



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

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

**“Calidad de Servicios del Hotel Hilton Cinco Estrellas del Balneario de  
Paracas, Pisco – Ica, 2021”**

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

**AUTOR:**

Quispe Velaochaga, Marjori Rossy (ORCID: 0000-0003-4428-1572)

**ASESOR:**

Mg. Edwin N. Gabriel C. (ORCID: 0000-0003-0245-0040)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Empresas Turísticas y de Centros de Esparcimiento

**LIMA – PERÚ**

**2021**

## **DEDICATORIA**

Se lo dedico a mi apoyo espiritual y moral, fuente de motivación de la presente investigación mi querida madre. Asimismo la preocupación constante de mi padre, hermano, familiares, y amigos.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por escuchar mis oraciones y deseos de superación.

A toda la plana de docentes de la Escuela Profesional de Administración en Turismo y Hotelería, a mi asesor Edwin Gabriel Campos por su fuerte exigencia, para sacar adelante la presente tesis.

## **INDICE DE CONTENIDOS**

CARATULA

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

INDICE DE CONTENIDOS

I.INTRODUCCIÓN	7
II.MARCO TEÓRICO	12
III. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	30
3.1 Tipo y diseño de investigación	31
3.2 Variables de operacionalización	31
3.3 Población, muestra y muestreo	32
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	33
3.5 Procedimientos	33
3.6 Método de análisis de datos	34
3.7 Aspectos éticos	34
IV. RESULTADOS	36
4.1 Datos generales	36
4.2 Elementos tangibles en los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021.	40
4.3 Fiabilidad en los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021.	41
4.4 Capacidad de respuesta en los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021.	42
4.5 Seguridad en los servicios del hotel Hilton cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco – Ica,2021.	43
4.6 Empatía en los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021.	44

4.7 Calidad de servicio del hotel Hilton cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021.	45
<b>DISCUSIONES</b>	48
<b>CONCLUSIONES</b>	53
<b>RECOMENDACIONES</b>	54
<b>Bibliografía</b>	55
Anexos	63
Anexo 1 Matriz de consistencia	63
Anexo 2 Validación de expertos	64
Anexo 3 Codificación de base de datos empleados en la encuesta	67
Anexo 4 Cartas de presentación de la Univ. César Vallejo a favor de la estudiante Marjori Quispe Velaochaga, para recabar información de hoteles ...	70
Anexo 5 Encuesta	74
Anexo 6 Resultado de la encuesta por dimensiones y niveles alto, medio y bajo	80
Anexo 7 Entrevista con gerente general del Hotel Hilton cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021.	84
Anexo 8 Fotografías del trabajo de campo en el Hotel Hilton cinco estrellas	90
Anexo 9 Evaluación del turnitin	91

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Diez dimensiones de calidad del servicio	23
Tabla 2 Modelos de medición de evaluación de calidad de servicio	26
Tabla 3 Demanda de hoteles según categoría	27
Tabla 4 Dimensiones e indicadores	31
Tabla 5 Turistas nacionales periodo 2002 al 2019	32
Tabla 6 Detalles de edad de encuestado	36
Tabla 7 Edad de los encuestados	37
Tabla 8 Sexo de los encuestados	38
Tabla 9 Procedencia	39
Tabla 10 Instrucción de los encuestados	40
Tabla 11 Elementos tangibles	41
Tabla 12 Fiabilidad	42
Tabla 13 Capacidad de respuesta	43
Tabla 14 Seguridad	44
Tabla 15 Empatía	45
Tabla 16 Calidad de servicio	47
Tabla 17 Resumen de dimensiones	48

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Clasificación de la actividad turística	18
Figura 2 Calidad de servicio para la satisfacción del cliente	22
Figura 3 Permanencia promedio de turistas extranjeros en hostales y hoteles en Paracas, 2017.	29
Figura 4 Elementos tangibles	41
Figura 5 Fiabilidad	42
Figura 6 Capacidad de respuesta	43
Figura 7 Seguridad	44
Figura 8 Empatía	46
Figura 9 Calidad de servicio	47
Figura 10 Superficie de respuesta de dimensiones de calidad de servicio	48

## RESUMEN

La presente tesis titulada “Calidad de servicios del hotel Hilton cinco estrellas del balneario de Paracas, Pisco – Ica, 2021”. Cuya finalidad fue analizar la calidad de los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas en el Balneario de Paracas, Pisco– Ica, 2021. La metodología utilizada es de enfoque cuantitativo, tipo básica, transversal,

Los resultados fueron que, la mayor afluencia de turistas en el hotel Hilton son familias completas donde sobresale la presencia de adultos mayores con 43.2%, de edad entre los 41 a 60 años, asimismo la procedencia de los turistas nacionales es de Lima con 88.9%, Arequipa con 8.6% y Trujillo con 2.5%. Por otra parte sobre la instrucción o nivel educativo del turista nacional tenemos como superior el 22.2% e ingenieros con 22.2%.

Asimismo, en relación a la calidad de servicio, se tuvo la dimensión elementos tangibles con un 100% de nivel alto, fiabilidad con un porcentaje medio de 2.5% y alto con 97.5%, seguido de capacidad de respuesta con un porcentaje medio de 6.2% y alto con 93.8%. En cuanto a seguridad tuvimos un porcentaje de 3.7% y un valor alto con 96.3%. En cuanto a la empatía se tuvo un valor medio de 3.7% y alto de 96.3%. Para finalizar, en cuanto a calidad de servicio se tuvo un valor medio de 1.2% y alto con 98.8%.

Se concluyó en que, se logró determinar los elementos tangibles al validar las instalaciones físicas y el servicio oportuno con un 100%, la fiabilidad con un 97.5%, la capacidad de respuesta con un 93.8%, empatía con un 96.3%, y se logró determinar la seguridad en el servicio del hotel Hilton cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021 mediante la capacidad de los empleados en lograr confianza, apoyo en transacciones, amabilidad hacia los turistas nacionales visitantes teniendo un motivador porcentaje de 96.3%.

Palabra clave: Calidad de servicio, elementos tangibles, empatía y seguridad



## **ABSTRACT**

The present thesis entitled "Quality of services of the five-star Hilton hotel in the Paracas spa, Pisco - Ica, 2021". The purpose of which is to analyze the quality of the services of the five-star Hilton hotel in the Paracas Spa, Pisco – Ica, 2021. The methodology used is of a quantitative approach, basic, transversal,

The results show that the largest influx of tourists in the Hilton hotel are complete families where the presence of older adults stands out with 43.2%, aged between 41 to 60 years, likewise the origin of national tourists is from Lima with 88.9%, Arequipa with 8.6% and Trujillo with 2.5%. On the other hand, regarding the instruction or educational level of the national tourist, we have 22.2% as superior and engineers with 22.2%.

Also in relation to the quality of service, the tangible elements dimension is 100% high, reliability with an average percentage of 2.5% and high with 97.5%, followed by responsiveness with an average percentage of 6.2% and high with 93.8%. Regarding security, we have a percentage of 3.7% and a high value with 96.3%. Regarding empathy, there is a mean value of 3.7% and a high value of 96.3%. Finally, in terms of quality of service, there is an average value of 1.2% and a high value with 98.8%.

It was concluded that, it was possible to determine the tangible elements by validating the physical facilities and timely service with 100%, reliability with 97.5%, response capacity with 93.8%, empathy with 96.3%, and it was achieved determine the security in the service of the five-star Hilton hotel in the Paracas Spa, Pisco-Ica, 2021 through the ability of employees to achieve trust, support in transactions, friendliness towards visiting national tourists, having a motivating percentage of 96.3%.

Keyword: Quality of service, tangible elements, empathy and security.

## I. INTRODUCCIÓN

Como todos sabemos el Perú posee un patrimonio cultural y natural muy valioso, según World Economic Forum (2019) ocupó en el año 2017 el puesto 49 de 140 destinos turísticos con capacidad a nivel de todo el mundo y ocupó el quinto lugar a nivel de América Latina sacado del ranking de World Economic Forum. Por tanto, es un gran reto en estos tiempos de la covid-19, reactivar el turismo, en el caso especializado de nuestra investigación en el Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021. De Redacción de La República (2020) mencionó que, el turismo representa el 4% del PBI nacional en el 2019 y es el tercer productor de riqueza en el Perú.

El distrito de Paracas de la región Ica cuenta con atractivos físicos recreacionales muy importantes como las Islas Ballestas, la Reserva Nacional de Paracas, también se tiene a la Bahía de Paracas, y con un crecimiento turístico en estos últimos años tenemos al Balneario de Paracas, el Mirador de lobos marinos y otros. En la presente investigación se ha considerado al Balneario de Paracas, comprendido por los servicios de hoteles 5 estrellas. Entre los problemas más importantes se tiene la inseguridad del Balneario de Paracas, se registran robos secundarios pero que incomodan la placentera estadía de los turistas. Asimismo, se tiene el problema de los residuos sólidos, con la disposición final de los residuos sólidos, ejecutado por resolución ministerial N°281-2019-MINAM. La afectación más importante actualmente es la Covid-19, porque el Balneario de Paracas ha sufrido pérdidas millonarias debido a las restricciones. Según el diario El Comercio se recibía a 190 000 mil turistas, de los cuales se ha perdido a 160 000 mil turistas en el verano 2021. Este hecho se agrava, debido a la inmovilización de los domingos, pues existía un fuerte flujo de turistas, la costumbre era visitar el sábado, hospedarse y disfrutar del domingo. Actualmente se ha reanudado la visita a las Islas Ballestas con la implementación de desinfección de manos e instalación de lavaderos de manos, pero no se está cumpliendo el distanciamiento social, en los botes de traslado a las mencionadas islas.

Además, se tienen otros problemas que restan valor al incremento de turistas en el Balneario de Paracas como la inexistencia de servicios básicos, también las carencias en los servicios recreativos, asimismo la inexistencia de limpieza y conservación de los servicios turísticos, además los problemas de conectividad en llamadas telefónicas e internet, y la precaria señalización y resguardo de vías de acceso.

Por otra parte, se tiene la pobreza de los pobladores de estas zonas, que viven de la pesca, artesanía y del guiado del turismo, este último siendo una labor temporal. Por tanto, los ingresos por sus labores son limitadas, en su gran mayoría acompañado de la falta de conocimiento de la conservación de la naturaleza y recursos propios del balneario de Paracas, es decir el impacto ambiental sufre constantes riesgos, por la falta de cultura de limpieza, respeto a los recursos naturales. Asimismo, las visitas turísticas no están acompañados de manera formal y organizada por la cultura rica vivencial de la zona de Paracas, por tanto, hablaríamos de una limitada transferencia vivencial cultural como la música, canto y el arte, que es diferenciado y rico en la zona de Paracas. Todo lo mencionado antes de la covid-19.

En el caso de los hoteles en el Balneario de Paracas, se tiene el problema del exagerado precio, que es inalcanzable por muchos turistas nacionales, que van de paso por Ica, siendo peruanos de economía de estratos C, D, E, y siguientes. Los hoteles de cinco estrellas en Paracas cuentan con turistas nacionales y extranjeros, con alto poder adquisitivo de estratos A, B, y C; cuya frecuencia de visita turística es alta en verano, de Enero a Abril y limitada de Mayo a mediados de Diciembre. Los precios de los hoteles 5 estrellas como el Double tree Resort by Hilton Paracas es de S/. 681 nuevos soles la noche, también tenemos al hotel Paracas, a Luxury Collection Resort, Paracas con un precio de S/. 954 nuevos soles la noche y el hotel Aranwa Paracas Resort & Spa con un valor de S/. 728 nuevos soles la noche.

Además, encontramos hoteles de 4 estrellas cuyos precios de estadía por noche es de S/. 1400 nuevos soles, es el caso del hotel 4 estrellas Hacienda Bahía Paracas.

En el año 2020, a mediados de marzo se inicia con los problemas de salud, que paralizan toda la actividad turística, debido a la Covid-19, causando pérdidas económicas a consecuencia del aislamiento social obligatorio, ante este problema surge el reto de reiniciar actividades turísticas, planteando un turismo seguro, con seguridad para el turista en cuanto al cumplimiento estricto de los protocolos de salud, como el uso de mascarilla y distanciamiento social obligatorio por parte de las empresas de turismo más confiables del Balneario de Paracas.

En la actualidad existe una desconfianza de los visitantes temporales por la cantidad exagerada de casos mortales de la Covid-19, lo cual previene a no viajar por el mundo.

En estos momentos la apuesta de los servicios turísticos en el Balneario de Paracas son los turistas locales. Además de los turistas de edades entre los 15 a 28 años, cuyos casos de la Covid-19 son nulos o escasos en el mundo.

Por consiguiente, la presente investigación busca determinar la calidad en el servicio que ofrece el hotel Hilton de categoría 5 estrellas, debido a que se desea conocer las contingencias, medidas de reactivación en calidad de servicios y mejora de procesos.

Teniendo como problema central a ¿Cómo es el nivel de la calidad de servicio en el hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021?

Y por consiguiente a los problemas específicos siendo:

- ¿Cómo es el nivel de los elementos tangibles en los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021?
- ¿Cómo es el nivel de fiabilidad de los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021?
- ¿Cómo es el nivel de capacidad de respuesta de los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021?

