas, el protocolo a seguir es de manera jerárquica, sugiriendo posibles soluciones a un determinado problema o dificultad. Seguidamente, se citan las entrevistas:

**E1:** *“Claro que sí, la jerarquía es muy importantes, cada área es autónoma al momento de realizar las labores, así mismo como se aplica las supervisiones para tener todo en orden.”*

**E2:** *“Cada área tiene sus tareas, en este caso la parte operativa lo hace diariamente, se entregan un listado de tareas que se tienen que hacer, así el hotel se desarrolle de manera ordenada.”*

**E3:** *“Primero el encargado que es el administrador se encarga de verificar las funciones de cada responsable de área, luego los colaboradores de cada turno hacen un listado de las tareas pendientes para él.”*

**E4:** *“Se podría decir que es un trabajo en equipo, no hay grupo ni autoridad cuando llega el momento de apoyar ante un percance que pueda ocurrir.”*

**E5:** *“Si por supuesto, pues es muy importante ante cualquier imprevisto que se pueda generar, se conversa con gerencia o las áreas involucradas para buscar una alternativa de solución.”*

Basándonos en la subcategoría de control, los entrevistados mencionan que esta etapa es muy importante para ejecutar las operaciones, de las cuales solo dos hoteles cuentan con un software que es el Kardex donde se registra toda la información de las distintas áreas, por otra parte, solo una empresa aplica un inventario de forma manual a través de formatos que son elaborados por el área de administración de esta manera se tiene un registro detallado de las existencias de los distintos sectores de la empresa. Como resultado, los objetos de estudio cuentan con un determinado sistema de control, pero presentan una serie de inconvenientes para su adecuado desempeño u funcionamiento. Seguidamente, se citan las entrevistas:

**E1:** *“Se realiza a través de Kardex en las distintas áreas (housekeeping, recepción, cocina, salón, restaurante).”*

**E2:** *“Si, normalmente lo maneja el área de administración que tiene un sistema de software donde recopila toda la información en general.”*

**E3:** *“Si claro, cada área tiene formatos de inventario y registrar todo, el cual nos permite tener un control de las distantes áreas y registro de los productos, etc. dentro del hotel.”*

## **Categoría 2: Marketing y ventas**

El área de marketing y ventas tiene un papel muy importante dentro de la empresa, puesto que es una de las bases para la promoción de la oferta, posicionamiento de la marca y el incremento de las ventas; así mismo, satisfacer las necesidades de los consumidores, alcanzando los objetivos propuestos de rentabilidad y crecimiento en las distintas áreas de la empresa hotelera.

En cuanto a la subcategoría de marketing tradicional, se rescata que los hoteles de tres estrellas emplean esta herramienta con el objetivo de mejorar el desarrollo, empleando alianzas, convenios con asociaciones, como también el uso de tarjetas. Cabe mencionar, que, dentro de los tres establecimientos, uno señala que el marketing tradicional genera más egresos. A base de ello, se menciona que, dentro de las organizaciones, se utiliza un modelo más relevante denominado el “boca a boca” teniendo esta un impacto positivo para la organización y el cliente, para luego recomendar al establecimiento según la experiencia obtenida. Seguidamente, se citan las entrevistas:

**E1:** *“En este caso lo que es el marketing de boca a boca.”*

**E2:** *“Este hotel no cree conveniente en el marketing convencional, porque nos genera más egresos que ingresos, ya que nuestro público objetivo no está a base de los consumidores tradicionales.”*

**E3:** *“Antes utilizábamos lo que eran publicidad, pero por el momento no, lo que sí es común es el marketing de boca a boca, tarjetas, convenios con taxistas y algunos grupos musicales e influenciadores.”*

Asimismo, según los entrevistados, se cuenta con un presupuesto destinado para la oferta de sus servicios, que viene siendo manejado por el área administrativa o gerencial, de hecho, este presupuesto ayuda a la presencia de la marca y poder manejar ventas en todos los hoteles. Además, manifiestan que, hasta el momento de la entrevista, dos de los objetos de

estudio no cuentan con dicha área, solo en un establecimiento existe el área de marketing. Seguidamente, se citan las entrevistas:

**E1:** *“Últimamente el área de administración y gerencia está poniendo en marcha esa gestión que el cual se destinó el 50% de la cuota.”*

**E2:** *“Por el momento no cuenta con un área de marketing en el hotel, ese tema lo maneja administración.”*

**E3:** *“Si cuenta con un área de marketing el cual está dirigido por 3 personas.”*

En base, a la subcategoría de marketing digital, según los entrevistados, conviene destacar, que dos de los objetos de estudio aplican el marketing digital de forma directa e indirecta, por la cual, el método más utilizado y conocido para los entrevistados es por medio de las redes sociales, ya que se enfoca en la segmentación para así alcanzar los objetivos y generar un impacto positivo. Sin embargo, en uno de los establecimientos, se viene implementando recientemente el marketing digital por su funcionalidad. Seguidamente, se citan las entrevistas:

**E1:** *“Si, nosotros aplicamos mucho lo que es el marketing digital, porque da resultados positivos en cuanto a ventas.”*

**E2:** *“Si lo aplicamos, el tema de redes sociales.”*

**E3:** *“Muy poco, pero ya estamos poniendo en marcha esta implementación.”*

### **Categoría 3: Calidad de servicio**

En lo que concierne al tema de calidad de servicio en las empresas hoteleras, esta es considerada como un conjunto de estrategias interrelacionadas, cada una de estas se convierte en un pilar fundamental de la organización, con la única finalidad de solventar, mitigar o satisfacer las necesidades de los clientes (Usuarios) de acuerdo al producto o servicio que adquieran.

En cuanto a la subcategoría de empatía, según los entrevistados mencionan que esta habilidad social es muy favorable dentro del hotel como parte del servicio óptimo que se brinda, así mismo, uno de los tres establecimientos realiza un análisis psicológico antes de contratar al personal. Además, un establecimiento se basa en que los colaboradores que ingresen a laborar sean personas oriundas del lugar de trabajo, y así ellos puedan transmitir confianza hacia los clientes y estos se sientan a gustos. Por otra parte, se menciona que dentro de una organización es importante la comunicación y motivación por parte de los dirigentes, donde se perciba el buen clima laboral entre los trabajadores. Seguidamente, se citan las entrevistas:

**E1:** *“Si, dentro del filtro que realizamos para la selección del personal que también lo realiza el área de recursos humanos, así mismo la entrevista psicológica que va de la mano con la experiencia laboral.”*

**E2:** *“Claro, de hecho, hay mucha comunicación y motivación por parte de nosotros para hacerlos sentir en un buen ambiente laboral.”*

**E3:** *“Sí, es un rasgo muy importante para la empresa, además nosotros contratamos a personas de la zona con el fin de que el cliente se sienta más a gusto.”*

Basándonos en la subcategoría de innovación, según los entrevistados, manifiestan que se están enfocando en el tema de infraestructura como por ejemplo construcción de más habitaciones, paneles solares para contribuir al cuidado del medio ambiente, implementación en el área de piscina y deportes extremos como el canopy, esto es debido al incremento de la demanda, además de captar la atención de los clientes; por otra parte, una de las empresas se está enfocando en el área de restaurante el cual está siendo reubicado y agregando nuevos platillos a la carta. Seguidamente, se citan las entrevistas:

**E1:** *“Actualmente se está haciendo la innovación en la infraestructura, además de un sistema de ventas y los paneles solares.”*

**E2:** *“Claro, aparte de que nos brindan buen clima laboral, nos dan a conocer sus puntos de vista de los nuevos proyectos en mente, como último situar el área de restaurante en el 3 piso.”*

**E3:** *“Además de la infraestructura que hemos empleado, por ejemplo: las sillas de piscina, de acuerdo a nuestro ambiente el canopy en el hotel.”*

En cuanto a la subcategoría de just in time, los entrevistados mencionan que no han escuchado hablar sobre ese término, pero que, de acuerdo a los conceptos establecidos, se determinó que si aplican este método en las distintas áreas de la empresa. Estar preparados ante una dificultad que se pueda presentar permitirá buscar una mejor solución, así mismo como facilitar en el menor tiempo posible las actividades que se desarrollan, también el tener implementado los productos e insumos de las áreas de manera que la estadía del huésped sea placentera y el trabajo de los colaboradores sea más ordenada. Finalmente, se considera que todas las áreas serian beneficiadas en cuanto al tema de innovación, ya que cada área es una parte fundamental que permite que la empresa se desarrolle adecuadamente, además de reducir costos y tiempo, con el fin de brindar un buen servicio a los clientes. Seguidamente, se citan las entrevistas:

**E1:** *“En realidad, no, quizás con ese término no, pero de acuerdo a la explicación que nos dieron si lo aplicamos.”*

**E2:** *“No escuché sobre ese término, pero ahora que lo explicas si ponemos en práctica en el hotel, normalmente para facilitar y brindar una mejor estadía al cliente.”*

**E3:** *“No, creo que con ese término no, pero por la explicación que nos brinda si lo aplicamos en el hotel, el tener anticipados productos o insumos en las distintas áreas nos permite manejarlo fácilmente, además de buscar soluciones a nuestro alcance en ese momento y que el cliente se sienta satisfecho en su estadía.”*

**E4:** *“Beneficiaria de manera que el cliente se sienta satisfecho con la experiencia durante su estadía en el hotel.”*



## 4.1. DISCUSIÓN

Para el desarrollo de este subcapítulo, se tuvo en cuenta los resultados obtenidos mediante las entrevistas realizadas a los gerentes y administradores de los tres distintos hoteles de 3 estrellas ubicados en la ciudad de Tarapoto, así mismo, los hallazgos de esta investigación permitieron cumplir con el objetivo propuesto.

Con respecto a la categoría de administración, según los hallazgos se pudo identificar que hay una correcta ejecución del plan estratégico para un desarrollo dentro y fuera del establecimiento, además se lleva a cabo un previo análisis de competidores y consumidores, también se desarrolla estrategias a corto plazo basadas en tácticas mensuales de ventas y agencias de viaje. Asimismo, el área administrativa tiene plasmados objetivos que están enfocados en el incremento de ventas, posicionamiento de marca y brindar mejor calidad de servicio, al mismo tiempo, manejan, una estructura jerárquica de operaciones y funciones de cada área para el correcto control dentro del hotel. Se resalta que se realizan inducciones y capacitaciones para ingreso del nuevo personal según el puesto requerido, posterior a ello, se toma en cuenta que el liderazgo, la buena comunicación, motivación y el trabajo en equipo influye positivamente, además, se incluyen protocolos para la solución de problemas internos mediante informes y reuniones; también cuentan con un software el cual permite tener un adecuado control de los insumos, productos, materiales, artículos de limpieza, etc., que reducen el tiempo y facilitan el trabajo. Según lo manifestado, coincide con la investigación del autor AL-Hazmi Alkhateeb (2020), quien menciona que la administración en una empresa ayuda a que los distintos procesos que se llevan a cabo en las distintas áreas sean más efectivos, asimismo, la motivación de los colaboradores es parte fundamental en la administración que permite reconocer el arduo trabajo y compromiso con la empresa. Por otra parte, Herrera (2019) en su investigación, menciona que es importante tener plasmado un plan estratégico empresarial, el cual permitirá tener una relación sólida con los distintos procesos que se desarrollan en los hoteles, también entablar una

conexión positiva entre los colaboradores es parte esencial porque esto facilita las tareas y el cumplimiento de los objetivos de la empresa. Finalmente, Meza (2020) en su estudio hace referencia que la planificación y el contar con un buen liderazgo permite a la organización el cumplimiento de los procesos, además de lograr integrar a todos los colaboradores en una empresa.

Con lo citado anteriormente, el área de administración es base fundamental para el sector hotelero, pues esta permite potenciar y ejecutar las tareas en relación con los objetivos propuestos a corto, mediano y largo plazo, además de la mejora continua y el crecimiento de la misma.