- ¿Cómo es el nivel de empatía del turista en los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021?
- ¿Cómo es el nivel de seguridad del turista en los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021?

Asimismo, la presente investigación se justifica, porque la calidad del servicio turístico en el hotel Hilton de 5 estrellas genera satisfacción en los huéspedes, por tanto, incrementa la demanda de turistas e impulsa el turismo en el Balneario de Paracas.

Y mediante el presente estudio y determinar cómo se está prestando los servicios de calidad según los huéspedes y el planteamiento alternativas de mejora.

Teniendo como objetivo central el analizar el nivel de la calidad de los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas en el Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021. Y por consiguiente los objetivos específicos de la presente investigación son:

- Determinar el nivel de los elementos tangibles en los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021.
- Identificar el nivel de fiabilidad de los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021.
- Determinar el nivel de capacidad de respuesta de los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021.
- Determinar el nivel de seguridad en el servicio del hotel Hilton cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021.
- Identificar el nivel de empatía del turista en el servicio del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021.

Para finalizar, se tiene el sustento de la hipótesis, que para la investigación no se considera, por ser de tipo descriptivo, enfocándose en la apreciación de la muestra y del investigador. Se verifica con la afirmación de Hernández, Fernández y Baptista (2014) que mencionaron:

La no formulación de hipótesis depende de un factor esencial que es el alcance inicial del estudio. Cuando se formula estudios cuantitativos con diferentes alcances, se tiene que en los exploratorios no se formulan hipótesis, lo mismo con los estudios descriptivos y sólo se formulan hipótesis cuando se pronostica un hecho o dato. (pp. 104)

Por tanto, en la tesis tenemos una investigación descriptiva, con una sola variable denominada calidad del servicio enfocado en el hotel Hilton de 5 estrellas del Balneario de Paracas, en el cual no se formula hipótesis.

## II. MARCO TEÓRICO

Iniciamos con la síntesis de los antecedentes, dando paso a los antecedentes internacionales, según Monar y Villa (2018) en su tesis de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.(Ecuador) que llevó como título “Análisis de la calidad del servicio en los hoteles de segunda y tercera categoría de la ciudad de Guayaquil: Propuesta de un plan de mejora en la calidad de los servicios”, tuvo como propósito determinar acertadamente la metodología del ciclo de Deming, para que las organizaciones alcancen a brindar un servicio de calidad, y que les favorezca en la rentabilidad y productividad de los mismos, así como en la buena imagen empresarial, la metodología HotelQual, se utilizó la encuesta para huéspedes, entrevistas a los administradores para conocer la calidad del servicios. Se concluye reconociendo la relevancia de la calidad de los servicios que ofrecen los hoteles de categoría dos o tres estrellas en la ciudad de Guayaquil para el sector turístico.

Asimismo, Vergara (2017) en su tesis de licenciada en turismo de la Universidad Nacional del Sur (Argentina) con la denominación “Medición de calidad percibida de los servicios de información turística. Estudio de caso: Oficina de Informes Turísticos de Rada Tilly, Chubut”, cuyo objetivo fue evaluar y determinar la calidad observada por los turistas, de la atención prestada de la Oficina de Informes turísticos, según lo determinado en el modelo SERVQUAL, acomodado a este servicio, la metodología es cuali-cuantitativa, enfoque mixto de investigación, siendo exploratorio, descriptivo, no experimental y transversal, empleando una entrevista semiestructurada. Se sugiere, realizar de manera permanente el análisis de las observaciones e implementar la mejora continua que conlleve a crecer el flujo turístico en la localidad investigada.

También, Duque y Palacios (2017) en el artículo de la Universidad Libre (Colombia) con la denominación “Evaluación de la calidad percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó”, cuyo propósito es identificar las

características de la calidad del servicio de los hoteles de la ciudad de Quibdó, utilizando SERVPERF. La metodología es mixta, cualitativa y cuantitativa, la aplicación de instrumentos y la interpretación de resultados fue cuantitativas, se empleó como instrumento el cuestionario. Se concluyó en que, todo el equipo de trabajo debe incrementar sus capacidades del servicio, mejorar la rapidez en la atención, cordialidad, la disposición, la amabilidad a los turistas visitantes, y una atención personalizada.

Además, Cascales, Fuentes y De Esteban (2017) en el artículo de la Universidad de Murcia (España) con el título “La interacción de los hoteles con las redes sociales: Un análisis de los hoteles de cuatro estrellas de la comunidad de Madrid (España), cuya finalidad es identificar como los hoteles de rango cuatro estrellas de la Comunidad de Madrid se están acomodando a las nuevas iniciativas, que las redes sociales han motivado, en la manera de comunicarse con los consumidores. La metodología comprende un estudio cuantitativo con una encuesta y muestra de 137 hoteles empleando las técnicas estadísticas con análisis descriptivo, Chi Cuadrado y Test de Fisher. Se concluye dando mayor importancia a los nuevos contenidos digitales usados en el turismo y con frecuencia en los hoteles, como innovadores canales de comunicación, venta y gestión de respaldo del servicio on line.

Continuando una síntesis de los antecedentes nacionales, tenemos a Baldeón (2016) elaboró la tesis titulada: “Calidad de servicio percibido por los visitantes del Museo de Sitio Ancón-Lima 2016” en su tesis para obtener el título profesional de licenciado en Administración de Turismo y Hotelería en la Universidad César Vallejo expresó que, el propósito es calcular el nivel de calidad de servicio observado por el visitante del Museo de Sitio de Ancón – Lima 2016. Se concluye que el nivel de calidad de servicio observado por los visitantes del Museo de sitio de Ancón, Lima, Perú 2016, tiene un nivel elevado.

También, Romaní (2017) en su tesis “Calidad turística y buenas prácticas de servicios turísticos en Lima Metropolitana, 2016” Tesis para optar el grado académico de maestra en Gestión Pública, Escuela de Posgrado de la



Universidad Cesar Vallejo. Comentó que, el propósito fue conocer la afinidad entre la calidad turística y las buenas prácticas en Lima Metropolitana, en el 2016. Los resultados demostraron que existe una adecuada pero débil afinidad entre la calidad turística y las buenas prácticas.

Asimismo, Baluarte y Bravo (2019) en su tesis denominada “Análisis de la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019” en su tesis para optar el título profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería. Facultad de Negocios. Universidad Científica del Perú. Mencionaron que, la finalidad más importante ha sido evaluar la calidad de los servicios turísticos. Se concluyó en implementar capacitación, equipos de seguridad, manejo de información turística y coordinar eventos con participación de la población local.

De la misma manera, Albán (2018) en su tesis denominada “Análisis del potencial turístico de la provincia de Palpa para una propuesta de desarrollo turístico sostenible en los distritos de Palpa, Llipata y Santa Cruz-Ica-2018”. Tesis para optar el grado académico de maestra en Marketing Turístico y Hotelero. Comentó que, el propósito es determinar el potencial turístico de los distritos de Palpa, Llipata y Santa Cruz, de la provincia de Palpa. Se concluyó que se cuenta con un nivel medio de actividad turística sostenible.

Además, Nizama (2018) en su tesis titulada “La calidad percibida del servicio hotelero y su relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017.Caso: Hotel de 3 estrellas León de Oro Suites, Área de Front Desk”. Tesis para optar el grado de maestra en Marketing Turístico y Hotelero. Interpretó que, el objetivo es analizar la calidad del servicio en Hotel León de Oro Suites & Inn. La metodología es una investigación cualitativa y cuantitativa, de diseño no experimental, de tipo descriptivo-correlacional. Se concluyó, comprobando el nivel óptimo de calidad de servicio, con pedidos de mejora de la infraestructura y mantenimiento de instalaciones.

Y, Velarde (2017) en su tesis titulada “Calidad de servicio percibida según las etapas del ciclo vital de los huéspedes en el Hospedaje El Copihue del distrito de Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa de la ciudad de Tacna en el año 2017”. Comentó que, el propósito es emplear la escala serqual con una nueva metodología para medir la calidad de servicio en establecimientos de hospedaje por regiones del Perú. Y aplicar la metodología acondicionada aun establecimiento de hospedaje por regiones, midiendo la observación del servicio que tiene el turista que se aloja en el hospedaje El Copihue. La metodología es una investigación aplicada, el nivel de investigación es descriptiva, el diseño es no experimental, transversal, el método científico es deductivo e inductivo. Utilizando como instrumento la encuesta modelo Servqual. Se concluye con la percepción de calidad del servicio satisfactoria en las dimensiones tangibles, empatía, confiabilidad y seguridad.

Continuando con la presente investigación las teorías en que se enmarca es, el turismo y los hospedajes, empezamos con el turismo que se conoce como una de las actividades más importantes de todo el mundo, que puede ser de vacaciones como principal propósito, de viaje de negocios y confort, y otros motivos.

Y según la Organización de las Naciones Unidas – ONU (2015) interpretó que:

En el mundo se tienen viajes, de un aproximado de mil millones de turistas todos los años, siendo el principal generador de empleo en el mundo. Además, influye en el desarrollo sostenible y es propulsor de empleo en el mundo, erradicando la pobreza.

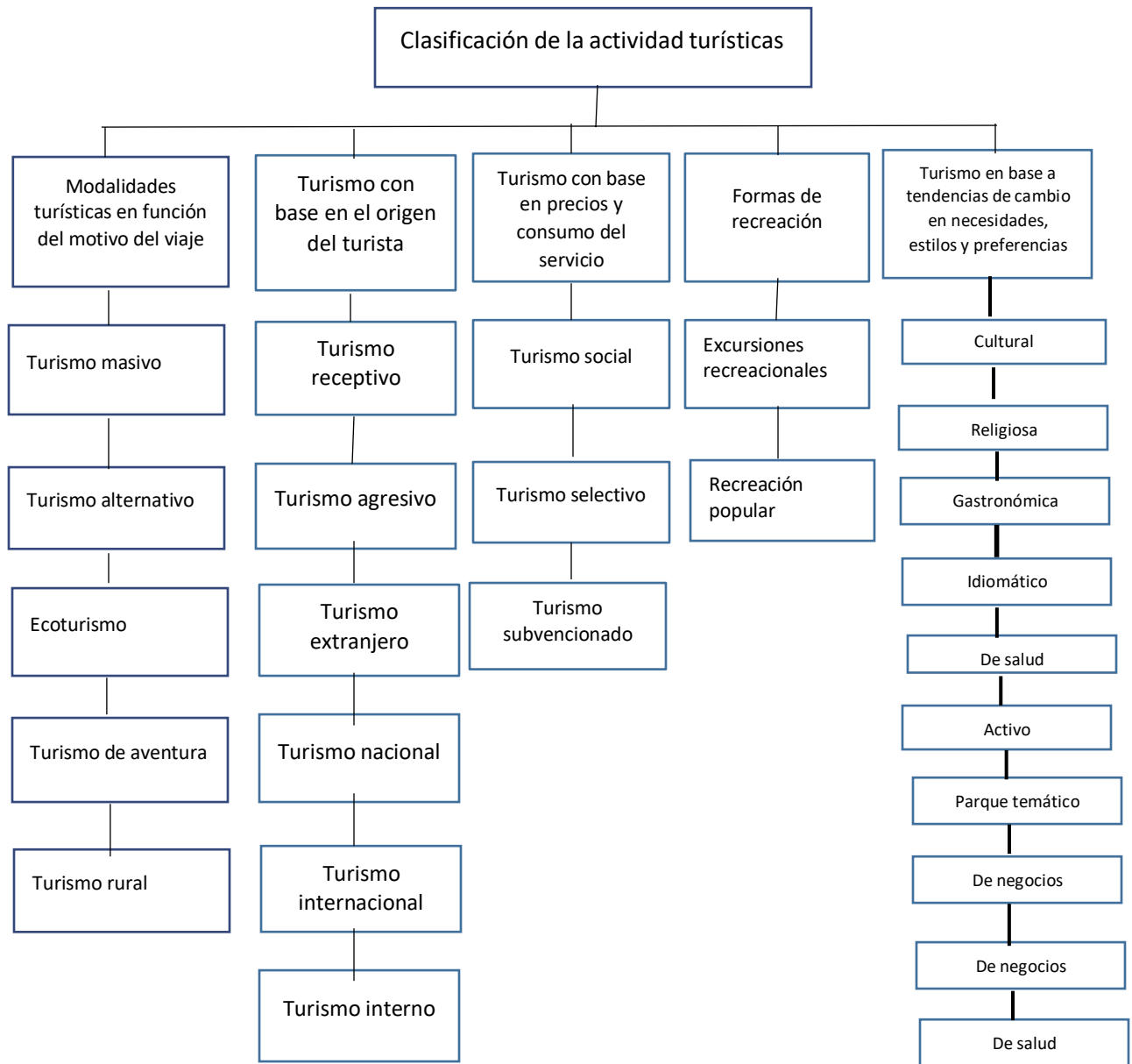
Siendo que hacer conocer la opinión técnica de la Organización Mundial del Turismo –OMT (1999), la cual al respecto indicó: “Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y por otros motivos” (p. 18). Según Goeldner y Brent (2011, p. 6) comento que, el turismo comprende “los procesos, actividades y resultados que surgen de la relación e interacción entre turistas, prestadores de servicios

turísticos, gobiernos y comunidades anfitrionas, así como el entorno en el proceso de atraer y alojar a esos visitantes”.

En relación a los tipos de turismo, Balvín y Chávez (2018) mencionaron que, los turistas tienen varias necesidades y preferencias; una forma adecuada es diferenciando los tipos de turismo. Asimismo, Ibáñez y Cabrera (2011) consideraron las modalidades turísticas siguientes: Turismo en función del motivo de viaje, con base en el origen del turista, con base en precios y consumo de servicio, de acuerdo a las formas de recreación, y de acuerdo a las tendencias de cambio en necesidades.

Figura 1

Clasificación de la actividad turística



Fuente: Tomado de Ibáñez y Cabrera (2011)

De la clasificación de los establecimientos hoteleros, sabiendo que los hoteles son lugares de pernoctación de personas, en este caso de turistas extranjeros y nacionales en hoteles y hospedajes del Balneario de Paracas, provincia de Pisco, Ica.

De Alvarez (2016) mencionó que:

La infraestructura hotelera son aquellos que ofrecen alojamiento a los visitantes, a un valor determinado y se clasifican en grupos conformados por hoteles, que comprende el servicio de alojamiento, con o sin servicio de comedor y servicios complementarios. Hoteles apartamentos, conformado por un dormitorio, una cocina, un salón y un baño como mínimo y con la oportunidad de preparar sus propios alimentos. Le sigue los hostales, de espacios más reducidos, ofrecen el servicio de alojamiento, con o sin servicios de alimentos y bebidas. Seguidamente pensiones con ambientes más familiares y con o sin servicios compartidos de alimentación, y servicios higiénicos básicos.

Por otra parte, Alvarez (2016) interpretó que,

Otra clasificación es por categorías, así tenemos de cinco estrellas con infraestructura amplia y confortable, con equipamiento de materiales de primera, y personal continuamente capacitado y preparado para atenciones de todo tipo de turista, es considerado de una alta calidad. Asimismo tenemos al de cuatro estrellas, que cuenta con infraestructura moderna y confortable, de materiales de hospedaje y ambientes de recreación adecuados, considerado como un establecimiento muy bueno. Asimismo, tenemos a hoteles tres estrellas, los cuales cuentan con los servicios de hospedaje completos, adecuados, y calificado como bueno. Seguidos de los hoteles dos estrellas que cuenta con servicios de hospedaje básicos, completos de espacios necesarios, es calificado como superior. De la misma manera tenemos los hoteles de una estrella: Con servicios

básicos de hospedaje, con infraestructura y equipamiento de regular calidad, calificado como establecimiento normal.

Existe, además, según Alvarez (2016) las siguientes clasificaciones:

- Apartamentos turísticos, alojamientos rurales y camping, desarrollado considerando la conservación del medio ambiente.

Además, un aspecto muy importante es la calidad del servicio turístico, que según Blas y Cabrera (2018) interpretaron fue:

Referirse a las percepciones de los clientes en este caso los turistas acerca del servicio, lo cual es mencionada por Deming y Juran que la calidad radica en la orientación al cliente. Por tanto, la calidad de servicio es definida, dice, afirma y menciona, o visto de otro ángulo es cuando el consumidor es quién estima y percibe de una determinada manera, la calidad de algún producto o servicio.

El mismo, Blas y Cabrera (2018) tomado de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) determinaron que:

La calidad de servicio mediante los ojos de un cliente dando lugar a la diferencia que existe sus expectativas o deseos del cliente y sus percepciones. Donde las expectativas vendrían a ser las necesidades y también los deseos de los consumidores, por otro lado, la creencia relativa del consumidor referente al servicio recibido serían las percepciones. Al momento que el cliente asigne un valor a la calidad del servicio lo realiza mediante una comparación entre lo que desean o esperan frente a lo que realmente reciben o perciben recibir. De tal manera que cuando un cliente perciba un servicio sienta que este es de alta calidad debido a la experiencia que obtuvo cuando se ejecutó el servicio sea igual o exceda las expectativas que tenía en un inicio. En cambio, cuando el servicio sea descrito como de mala calidad será cuando no fueron alcanzadas las expectativas

del cliente en cuanto al resultado de la experiencia vivida del servicio recibido.

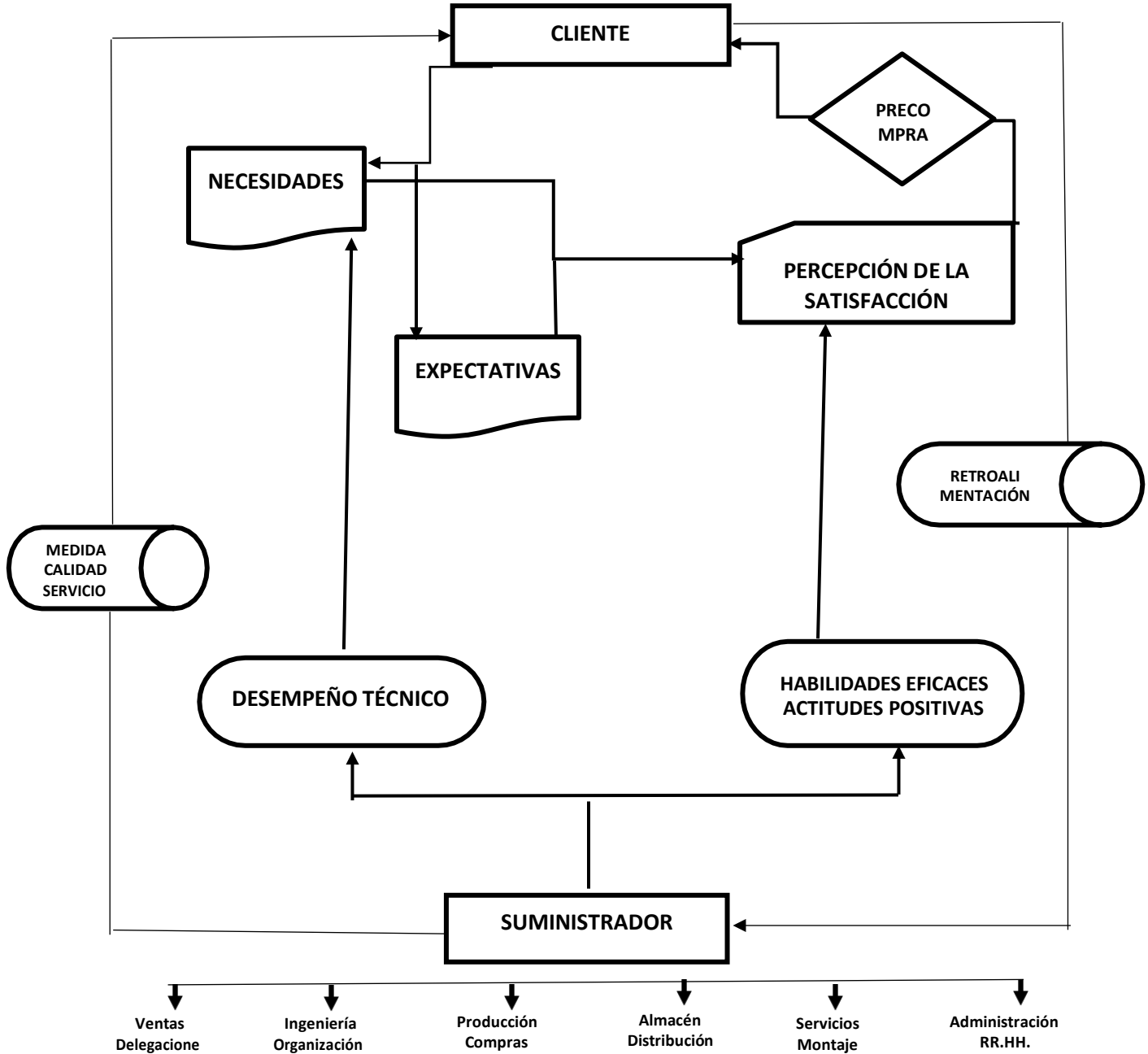
Asimismo, Pérez (2010) señaló que:

Existen 03 tipos de calidad, esto es lo que el cliente percibe de cada una de ellas, primero la calidad requerida, que es cumplir con todo lo que se ofrece en el servicio, segundo, la calidad esperada que es la satisfacción de los aspectos no especificados o implícitos, y tercero la calidad subyacente relacionada con la satisfacción de las expectativas no explicitadas que todo cliente tiene y se define como calidad del servicio como tal.

En los hoteles cinco estrellas, se tiene la calidad requerida que se oferta, promociona, y se invita al público objetivo, logrando tras la visita del turista, la calidad esperada por el turista, que pernocta en sus instalaciones. Y la calidad subyacente que los turistas sienten, al doblar sus expectativas de visita, con los potenciales turísticos ofrecidos, es el caso del Balneario de Paracas y sus hoteles 5 estrellas provistas de playas privadas y atenciones de primera. Complementada con los potenciales turísticos que la zona ofrece.

Figura 2

Calidad de servicio para la satisfacción del cliente



Fuente: Pérez de Velazco, 1994, p. 95.



En relación a las dimensiones de la calidad de servicio, se sabe que si una organización pretende lograr alcanzar calidad de servicio, deberán prestar atención a los atributos que son evaluados por el cliente, a las características que percibe de un servicio y a los cuales se otorga una valoración que le da pie a evaluar un servicio. Camisón, Cruz y Gonzáles (2006) comentó, que inicialmente determinaron diez dimensiones de calidad de servicio, que guardan relación entre sí, otorgándole importancia según el tipo de servicio y de cliente. (p. 918) A continuación:

Tabla 1

*Diez dimensiones de calidad del servicio*

<b>Dimensiones</b>	<b>Definición</b>
<b>1. Elementos tangibles</b>	Es la imagen que proyecta, la infraestructura, la conservación y la capacidad de los equipos, los materiales de comunicación y las personas.
<b>2. Fiabilidad</b>	Confianza y garantía generados por la capacidad de cumplir con lo ofrecido.
<b>3. Capacidad de respuesta</b>	Determina la posibilidad para atender a los clientes con velocidad, eficacia en el servicio de calidad turístico.
<b>4. Profesionalidad</b>	Comprende la actitud positiva y estar apto.
<b>5. Cortesía</b>	Es la amabilidad, atención y respeto al cliente.
<b>6. Credibilidad</b>	Veracidad y honestidad en la prestación del servicio.
<b>7. Seguridad</b>	Estabilidad y confianza ante el peligro, riesgos o dudas.
<b>8. Accesibilidad</b>	Facilidad en el contacto.
<b>9. Comunicación</b>	Habilidad para escuchar al cliente, mantenerlo informado y utilizar un mismo lenguaje.
<b>10. Comprensión del cliente</b>	Es el esfuerzo en conocer al cliente y sus necesidades.

Fuente: Comisión, Cruz y Gonzáles (2006, p. 901)

Asimismo, de la medición de la calidad de servicio, Blas y Cabrera (2018) comentaron que, el cliente hoy en día cuantifica todo lo que percibe de un servicio, dándole a la organización una tarea mucho más difícil y generando valor para el cliente.

Por tanto, se desarrolla el modelo servperf, que según Blas y Cabrera (2018) comentaron que:

“El modelo Servperf fue desarrollado para medir la calidad percibida del cliente, además diseña el modelo que emplea 22 afirmaciones de perspectivas que son extraídas del modelo SERVQUAL. Asimismo, Blas y Cabrera (2018) tomado de Camisón, Cruz, & Gonzáles (2006, p. 923) Con la diferencia de que las mediciones sean únicamente la mitad al modelo Servqual, convirtiéndose en instrumento mucho más manejable y menos costoso de utilizar.

El mismo, Blas y Cabrera (2018) interpretaron que:

Este modelo permitirá a las organizaciones tener un resultado más claro con respecto a las dimensiones y así podrá lograr un buen servicio para sus clientes. Por consiguiente, es importante poder entender las diferentes perspectivas de nuestro cliente, para así poder ver la calidad que estamos ofreciendo, con la finalidad de poder apreciar de manera completa el papel que juega en las diversas áreas de una determinada organización de negocios.

En la presente investigación de calidad de servicio en los hoteles 5 estrellas del Balneario de Paracas, se utiliza el modelo Servperf con sus dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Considerados tras el análisis de la problemática en el Balneario de Paracas.

Para Ramos, Mogollón, Santur y Cherre (2020) comentaron que, el modelo Servperf es adecuado para medir la calidad de servicio, en el caso del hotel Hilton 5 estrellas del balneario de Paracas. Asimismo, Centurión (2016) mencionó:

La importancia de la calidad interna y externa, en un mercado competente internacional, de ahí nuestro punto de evaluación a los hoteles de cinco estrellas del Balneario de Paracas, al verificar sus labores internas de planificación, organización, dirección y control,

así como sus características internacionales.

Y Salazar y Cabrera (2016) comentaron la importancia de la diferenciación de las empresas para la calidad de servicio. Asimismo, Stefanini, Alves y Marques (2018) consideran como puntos importantes la amabilidad, la calidad en el servicio y el consumo, con relación elevada a la satisfacción, fidelización y posicionamiento del cliente.