En cuanto a la categoría de marketing y ventas se pudo identificar que es una pieza clave que tiene mayor funcionamiento en los hoteles, según los hallazgos los hoteles de 3 estrellas emplean con frecuencia el marketing digital, este método está basado en redes sociales como Instagram, Facebook y WhatsApp, además de páginas web como booking y Google. Asimismo, incluyen el marketing tradicional como parte de la estrategia para el posicionamiento de la marca, el cual está comúnmente plasmada en publicidad mediante tarjetas, convenios y alianzas, sin embargo, cabe mencionar que este tipo de marketing no es frecuentemente utilizado en las organizaciones, en tal sentido, lo que se utiliza en mayor parte dentro de los hoteles es lo que famosamente se conoce como la publicidad del boca a boca. Estos resultados coinciden con Mesquita (2018), que en su investigación menciona que el área de marketing y ventas de un hotel/empresa, facilita la promoción y el incremento de los productos ofrecidos, además se caracteriza por contar con cuatro puntos clave que son: precio, plaza, producto y promoción el cual permite evaluar la capacidad del mercado para obtener un posible beneficio, del mismo modo suscita que los aplicativos, páginas webs, etc., son primordiales para cualquier organización. Seguidamente, Gestipolis (2018), en su investigación manifiesta que las ventas no es más que una parte donde el empresario realiza una interacción comercial para satisfacer la necesidad del comprador/cliente, a cambio de una cantidad en efectivo o crédito que otorga

al consumidor el derecho de propiedad. En cambio, para Westreicher (2020), en su investigación menciona que, al contar con un área de marketing, ya sea tradicional o digital, ambos tienen un objetivo común que es satisfacer las necesidades del cliente, además especifica que toda empresa al contar con esta área permite generar rentabilidad, obteniendo resultados positivos en cuanto a costos específicos, aumento de la compra, prescripción de bienes u servicios, incremento de ventas, mejorar la imagen y proyecciones de la misma.

En síntesis, el área de marketing y ventas es el mejor aliado de una empresa hotelera o cualquier otra, pues esta es como una pieza que direcciona a un mejor desarrollo, llegar a nuevos mercados, generar nuevas oportunidades de negocio, difusión de bienes, servicios y marcas, logrando así ventajas competitivas que les ayude a diferenciar de otros hoteles captando la atención del cliente e identificar sus necesidades.

Referente a la categoría de calidad de servicio se pudo determinar que es un elemento clave de un conjunto de estrategias que permite fortalecer la relación del servicio entre el cliente y la marca, así mismo en los hallazgos se pudo identificar tres conceptos claves para la mejora de la calidad de servicio, empezando por la empatía, referenciada en el buen trato con el personal y los clientes, también consideran la motivación, comunicación y el contratar personas de la zona, permitirá trazar lazos obteniendo un desarrollo positivo para el hotel. En segundo lugar, tenemos la innovación que según los resultados están normalmente enfocados en la construcción de nuevas instalaciones como: área de restaurante, piscina, habitaciones, sillas, también dispositivos con el cuidado del medio ambiente como paneles solares, asimismo, actividades dentro del hotel como: canopy, skybike, hamacas colgantes y voladoras, esto debido al aumento de la demanda, así como también captar la atención de los mismos. Como tercer punto está el just in time, que según los resultados obtenidos los responsables no conocen sobre este término, pero que si lo manejan y aplican ante cualquier situación que se pueda presentar, como por ejemplo estar prevenidos, ya sea en productos o insumos, reducir el tiempo de las tareas encomendadas, estas pequeñas acciones dejan en alto la imagen que

se quiere lograr de un hotel o cualquier otra. Según lo mencionado, coincide con la investigación de Castro (2017) pues considera que la calidad de servicio es fundamental para la organización donde se ejecuta diferentes normas para garantizar la calidad en atención y la lealtad del consumidor, de tal manera logrando esto la demanda siga adquiriendo más los productos y servicios así mismo la recomendación hacia otros. Por otra parte, según los autores García et al. (2011) en su investigación considera que al tener un correcto funcionamiento de la calidad permite que la organización se extienda, creando confiabilidad, rebasar las expectativas y fidelización de los clientes. Así mismo, se intenta complacer las necesidades y prerequisites que tienen los consumidores, por lo que la asociación, tiene una deuda hacia los compradores, de manera que si no existe una estrategia que investigue su plena consistencia, disminuirán los clientes y junto a ellos estará en peligro la presencia de la asociación.

Con lo descrito anteriormente, el área de calidad de servicio es vital para cualquier empresa y de distinto rubro que ofrezca bienes y servicios, pero si hablamos del sector hotelero, la calidad se vuelve más exigente, pues esto le permitirá que se diferencie de la competencia, es importante que los colaboradores estén capacitados para que la empresa se desarrolle mejor, asimismo, el secreto está en integrar transversalmente de la misma abarcando todo referente a procesos, estrategias y cultura de la entidad.

## V. CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo siendo el principal objetivo, analizar las buenas prácticas administrativas en los hoteles de tres estrellas en la ciudad de Tarapoto, Región San Martín 2022. En tal sentido, se desarrolló encuestas basadas en el estudio cualitativo para los administrativos y colaboradores de las distintas organizaciones, quedando en evidencia que las buenas prácticas son importantes para el desarrollo de una organización. En ese mismo contexto, se concluye que si se desarrollan las buenas prácticas administrativas dentro de los hoteles de tres estrellas en la ciudad de Tarapoto; de igual modo, estas son utilizadas en todas las áreas de las organizaciones para la obtención de buenos resultados y un buen manejo de los recursos tanto humanos como materiales, así mismo, por medio de estas poder brindar un buen servicio de calidad hacia los huéspedes.

En primer lugar, como objetivo específico en la presente tesis se dispuso describir el desarrollo de las buenas prácticas administrativas de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín 2022. De acuerdo a los resultados obtenidos mediante el estudio cualitativo, por medio de entrevistas realizadas a los administradores y colaboradores dentro de la organización, se determinó que, existe poca interacción con las buenas prácticas dentro de los hoteles que fueron parte de este estudio, sin embargo existe un crecimiento continuo por la mejora del área administrativo; sin embargo, también se pudo observar que gran parte de los trabajadores no cuentan con experiencia en el rubro turístico o se contrata personal que cubra solo un puesto y consiga la experiencia con el tiempo, ya que estos no conocen mucho del tema de servicio o determinados conceptos dentro de la hotelería. Finalmente, se rescató que, en el área administrativa, están a cargo personas conocedoras del rubro con suficiente experiencia para aportar a la organización, puesto que esta se ve reflejado en el correcto manejo de la organización por parte del líder en esta área. En paralelo, se concluye que el área administrativa y las personas que cumplen una función dentro de esta, son importantes para el crecimiento del clima laboral y la solución de problemas; como también, de guiar hacia la obtención

de resultados basándonos en objetivos plasmados en el plan estratégico de cada empresa hotelera.

En segundo lugar, como objetivo específico en la presente tesis se estableció describir el desarrollo de las buenas prácticas administrativas en el área de marketing y ventas de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín 2022. De acuerdo a los resultados obtenidos mediante el estudio cualitativo, por medio de entrevistas realizadas a los administrativos y colaboradores dentro de la organización, se determinó que, existe poco conocimiento del área marketing digital y la publicidad dentro de ella, ya que se pudo observar mediante las respuestas de los entrevistados que conocen solo una parte de esta, como es la publicidad solo por redes sociales más utilizadas como son Facebook, Instagram y WhatsApp, además que esta herramienta es cubierta por el área administrativa para no generar más costos y también porque no existe un presupuesto destinado para ello, del mismo modo, no existe un social manager para cubrir y tener una idea más amplia para la mejora del área. La otra parte, es el marketing tradicional, tiene un poco más de uso, ya que de este tipo de marketing lo más empleado y valioso según los entrevistados es el de la publicidad boca a boca, basándose en el buen servicio que otorgan al visitante, además del uso de tarjetas. En paralelo, se concluye que, el manejo de marketing por redes sociales en las organizaciones es lo más básico y usado, más no existe un área de la misma dentro de la empresa, con personal de experiencia para el uso de esta herramienta como parte del crecimiento en ventas y posicionamiento de la organización, sin embargo, esta investigación influyó satisfactoriamente en una empresa para la pronta creación de un área propia.

En tercer lugar, como objetivo específico en la presente tesis se estableció describir el desarrollo de las buenas prácticas administrativas en el área de calidad de servicio de los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín 2022. De acuerdo a los resultados obtenidos mediante el estudio cualitativo por medio de entrevistas realizadas a los administrativos y colaboradores dentro de la organización, se determinó que, si existe la calidad de servicio en las organizaciones, de hecho, aunque no

se conozcan algunos términos que engloban el servicio de calidad, se utiliza de manera empírica y con buenos resultados que se notan en el trato hacia el cliente, siendo estos los más beneficiados, además, se conoce que el mismo trato viene por parte de la actitud del mismo colaborador, ya que se tiene en cuenta en mayor porcentaje contratar personal de la zona con buena actitud y empática, puesto que ello también influye en la experiencia del visitante. En paralelo, se concluye que por medio de estas buenas prácticas que provienen desde el área administrativa, existe un personal capacitado para poder brindar calidad de servicio al huésped; además, es necesario aclarar también que la calidad de servicio muchas veces no es comprendida directamente con algunos adjetivos tanto por el colaborador como el administrativo, pero de igual forma, está enfocada al mismo.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se recomienda a los hoteles de 3 estrellas contar con un manual de buenas prácticas basados en su funcionamiento, esta será una guía el cual permitirá alcanzar una adecuada gestión de calidad, así como la reducción de costos, por ende, aumentar la productividad y el desarrollo del posicionamiento de la empresa.

Se recomienda realizar investigaciones basadas en las buenas prácticas administrativas en los hoteles de 3 estrellas, ya que la información es escasa, esto permitirá que los empresarios tengan mayor conocimiento y puedan ejecutar de manera correcta una gestión en el ámbito hotelero.

Se recomienda llevar a cabo capacitaciones trimestrales al personal enfocados en buenas prácticas administrativas, puesto que mucho de ellos tienen información escasa del centro donde laboran y esto genera un bajo rendimiento en los distintos sectores del hotel.

Se recomienda implementar y reforzar el área de marketing en los hoteles con personal capacitado, que cuente con los conocimientos necesarios para el correcto desarrollo de la misma, esto permitirá que la empresa obtenga incremento de ventas y una mejor posición.

Se recomienda implementar estrategias innovadoras en marketing y ventas, especialmente en lo que concierne al uso de redes sociales, pues esto permitirá alcanzar posibles clientes potenciales y así dar a conocer su marca.

Se recomienda proveer las herramientas necesarias para los colaboradores de cada área del hotel, pues esto les permitirá facilitar, mantener un orden adecuado de los trabajos encomendados y así poder brindar una mejor calidad de servicio a los clientes.

Se recomienda desarrollar técnicas de relación entre el cliente y los colaboradores, emplear controles periódicamente sobre las experiencias vividas, así poder identificar algunos aspectos a mejorar, además de asignar las herramientas o habilidades precisas, garantizando la satisfacción de la demanda.