En cuanto a la metodología del modelo Servperf, Blas y Cabrera (2018) comentaron que, la finalidad es evaluar la calidad de servicio, a través de las dimensiones de elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

También es importante mencionar el alcance de Ospina y Betancurth (2018) quienes interpretaron que:

En este apartado cabe detallar que una de las principales críticas que se le derivan al modelo Servperf, es que la calidad de servicio “no puede ser medida de manera similar para todas las industrias de servicios, ya que estas presentan características que las hacen diferentes unas a otras en gran escala” (pp. 34).

Por lo tanto, no debe ser tomado como un modelo definitivo para ser sinónimo de seguridad respecto a que sea consistente, mejor en comparación a otros modelos. El autor (Parra Díaz, 2015) desarrollo un cuadro comparativo para apreciar los diferentes modelos de medición que pueden ser utilizados para diferentes sectores:

Tabla 2

*Modelos de medición de evaluación de calidad de servicio*

ESCALA Y AUTOR	ITEMS Y SECTOR	DIMENSIONES
SERQUAL Parasuraman y otros (1988)	22 en servicios en general	Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía
SERVPERF Cronin y Taylor (1992)	22 en empresas de servicios	Basados en las 5 de SERVQUAL
LODGSERV Knutson y otros (1990)	26 en hoteles	Basados en las 5 de SERVQUAL
LODGQUAL Getty & Thomson (1994)	22 en hotelería	Solo tres de SERVQUAL: <u>Tangibilidad</u> , Fiabilidad y Contacto
HOTELQUAL Falces & y et al (1999)	20 en alojamientos	Personal, Instalaciones y Organizaciones del servicio
DINERSERV Stevens & y et al (1995)	29 en restaurantes	Identifican las 5 dimensiones de SERVQUAL

Fuente: Elaborado por Parra (2015)

Finalmente, tomemos en cuenta que el modelo Servperf solo utiliza un cuestionario de 22 ítems, lo cual significa un proceso más manejable para el usuario al momento de responder a la encuesta, como a la vez lo hace más efectivo puesto que reduce las posibilidades de confusión, para (Ospina Moreno & Betancurth Calderin, 2018) detallan que “es la más recomendable para medir la calidad de servicio en cualquier contexto, siempre y cuando se midan solo percepciones”.

Finalmente revisamos los hoteles de 5 estrellas en el Balneario de Paracas, que del estudio de campo y trabajo de análisis, se tiene múltiples anuncios de los servicios que prestan dichos hoteles, tenemos a trivago.com, tripadvisor.com.pe, entre otros.

Además, Balvín y Chávez (2018) interpretaron que, los visitantes cuando llegan al Balneario de Paracas pernoctan en los hostales y hoteles. A continuación, en la tabla siguiente:

Tabla 3

*Demanda de Hoteles según categoría*

Meses	Ene	Feb.	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
<b>DEMANDA DE HOTELES DE 2 ESTRELLAS</b>												
Permanencia promedio (días)	1.01	1.01	1.2	1	1	1	1	1.08	1.59	1.05	1	1.67
Total pernoctaciones	76	87	65	130	58	95	77	176	65	253	76	70
<b>DEMANDA DE HOTELES DE 3 ESTRELLAS</b>												
Permanencia promedio (días)	1.85	1.66	2	1.18	2	1.93	1.52	1.55	1.01	1.52	1.56	1.51
Total pernoctaciones	712	886	1919	2341	2960	868	1299	1238	374	1146	1138	1239
<b>DEMANDA DE HOTELES DE 4 ESTRELLAS</b>												
Permanencia promedio (días)	1.49	1.51	1.39	1.27	1.27	1.24	1.33	1.22	1.26	1.22	1.32	1.43
Total pernoctaciones	1784	1589	1679	2090	2744	1978	2775	3334	2695	3947	2404	2097
<b>DEMANDA DE HOTELES DE 5 ESTRELLAS CLÁSICO</b>												
Permanencia promedio (días)	1.2	1.91	1.68	1.18	1.94	2.35	2.7	2.59	2.14	2.71	2.16	2.66
Total pernoctaciones	848	1663	996	859	1206	1325	2235	2132	1485	2033	1631	2405
<b>OFERTA DE HOTELES DE 5 ESTRELLAS RESORT</b>												
Permanencia promedio (días)	3.42	3.17	3.83	3.02	2.37	2.59	2.75	2.69	2.45	2.04	2.53	2.87
Total pernoctaciones	2617	2283	2730	2828	1739	1585	2088	2223	1605	2245	2106	2660
<b>PROMEDIO DE PERMANENCIA EN LOS ESTABLECIMIENTOS</b>	1.79	1.85	2.02	1.53	1.72	1.82	1.86	1.83	1.69	1.71	1.71	2.03
<b>TOTAL DE PERNOCTACIONES</b>	3420	4225	4659	5420	6968	4266	6386	6880	4619	7379	5249	5811

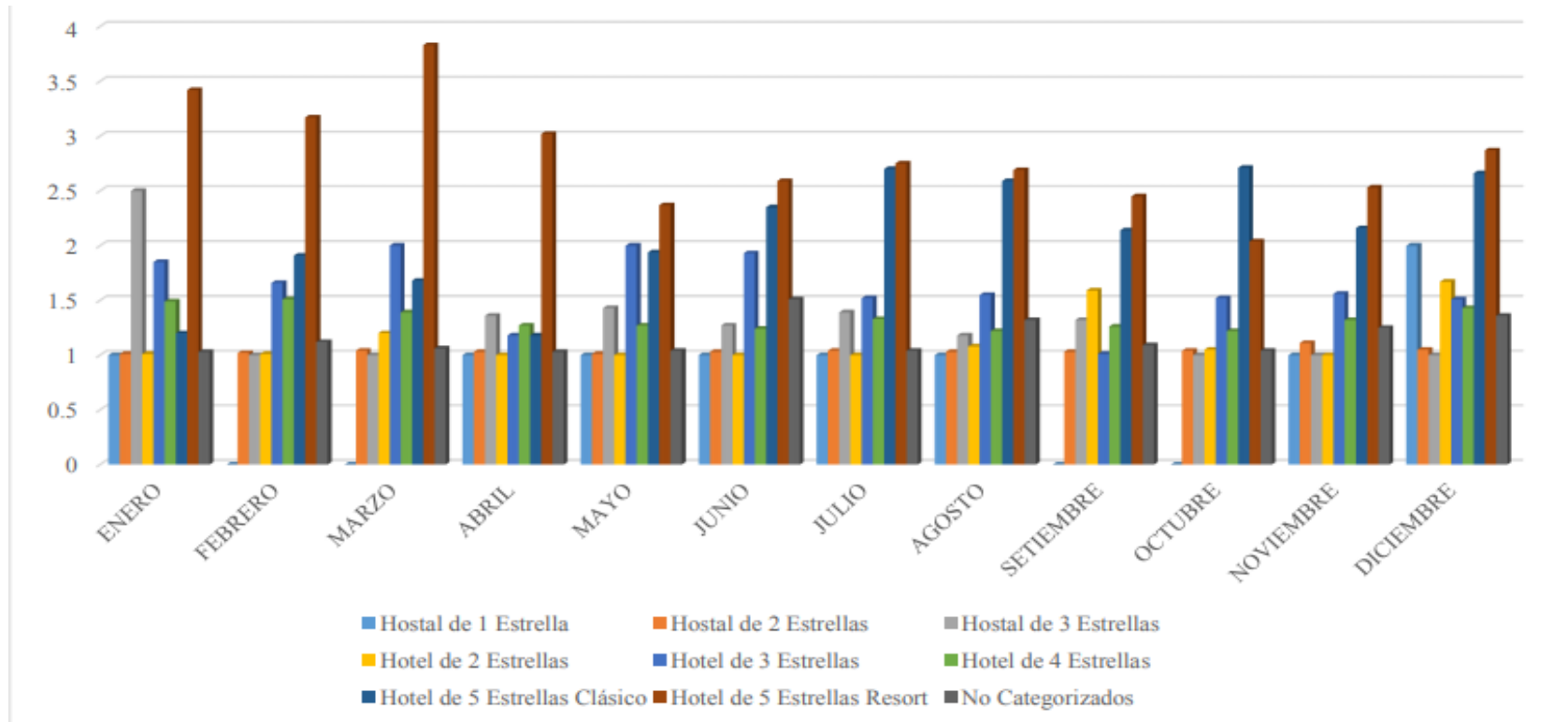
Fuente: Mincetur (2017).

De la tabla anterior, se tiene que los hoteles clásicos 5 estrellas tiene una mayor demanda de permanencia de Junio a diciembre con 2.35 a 2.66 días de permanencia. Asimismo, en los hoteles 5 estrellas resort se tiene una mayor permanencia de turistas de Enero a Abril de 3.02 a 3.42 días promedio.

Además, entre los visitantes, tenemos que los turistas extranjeros tienen mayor flujo de visita en el año 2017. Como se observa:

Gráfico 1

*Permanencia promedio de turistas extranjeros en hostales y hoteles en Paracas, 2017.*



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017



Del gráfico N°1, se tiene que los hoteles 5 estrellas resort tienen mayor pernoctación de 3.4 días en enero y 3.8 en el mes de marzo. Asimismo, de los hoteles 5 estrellas clásicos tiene en el mes de octubre mayor valor de pernoctación con 2.6 días. Lo cual favorece a los servicios de primera calidad y servicios exclusivos como son los hoteles 5 estrellas en el Balneario de Paracas, como referencia el año 2017, cuya fuente es del Mincetur.

Por otra parte, Ramírez (2017) considera que la medición del puntaje del método SERVPERF presente avances en que requiere de menos tiempo para la administración y la interpretación del cuestionario, las medidas de valoración predicen mejor la satisfacción y con eso el análisis correspondiente es más fácil porque se fundamenta solo en las percepciones, eliminando las expectativas y reduciendo al 50% de las preguntas diseñadas por SERVQUAL.

Además, se podría agregar lo que manifiestan Ibarra y Casas (2014) El modelo SERPERF es mejor por varios motivos: el entrevistado ocupa menos tiempo en responder el cuestionario, ya que solo se le pregunta una vez por cada ítem, los trabajos de interpretación y de análisis son más sencillos. Además aunque pudiera pensarse lo contrario, con este modelo no se pierde información, ya que la incorporación de una pregunta sobre satisfacción global relacionada con el servicio o producto permite analizar la contribución de los restantes ítems al nivel de satisfacción global alcanzado.

Por otro lado los aspectos concretos que se sometan a valoración ha de ser el resultado de un estudio previo de expectativas, realizado mediante la aplicación de técnicas cualitativas (pg. 235).

### **III. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

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

La presente es una investigación básica, no experimental de corte transversal descriptivo simple, considerando la definición de Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) que comentaron:

La investigación correlacional se emplea para identificar la relación existente entre dos o más conceptos, categorías o variables en un escenario especial, que asocia variables a través de un patrón conocido por un grupo de pobladores. Comprende pronóstico, que detallan la coherencia entre variables, calculando las relaciones entre las mismas. (p. 109)

En relación al diseño, tomado de Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) interpretó que: Los diseños no experimentales se realiza en una sola toma de muestra. En la investigación no experimental lo que haces es medir un fenómeno y variables en su contexto natural, para analizarlas.

#### **3.2 Variables de Operacionalización**

Pérez (2018) mencionó que la variable es un indicador de cierta realidad a e estudiar o estudiada, considerando las condiciones que los involucrados consideran y que el investigador intenta mejorar.

##### **Variable: Calidad de servicio**

##### **Definición conceptual**

De acuerdo a Medina (2016) son las capacidades internas y externas, que hacen que el servicio sea de excelencia, conlleva a acuerdos, tercerización de servicios, todo basado en el cliente satisfecho.

##### **Definición operacional**

La calidad de servicio se evalúa de acuerdo a las dimensiones según el modelo ServPerf, los cuales son elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

### Dimensiones e indicadores

Tabla 4

#### *Dimensiones e indicadores*

<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
<b>Elementos tangibles</b>	Instalaciones físicas Empleados del hotel Apariencia de las instalaciones del hotel
<b>Fiabilidad</b>	Servicios adicionales Interés de empleados Confiabilidad Servicio oportuno
<b>Capacidad de respuesta</b>	Información de empleados Rapidez Disposición Atención de empleados
<b>Seguridad</b>	Confianza Seguridad Amabilidad Apoyo a empleados
<b>Empatía</b>	Atención personalizada Necesidades del turista Mejora de servicios Horarios convenientes

Fuente: Elaboración propia

### 3.3 Población, muestra y muestreo

**Población:** Turistas nacionales se proyectan de la información proporcionada por la Reserva Nacional de Paracas – RNP, comprendido entre los años 2002 al 2019, calculando el promedio teniendo un valor de 4845 turistas nacionales, calculando un valor de turistas cada fin de semana, en el mes de Mayo tenemos 1211 turistas nacionales.

Según la tabla siguiente:

Tabla 5

*Turistas nacionales periodo 2002 al 2019*

Años	Mayo
2002	1 320
2003	2 481
2004	2 376
2005	2 129
2006	3 201
2007	3 132
2008	2 047
2009	2 916
2010	2 903
2011	3 427
2012	4 371
2013	5 442
2014	5 119
2015	9 705
2016	7 691
2017	9 220
2018	10 271
2019	9 451
Promedio anual	<b>4 845</b>

Fuente: Mincetur (marzo del 2021)

### **Criterios de inclusión**

Se considera a los turistas nacionales, hospedados en el hotel Hilton cinco estrellas del Balneario de Paracas.

### **Criterios de exclusión**

No se considera a los otros hoteles 5,4,3 y 2 estrellas el Balneario de Paracas, además tampoco considera a turistas internacionales hospedados en los hoteles cinco, cuatro, tres y dos estrellas del Balneario de Paracas.

**Muestra:** El valor de la muestra en base a la población se calcula con la fórmula resultando el valor de 146 turistas nacionales, cálculo de una base de población promedio de 1211 turistas.

$$n = \frac{Z^2 * (p * q)}{e^2 + (Z^2 * (p * q))}$$

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

Del trabajo de campo, con la visita al Hotel Hilton cinco estrellas del Balneario de Paracas, se obtuvo de la base de datos del hotel ejecutar la encuesta logrando entrevistar a 81 turistas que se alojaron durante el mes de Mayo del 2021. Siendo la muestra de 81 turistas nacionales.

El muestreo fue de tipo aleatorio simple, de Otzen y Manterola (2017) mencionaron que el muestreo aleatorio simple, es porque respalda que cualquier ciudadano de la población tiene igual ventaja de ser parte de la muestra.

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

Se consideró la encuesta como técnica para el acopio de información y el cuestionario como instrumentos, y fue validado por tres especialistas.

Así mismo la validez de los instrumentos se realizó por el juicio de expertos para lo cual se consideró a tres especialistas con grado de magister que llegaron a validar el cuestionario. (Ver ficha de validación en anexo).

Según García (2019) interpretó que la encuesta es un trabajo que se efectúa a una muestra de ciudadanos que representan la población, empleando pasos adecuados de preguntas para obtener cálculos de las singularidades de la población.

Para García (2019) comentó que el cuestionario es un grupo de preguntas sobre un tema que se está investigando, los cuales son respondidos por las personas sometidas denominadas encuestadas.

El cuestionario de la presente investigación pregunta sobre la calidad de servicio y sus dimensiones como los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

### **3.5. Procedimientos**

El acopio de información se realizará mediante encuesta aplicada en el Balneario de Paracas, para lo cual se solicitó una constancia de la Universidad César Vallejo (ver cartas de presentación en anexos) para el apoyo de los hoteles 5 estrellas, para realizar la encuesta de turistas nacionales. Asimismo, también una carta de presentación a la Dirección Regional de Turismo - Dircetur Ica.

Para ello se programó un viaje de trabajo de campo a la zona Balneario de Paracas, para realizar las encuestas a turistas nacionales. (Ver anexo de fotografías de encuestas) Además, incluye la entrevista al gerente y jefe de seguridad del DoubleTree Resort Paracas By Hilton y se entregó la encuesta de manera digital a través del google drive, ver anexos correspondientes.

### **3.6. Método de análisis de datos**

El procesamiento de gráficos de frecuencias y porcentajes se realizó con el programa Excel, y el procesamiento inferencial se realizó con el programa estadístico IBM-Spss versión 25. En el que se identificó las características de nivel bajo, medio y alto en frecuencia y porcentaje. Se incluye una gráfica resumen de superficie de respuesta para un mayor análisis y enfoque.

### **3.7. Aspectos éticos**

En la presente investigación es un trabajo serio, formal y original. Se utilizó el adecuado uso del APA 6ta edición para las citas textuales, este formato tiene veracidad y legitimidad de los autores que se asignó para cada información. Sobre todo se ha respetado la confidencialidad de los encuestados, a su vez el proceso de recolectar datos que fueron invitados a responder la encuesta, de una manera confidencial, sin mencionar sus nombres.

El mismo que se solicitó al mismo gerente indicándole la intención del trabajo de investigación la cual se garantizó la seguridad y el buen uso de información ya que los resultados posteriormente serán procesados objetivamente sin ser alterados e descifrados. Así mismo fue enviado a sus correos electrónicos por cortesía de la administración del hotel Hilton. Por último como futura profesional me comprometo a poner nuestros valores éticos en práctica.

## IV. RESULTADOS

El acopio de información se realizó en el hotel 5 estrellas Hilton, el último fin de semana de Mayo, teniendo como muestra a 81 turistas nacionales, quienes respondieron la encuesta digital por cada pregunta.

Los resultados de la investigación se presentan por cada propósito del estudio, en tablas y gráficos, mediante el programa estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

### 4.1. Datos generales

Para el procesamiento se ha tenido en cuenta, la clasificación por rangos, por ejemplo, edad, su descripción y su código en la siguiente:

Tabla 6

Detalles de Edad de encuestados

Edad (años)	Descripción	Código
10 a 18	Adolescente	0
19 a 26	Jóvenes	1
27 a 40	Adultos jóvenes	2
41 a 60	Adultos mayores	3
61 a más	Ancianos	4

Fuente: Elaboración propia. Tomado de Ministerio de Salud-Oficina General de Tecnología de Información (2016).

Con la tabla 6, logramos clasificar por edades la siguiente tabla:



Tabla 7  
*Edad de los encuestados*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Adolescente	10	12.3	12.3	12.3
	Jóvenes	7	8.6	8.6	21.0
	Adultos jóvenes	20	24.7	24.7	45.7
	Adultos mayores	35	43.2	43.2	88.9
	Ancianos	9	11.1	11.1	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

Fuente: IBM-SpssV.25.

De la tabla 7 se tiene que el 12.3% son adolescentes con edad de 10 a 18 años, el 8.6% son jóvenes de edad comprendida entre 19 a 26 años, el 24.7% de edad entre 27 a 40 años son adultos jóvenes, con 43.2% son adultos mayores con edades comprendidas entre los 41 a 60 años, y con 11.1% tenemos a los ancianos con edades comprendidas entre los 61 a más años. Por tanto, los adultos mayores son los turistas nacionales que más visitan y pernoctan en el hotel Hilton en el Balneario de Paracas.

Tabla 8

*Sexo de los encuestados*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
	Femenino	39	48.1	48.1	48.1
Válido	Masculino	42	51.9	51.9	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

Fuente: IBM-SpssV.25.

De la tabla 8, se tiene que los hombres representan el 51.9 % de los encuestados, mientras que las mujeres son el 48.1%. Teniendo a los hombres con mayor frecuencia de visita en el Balneario de Paracas en el Hotel Hilton 5 estrellas.

Tabla 9

*Procedencia*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Lima	72	88.9	88.9	88.9
	Arequipa	7	8.6	8.6	97.5
	Trujillo	2	2.5	2.5	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

De la tabla 9 se tiene que, de los visitantes turistas nacionales el 88.9% provienen de Lima, el 8.6% provienen de Arequipa y el 2.5% provienen de Trujillo. Por tanto, las mayores frecuencias de turistas nacionales provienen de Lima.

Tabla 10

*Instrucción de los encuestados*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ingeniero	18	22.2	22.2	22.2
Doctor	3	3.7	3.7	25.9
Arquitecto	11	13.6	13.6	39.5
Medico	7	8.6	8.6	48.1
Empresario	1	1.2	1.2	49.4
Abogado	7	8.6	8.6	58.0
Superior	18	22.2	22.2	80.2
Estudiante	14	17.3	17.3	97.5
Administrador	2	2.5	2.5	100.0
Total	81	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

De la tabla 10 se tiene el grado de instrucción, el 22.2% son turistas con instrucción manifiestan ser ingenieros, el 3.7% son doctores, el 13.6% son arquitectos, el médico tiene 8.6%, los empresario representan el 1.2%, los abogados representan el 8.6%, y se consideran profesionales con especializaciones y maestrías denominado como superior con el 22.2%, los estudiantes con 17.3% y los administradores con 2.5%. Por tanto, el porcentaje con mayor valor son los ingenieros y de grado profesional superior con 22.2% dentro de los encuestados turistas nacionales que se hospedan en el hotel Hilton 5 estrellas del Balneario de Paracas.

## 4.2. Elementos tangibles en los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021.

De acuerdo al cuestionario aplicado, se tiene el siguiente resultado:

Tabla 11

### *Elementos tangibles*

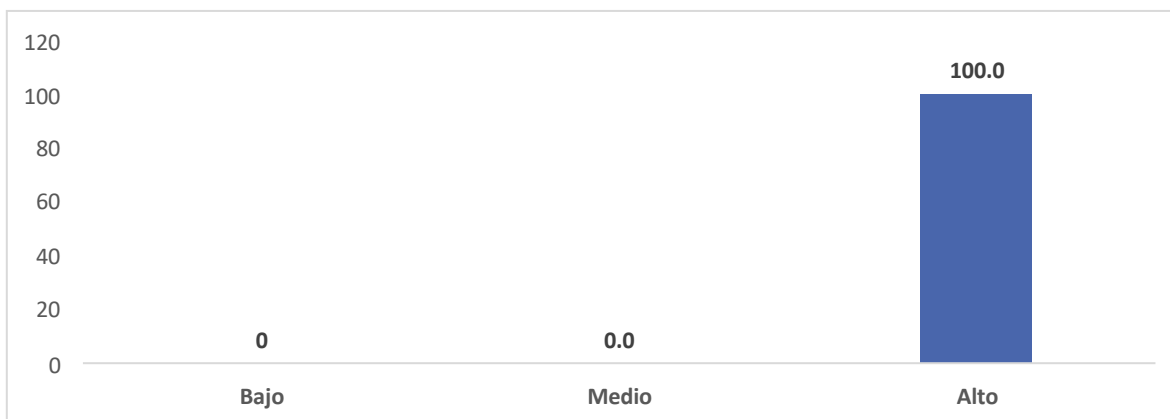
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Medio	0	0.0	0.0	0.0
Alto	81	100.0	100.0	100.0

Fuente: IBM- SPSS v25.

Como se observa en la tabla 11 de elementos tangibles se tuvo un nivel alto de repuesta de encuestados con un 100%. Que representa la alta aceptación de las instalaciones físicas y la atractividad visual del hotel Hilton 5 estrellas.

Gráfico 2

### *Elementos tangibles*



En el gráfico 2 se ratifica la aceptación total de los elementos tangibles de los turistas nacionales que pernoctaron en el hotel Hilton 5 estrellas.

### 4.3. Fiabilidad en los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021

De acuerdo al cuestionario aplicado, se tiene el siguiente resultado:

Tabla 12

Fiabilidad

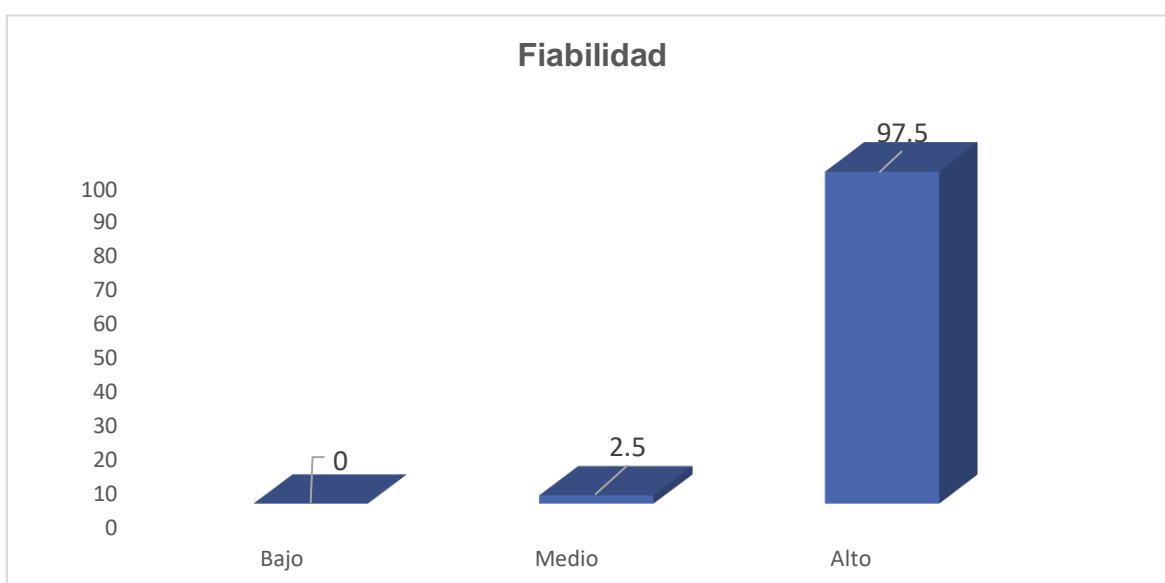
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Medio	2	2.5	2.5	2.5
Alto	79	97.5	97.5	100.0
Total	81	100.0	100.0	

Fuente: IBM – Spss V.25.

La tabla 12 se observa la respuesta a la fiabilidad con un nivel alto de 97.5% y un nivel medio con 2.5% en relación a evaluar el interés de los empleados y servicio oportuno al turista, ambos con una alta aceptabilidad.

Gráfico 3

*Fiabilidad*



En el gráfico 3, se observa y ratifica el porcentaje de 97.5% en el nivel alto,

mientras que en medio tenemos 2.5% y bajo con 0%.