## REFERENCIAS

- Albarrán Vásquez, C. A. (2019). *Estudio Comparativo De La Percepción De Calidad En Hoteles De Tres Y Cuatro Estrellas De Los Turistas Que Visitan La Ciudad De Cajamarca* [UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA].  
[https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/2718/T016\\_77351477\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/2718/T016_77351477_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- AL-Hazmi, N. M., & Alkhateeb, T. T. Y. (2020). Obstacles to implementing total quality management in Saudi Arabia marketing tourism Services. *Management Science Letters*, 507–514. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.9.030>
- Alameeri, A., Ajmal, M. M., Hussain, M., & Helo, P. (2018). Sustainable management practices in UAE hotels. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(4), 440–466. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-10-2017-0100>
- Arias, F.G., (2012). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica. 6a ed. Caracas: Editorial Episteme.
- Balladares Ramirez, K. L. (2018). *Evaluación de la calidad del servicio del Hotel Karibian, de la provincia de Zarumilla, departamento de Tumbes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4469>
- Bueno, D. (2012) Mejoramiento de procesos. Madrid-España: Vértice.
- Castro Liza, V. (2017). *Evaluación De La Calidad Del Servicio Del Hotel Buenos Aires De La Ciudad De Chimbote Utilizando Estándares Derivados De Las Buenas Prácticas, En El Año 2014* [UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LOS ÁNGELES CHIMBOTE].  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1292/BUENAS\\_PRACTICAS\\_CASTRO\\_LIZA\\_VERONICA\\_BETSABE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1292/BUENAS_PRACTICAS_CASTRO_LIZA_VERONICA_BETSABE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Chiavenato, I. (2006). Administración en los nuevos tiempos (McGraw-Hil (ed.)).  
[https://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-08/UNIDADES-APRENDIZAJE/Administracion de los recursos humanos \(lect 2\) CHIAVENATO.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-08/UNIDADES-APRENDIZAJE/Administracion de los recursos humanos (lect 2) CHIAVENATO.pdf)

Circuito Turístico Nororiental del Perú. (2007). Manual CNT de Buenas Prácticas para un Turismo Sostenible y Calidad de los Servicios. Obtenido de [http://manual\\_ctn\\_de\\_buenas\\_practicas\\_para\\_un\\_turismo\\_sostenible\\_y\\_calidad\\_de\\_los\\_servicios+&cd=1&hl=es&ct=gl=pe](http://manual_ctn_de_buenas_practicas_para_un_turismo_sostenible_y_calidad_de_los_servicios+&cd=1&hl=es&ct=gl=pe)

CONCHA DÍAZ, L. (2017). *Relación Del Sistema De Aplicación De Buenas Prácticas Y La Gestión De La Calidad De Los Servicios De Los Hoteles De Tres Estrellas* [UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN DE AREQUIPA].  
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/4457/THMcodils.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Correa, F. (2019). Definición de administración y teorías administrativas.  
<https://www.gestiopolis.com/definicion-de-administracion-y-teorias-administrativas/>

Crosby, P.B. (1987). La calidad no cuesta. México: CECOSA

Dioses Guerrero, T. E. (2018). *Evaluación de la calidad del servicio del hotel "Boulevard", de la provincia de Zarumilla, departamento de Tumbes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4476>

Doria Arrieta, J. (2018). La adopción de buenas prácticas administrativas en los sectores público y privado como estrategia de prevención de actos de corrupción. *Revista Digital de Derecho Administrativo*, 21, 429–450.  
<https://doi.org/10.18601/21452946.n21.17>

Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K., y Kyngäs, H. (2014). Qualitative Content Analysis: A Focus on Trustworthiness. *SAGE open*, 4(1), 121-135.

- García, F., García, P., & Gil, M. (2011). Operaciones básicas y servicios en restaurantes y eventos especiales. España: Paraninfo.
- GestioPolis. (2018). Venta: qué es, cuál es su importancia, sus tipos y proceso. <https://www.gestiopolis.com/venta/>
- Gonzales. (2003). Clasificación de hoteles. Argentina: Trébol
- Guerrero, M. (2016). La investigación cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2), 1 - 9. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3645/3/document.pdf>
- Harold Koontz Heinz Weihrich Mark. (2012). Administración Una Perspectiva Global Y Empresarial (Decimocuar).
- Herrera Marín, S. C. (2019). *Mejora de la calidad de servicio ofrecido en las mypes de hospedaje ubicadas en destinos emergentes del Perú utilizando el sistema de aplicación de buenas prácticas* [Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/10366>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación. *McGraw-Hill - Edición 6*, 6
- Hernandez, H. (2020) El método fenomenológico: Principios, Momentos y reducciones. Academia, 52 <http://www.scielo.org.pe/pdf/pyr/v7n1/a10v7n1.pdf>
- Hussein, I. (2021). The Analysis of Implementation of Customer Relationship Management on the Five-Star Hotels in North Cyprus. North Cyprus. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 25(6), 3676–3693. <https://www.annalsofrscb.ro/index.php/journal/article/view/6135>
- Jawabreh, O. (2020). Innovation management in hotels industry in aqaba special economic zone authority; hotel classification and administration as a moderator. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 32(4), 1362–1369. <https://doi.org/10.30892/gtg.32425-581>

- Kostetska, K. (2018). Trends of development of administrative management of recreational and tourist nature production in domestic and international practice. *Economics, ecology, socium*, 2(1), 111–121. <https://doi.org/10.31520/2616-7107/2018.2.1-10>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Fundamentos del marketing (Pearson (ed.); 8a ed.).
- Lara Soto, R. Y. (2017). *Evaluación de la calidad del servicio del hotel “Buenos Aires” de la ciudad de Nuevo Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, 2014* [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/980>
- Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicios para Establecimientos de Hospedajes. (2012). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Obtenido de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs\\_documentos\\_Caltur/03\\_mbp\\_gestion\\_hospedaje/Manual\\_141012.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/03_mbp_gestion_hospedaje/Manual_141012.pdf)
- Marchan Matamoros, H. M. (2018). *Evaluación de la calidad del servicio del Hotel “Isis” de la ciudad de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4480>
- Marchan Lopez, R. C. (2015). *Evaluación De La Calidad Del Servicio Del Hotel “Feijoo” De La Ciudad De Tumbes, Utilizando Estándares Derivados De Las Buenas Prácticas, En El Año 2014* [UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LOS ÁNGELES CHIMBOTE]. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/244/RIPSI\\_CONSUELO\\_MARCHAN\\_LOPEZ\\_CALIDAD\\_SERVICIO\\_HOTEL\\_FEIJOO.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/244/RIPSI_CONSUELO_MARCHAN_LOPEZ_CALIDAD_SERVICIO_HOTEL_FEIJOO.pdf?sequence=1)
- Martín, I. (2004). Dirección y gestión de empresas del sector turístico (3era ed.). España: Pirámide.

- Martínez Rodríguez, M. de los A., Pelegrín Naranjo, A., Pelegrín Naranjo, L., & Naranjo Llupart, M. R. (2021). Buenas Prácticas Ambientales En Hoteles Caso De Estudio: IBEROSTAR GRAND TRINIDAD. *SINEGRA*, 12, 69–82.  
[https://doi.org/10.33936/eca\\_sinergia.v12i2.3506](https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v12i2.3506)
- Mejía Sarmiento, P. A., & Yungasaca Montalvan, A. C. (2016). Análisis De Buenas Prácticas De Gestión Empresarial En La Empresa Mundiplast Cia Ltda. [UNIVERSIDAD DEL AZUAY]. In *UNIVERSIDAD DEL AZUAY*.  
<http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/6819/1/07260.pdf>
- Mesquita, R. (2018). ¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias. <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>
- Meza Utia, A. (2020). *Gestión de calidad y eficacia en los procesos administrativos de las mypes del sector servicio, rubro hospedaje-Juanjuí, San Martín, 2019* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/17032>
- MINCETUR. (2004) Reglamento de Establecimiento de Hospedaje.
- MINCETUR (2008). Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicio, Manipulación de Alimentos para Restaurantes y Servicios Afines. MINCETUR, Perú.
- MINCETUR (2011). Programa de Mejora de Gestión Empresarial – Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos (MGE). MINCETUR, Perú.
- MINCETUR - Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2012). Guía metodológica para el desarrollo del sistema de aplicación de buenas prácticas. Lima: Autor
- Morales Huancas, S. (2017). *Evaluación De La Calidad Del Servicio, Utilizando Estándares Derivados De Las Buenas Prácticas Del Hotel Kapraia Suites De Zorritos, Provincia De Contralmirante Villar De La Ciudad De Tumbes, En El Año 2016* [UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LOS ÁNGELES CHIMBOTE].  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10451/HOTEL\\_CALIDAD\\_DEL\\_SERVICIO\\_MORALES\\_HUANCAS\\_SANDRA\\_LIZET.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10451/HOTEL_CALIDAD_DEL_SERVICIO_MORALES_HUANCAS_SANDRA_LIZET.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Mozombite Paredes, J. (2020). Buenas prácticas ambientales y manejo de residuos sólidos en la Municipalidad Provincial de San Martín, 2020 [Universidad César Vallejo]. In *Universidad César Vallejo* (Issue October 2013). [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56182/Mozombite\\_PJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56182/Mozombite_PJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Navarro, A. (2008). Gestión de hoteles, Hostelería y Turismo. España: Vértice
- Navarro Monge, A. E., & Rosabal Vitoria, S. (2018). Buenas prácticas que favorecen el trabajo colaborativo entre la gestión de un centro educativo y los órganos de apoyo. *Innovaciones Educativas*, 20(29), 43–54. <https://doi.org/10.22458/ie.v20i29.2250>
- Nima Inga, F. L. (2018). *Evaluación de la calidad del servicio del hotel “Gran Hotel Nacional” del distrito de Aguas Verdes, departamento de Tumbes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014*. [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4482?show=full>
- Núremberg. (1947). El Código de Nuremberg. <http://www.unav.es/cdb/intnuremberg.html>
- Orihuela Ramos, Servina Marisol Silva Cruzado, L. V. (2020). *Buenas prácticas en el hotel Casa Andina Standard de Miraflores a partir de la pandemia COVID-19, Lima – 2020* [Universidad César Vallejo]. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/55927/Orihuela\\_RSM-Silvia\\_CLV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/55927/Orihuela_RSM-Silvia_CLV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ortiz, M. (2015). Guía de entrevista y de observación. [https://prezi.com/ooatecj5\\_fgt/guia-de-entrevista-y-de-observacion/](https://prezi.com/ooatecj5_fgt/guia-de-entrevista-y-de-observacion/)
- Palacios Ocampo, J. Y. (2018). *Evaluación de la calidad del servicio del hotel “Rizzo” de la ciudad de Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2014* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4483>

- PromPerú. (2006). Manual de buenas prácticas para turismo sostenible. Recuperado de [media.peru.info/catalogo/.../manual\\_de\\_buenas\\_practicas\\_9124.pdf](http://media.peru.info/catalogo/.../manual_de_buenas_practicas_9124.pdf)
- PromPerú. (2016). PERFIL Turismo en Cifras. *Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Turística - Dirección de Promoción Del Turismo, PROMPERÚ.*, 49. [https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads\\_perfiles\\_extranjeros\\_39\\_PTE16\\_publicacion.pdf](https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_perfiles_extranjeros_39_PTE16_publicacion.pdf)
- Romani Nazario, M. (2016). Calidad turística y buenas prácticas de servicios turísticos en Lima Metropolitana [Universidad Cesar Vallejo]. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/9084/Romani\\_NML.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/9084/Romani_NML.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rodríguez, Y. (2020). *Metodología de la investigación*. Klik Soluciones Educativas. [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=x9s6EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=tipos+de+investigaci%C3%B3n&ots=UpQzyuh7B-&sig=2LBzIByyow3MFUSaYJa\\_uFn7\\_jQ#v=onepage&q=tipos%20de%20investigaci%C3%B3n&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=x9s6EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=tipos+de+investigaci%C3%B3n&ots=UpQzyuh7B-&sig=2LBzIByyow3MFUSaYJa_uFn7_jQ#v=onepage&q=tipos%20de%20investigaci%C3%B3n&f=false)
- Rodríguez Vásquez, R. D. (2018). *Evaluación de calidad del servicio del hotel B'liam de la ciudad de Tumbes utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4484>
- Robbins, S., & Coulter, S. (2004). Modelo de toma de decisiones. <https://sites.google.com/site/escobarllanosashley/unidad-4-toma-de-decisiones/modelo-de-toma-de-decisiones-robbins-y-coulter>
- Saumure, K., & Given, L. M. (2008). Data saturation. Thousand Oaks, CA, EE.UU. The Sage encyclopedia of qualitative methods.
- Servicio Nacional de Turismo – SERNATUR Chile. (2011). Manual de buenas prácticas: alojamiento turístico. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/80679326/CHILE-POR-UN-TURISMOSUSTENTABLE->

- Tineo Tripul, A. K. (2018). *Evaluación de la calidad del servicio del hotel “Casa Cesar” de Tumbes, utilizando estándares de las buenas prácticas, durante el año 2014* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4485>
- Torres Merlo, O., Vallejos Cazar, A., & Burbano Benítez, J. (2019). Buenas prácticas de gestión administrativa en empresas de servicios en la ciudad de Ibarra. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v31i1.1043>
- TRONCOS ESCOBAR, J. (2018). *Evaluación De La Calidad Del Servicio Utilizando Las Buenas Prácticas. Caso: Hotel Gran Palma De La Ciudad De Piura, 2018* [Universidad Nacional De Piura]. <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1431/ADM-TRO-ESC-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Van Duynen Montijn, L., & Carré, M. (2011). *Hoteleras Guía de Buenas Prácticas Hoteleras. MISIONES.* [https://www.comunicarseweb.com/sites/default/files/biblioteca/pdf//133884791\\_6\\_Guia\\_de\\_buenas\\_practicas\\_hoteleras.pdf](https://www.comunicarseweb.com/sites/default/files/biblioteca/pdf//133884791_6_Guia_de_buenas_practicas_hoteleras.pdf)
- Westreicher, G. (2020). Ventas. <https://economipedia.com/definiciones/ventas.html>



# ANEXOS

## Anexo 01: matriz de categorización

Unidad Temática	Problema de investigación	Objetivo General	Objetivo Especifico	Categoría	Sub Categoría	
Buenas prácticas administrativas	¿Cómo son las buenas prácticas administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2021?	Analizar las buenas prácticas administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2021.	<p><b>OE1:</b> Describir el desarrollo de las buenas prácticas administrativas de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2021.</p> <p><b>OE2:</b> Describir el desarrollo de las buenas prácticas administrativas en el marketing y ventas de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2021.</p>	Administración	Planificación	¿El hotel cuenta con un plan estratégico de gestión que le permitirá incrementar las ventas en el hotel? Explica su respuesta
						¿Cuáles son los objetivos del hotel?
						¿Se están alcanzando los objetivos de acuerdo al plan estratégico?
						¿Cuáles son los objetivos a corto, mediano y largo plazo del hotel?
					Organización	¿El hotel cuenta con un manual operativo de funciones para los colaboradores?
						¿Realizan una previa inducción o capacitación al nuevo personal que permita acoplarse a la organización?
					Dirección	Cree Ud. ¿Que el liderazgo influye de forma positiva para el hotel?