#### 4.4. Capacidad de respuesta en los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021

De acuerdo al cuestionario aplicado, se tiene el siguiente resultado:

Tabla 13

##### Capacidad de respuesta

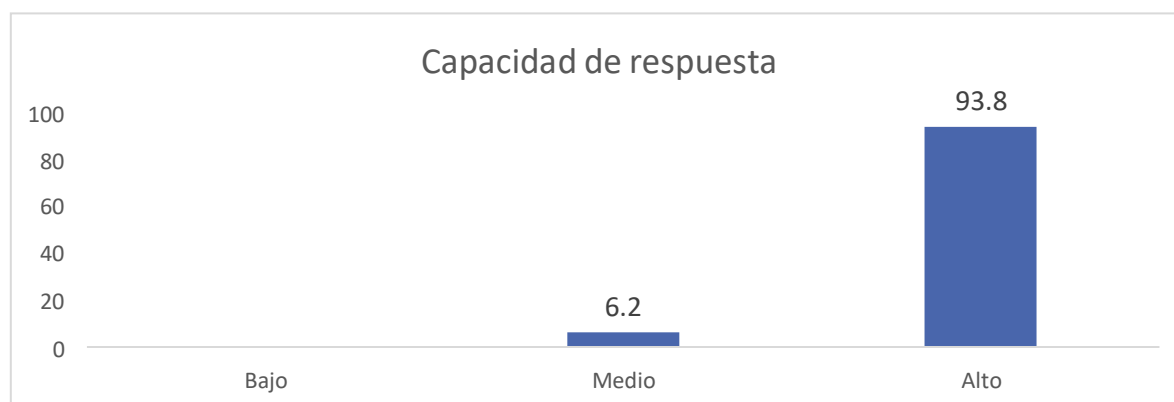
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Medio	5	6.2	6.2	6.2
Alto	76	93.8	93.8	100.0
Total	81	100.0	100.0	

Fuente: IBM-Spss v.25

Como se observa en la tabla 13 la capacidad de respuesta tiene en el nivel alto un valor de 93.8%, nivel medio de 6.2% y bajo en 0%. En relación a la información, disposición y atención del empleado como parte de la mencionada dimensión.

Gráfico 4

##### Capacidad de respuesta



En el gráfico 4 se observa el valor de 93.8% en el nivel alto de la dimensión capacidad de respuesta, que comprende información, disposición y atención del empleado al turista nacional que pernocta en el hotel Hilton 5 estrellas.

#### **4.5. Seguridad en los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021**

De acuerdo al cuestionario aplicado, se tiene el siguiente resultado:

Tabla 14

*Seguridad*

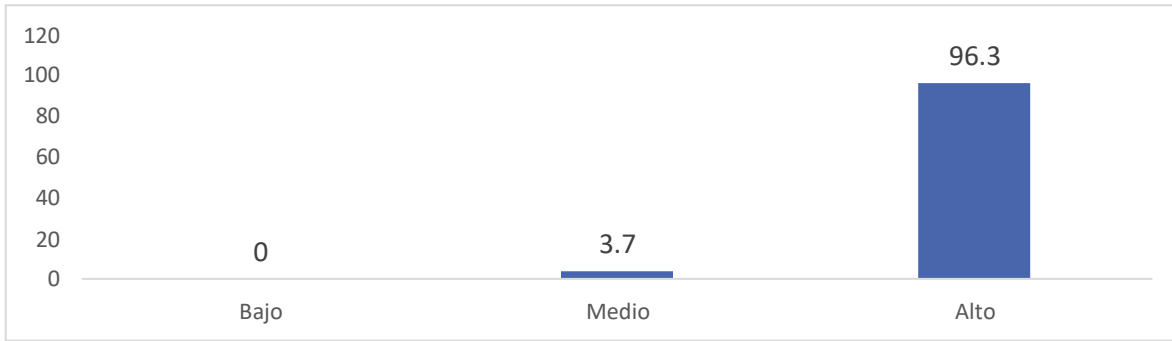
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Medio	3	3.7	3.7	3.7
Alto	78	96.3	96.3	100.0
Total	81	100.0	100.0	

Fuente: IBM – SpssV.25.

Como se observa en la tabla 14, se tiene el valor alto de 96.3% y el valor medio de 3.7% y valor bajo con 0% en relación a la dimensión seguridad con los indicadores confianza, transacciones seguras, amabilidad y apoyo a los empleados del hotel Hilton 5 estrellas, observado en la encuesta de los turistas nacionales.

Gráfico 5

*Seguridad*



Del gráfico 5, se tiene el 96.3% tiene nivel alto en la dimensión seguridad con los indicadores confianza, transacciones seguras, amabilidad y apoyo a los empleados del hotel Hilton 5 estrellas en el Balneario de Paracas.

#### **4.6. Empatía en los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021**

De acuerdo al cuestionario aplicado, se tiene el siguiente resultado:

Tabla 15

##### *Empatía*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Medio	3	3.7	3.7	3.7
Alto	78	96.3	96.3	100.0
Total	81	100.0	100.0	

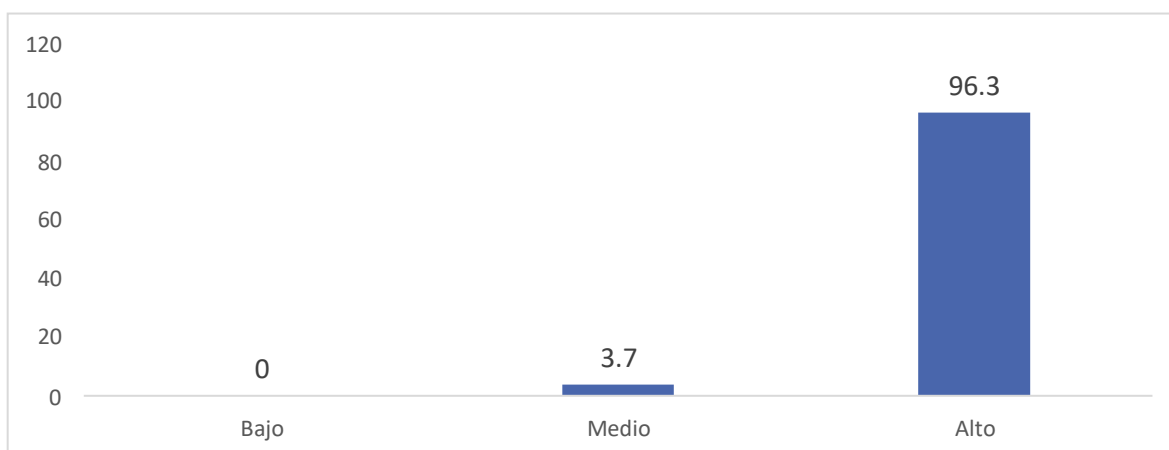
Fuente: IBM-SpssV.25.

En la tabla 15, la dimensión empatía tiene un valor alto con 96.3%, un nivel medio con 3.7% y un valor bajo con 0%. La cual representa la calidad de servicio a la atención personalizada, necesidades del turista, mejora de servicios y horarios convenientes.



Gráfico 6

Empatía



Como se observa claramente en el gráfico 6, en la dimensión empatía se tiene un nivel alto con 96.3% y un nivel medio con 3.7% y bajo con 0%. Relacionado a los indicadores de la dimensión empatía como atención personalizada, necesidades del turista, mejora de servicios y horarios convenientes de los empleados hacia los turistas nacionales hospedados en el hotel Hilton 5 estrellas en el Balneario de Paracas, 2021.

#### 4.7. Calidad de servicio del hotel Hilton de cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021

Calidad de servicio viene hacer la variable. Y de acuerdo al cuestionario aplicado, se tiene el siguiente resultado:

Tabla 16

*Calidad de servicio*

---

Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
------------	------------	-------------------	----------------------

---

Bajo	0	0	0	0
Medio	1	1.2	1.2	1.2
Alto	80	98.8	98.8	100.0
Total	81	100.0	100.0	

Fuente: IBM-SpssV.25

En la tabla 16 se observa el resultado de calidad de servicio del hotel Hilton cinco estrellas, teniendo nivel alto con 98.8%, nivel medio con 1.2% y bajo con 0%.

Gráfico 7

*Calidad de servicio*



Del gráfico 7, se tiene la variable calidad de servicio que representa a las dimensiones de análisis, con un elevado valor de aprobación con un 98.8% por parte de los turistas nacionales visitantes al hotel Hilton cinco estrellas en el Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021. Las dimensiones son elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, con sus respectivos indicadores.

Como resultado del trabajo de investigación, la respuesta de cada una de las dimensiones se resume en la tabla siguiente:

Tabla 17

*Resumen de dimensiones*

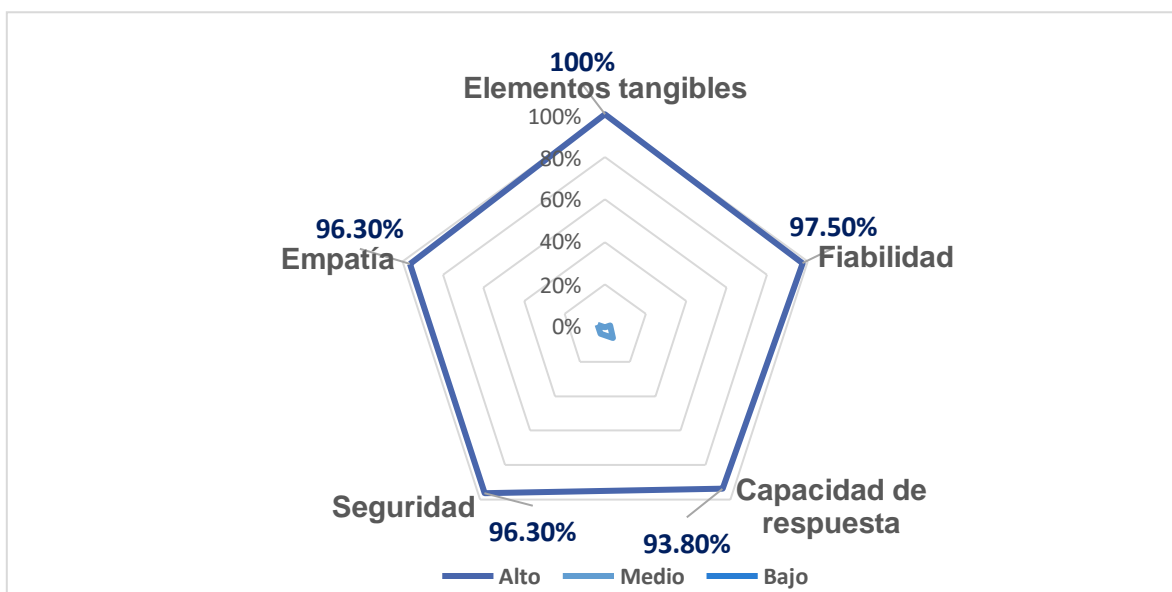
	<b>Elementos tangibles</b>	<b>Fiabilidad</b>	<b>Capacidad de respuesta</b>	<b>Seguridad</b>	<b>Empatía</b>
<b>Alto</b>	100%	97.5%	93.8%	96.3%	96.3%
<b>Medio</b>	0%	2.5%	6.2%	3.7%	3.7%
<b>Bajo</b>	0%	0%	0%	0%	0%

Fuente: Elaboración propia

La tabla 17 nos permite visualizar el nivel alto de las dimensiones que se limitan entre 93.8% de capacidad de respuesta hasta un límite superior de elementos tangibles con 100%. Y un nivel medio con límites entre 3.7% de las dimensiones seguridad y empatía a 6.2% de capacidad de respuesta.

Gráfico 8

*Superficie de respuesta de dimensiones de calidad de servicio*



En el gráfico 8 se observa el grado de aceptabilidad con la calidad de servicio del hotel Hilton cinco estrellas, indicando los valores precisos de las dimensiones elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

## V. DISCUSIONES

En la presente investigación titulada Calidad de servicio en el hotel Hilton cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021, se tiene que el principal problema es ¿Cómo es la calidad de servicio en el hotel Hilton cinco estrellas?, ante esta interrogación surge el propósito de analizar la calidad de los servicios del hotel Hilton de cinco estrellas, para lo cual dentro de la calidad de servicio se ha considerado de acuerdo al diagnóstico las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad. Que según Camisón, Cruz y Gonzáles (2006) quienes determinaron el uso de dimensiones de calidad del servicio que incluyen las mencionadas y utilizadas en la presente tesis. Asimismo, Blas y Cabrera (2018) dijeron que, “La guía Servperf es para medir la calidad de servicio que incluye las dimensiones mencionadas”, por otra parte Ramos, Mogollón, Santur y Cherre (2020) ratificaron lo apropiado que es usar la guía Servperf para el servicio de satisfacer las necesidades de los clientes. Por tanto, el servicio de calidad obtenido en los resultados tiene un nivel alto de 98.8% como respuesta de los turistas nacionales que visitaron el hotel Hilton cinco estrellas en el Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021.

En relación a la primera dimensión de elementos tangibles se tiene para la presente investigación como indicadores a las instalaciones físicas y atractividad visual, que según Balvín y Chávez (2018) interpretaron que: los turistas tienen múltiples necesidades que cubrir, y por tanto gustos individuales que van dirigidos hacia lo adecuado de la infraestructura y la imagen que proyecta. También

Alvarez (2016) comentó que, las instalaciones de hospedaje deben ser adecuadas, considerando diferencias, desde las más confortables como los hoteles 5 estrellas, con espacios adecuados amplios, con respeto a la naturaleza, con equipamiento adecuado, los trabajadores con capacidades que mejoran cada día, a la orden de todo tipo de personas que visitan sus instalaciones, siendo toda la infraestructura en su conjunto de primera calidad. Es el caso del hotel Hilton cinco estrellas en el Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021. Por otra parte, Cisón, Cruz y Gonzáles (2006) comentó que los elementos tangibles es el retrato que concibe, las instalaciones, la preservación y la capacidad de los equipos, insumos de enlace y los clientes, que para nuestra investigación son los turistas nacionales. Quienes sacarán provecho a su visita, evaluarán los servicios, tal es así que los resultados de elementos tangibles analizando las instalaciones físicas y atractividad visual tiene un valor alto de 100% por parte de los turistas nacionales visitantes.

En cuanto a la fiabilidad como dimensión de servicio de calidad, nos preguntamos ¿Cómo es la fiabilidad de los servicios del hotel Hilton cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021?, dicho problema nos conlleva a la finalidad de identificar la fiabilidad de los servicios del hotel Hilton cinco estrellas, del lugar y año mencionado, comprendiendo que la fiabilidad mide el interés de los empleados para los clientes, y el servicio oportuno a los clientes, que según Camisón, Cruz y Gonzáles (2006) mencionaron que la fiabilidad es la creencia en que una persona o grupo será capaz y deseará actuar de manera adecuada en una determinada situación, actividad o servicio, con el respaldo adecuado de su

equipo, por tanto, en la fiabilidad se tiene una aceptabilidad alta por parte de los turistas visitantes con un 97.5%.

Por otra parte, discutimos la capacidad de respuesta de los servicios del hotel Hilton cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021, en la búsqueda por determinar la capacidad de respuesta, considerando si se cumple la adecuada información al visitante, si los empleados del hotel Hilton están a disposición del turista y si la atención es la más correcta y satisfactoria al turista. Para lo cual Camisón, Cruz y Gonzáles (2006) mencionaron que la capacidad de respuesta dispone la contingencia para la atención a los turistas con rapidez, con un tiempo óptimo para la satisfacción del cliente. Asimismo, Camisón, Cruz y Gonzáles (2006) comentaron que la comunicación es la capacidad para atender al turista, darle contenido de conocimiento adecuado continuamente y parafrasear el dialogo. Gracias al buen entendimiento de los mencionado se tiene un nivel alto de aceptabilidad de los clientes que visitaron el hotel Hilton cinco estrellas con un valor de 93.8%.

De la misma manera, ante el problema de cómo es la empatía del turista ante los servicios del hotel Hilton cinco estrellas, se propone identificar la empatía, para lo cual se considera y mide la atención personalizada, que requiere cada uno de los clientes que visita el hotel, con sus necesidades particulares, siendo los mismos observadores de como los diferentes servicios ofrecidos tienen calidad. Ante lo dicho, Camisón, Cruz y Gonzáles (2006) comentaron que la empatía comprende la cortesía, conjuntamente con la afabilidad, la atención y cuidado de la integridad

del visitante, por tanto, es el entender al visitante hasta lograr satisfacer sus necesidades.

Asimismo, la calidad de servicio comprende la seguridad, ante el problema de, cómo es la seguridad, en qué consiste, y tuvo como finalidad de, determinar la seguridad de los visitantes, midiendo la confianza, que el cliente debe depositar en los empleados del hotel, la capacidad de apoyarlos con sus transacciones, que se sientan seguros del mismo, así como la amabilidad de los empleados hacia los visitantes, permitiendo que se sientan como en su casa, y que los mismos visitantes sientan que los empleados están empoderados y apoyados por la administración para las gestiones de los turistas, apoyo ante las dificultades de pérdida de equipaje inclusive en el aeropuerto, atención en carretera cuando sus móviles fallaron y no llegan al hotel, apoyo para trasladarlos a la zona de pérdida de equipaje en caso se presente, si tuvieron algún accidente, acompañamiento a los servicios externos de curaciones médicas, hasta llevarlos al hotel para su descanso, facilitarles otros móviles en alquiler, traslado de sus móviles accidentados a los talleres de reparación y trámite de seguros, asimismo protección en caso sea necesario. De tal manera que el visitante sienta que son parte de su familia, o parte del equipo del hotel Hilton.

Lo mencionado se ratifica según Camisón, Cruz y Gonzáles (2006) quienes tradujeron en firmeza y certidumbre ante la amenaza, riesgos. La seguridad tiene un valor alto por parte de los turistas con 96.3% de seguridad prestado por el hotel Hilton cinco estrellas.

## **VI. CONCLUSIONES**

En la presente tesis calidad de servicio del hotel Hilton cinco estrellas en el Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021 se tiene las siguientes conclusiones:

6.1 Se logró determinar los elementos tangibles al validar las instalaciones físicas y el servicio oportuno con un 100%.

6.2 Se consiguió identificar la fiabilidad, por el interés de los empleados hacia los turistas y por el servicio oportuno a los mismo, que fue calificado con un 97.5%.

6.3 Se alcanzó a determinar la capacidad de respuesta de los servicios que presta el hotel Hilton cinco estrellas, mediante la información que comunican los empleados a los turistas nacionales, asimismo la disposición de los empleados por atender a los visitantes, el mismo fue evaluado con 93.8%.

6.4 Se pudo identificar la empatía del turista en el servicio del hotel mencionado, por la atención personalizada que fue calificado con un 96.3%.

6.5 Se logró determinar la seguridad en el servicio del hotel Hilton cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021 mediante la capacidad de los empleados en lograr confianza, apoyo en transacciones, amabilidad hacia los turistas nacionales visitantes teniendo un motivador porcentaje de 96.3%.



## **VII. RECOMENDACIONES**

En la presente tesis calidad de servicio del hotel Hilton cinco estrellas en el Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021 se recomienda:

7.1 En la dimensión seguridad se recomienda difundir los protocolos de bioseguridad y de prevención, seguimiento, monitoreo y control contra el Covid-19 que cuenta el hotel Hilton.

7.2 En la capacidad de respuesta se recomienda que los empleados continúen capacitándose para lograr la meta del 100% en cuanto a la capacidad de informar y la disposición de apoyo al visitante turista nacional.

7.3 En la empatía se recomienda aumentar el número de empleados para la atención personalizada, debido a que las necesidades de asesoramiento y acompañamiento en turismo dentro del hotel y en el Balneario de Paracas se hace cada vez más importante.

7.4 Finalmente, se recomienda la mejora continua, por un lado, las innovaciones en la infraestructura hotelera con la mejora del diseño de interiores y el diseño exterior del hotel, la implementación de deportes de aventura acuáticos y marítimos en la playa privada que es parte del hotel Hilton.

7.5 Por otra parte, los empleados deben tener mayor conocimiento de la zona, su historia, los proyectos a futuro en las instalaciones, en la parte recreativa, en la playa la propuesta de nuevos y fascinantes deportes acuáticos de aventura. Así como el conocimiento de los proyectos más importantes en el Balneario de Paracas.

## **Referencia Bibliografía**

Baldeón (2016) Calidad de servicio percibido por los visitantes del Museo de Sitio Ancón-Lima 2016". Escuela Profesional de Administración en Turismo y Hotelería. Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad César Vallejo.

Baluart y Bravo (2019) Análisis de la calidad de los servicios turísticos y el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el centro poblado de Padrecocha, año 2019. Facultad de Negocios. Universidad Científica del Perú.

Romaní (2017) Calidad turística y buenas prácticas de servicios turísticos en Lima Metropolitana, 2016. Maestría en Gestión Pública. Escuela de Posgrado de la Universidad Cesar Vallejo.

Monar y Villa (2018) Análisis de la calidad del servicio en los hoteles de segunda y tercera categoría de la ciudad de Guayaquil: Propuesta de un plan de mejora en la calidad de los servicios. Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Facultad de Especialidades Empresariales. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Vergara (2017) Medición de calidad percibida de los servicios de información turística. Estudio de caso: Oficina de Informes Turísticos de Rada Tilly, Chubut. Departamento de Geografía y Turismo. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca, 2017.

Cantuta y Rosado (2017) Tesis titulada: El Turismo sostenible y la afluencia turística en los distritos de Ica y Huanchaco-2014. Carrera Profesional de Administración de Empresas. Facultad de Ciencias de Gestión. Universidad Autónoma del Perú. Lima-Perú.

Alban (2018) Análisis del potencial turístico de la provincia de palpa para una propuesta de desarrollo turístico sostenible en los distritos de palpa, Llipata y Santa Cruz-Ica-2018. Facultad de ciencias de la comunicación, turismo y psicología, sección posgrado. Universidad San Martín de Porras.

Ramírez (2018) Promoción turística y desarrollo del turismo en el distrito de Barranca, año 2017. Escuela profesional de gestión en turismo y hotelería. Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

Huaripata y Pérez (2018) Tesis titulada: La inversión pública en turismo y su impacto en la construcción de identidad en el distrito de Cajamarca, Universidad César Vallejo Cajamarca, 2018. Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo.

Romani (2017) Calidad turística y buenas prácticas de servicios turísticos en Lima Metropolitana, 2016. Escuela de posgrado de la Universidad Cesar Vallejo (17-24)

García (2020) Potencialidades turísticas del distrito de Catacaos para el desarrollo de un producto Turístico Vivencial, 2021. Adaptado de:  
Video youtube: Paracas fijas bueno bonito y barato  
<https://www.youtube.com/watch?v=2DVh7B4vBNQ>

World Economic Forum (2017) The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Junio 01, 2020, de WEF. Sitio web:  
[http://www.cdi.org.pe/InformeGlobaldeViajesyTurismo/doc/2017/WEF\\_TTCR\\_2017\\_web\\_0401.pdf](http://www.cdi.org.pe/InformeGlobaldeViajesyTurismo/doc/2017/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf)

Duque y Palacios (2017) Artículo “Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó”. Universidad Libre. Vol.15.Nº26.Bogotá (Colombia).Enero-Junio 2017.Pp. 195. 195-213.  
ISSN 1900-0642

Cascales, Fuentes y De Esteban (2017) Artículo titulado “La interacción de los hoteles con las redes sociales: un análisis de los hoteles de cuatro estrellas de la comunidad de Madrid (España). Universidad de Murcia.ISSN:1139-7861  
Doi:<http://dx.doi.org/10.6018/turismo.39.290471>

Nizama (2018) Tesis titulada “La calidad percibida del servicio hotelero y su relación en la percepción del cliente, Miraflores,2017. Caso: Hotel de 3 estrellas León de Oro Suites, Área de Front Desk”. Tesis para optar el título de maestra en Marketing Turístico y Hotelero. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología Sección de Posgrado de Turismo y Hotelería. Universidad de San Martín de Porres.

Ramos,E., Mogollón, F.Santur,L. y Cherre,I. (2020) El Modelo Servperf. Como herramienta de evaluación de la calidad de servicio de una empresa. Universidad y Sociedad, 12(2), 417-423.

Centurión, R. (2016) Gestión de la calidad con uso de técnicas modernas administrativas en micro y pequeñas empresas. Universidad Católica los Angeles de Chimbote. Tomado de  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9945/28.%20GESTION%20DE%20CALIDAD%20CON%20USO%20DE%20TECNICAS%20MODERNAS%20ADMINISTRATIVAS%20EN%20MICRO%20Y%20PEQUE%c3%91AS%20EMPRESAS%2c%20PROVINCIA%20DEL%20SANTA%2c%202016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Salazar, Y, y Cabrera, M. (2016) Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo-Ecuador Industrial Data, 19(2), 13-20. Recopilado de <https://www.redalyc.org/pdf/816/81649428003.pdf>

Stefanini, C., Alves, C., y Marques, R. (2018) Let's have lunch A study on the relation between hospitality, service quality and experience marketing and guest satisfaction in restaurants. Brazilian Journal of Tourism Research, 12 (1), 57-79.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014) Metodología de investigación. Sexta edición. Editorial Mc Graw Hill Education. Interamericana editores S.A. de C.V. Tomado de <https://www.esup.edu.pe/wpcontent/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20BaptistaMetodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

Acuy, C. y Ruiz, N. (2020) Evaluación de la calidad de los servicios turísticos ofertados en el transporte turístico fluvial Ferry, año 2020. Tomado de [http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/1058/CINTHYA\\_NINO\\_SHKA\\_TURISM\\_TESIS\\_TITULO\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/1058/CINTHYA_NINO_SHKA_TURISM_TESIS_TITULO_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Arias, A. (febrero de 2013) Calidad de los servicios y satisfacción del usuario. Madrid - España: Facultad de Ciencias de la Documentación. Complutense Universidad de Madrid.

Blas y Cabrera (2018) tesis titulada El modelo servperf como herramienta para medir la calidad de servicio en una empresa de transporte público urbano en Lima Norte en el año 2017. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Facultad de Negocios. Universidad Privada del Norte. Tomado de

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/15187/Bias%20Li%203%b1an%2c%20Janet%20Caroline.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Zeithalm, V.; Berry, L., & Parasuraman, A. (1993) The nature and determinants of customer expectations of services, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(1), 1-12.

Perez de Velasco , J. (1994). *Gestión de la calidad empresarial* . Madrid: Esic Editorial .