			<p><b>OE3:</b> Describir el desarrollo de las buenas prácticas administrativas en la calidad de servicio de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2021.</p>			¿Como definirías el tipo de liderazgo?
						¿Como se demuestra el liderazgo en las distintas áreas del hotel?
						¿Como se delegan las funciones a cada responsable de área?
						¿Existen protocolos para la solución de problemas internos?
				Control		según Ud. ¿cuentan con un sistema de control para cada área del hotel? Explica su respuesta
						¿Cómo se realiza el control del inventario de las distintas áreas del hotel?
				Marketing y ventas	Marketing tradicional	¿Cuáles son las estrategias de marketing tradicional el cual utilizan?
						¿Existe un presupuesto destinado al área de marketing de la empresa?
						¿El hotel cuenta con un área de marketing?
						¿Aplican el marketing digital?
					Marketing digital	¿Qué tipo de marketing emplean y cuáles son?
						¿Cuál es público objetivo del hotel?
						¿El plan de marketing que utilizan está cumpliendo los objetivos propuestos?

						¿El área marketing tiene objetivos puntuales?
				calidad de servicio	empatía	¿Se contrata personas empáticas?
						¿Aplican la empatía empresarial en los colaboradores?
					innovación	según Ud. ¿Como la empresa fomenta la innovación en el hotel? ¿por qué?
						Según Ud. ¿Qué áreas se vieran más beneficiadas en ideas innovadoras?
					Just of time	¿ha escuchado hablar sobre el sistema just in time en los hoteles?
						¿Cómo cree que beneficiaría a la empresa o en las distintas áreas del hotel?

## Anexo 2: matriz de consistencia

**Título:** Análisis de las Buenas Prácticas Administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín – 2021.

Formulación del problema	Objetivo	Variable y Categorías	Metodología de investigación
<p><b>Problema general:</b></p> <p>¿Cómo son las buenas prácticas administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2021?</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo es el desarrollo de las buenas prácticas administrativas de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín – 2021?</li> <li>• ¿Cómo es el desarrollo de las buenas prácticas administrativas en el marketing y ventas de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2021?</li> <li>• ¿Cómo es el desarrollo de las buenas prácticas administrativas en la calidad de servicio de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2021?</li> </ul>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Analizar las buenas prácticas administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín – 2021</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir el desarrollo de las buenas prácticas administrativas de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2021.</li> <li>• Describir el desarrollo de las buenas prácticas administrativas en el marketing y ventas de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2021.</li> <li>• Describir el desarrollo de las buenas prácticas administrativas en la calidad de servicio de los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín - 2021.</li> </ul>	<p><b>Variable:</b></p> <p>Buenas prácticas administrativas.</p> <p><b>Categorías:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración.</li> <li>• Marketing y ventas.</li> <li>• Calidad de servicio.</li> </ul>	<p><b>Tipo de investigación:</b></p> <p>Cualitativa</p> <p><b>Diseño de investigación:</b></p> <p>Básica, no experimental.</p> <p><b>Escenario de estudio y participantes:</b></p> <p>Ciudad de Tarapoto/ colaboradores de los hoteles de 3 estrellas que se crea conveniente</p> <p><b>Técnica e instrumento</b></p> <p>Entrevista / guía de entrevista</p>

## ANEXO N° 02: Instrumento de recolección de datos



### GUIA DE ENTREVISTA

### INSTRUCCIONES

Buenos días/ tardes soy estudiante del Programa de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad Cesar Vallejo y me encuentro realizando una investigación con la finalidad de realizar un Análisis de las Buenas Prácticas Administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín, la misma que es anónima y será usada solo con fines académicos.

**DIRIGIDO A:** los colaboradores de los hoteles de 3 estrellas

#### Consentimiento informado:

¿Desea participar y otorga su consentimiento para hacer uso de los datos en la presente investigación? Por favor marque con un aspa su respuesta:	<b>SI</b>	<b>NO</b>
---	-----------	-----------

**NOMBRE DEL ENTREVISTADO:**

**EDAD:**

**CARGO:**

<b>UNIDAD TEMÁTICA: Buenas Prácticas Administrativas</b>		
<b>CATEGORÍAS</b>	<b>N°</b>	<b>SUBCATEGORÍAS</b>
<b>Administración</b>		<b>Planificación</b>
	<b>01</b>	¿El hotel cuenta con un plan estratégico de gestión que le permitirá incrementar las ventas y de qué manera lo realizan? Explica su respuesta
	<b>02</b>	¿Cuáles son los objetivos del hotel?
	<b>03</b>	¿Se están alcanzando los objetivos de acuerdo al plan estratégico?
	<b>04</b>	¿Cuáles son los objetivos a corto, mediano y largo plazo del hotel?
		<b>Organización</b>
	<b>05</b>	¿El hotel cuenta con un manual operativo de funciones para los colaboradores?

	<b>06</b>	¿Realizan una previa inducción o capacitación al nuevo personal que permita acoplarse a la organización?
		<b>Dirección</b>
	<b>07</b>	Cree Ud. ¿Que el liderazgo influye de forma positiva para el hotel?
	<b>08</b>	¿Como definirías el tipo de liderazgo?
	<b>09</b>	¿Como se demuestra el liderazgo en las distintas áreas del hotel?
	<b>10</b>	¿Como se delegan las funciones a cada responsable de área?
	<b>11</b>	¿Existen protocolos para la solución de problemas internos?
		<b>Control</b>
	<b>12</b>	según Ud. ¿cuentan con un sistema de control para cada área del hotel? Explica su respuesta
	<b>13</b>	¿Cómo se realiza el control del inventario de las distintas áreas del hotel?
		<b>Marketing tradicional</b>
	<b>14</b>	¿Cuáles son las estrategias de marketing tradicional el cual utilizan?
	<b>15</b>	¿Existe un presupuesto destinado al área de marketing de la empresa?
		<b>Marketing digital</b>
	<b>16</b>	¿El hotel cuenta con un área de marketing?
	<b>17</b>	¿Aplican el marketing digital?
<b>Marketing y ventas</b>	<b>18</b>	¿Qué tipo de marketing emplean y cuáles son?
	<b>19</b>	¿Cuál es público objetivo del hotel?
	<b>20</b>	¿El plan de marketing que utilizan está cumpliendo los objetivos propuestos?
	<b>21</b>	¿El área marketing tiene objetivos puntuales?

<b>Calidad de servicio</b>		<b>Empatía</b>
	<b>22</b>	¿Se contrata personas empáticas?
	<b>23</b>	¿Aplican la empatía empresarial en los colaboradores?
		<b>innovación</b>
	<b>24</b>	según Ud. ¿Como la empresa fomenta la innovación en el hotel? ¿por qué?
	<b>25</b>	Según Ud. ¿Qué áreas se vieran más beneficiadas en ideas innovadoras?
		<b>Just of time</b>
	<b>26</b>	¿ha escuchado hablar sobre el sistema just in time en los hoteles?
	<b>27</b>	¿Cómo cree que beneficiaría a la empresa o en las distintas áreas del hotel?

## Anexo 3: Resultados

Nº	Preguntas	Consentimiento	usuario 1	usuario 2	usuario 3	usuario 4	usuario 5	usuario 6	Análisis de resultados
1	¿El hotel cuenta con un plan estratégico de gestión que le permita incrementar las ventas? Explica su respuesta.	si	Si, en este caso nosotros realizamos un previo análisis tanto en nuestros consumidores y competidores, dentro de ello se identificó que la falta de marketing era el principal motivo, es así, que decimos implementar una gestión de alianzas con los transportistas y agencias de viajes, además de poner en funcionamiento el área de marketing en el hotel.	No cuenta con un plan realmente hecho, pero la administración actual realizó estrategias a corto plazo basadas en tácticas mensuales de ventas.	Si cuenta.	Si cuenta con un plan estratégico que está basado en el marketing.	Si cuenta en este caso está basado en estrategias vinculadas con las agencias de viaje.	Si correcto, en general está enfocado en incrementar las ventas y promocionar la ciudad de Tarapoto como un buen destino turístico.	La primera pregunta en base a los objetivos planteados, se obtuvo que de los 6 encuestados, 5 participantes son conscientes que existe un plan estratégico en la empresa, mientras uno de ellos comentó que no cuentan con un plan escrito, pero crearon estrategias para lograr objetivos en base a ventas.
2	¿Cuáles son los objetivos del hotel?	si	Bueno, tenemos dos objetivos. La primera es ser una cadena hotelera que no solo este aquí en la ciudad de Tarapoto, lo segundo es involucramos más en el sector turismo con una agencia de viaje llamada Amazon para poder influenciar más.	Por supuesto, lo que es el incremento de las ventas y posicionamiento de la marca.	Cuenta con dos objetivos primordiales uno es brindar buen servicio a los huéspedes, el segundo es incrementar las ventas y finalmente el posicionamiento de la marca.	Brindar buena atención y satisfacción, además de incrementar las ventas.	Incrementar las ventas y brindar una mejor calidad de servicio.	Fomentar el turismo en la Región San Martín y también incrementar las ventas en el hotel.	En cuanto a la segunda pregunta, en base a nuestros objetivos planteados, todos los entrevistados concuerdan que los objetivos de las empresas donde laboran son las ventas y el crecimiento de la empresa, tanto en posicionamiento y con el servicio que ofrecen, enfocado en la satisfacción de los clientes.
3	¿Se están alcanzando los objetivos de acuerdo al plan estratégico?	si	Tal vez no de la manera que esperábamos, en este caso el tema de la pandemia, huelgas y ciertas situaciones que han estado afectando, sin embargo, los resultados que tenemos son favorables, hay buena acogida y los clientes se van satisfechos.	Está yendo bastante lento por el tema de la reactivación económica de la zona y del país, así mismo recién terminamos de hacer la documentación del tema comercial tanto en publicidad y alianzas.	Si se está haciendo todo lo posible para que se cumplan.	Si a comparación de lo que era hace algunos años atrás se ha visto los cambios muy notorios en ventas.	Si, en realidad es un proceso que se desarrolla de a pocos.	Si, por el momento vamos paso por paso, pero si estamos viendo buenos resultados, pero nos visionamos a más.	En cuanto a la tercera pregunta, en base a nuestros objetivos planteados, los entrevistados concluyen que el proceso de alcanzar los objetivos planteados en la empresa va de manera lenta, dos de ellos creen que se deba por la pandemia y la reactivación económica que afecto al país, pero que si se están obteniendo resultados de a poco.



4	¿Cuál son los objetivos a corto mediano y largo plazo del hotel?	si	A corto se podría decir que no solo la captación de clientes y fidelizarlos sino también el compromiso con el personal, a mediano plazo sería aquí en la ciudad de Tarapoto ya es conocido y al largo plazo que se extienda a otros lugares además de que este año se empieza la construcción de más habitaciones.	Lo que sería a corto plazo la captación de los clientes, a mediano sería incrementar las ventas y a largo plazo el posicionamiento de la marca a nivel nacional.	A corto plazo mejoramiento en las áreas y brindar un mejor servicio a los huéspedes, a mediano plazo sería el incrementar las ventas y posicionarlo y finalmente a largo plazo ser conocido como uno de los mejores hoteles en la ciudad de Tarapoto.	A corto plazo captar más clientes, a mediano plazo incrementar nuestras ventas y a largo plazo que nuestra marca se posicione a nivel local, regional y nacional.	A corto es ir mejorando día a día en las distintas áreas, a mediano paso incrementar las ventas y finalmente a largo plazo la implementación y construcción de habitaciones el cual ya se está ejecutando pero que aún tomara su tiempo.	A corto plazo fomentar el turismo en la región San Martín, a mediano plazo incrementar las ventas del hotel y a largo plazo posicionar al hotel a nivel nacional como uno de los mejores de la ciudad de Tarapoto.	En cuanto a la cuarta pregunta, en base a nuestros objetivos planteados, se analizó que los objetivos a corto plazo según cinco entrevistados son las de captar clientes potenciales, mientras en uno, es de mejorar en el servicio de todas las áreas. En cuanto a objetivos a mediano plazo, se obtuvo que en cinco personas es el de aumentar las ventas, mientras uno de ellos comentó que es el posicionamiento en la ciudad de Tarapoto. En largo plazo, de cuatro entrevistados se obtuvo el posicionamiento en el mercado hotelero en san Martín, mientras dos de ellos es el de crecer en infraestructura.
---	--	----	--	--	---	---	--	--	---

Activar Windows

5	¿El Hotel cuenta con un manual operativo de funciones para los colaboradores?	si	Si cuenta que está estructurado por el área de administración.	Si contamos con un manual estructurado, cada turno de las distintas áreas tiene su manual de funciones	Si, por supuesto nosotros contamos con un manual de operaciones y funciones, además aquí se trabaja de manera muy organizada hay una jerarquía además que están monitoreadas por recursos humanos.	Claro que sí, el área de gerencia tiene un organigrama de las funciones operativas de cada área del hotel.	Si cuenta el cual está plasmado en el área de administración del cual ya sabemos la información y en que está basado.	Si, cuenta con un manual donde se encuentra la jerarquía del hotel con sus respectivas funciones de cada área.	En cuanto a la quinta pregunta, en base a nuestros objetivos planteados, se analizó que todas las organizaciones cuentan con el manual operativo de funciones y que los colaboradores tienen conocimiento de ello.
---	---	----	--	--	--	--	---	--	--

6	¿Realiza una previa inducción o capacitación al nuevo personal que permita acoplarse a la organización?	si	Por supuesto, por ejemplo, una de las cosas que ha llevado a cumplir todas las metas hasta el momento es la buena organización por parte de la gerencia y el área de recursos humanos el cual hacen inducciones antes de entrar a trabajar la inducción es de 3 a 5 días de acuerdo a las áreas, en recepción se toma unos 5 días a comparación de las otras áreas (cocina, salón, housekeeping, mantenimiento) que son 3 días.	Claro de acuerdo al área es la capacitación, por ejemplo, en área de recepción lo hace la recepcionista, en lo que es housekeeping y cocina lo realiza el área control de calidad y administración.	Si claro, el personal que ya tiene conocimiento y el área de gerencia están encargados de la inducción de un nuevo personal.	Si existe una previa inducción para que el nuevo personal se adapte y conozca las funciones y todo lo que se realiza dentro del área que le corresponde.	Si, de todas maneras, el área de administración y asistente administrativo son los encargados de la inducción y capacitación del nuevo personal.	Si correcto, de todas maneras, nosotros normalmente al realizar una entrevista de trabajo vemos que el perfil este enfocado en el rubro del turismo, después de eso hacemos la previa inducción de 10 a 7 días, además incluimos lo que es el tema primeros auxilios que nosotros consideramos importante.	En cuanto a la sexta pregunta, en base a nuestros objetivos planteados, se obtuvo que si se realiza la inducción para los nuevos colaboradores que les permite acoplarse a sus funciones y conocer de ellos dentro de la organización.
---	---	----	---	---	--	--	--	--	--

Activar Windows

7	Cree Ud. ¿Que el liderazgo influye de forma positiva para el hotel?	si	Claro que sí, la jerarquía es muy importantes, cada área es autónoma al momento de realizar las labores así mismo como se aplica las supervisiones para tener todo en orden.	Claro, porque la parte directiva tiene mucho conocimiento y experiencia el cual de muchas formas tengamos un orden y poder direccionar mejor el desarrollo del hotel.	Si por supuesto, sin un buen liderazgo el hotel no se estaría desarrollando de la mejor manera hasta ahora.	Si, por supuesto la persona encargada en este caso el administrador emplea lo que es el trabajo en equipo obteniendo buen desempeño de los colaboradores.	Si por supuesto de forma positiva	Por supuesto, el líder no solo tiene que ser una persona que sea dictador sino también una persona empática, trabajo en equipo, carisma, etc.	En cuanto a la séptima pregunta, en base a nuestros objetivos planteados, se encontró que si existe un buen liderazgo, y que ello influye de forma positiva en los colaborades, las cuales se transmiten al cliente.
---	---	----	--	---	---	---	-----------------------------------	---	--

8	¿Como definirías el tipo de liderazgo en el hotel?	si	Se podría decir que es un trabajo en equipo no hay grupo ni autoridad cuando llega el momento de apoyar ante un percance que pueda ocurrir.	La jerarquía en el hotel es muy importante, porque que somos compañeros de trabajo al momento de acatar una orden de los superiores la realizamos, sería más como un liderazgo vertical.	El liderazgo en el hotel es bueno, no ni autoritario ni dictador es más comunicativo	La persona encargada es muy considerada, recta, da buen trato al personal, mucha comunicación, es un liderazgo bueno.	Lo definiría de manera muy comunicativa de parte de administración y gerencia.	No podría describirlo de la mejor manera que Amical, empática, hay mucha comunicación con el personal.	En cuanto a la octava pregunta, en base a nuestros objetivos planteados, se obtuvo, que el liderazgo es comunicativo y empático, además que, esto influye a un clima positivo organizacional.
---	--	----	---	--	--	---	--	--	---

9	¿Como se demuestra el liderazgo en las distintas áreas del hotel?	si	Aquí en el hotel hay un jefe por cada área, en este caso se delega a las personas que tienen más tiempo y ya conocen el manejo del hotel.	Hay líderes por cada área por ejemplo área de recepción lo ve Administración, por el área de housekeeping y cocina lo ve control de calidad, además de tener un buen control hay mucha comunicación con los colaboradores.	Comunicándonos las funciones y tareas que tenemos que realizar durante nuestro horario, además tenemos constantes reuniones para monitorear el desempeño del personal.	En resumen, somos un equipo, nos ayudamos mutuamente con las distintas áreas del hotel cuando se requiere.	En realidad, el trabajo que se desarrolla es mutua, es trabajo en equipo.	Muy bueno, porque la persona encargada tiene mucha comunicación y respeto ante los demás colaboradores y viceversa.	En cuanto a la novena pregunta, en base a nuestros objetivos planteados, se obtuvo, según los entrevistados, que el liderazgo se demuestra mediante la comunicación asertiva del líder hacia los colaboradores y con el trabajo en equipo.
---	---	----	---	--	--	--	---	---	--

10	¿Como se delegan las funciones a cada responsable de área?	si	Aquí más que todo el área de recursos humanos es la que maneja ese aspecto, donde tienen un organigrama y manual de funciones de todas las áreas del hotel donde se establece una fecha ya sea mensual o quincenal donde se delegan rotativamente.	Cada área tiene sus tareas, en este caso la parte operativa lo hace diariamente, se entregan un listado de tareas que se tienen que hacer así el hotel se desarrolle de manera ordenada.	De manera jerárquica.	Cada turno deja una lista de instrucciones o tareas que se debe hacer durante el turno que le corresponde y verificar algunas operaciones que quedan pendiente así mantener todo ordenado y listo.	Cada área tiene un responsable encargado el cual muestra un listado de tareas para cada área ya sean pendientes o por realizar.	Primero el encargado que es el administrador se encarga de verificar las funciones de cada responsable de área, luego los colaboradores de cada turno hacen un listado de las tareas pendientes para el siguiente turno.	En cuanto a la décima pregunta, en base a nuestros objetivos planteados, se obtuvo, según cuatro entrevistados que Las funciones se delegan de manera jerárquica, existiendo un responsable destinado por administración que delegan los trabajos por área; mientras, dos de los entrevistados concuerdan en que todos los turnos dejan una lista de deberes que se deben cumplir por turno.
----	--	----	--	--	-----------------------	--	---	--	--

11	¿Existen protocolos para la solución de problemas internos?	si	Si, por ejemplo, inasistencias o inconvenientes imprevistos pasan por el área de recursos humanos el cual estaban basados en documentación, si alguien se enferma el día que retorna debe presentar sus documentos que lo validen, en cuanto de descansos tenemos platillas donde se solicita y nosotros firmamos.	En si existe una manera fácil de solucionarlos, por ejemplo, si un huésped tiene problemas con una habitación informar al encargado si hay solución si en caso no la hay se delega otra habitación, en resumen, los protocolos no están plasmados, pero si son del momento se lo soluciona y en nuestras políticas están plasmadas que cualquier problema en el hotel tiene solución.	Si existen protocolos, en caso de habitaciones algún problema tenemos procesos de cómo resolverlos.	Por supuesto, cuando hay algún problema el área de administración llama a reuniones y se verifica paso a paso cual fue el fallo y se soluciona de la mejor manera, hay mucha comunicación.	Si por supuesto, pues es muy importante ante cualquier imprevisto que se pueda generar, se conversa con gerencia o las áreas involucradas para buscar una alternativa de solución	Si claro, las áreas comunican algún problema a recepción y recepción comunica a administración, se busca la mejor alternativa de solución que este dentro de nuestras posibilidades y así brindar una mejor experiencia a nuestros clientes.	En cuanto a la undécima primera pregunta, en base a nuestros objetivos planteados, se obtuvo que, si existe un protocolo interno de solución de problemas, de las cuales, en cualquier eventualidad la administración es el primero en saberlo.
----	---	----	--	---	---	--	---	--	---

12	Según Ud. ¿Cuentan con un sistema de control para cada área del hotel? Explica su respuesta	si	Si, tenemos un sistema hotelero el cual no está en funcionamiento, pero si realizamos un control manual para las distintas áreas del hotel.	Si existe un sistema de control, pero no sistematizado, en este caso recepción tiene su sistema, pero si hablamos de las demás áreas no	Si claro, tenemos un sistema, pero de manera manual.	Si existe, por ejemplo, las horas de llegadas y salidas del personal están registradas en un sistema de marcación.	Si, normalmente lo maneja el área de administración que tiene ahí un sistema de software donde recopila toda la información en general.	Si por el momento contamos con sistema el cual nos permite agregar ya sea productos que tenemos o que falta agregar en stock, cocina, housekeeping, mantenimiento, área de marketing, recepción. Además de registros y pagos de los huéspedes.	En cuanto a la duodécima pregunta, en base a nuestros objetivos planteados, se obtuvo que, si se cuenta con un sistema de control, de las cuales en cuatro entrevistados la respuesta fue que cuentan con un software y en dos de ellos es forma manual.
----	---	----	---	---	--	--	---	--	--

13	¿Cómo se realiza el control del inventario de las distintas áreas del hotel?	si	Se realiza a través de cardex en las distintas áreas (housekeeping, recepción, cocina, salón, restaurante).	Si claro, cada área tiene formatos de inventario y registrar todo, el cual nos permite tener un control de las distintas áreas y registro de los productos, etc. dentro del hotel.	Cada quien área tiene un formato el cual lo llena al terminar su turno es este caso recepción y cocina es diariamente, pero si hablamos de housekeeping y mantenimiento es semanal.	Definitivamente normalmente lo hace mensual o diariamente por medio de formatos.	De manera manual. cada área tiene formatos el cual brinda administración para tener un mejor control ya se dé habitación, cocina productos en recepción, etc.	No contamos con un formato el cual realiza cada área, solo ellos anotan y lo hacen llegar a recepción, entonces el recepcionista se encarga de subir al sistema y nosotros ya verificamos y controlamos desde el sistema.	En cuanto a la décima tercera pregunta, en base a nuestros objetivos planteados, se obtuvo que, si se cuenta con formatos de inventario realizado por cada encargado de turno, además, lo realizan dependiendo el área, en algunos casos diarios y otros semanales.
----	--	----	---	--	---	--	---	---	---

14	¿Qué tipo de estrategias de marketing tradicional utilizan?	si	Antes utilizábamos lo que eran publicidad, pero por el momento no, lo que sí es común es el marketing de boca a boca, tarjetas, convenios con motocarristas y algunos grupos musicales e influencers.	Este hotel no cree conveniente en el marketing convencional, porque nos genera más egresos que ingresos ya que nuestro público objetivo no está en base a los consumidores tradicionales, pero si hablamos en el aspecto de omnipresentes tenemos lo que son las alianzas y convenios. también estamos empezando a lanzar artículos de opinión en un diario digital de aquí de la ciudad.	El marketing de boca a boca, tarjetas,	En realidad, lo básico que son las tarjetas, de boca en boca.	En este caso lo que es el marketing de boca a boca.	Como básico utilizamos el de boca a boca y lo que son las tarjetas.	En cuanto a la décima cuarta pregunta, en base a nuestros objetivos planteados, se obtuvo que el boca a boca es el marketing más utilizado respecto al marketing tradicional.
15	¿existe un presupuesto destinado al área de marketing de la empresa?	si	Si existe, hace una semana ya nos hemos contactado y a raíz de su visita la última vez decimos implementar ya el área de marketing en las redes sociales, ya se dio el adelanto del 50%.	Si existe, pero es bajo la estrategia que aplicamos es un tipo de trueque puedes hacer una pequeña publicidad y nosotros coordinamos una estadía en el hotel.	Si, claro hay un presupuesto el cual está encargado el área de administración.	Básicamente lo maneja el área de administración, pero por lo que tengo entendido se está implementando	Últimamente el área de administración y gerencia está poniendo en marcha esa gestión que el cual se destinó el 50% de la cuota.	Si, de todas maneras, nosotros aplicamos e invertimos mucho en la estrategia de marketing más que todo para obtener buenos resultados para la empresa.	En cuanto a la décima quinta pregunta, se obtuvo que, si existe en todos los hoteles un presupuesto destinado al marketing de las empresas, de los cuales, el hotel san marino inyecta este presupuesto recientemente.
16	¿El hotel cuenta con un área de marketing?	si	No netamente un área hasta el momento lo maneja administración, pero como ya les había mencionada ya se dio un adelanto del presupuesto y una gestión con respecto a este tema.	No cuenta con un área de marketing.	No hay una rearea de marketing, normalmente lo maneja administración o recepción.	Por el momento no cuenta con un área de marketing en el hotel, ese tema lo maneja administración.	No, pero se precisa que en unos meses ya contemos en el área de marketing.	Si cuenta con un área de marketing el cual está dirigido por 3 personas.	En cuanto a la décima sexta pregunta, se obtuvo que en 2 hoteles no existe un área propiamente establecida, sino que es manejada por administración y gerencia, sin embargo, el hotel park si cuenta con un área de marketing.
17	¿Aplican el marketing digital?	si	Muy pbco, pero ya estamos poniendo en marcha esta implementación.	Si, aplicamos lo que es el marketing digital a través de trueques.	Si lo aplicamos, el tema de redes sociales.	Si aplica de todas maneras es esencial para la empresa.	Si, de todas formas, beneficia de manera empresarial al hotel.	Si, nosotros aplicamos mucho lo que es el marketing digital, porque da resultados positivos en cuanto a ventas.	En cuanto a la décima séptima pregunta, se obtuvo que, los entrevistados conocen y afirman saber que aplican el marketing digital en su empresa por medio de los fans pages, sin embargo, en hotel san marino actualmente viene aplicando este método.

18	¿Qué tipo de marketing emplean y cuáles son?	si	Marketing de boca a boca, con los amenites, convenios con artistas el cual realizan una publicidad del hotel.	Este caso las redes sociales, plataformas de comunicación de plataformas hotelera y convenio con la FAP.	Lo más comunes que son el fan Page de Facebook, whatsapp	En este caso las redes sociales que son el Facebook, Instagram y whatsapp.	El marketing por redes sociales (Facebook, whatsapp). Además de alianzas con la asociación de mototaxistas de la ciudad, publicidad por parte de grupos musicales que se hospedan en nuestro hotel.	El marketing por redes sociales y fan Page, los cuales son el Facebook, whatsapp, Instagram, así mismos metabuscador es como booking y Kayak.	En cuanto a la décima octava pregunta, se obtuvo que, si se aplica en su mayoría el marketing digital por medio de las redes sociales y el boca a boca.
19	¿Cuál es público objetivo del hotel?	si	Básicamente familias y el sector corporativo.	El público objetivo es 70% empresarial y 30% familiar-turístico.	Nuestro público objetivo es de tipo corporativo.	Mayormente a clientes corporativos.	Un público intermedio.	Solo turistas, vacacional y familiar	En cuanto a la décima novena pregunta, se obtuvo que, en su mayoría el público objetivo de los hoteles son el corporativo y familiar, sin embargo, en el Hotel Park por estar más cerca de la naturaleza el público objetivo son familias amantes de la naturaleza.
20	¿El plan de marketing que utilizan está cumpliendo o los objetivos propuestos?	si	Digamos que hasta el momento no, porque nos falta estamos en un 50%, de lo poco que estamos aplicando tenemos muy buena acogida.	Esta encaminando por el momento, teniendo en cuenta que la situación se está adecuando nuevamente.	Si, de todas maneras, hasta el momento.	Por el momento si esperando que se extienda un poco más.	Si, yo creo que si, aunque nos falta un poco más, lo calificaría con un 60%	Si, efectivamente los cambios han sido muy satisfactorios hasta ahora, pero seguimos mejorando.	En cuanto a la vigésima pregunta, se obtuvo que, los entrevistados aceptan que, si se están alcanzando los objetivos de marketing, pero de forma lenta.
21	¿El área marketing tiene objetivos puntuales?	si	Si, porque el objetivo principalmente es llegar a más personas.	Si, netamente es el posicionamiento de la marca, relaciones públicas, etc., todo lo necesario que nos puede ayudar a nosotros a incrementar nuestras ventas	Si claro más que todo el posicionamiento de la marca.	Mas que todo está basado en pensionarse como una marca.	Claro que sí, es llegar a más clientes.	Si, de todas maneras, más que todo incrementar las ventas por vía online.	En cuanto a la vigésima primera pregunta, se obtuvo que, los objetivos del marketing de las organizaciones son puntuales, tratar de ser reconocidos como uno de los mejores hoteles tres estrellas en la región y fuera de ella.

22	¿se contrata personas empáticas?	si	Si, dentro del filtro que realizamos para la selección del personal que también lo realiza el área de recursos humanos, así mismo la entrevista psicológica que va de la mano con la experiencia laboral.	Si, pero normalmente es un proceso de adaptación del empleador como el empleado	Si, la mayoría de mis compañeros tratamos de dar lo mejor, ser empáticos tanto con los huéspedes, así como en lo laboral.	Si, a parte de la experiencia es importante tener empatía tanto laborar como a los clientes.	Si, es lo más favorable, de manera que aparte de tener experiencia es muy importante tener esta cualidad.	Si, es un rasgo muy importante para la empresa, además nosotros contratamos a personas de la zona con el fin de que el cliente se sienta más a gusto,	En cuanto a la vigésima segunda pregunta, se obtuvo que, en todos los hoteles que se realizó la entrevista se contratan personas empáticas, ya que es fundamental para brindar servicios.
23	¿Aplican la empatía empresarial en los colaboradores?	si	Si, si se realizaría una entrevista a todos los colaboradores se llegaría a la conclusión de que hay un buen clima laboral.	Claro de hecho hay mucha comunicación y motivación por parte de nosotros para hacerlos sentir en un buen ambiente laboral.	Claro que si, por parte de nuestros superiores tratan de ser lo más empáticos generando un buen clima laboral.	Si, existe normalmente para crear un buen clima laborar además de mejorar nuestro desempeño como colaboradores.	Si, claro que si	Si, de todas maneras, además de que contratamos personas de la zona y enfocadas en el rubro, tratamos de llevar la mejor relación entre los colaboradores, el trabajo el equipo y el respeto es primordial.	En cuanto a la vigésima tercera pregunta, se obtuvo que, existe un buen clima laboral, además que el liderazgo influye en el compañerismo dentro de todas las áreas.
24	según Ud. ¿Como la empresa fomenta la innovación en el hotel? ¿por qué?	si	Actualmente se está haciendo la innovación en la infraestructura, además de un sistema de ventas y los paneles solares.	Este hotel tiene muchos planes de innovación que se está alcanzando poco a poco, como primer punto queremos que la estadia del huésped sea diferente, mediante destinar unas horas a los cuentos y fabulas de la zona.	Por el momento no, los servicios que ofrecemos son lo básico, pero hay una diferencia que tenemos es la maqueta del avión encima de la piscina.	Claro aparte de que nos brindan buen clima laboral nos dan a conocer sus puntos de vistas de los nuevos proyectos en mente, como ultimo situar el área de restaurante en el 3 piso.	Por el momento no, pero sería bueno que suceda.	Además de la infraestructura que hemos empleado por ejemplo las sillas de piscina de acuerdo a nuestro ambiente el canopy en el hotel, también los días festivos, incentivamos a nuestros colaboradores con regalos y aumentos de acuerdo al buen desempeño que se refleja	En cuanto a la vigésima cuarta pregunta, se obtuvo que la innovación en el hotel vuelo 78 se da mediante historias y leyendas de la región, haciendo más entretenido la visita del huésped; mientras tanto los demás hoteles innovan en infraestructura acorde al hotel y el espacio geográfico
25	Según Ud. ¿Qué áreas se vieran más beneficiadas en ideas innovadoras?	si	En este caso sería el área de marketing	Yo pienso que todas las áreas del hotel, porque al momento de incrementar las ventas podremos implantar más cosas y así el huésped se lleve una gran impresión.	En si todas las áreas porque a medida que se innovamos la captación de nuevos clientes.	En realidad, todas las áreas porque son importantes para el buen funcionamiento del hotel.	Creo que sería housekeeping	Por ejemplo, actualmente estamos en el área de marketing ya que cada día la tecnología va modificando entonces lo que nosotros hacemos tener capacitación cada cierto tiempo para estar actualizados y así poder brindar un mejor servicio.	En cuanto a la vigésima quinta pregunta, se obtuvo que, las áreas que más se verían beneficiadas serian el área de marketing, tres de ellos concuerdan que todas las áreas del hotel, y uno solamente el área de housekeeping.

26	¿ha escuchado hablar sobre el sistema <u>just in time</u> en los hoteles?	si	En realidad, no, quizás con este término no, pero de acuerdo a la explicación que nos dieron si lo aplicamos.	Si escuché hablar sobre ese término en otras empresas hoteleras	No escuché sobre ese término, pero ahora que lo explicas si ponemos en práctica en el hotel, normalmente para facilitar y brindar una mejor estadia al cliente	No, ese término no lo escuche, pero con el concepto que nos mencionan si lo aplicamos.	No mucho, pero de acuerdo a lo que tengo entendido aplicamos diariamente	No, creo que con ese término no, pero por la explicación que nos brinda si lo aplicamos en el hotel, el tener anticipado productos o insumos en las distintas áreas nos permite manejarlo fácilmente, además de buscar soluciones a nuestro alcance en ese momento y que el cliente se sienta satisfecho en su estadia.	En cuanto a la vigésima sexta pregunta, se obtuvo que la mayoría de los entrevistados no conocen el término, sin embargo, con la información que se otorgó, comentan que, si aplican este método, pero no con el nombre como se lo conoce.
----	---	----	---	---	--	--	--	---	--

27	¿Cómo cree que beneficiaría a la empresa o en las distintas áreas del hotel?	si	Teniendo un mejor control en este caso el área de reservas porque tenemos un poco de dificultades cuando un cliente viene de la página de booking, pero nada que nosotros no podamos solucionarlo, en este caso nosotros conversamos con el cliente lo llevamos al área de salón y le brindamos bebidas o bocadillos de cortesía, lo otro llamamos a otros hoteles aliados con nosotros y los llevamos, así mismo realizamos descuentos en la estadia para que el cliente pueda estar tranquilo.	Beneficiaria de manera que el cliente se sienta satisfecho con la experiencia durante su estadia en el hotel	Definitivamente de forma positiva, además de facilitar las operaciones en el hotel.	De manera organizada, mejorando la calidad de servicio para nuestros clientes.	Reducir costos y tiempo, brindando una mejor calidad de servicio, así como las distintas áreas del hotel.	A mi criterio pienso que, en todas las áreas, tener anticipado las cosas que pueden pasar nos evita reducir problemas y el tiempo para solucionarlo.	En cuanto a la vigésima séptima pregunta, se obtuvo que, los entrevistados concuerdan que el hotel se beneficia de manera positiva en todas las áreas al aplicar este método del Just in Time.
----	--	----	--	--	---	--	---	--	--

## Anexo 4: autorización y consentimiento

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Tarapoto, 15 de noviembre de 2021

Señores

Escuela de Administración en Turismo y Hotelería

Universidad César Vallejo – Campus Tarapoto

A través del presente, George Louis Horna Collantes identificado (a) con DNI N° 45917214 representante de la empresa/institución..... con el cargo de... Administrador..... me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:

- a) Castañeda Villanueva, Emingh Ingridth
- b) Marín Zavaleta, Jhorlly Jhampier

Están autorizadas para:

- a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada "Análisis de las buenas prácticas administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, región san Martín – 2021"

Si  No

- b) Emplear el nombre de nuestra organización dentro del referido trabajo

Si  No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,

  
.....  
CADENA HOTELERA SAN MARINO E.I.R.L.  
R.U.C. 20450472370  
George Horna Collantes  
Firma y Sello  
Nombre y Apellidos..... George Louis Horna Collantes  
Cargo..... Administrador



Anexo

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, Letizia Mego Del Castillo..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "ANÁLISIS DE LAS BUENAS PRÁCTICAS ADMINISTRATIVAS EN LOS HOTELES DE 3 ESTRELLAS DE LA CIUDAD DE TARAPOTO, REGIÓN SAN MARTÍN – 2021". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Tarapoto 15 de noviembre del 2021



Firma del participante



Jhampier Marín Zavaleta

Celular para contactarlo:

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [jhampiermarinzavaleta@gmail.com](mailto:jhampiermarinzavaleta@gmail.com)

Anexo

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, George Louis Horna Collantes..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "ANÁLISIS DE LAS BUENAS PRÁCTICAS ADMINISTRATIVAS EN LOS HOTELES DE 3 ESTRELLAS DE LA CIUDAD DE TARAPOTO, REGIÓN SAN MARTÍN – 2021". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

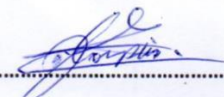
Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Tarapoto 15 de noviembre del 2021

CADENA HOTELERA SAN MARINO E.I.R.L.  
R.U.C. 20450472370

..... George Horna Collantes  
ADMINISTRADOR

Firma del participante

.....  


Jhampier Marín Zavaleta

Celular para contactarlo:

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [jhampiermarinzavaleta@gmail.com](mailto:jhampiermarinzavaleta@gmail.com)

Anexo

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, Cynthia Vanessa Reategui Armas..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "ANÁLISIS DE LAS BUENAS PRÁCTICAS ADMINISTRATIVAS EN LOS HOTELES DE 3 ESTRELLAS DE LA CIUDAD DE TARAPOTO, REGIÓN SAN MARTÍN – 2021". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Tarapoto 15 de noviembre del 2021

Cynthia Vanessa Reategui Armas

Firma del participante

Emingh Ingridth Castañeda Villanueva

Emingh Ingridth Castañeda Villanueva

Celular para contactarlo:

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [emingh9809@gmail.com](mailto:emingh9809@gmail.com)

Tarapoto, 04 de mayo de 2022

Señores

Escuela de Administración en Turismo y Hotelería

Universidad César Vallejo – Campus Tarapoto

A través del presente, JACKY Lee Yonzales Choy, identificado (a) con DNI N° 44236163 representante de la empresa/institución Hotel Vuelo 78 - Ex Rio Hotel's con el cargo de Administración, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:

- a) Castañeda Villanueva, Emingh Ingridth
- b) Marín Zavaleta, Jhorlly Jhampier

Están autorizadas para:

- a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada "Análisis de las buenas prácticas administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, región san Martín – 2022"

Si  No

- b) Emplear el nombre de nuestra organización dentro del referido trabajo

Si  No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,



Firma y Sello

Nombre y Apellidos JACKY Lee Yonzales Choy

Cargo Administrador

Anexo

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, JACKY Lee Gonzales Phoy..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "ANÁLISIS DE LAS BUENAS PRÁCTICAS ADMINISTRATIVAS EN LOS HOTELES DE 3 ESTRELLAS DE LA CIUDAD DE TARAPOTO, REGIÓN SAN MARTÍN – 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Tarapoto 04 de mayo del 2022

  
.....  
44236163

Firma del participante

  
.....

Emingh Ingridh Castañeda Villanueva

Celular para contactarlo:

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [emingh9809@gmail.com](mailto:emingh9809@gmail.com)

Tarapoto, 04 de mayo de 2022

Señores

Escuela de Administración en Turismo y Hotelería

Universidad César Vallejo – Campus Tarapoto

A través del presente, Osvaldo S. Torayra Montes, identificado (a) con DNI N° 20004511 representante de la empresa/institución Hotel MAX con el cargo de Gerente General, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:

- a) Castañeda Villanueva, Emingh Ingridth
- b) Marín Zavaleta, Jhorlly Jhampier

Están autorizadas para:

- a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada "Análisis de las buenas prácticas administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, región san martin – 2022"

Si  No

- b) Emplear el nombre de nuestra organización dentro del referido trabajo

Si  No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,



Firma y Sello

Nombre y Apellidos

Osvaldo S. Torayra Montes

Cargo

Gerente General

Anexo

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, Osvaldo Samuel Torayma Mateo..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "ANÁLISIS DE LAS BUENAS PRÁCTICAS ADMINISTRATIVAS EN LOS HOTELES DE 3 ESTRELLAS DE LA CIUDAD DE TARAPOTO, REGIÓN SAN MARTÍN – 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

.....  
Firma del participante

Tarapoto 04 de mayo del 2022

.....  
Emingh Ingridth Castañeda Villanueva

Celular para contactarlo:

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [emingh9809@gmail.com](mailto:emingh9809@gmail.com)

**Anexo 5: consentimiento de entrevistas**

## Protocolo de consentimiento informado para entrevistas

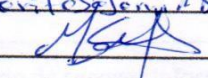
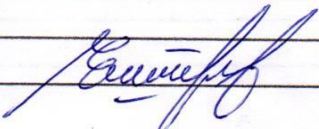
El propósito de este protocolo es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador se quedará con una copia firmada de este documento, mientras usted poseerá otra copia también firmada. La presente investigación se titula "Análisis de las Buenas Prácticas Administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín – 2022". Este proyecto es dirigido por Castañeda Villanueva Emingh Ingridth y Marin Zavaleta Jhorlly Jhampier, estudiantes de la carrera de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad Cesar Vallejo. El propósito de la investigación es conocer el empleo de buenas prácticas en las diferentes áreas que exista en los establecimientos hoteleros de 3 estrellas. Para ello, se le solicita participar en una entrevista que le tomará 20 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Asimismo, participar en esta entrevista no le generará ningún perjuicio académico. Si tuviera alguna consulta sobre la investigación, puede formularla cuando lo estime conveniente. Su identidad será tratada de manera anónima, es decir, el investigador no conocerá la identidad de quién participo en la entrevista. Asimismo, su información será analizada de manera conjunta con la respuesta de sus compañeros y servirá para la elaboración de artículos y presentaciones académicas. Además, esta será conservada por cinco años, contados desde la publicación de los resultados, en la computadora personal de los investigadores responsables. Al concluir la investigación, si usted brinda su correo electrónico, recibirá un resumen con los resultados obtenidos y será invitado a una conferencia en la cual serán expuestos los resultados. Si desea, podrá escribir al correo [jmarinz18@ucvvirtual.edu.pe](mailto:jmarinz18@ucvvirtual.edu.pe) para extenderle a la investigación completa. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre:	<u>Cynthia Vanessa Puatigui Armas</u>
Fecha:	<u>23/04/22</u>
Correo electrónico:	_____
Firma del participante:	<u>CP Puatigui</u>
Firma del investigador (o encargado de recoger información):	<u>[Firma]</u>



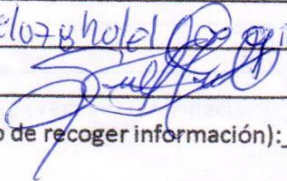
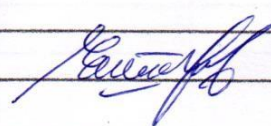
## Protocolo de consentimiento informado para entrevistas

El propósito de este protocolo es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador se quedará con una copia firmada de este documento, mientras usted poseerá otra copia también firmada. La presente investigación se titula "Análisis de las Buenas Prácticas Administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín – 2022". Este proyecto es dirigido por Castañeda Villanueva Emingh Ingridth y Marin Zavaleta Jhorlly Jhampier, estudiantes de la carrera de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad Cesar Vallejo. El propósito de la investigación es conocer el empleo de buenas prácticas en las diferentes áreas que exista en los establecimientos hoteleros de 3 estrellas. Para ello, se le solicita participar en una entrevista que le tomará 20 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Asimismo, participar en esta entrevista no le generará ningún perjuicio académico. Si tuviera alguna consulta sobre la investigación, puede formularla cuando lo estime conveniente. Su identidad será tratada de manera anónima, es decir, el investigador no conocerá la identidad de quién participo en la entrevista. Asimismo, su información será analizada de manera conjunta con la respuesta de sus compañeros y servirá para la elaboración de artículos y presentaciones académicas. Además, esta será conservada por cinco años, contados desde la publicación de los resultados, en la computadora personal de los investigadores responsables. Al concluir la investigación, si usted brinda su correo electrónico, recibirá un resumen con los resultados obtenidos y será invitado a una conferencia en la cual serán expuestos los resultados. Si desea, podrá escribir al correo [imarinz18@ucvvirtual.edu.pe](mailto:imarinz18@ucvvirtual.edu.pe) para extenderle a la investigación completa. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre:	<u>Mario Salami Sotoloya</u>
Fecha:	<u>09-05-2022</u>
Correo electrónico:	<u>marinosalami18</u>
Firma del participante:	
Firma del investigador (o encargado de recoger información):	


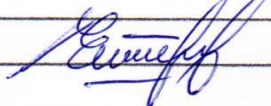
## Protocolo de consentimiento informado para entrevistas

El propósito de este protocolo es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador se quedará con una copia firmada de este documento, mientras usted poseerá otra copia también firmada. La presente investigación se titula "Análisis de las Buenas Prácticas Administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín – 2022". Este proyecto es dirigido por Castañeda Villanueva Emingh Ingridth y Marin Zavaleta Jhorlly Jhampier, estudiantes de la carrera de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad Cesar Vallejo. El propósito de la investigación es conocer el empleo de buenas prácticas en las diferentes áreas que exista en los establecimientos hoteleros de 3 estrellas. Para ello, se le solicita participar en una entrevista que le tomará 20 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Asimismo, participar en esta entrevista no le generará ningún perjuicio académico. Si tuviera alguna consulta sobre la investigación, puede formularla cuando lo estime conveniente. Su identidad será tratada de manera anónima, es decir, el investigador no conocerá la identidad de quién participo en la entrevista. Asimismo, su información será analizada de manera conjunta con la respuesta de sus compañeros y servirá para la elaboración de artículos y presentaciones académicas. Además, esta será conservada por cinco años, contados desde la publicación de los resultados, en la computadora personal de los investigadores responsables. Al concluir la investigación, si usted brinda su correo electrónico, recibirá un resumen con los resultados obtenidos y será invitado a una conferencia en la cual serán expuestos los resultados. Si desea, podrá escribir al correo [jmarinz18@ucvvirtual.edu.pe](mailto:jmarinz18@ucvvirtual.edu.pe) para extenderle a la investigación completa. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre:	SUSANA GUERRERO MILLA
Fecha:	07-05/2022
Correo electrónico:	vueloz@hotel@gmail.com
Firma del participante:	
Firma del investigador (o encargado de recoger información):	

## Protocolo de consentimiento informado para entrevistas

El propósito de este protocolo es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador se quedará con una copia firmada de este documento, mientras usted poseerá otra copia también firmada. La presente investigación se titula "Análisis de las Buenas Prácticas Administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín – 2022". Este proyecto es dirigido por Castañeda Villanueva Emingh Ingridth y Marin Zavaleta Jhorlly Jhampier, estudiantes de la carrera de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad Cesar Vallejo. El propósito de la investigación es conocer el empleo de buenas prácticas en las diferentes áreas que exista en los establecimientos hoteleros de 3 estrellas. Para ello, se le solicita participar en una entrevista que le tomará 20 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Asimismo, participar en esta entrevista no le generará ningún perjuicio académico. Si tuviera alguna consulta sobre la investigación, puede formularla cuando lo estime conveniente. Su identidad será tratada de manera anónima, es decir, el investigador no conocerá la identidad de quién participo en la entrevista. Asimismo, su información será analizada de manera conjunta con la respuesta de sus compañeros y servirá para la elaboración de artículos y presentaciones académicas. Además, esta será conservada por cinco años, contados desde la publicación de los resultados, en la computadora personal de los investigadores responsables. Al concluir la investigación, si usted brinda su correo electrónico, recibirá un resumen con los resultados obtenidos y será invitado a una conferencia en la cual serán expuestos los resultados. Si desea, podrá escribir al correo [jmarinz18@ucvvirtual.edu.pe](mailto:jmarinz18@ucvvirtual.edu.pe) para extenderle a la investigación completa. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre:	JACKY GONZALEZ CHOY
Fecha:	09/05/2022
Correo electrónico:	Jlegonzalezchoy@gmail.com
Firma del participante:	
Firma del investigador (o encargado de recoger información):	

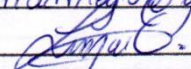
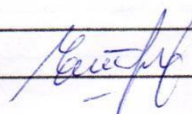
## Protocolo de consentimiento informado para entrevistas

El propósito de este protocolo es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador se quedará con una copia firmada de este documento, mientras usted poseerá otra copia también firmada. La presente investigación se titula "Análisis de las Buenas Prácticas Administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín – 2022". Este proyecto es dirigido por Castañeda Villanueva Emingh Ingridth y Marin Zavaleta Jhorlly Jhampier, estudiantes de la carrera de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad Cesar Vallejo. El propósito de la investigación es conocer el empleo de buenas prácticas en las diferentes áreas que exista en los establecimientos hoteleros de 3 estrellas. Para ello, se le solicita participar en una entrevista que le tomará 20 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Asimismo, participar en esta entrevista no le generará ningún perjuicio académico. Si tuviera alguna consulta sobre la investigación, puede formularla cuando lo estime conveniente. Su identidad será tratada de manera anónima, es decir, el investigador no conocerá la identidad de quién participo en la entrevista. Asimismo, su información será analizada de manera conjunta con la respuesta de sus compañeros y servirá para la elaboración de artículos y presentaciones académicas. Además, esta será conservada por cinco años, contados desde la publicación de los resultados, en la computadora personal de los investigadores responsables. Al concluir la investigación, si usted brinda su correo electrónico, recibirá un resumen con los resultados obtenidos y será invitado a una conferencia en la cual serán expuestos los resultados. Si desea, podrá escribir al correo [imarinz18@ucvvirtual.edu.pe](mailto:imarinz18@ucvvirtual.edu.pe) para extenderle a la investigación completa. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre:	<u>Oscar J. Morayna Montes</u>
Fecha:	<u>09/05/22</u>
Correo electrónico:	<u>oscaroscomoraynamontes@gmail.com</u>
Firma del participante:	<u>[Firma manuscrita]</u>
Firma del investigador (o encargado de recoger información):	<u>[Firma manuscrita]</u>


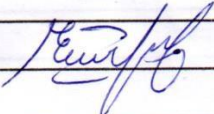
## Protocolo de consentimiento informado para entrevistas

El propósito de este protocolo es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador se quedará con una copia firmada de este documento, mientras usted poseerá otra copia también firmada. La presente investigación se titula "Análisis de las Buenas Prácticas Administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín – 2022". Este proyecto es dirigido por Castañeda Villanueva Emingh Ingridth y Marin Zavaleta Jhorlly Jhampier, estudiantes de la carrera de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad Cesar Vallejo. El propósito de la investigación es conocer el empleo de buenas prácticas en las diferentes áreas que exista en los establecimientos hoteleros de 3 estrellas. Para ello, se le solicita participar en una entrevista que le tomará 20 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Asimismo, participar en esta entrevista no le generará ningún perjuicio académico. Si tuviera alguna consulta sobre la investigación, puede formularla cuando lo estime conveniente. Su identidad será tratada de manera anónima, es decir, el investigador no conocerá la identidad de quién participo en la entrevista. Asimismo, su información será analizada de manera conjunta con la respuesta de sus compañeros y servirá para la elaboración de artículos y presentaciones académicas. Además, esta será conservada por cinco años, contados desde la publicación de los resultados, en la computadora personal de los investigadores responsables. Al concluir la investigación, si usted brinda su correo electrónico, recibirá un resumen con los resultados obtenidos y será invitado a una conferencia en la cual serán expuestos los resultados. Si desea, podrá escribir al correo [jmarinz18@ucvvirtual.edu.pe](mailto:jmarinz18@ucvvirtual.edu.pe) para extenderle a la investigación completa. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre:	<u>Leticia Mayo Del Castillo.</u>
Fecha:	<u>6 de mayo del 2022.</u>
Correo electrónico:	<u>leticiamayo@gmail.com.</u>
Firma del participante:	<u></u>
Firma del investigador (o encargado de recoger información):	<u></u>

## Protocolo de consentimiento informado para entrevistas

El propósito de este protocolo es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador se quedará con una copia firmada de este documento, mientras usted poseerá otra copia también firmada. La presente investigación se titula "Análisis de las Buenas Prácticas Administrativas en los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Tarapoto, Región San Martín – 2022". Este proyecto es dirigido por Castañeda Villanueva Emingh Ingridth y Marin Zavaleta Jhorlly Jhampier, estudiantes de la carrera de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad Cesar Vallejo. El propósito de la investigación es conocer el empleo de buenas prácticas en las diferentes áreas que exista en los establecimientos hoteleros de 3 estrellas. Para ello, se le solicita participar en una entrevista que le tomará 20 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Asimismo, participar en esta entrevista no le generará ningún perjuicio académico. Si tuviera alguna consulta sobre la investigación, puede formularla cuando lo estime conveniente. Su identidad será tratada de manera anónima, es decir, el investigador no conocerá la identidad de quién participo en la entrevista. Asimismo, su información será analizada de manera conjunta con la respuesta de sus compañeros y servirá para la elaboración de artículos y presentaciones académicas. Además, esta será conservada por cinco años, contados desde la publicación de los resultados, en la computadora personal de los investigadores responsables. Al concluir la investigación, si usted brinda su correo electrónico, recibirá un resumen con los resultados obtenidos y será invitado a una conferencia en la cual serán expuestos los resultados. Si desea, podrá escribir al correo [jmarinz18@ucvvirtual.edu.pe](mailto:jmarinz18@ucvvirtual.edu.pe) para extenderle a la investigación completa. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre:	<u>George Louis Horna Collantes</u>
Fecha:	<u>23/04</u>
Correo electrónico:	<u>reservahotel sanmarino@gmail.com</u>
Firma del participante:	<u></u>
Firma del investigador (o encargado de recoger información):	<u></u>

## Anexo 6: validación de expertos



### FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Tarapoto 22 de noviembre de 2021

Apellidos y nombres del experto: Horna Rodríguez Richard Foster

DNI: 42445436

Teléfono: 942675681

Título/grados: Licenciado en Administración/Magister

Cargo e institución en que labora: Docente de la universidad cesar vallejo - Tarapoto

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?										x		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?											x	
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?									x			
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?											x	
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?											x	
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?											x	
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?											x	
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?											x	

Promedio de valoración: 95

  
-----  
FIRMA DEL EXPERTO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA  
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Tarapoto, 23 de noviembre de 2021

Apellidos y nombres del experto: GARCIA GARCIA ANCELMO

DNI: 01146518 Teléfono: 956 410 578

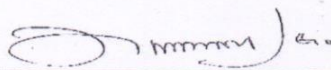
Título/grados: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO / MAESTRO EN DIRECCIÓN Y CONSULTORIA TURÍSTICA.

Cargo e institución en que labora: DOCENTE TIEMPO COMPLETO / UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM.		INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?								X				El instrumento es aceptable y puede aplicarse en el proceso de investigación
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?								X				El instrumento es aceptable y puede aplicarse en el proceso de investigación
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?								X				El instrumento es aceptable y puede aplicarse en el proceso de investigación
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?								X				El instrumento es aceptable y puede aplicarse en el proceso de investigación
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?								X				El instrumento es aceptable y puede aplicarse en el proceso de investigación
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?								X				El instrumento es aceptable y puede aplicarse en el proceso de investigación
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?								X				El instrumento es aceptable y puede aplicarse en el proceso de investigación
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?								X				El instrumento es aceptable y puede aplicarse en el proceso de investigación

Promedio de valoración: 80



FIRMA DEL EXPERTO



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO  
 Y HOTELERÍA TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 23 de noviembre 2021

Apellidos y nombres del experto: Arévalo Zea Fretz

Teléfono: 952607149

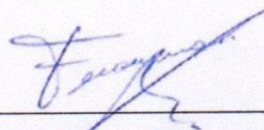
Título/grados: Licenciado en Administración en Turismo / Maestro en Gestión Pública

Cargo e institución en que labora: Docente en la Universidad Cesar Vallejo, Campus Ate.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?									X			
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?											X	
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?											X	
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?											X	
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?									X			
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?											X	
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?											X	
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?											X	

Promedio de valoración: 88



FIRMA DEL EXPERTO



## Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	EMINGH INGRIDTH CASTAÑEDA VILLANUEVA
Título del ejercicio:	Turnitin
Título de la entrega:	Castañeda & Marin_TESIS 2022 turnitin.docx
Nombre del archivo:	Castañeda_Marin_TESIS_2022_turnitin.docx
Tamaño del archivo:	114.65K
Total páginas:	56
Total de palabras:	12,833
Total de caracteres:	70,134
Fecha de entrega:	07-jul.-2022 05:00p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega:	1867842256



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS**

Siendo las 17:45 horas del 19/07/2022, el jurado evaluador se reunió para presenciar el acto de sustentación de Tesis titulada: "ANÁLISIS DE LAS BUENAS PRÁCTICAS ADMINISTRATIVAS EN LOS HOTELES DE 3 ESTRELLAS DE LA CIUDAD DE TARAPOTO, REGIÓN SAN MARTÍN – 2022", presentado por los autores MARIN ZAVALETA JHORLLY JHAMPIER, CASTAÑEDA VILLANUEVA EMINGH INGRIDTH estudiantes de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA.

Concluido el acto de exposición y defensa de Tesis, el jurado luego de la deliberación sobre la sustentación, dictaminó:

<b>Autor</b>	<b>Dictamen</b>
EMINGH INGRIDTH CASTAÑEDA VILLANUEVA	Unanimidad

Firmado digitalmente por: RJARAM84 el  
24 Jul 2022 16:29:04

Firmado digitalmente por: CARIASCA el 24  
Jul 2022 16:29:52

---

ROBERT ALEXANDER JARA  
MIRANDA  
**PRESIDENTE**

---

CARLOS ARTURO ARIAS CAYCHO  
**SECRETARIO**

Firmado digitalmente por: TJIMENEZG el 24  
Jul 2022 16:31:07

---

TERESA MILAGROS JIMENEZ GUITTON  
**VOCAL**

Código documento Trilce: TRI - 0353416