Camisón, Cruz, & Gonzáles, *Gestión de la Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas.*, 2006, pág. 918.

Parra Díaz, M. C. (2015). *Análisis de los modelos de medición de calidad percibida del servicio aplicados en la industria de hospitalidad*. Guayaquil: Universidad Espíritu Santo.

Ospina Moreno, L. A., & Betancurth Calderin, Y. F. (2018). *Evaluación de la calidad de servicio al cliente de la Universidad de los Llanos, basado en la percepción de los estudiantes de pregrado bajo el modelo servperf*. Villaviciencio: Universidad de los Llanos.

Balvín, R. y Chávez, J. (2018) Tesis titulada Principales factores que afectan a la demanda del sector turístico en paracas – pisco - ica. 2017. Tomado de: [http://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/UCSS/577/Balvin\\_Chavez\\_tesis\\_maestria\\_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/UCSS/577/Balvin_Chavez_tesis_maestria_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

MINCETUR. Plan de protección al turista 2017 – 2018.

Recuperado el 15 de diciembre del 2017 de <https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/upload>

Goeldner, Ch. & Brent, J. (2011). *Turismo. Planeación, administración y perspectivas*. (3era Ed.). México D. F.: Limusa Wiley.

Ibáñez, R. & Cabrera, C. (2011). Teoría general del turismo: Un enfoque global y nacional. (1ra ed.). México: Serie didáctica.

Álvarez, L. (2016). Productos, servicios y destinos turísticos. España: Paraninfo.

Bernal, A. (2005). Metodología de la investigación. México: Pearson

Resolución del consejo universitario N° 1262-2020/UCV. De Fecha Trujillo, 28 de agosto de 2020.

<https://www.ucv.edu.pe/wp-content/uploads/2020/11/RCUN%C2%B00262-2020-UCV-Aprueba-Actualizaci%C3%B3n-del-C%C3%B3digo-%C3%89tica-en-Investigaci%C3%B3n-1-1.pdf>

Ministerio de Salud (2016) Oficina General de Tecnología de Información

<http://www.minsa.gob.pe/estadisticas/estadisticas/indicadoresSalud/demograficos/poblaciontotal/POBVIDMacros.asp>

Otzen, T. y Manterola, C. (2017) Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. Int. J. Morphol., 35(I):227-232. Recuperado de:

<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

Edistra, N. (2021) Determining service quality towards repatronage intention at 5. Recovered from:

<http://repository.uph.edu/id/eprint/25020>

Thinh, NHT., Pham,L. y Strickler, C. (2019) Customer trust and purchase intention: How do primary website service quality dimensions matter in the context of luxury Hotels in Vietnam. Recovered from:

<https://www.igi-global.com/article/customer-trust-and-purchase-intention/217436>

- Lin, M.,Ling,Q.,Liu,Y., y Hu,R. (2021) The effects of service climate and internal service quality on frontline hotel employees' service-oriented behaviors. Recovered from:  
Doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102995>  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431921001389>
- Rabiul, MK.,Patwary, AK., y Mahamed,AE.(2021) Leadership Styles, Psychological Factors, and Employee Commitment to Service Quality in the Hotel Industry. Recovered from:  
Doi: <https://doi.org/10.1080/1528008X.2021.1913695>  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1528008X.2021.1913695>
- Sangpikul, A., (2021) Understanding resort service quality through customer complaints. Recovered from:  
Doi: <https://doi.org/10.1080/13032917.2021.1925937>  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13032917.2021.1925937>
- Anabila, P., Ameylbor, L., y Allan,MM. (2021) Service Quality and Customer Loyalty in Ghana's Hotel Industry: The Mediation Effects of Satisfaction and Delight. Recovered from:  
Doi: <https://doi.org/10.1080/1528008X.2021.1913691>  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1528008X.2021.1913691>
- Plidtookpai, N. y Yoopetch, C. (2021) The electronic Word-of-Mouth (eWOM) trustworthiness, brand image and other determinants of purchase intention of the middle class to luxury hotel services. Recovered from:  
Doi: <https://doi.org/10.34044/j.kjss.2021.42.1.10>  
file:///C:/Users/COMPAQ/Downloads/249437-Article%20Text-878677-1-1020210303.pdf
- Gasawneh, JA. , Anuar,MM., Dacko-Pikiewicz, Z. y Saputra, J. (2021) the impact of customer relationship management dimensions on service quality. Recovered from:  
Doi:10.17512/pjms.2021.23.2.02



<https://www.researchgate.net/profile/Jassim-AI>

Gasawneh/publication/352800067\_The\_Impact\_of\_Customer\_Relationship\_Management\_Dimensions\_on\_Service\_Quality/links/60da54b3299bf1ea9ecb330b/The-Impact-of-Customer-Relationship-Management-Dimensions-on-Service-Quality.pdf

Ben Haobin, Y., Huiyue, Y. y Peng, L. (2021) The impact of hotel servicescape on customer mindfulness and brand experience: The moderating role of length of stay. Recovered from:

Doi: <https://doi.org/10.1080/19368623.2021.1870186>

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19368623.2021.1870186>

Manirochana, N. (2021) Relationships between Service Quality, Service Marketing Mix, and Behavioral Intention: Consumers' Perspectives on Short-term Accommodation Service for Tourism in Thailand. Recovered from:

<https://www.turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/4135>

Surucu, L., Maslakci, A. y Seen, H. (2021) The Influence of Transformational Leadership on Employees' Innovative Behaviour in the Hospitality Industry: The Mediating Role of Leader Member Exchange. Recovered from:

Doi: <https://doi.org/10.37741/t.69.1.2>

<https://hrcak.srce.hr/254689>

Unguren, E., Tellioglu, S. y Turker, N. (2021) ... Hotel Attributes in Building Customer Loyalty Using Importance–Performance Analysis: A Study in the Context of Tourist Nationalities. *Journal of Tourism and Services*. Recovered from:

Doi: [10.29036/jots.v12i22.237](https://doi.org/10.29036/jots.v12i22.237)

<https://www.jots.cz/index.php/JoTS/article/view/237>

Filieri, R., Galati, F. y Raguseo, E. (2021) The impact of service attributes and category on eWOM helpfulness: An investigation of extremely negative and positive ratings using latent semantic analytics and ...

Doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106527>

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S074756322030279X>

- Chiou, MR., Chao, SL., Hsieh, HY. (2021) The moderating role of service recovery on customer loyalty in the context of cruise passengers. Recovered from:  
Doi: <https://doi.org/10.1080/03088839.2020.1742396>  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03088839.2020.1742396>
- Perpetusa, EM., Tari, JJ. Y Pereira-Moliner, J. (2021) Developing ambidexterity through quality management and their effects on performance. Recovered from:  
Doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102720>  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431920302723>
- Nurwayuni, AP., Arief, AF. y Saputra, B. (2021) Analysis of the effect of price and quality of service on customer satisfaction RedDoorz Hotel Jakarta.  
Recovered from:  
<https://journal.privietlab.org/index.php/PSSJ/article/view/48>
- Esenyel, I. (2021) North Cyprus Destinations Marketing Management Approach through Remodelling Servqual Analysis. Recovered from:  
Doi: <https://doi.org/10.36266/JEBS/166>  
[https://www.pubtexto.com/article\\_pdf/675/802/pubtexto\\_675\\_802\\_06042021023512.pdf](https://www.pubtexto.com/article_pdf/675/802/pubtexto_675_802_06042021023512.pdf)

## Anexos

### Anexo 1: Matriz de Consistencia

Tabla 5

*Matriz de consistencia*

Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Calidad de servicio turístico	<b>Calidad de servicio turístico</b>	Elementos tangibles	Instalaciones físicas Empleados del hotel Apariencia de las instalaciones del hotel	(1) Muy malo (2) Malo (3) Regular (4) Muy Bueno (5) Excelente
De acuerdo a Medina (2016) Es la competitividad internacional de las empresas de servicio exige su excelencia en los procesos internos y externos, donde realizar acuerdos trascendentales, tercerización de actividades, cuidar cada paso involucrado y satisfacción de su cliente son acciones que le van a permitir su constante progreso.	La calidad de servicio se evalúa de acuerdo a las dimensiones según el modelo ServPerf, los cuales son elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.	Fiabilidad	Servicios adicionales Interés de empleados Confiabilidad Servicio oportuno	(1) Muy malo (2) Malo (3) Regular (4) Muy Bueno (5) Excelente
		Capacidad de respuesta	Información de empleados Rapidez Disposición Atención de empleados	(1) Muy malo (2) Malo (3) Regular (4) Muy Bueno (5) Excelente
		Seguridad	Confianza Seguridad Amabilidad Apoyo a empleados	(1) Muy malo (2) Malo (3) Regular (4) Muy Bueno (5) Excelente
		Empatía	Atención personalizada Necesidades del turista Mejora de servicios Horarios convenientes	(1) Muy malo (2) Malo (3) Regular (4) Muy Bueno (5) Excelente

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 2: Validación de Expertos

### 2.1 Bazalar Paz, Miguel Ángel

Dr. en Administración



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 6 de mayo de 2021

Apellido y nombres del experto: Bazalar Paz, Miguel Angel

DNI: 25793885

Teléfono: 989193334

Título/grados: Doctor en Administración

Cargo e institución en que labora: Docente – 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 las columnas de SÍ o NO.

ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
	SÍ	NO	
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 ¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	X		
5 ¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	X		
6 ¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	X		
7 ¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	X		
8 ¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	X		Debe tener cuidado con el interlineado de cada pregunta de tal manera que no quede la pregunta en una hoja y las alternativas en otra hoja.
9 ¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	X		

SUGERENCIAS:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

FIRMA DEL EXPERTO

## 2.2 Huamaní Paliza, Frank David

### Magíster en Administración de Empresas



UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 06 de mayo de 2021

Apellido y nombres del experto: Frank David Huamaní Paliza

DNI: 41523590

Teléfono: 999418200

Título/grados: Magíster

Cargo e institución en que labora: UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
	SÍ	NO	
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 ¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	x		
5 ¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	x		
6 ¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	x		
7 ¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	x		
8 ¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	x		
9 ¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	x		

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

FIRMA DEL EXPERTO

## 2.3. Tovar Zacarias Carlos

### Magíster en Administración de Empresas



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Lima, \_\_\_\_\_ 07 de mayo \_\_\_\_\_ de 2021

Apellido y nombres del experto: Tovar Zacarias Carlos

DNI: 10139218

Teléfono: 997060409

Título/grados: Magister en Administración

Cargo e institución en que labora: Responsable de Unidad de Investigación - ATH

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
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	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	X		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	X		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	X		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	X		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?		X	

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

FIRMA DEL EXPERTO

### Anexo 3: Codificación de base de datos empleados en la encuesta

#### Tabla

#### Detalles de datos de control, códigos utilizados y base de datos

Tabla 6a

Detalles de Edad de encuestados

Edad (años)	Descripción	Código
10 a 18	Adolescente	0
19 a 26	Jóvenes	1
27 a 40	Adultos	2
41 a 60	Adultos mayores	3
61 a más	ancianos	4

Tabla 6 b

Detalles de sexo

Sexo	Código
Masculino	1
Femenino	0

Tabla 6 c

Detalles de procedencia

Procedencia	Código
Lima	1
Arequipa	2
Trujillo	2

Tabla 6 d

Detalles de instrucción

Instrucción	Código
Ingeniero	0
Abogado	2
Doctor	3
Arquitecto	4
Médico	5
Empresario	6
Superior	7
Estudiante	8
Administrador	9



La escala de las encuestas, tiene los valores siguientes:

Tabla 6e

Detalles de la Escala y código utilizadas en la encuesta

Escala de la encuesta	Código
Totalmente de acuerdo	1
De acuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	4
Totalmente en desacuerdo	5

**Anexo 4: Cartas de presentación de la Universidad César Vallejo a favor de la estudiante Marjori Quispe Velaochaga, para recabar información de hoteles cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021.**

**3.1 Carta de presentación para la Dircetur Ica**



"AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA"

Ate, 11 de Mayo del 2021

CARTA Nº031-2021-UCV-VA-P02-F05L01/CCP-E.P.ATH

Señor:  
Dirección Regional de Comercio Exterior  
y Turismo Ica (Dircetur Ica)  
Ciudad. -

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, con la finalidad de hacer de su conocimiento que la Srta. **Quispe Velaochaga Marjori** pertenece a la Escuela de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad Cesar Vallejo - Ate, la mencionada estudiante estará realizando recopilación de información en la localidad de ICA-PISCO-PARACAS, información que le ayudará en la redacción del informe final de Trabajo de Tesis titulado: "**SERVICIO TURISTICO DE HOTELES 5 ESTRELLAS EN BALNEARIOS PARACAS-PISCO-ICA**".

Aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente,



**Mg. Crystal Massiel del Carmen Reyna Quispe**  
Coordinadora de la Escuela Profesional de  
Administración en Turismo y Hotelería  
UCV ATE LIMA

CAMPUS ATE UMA  
RUC: 20164119532  
Carretera Central - Km.82  
ATE VITARTE  
T. +51(1)2034342 Ates. 8708

### 3.2 Carta de presentación para el hotel Paracas Luxury Collection Resort



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA"

Ato, 11 de Mayo del 2021

CARTA Nº030-2021-UCV-VA-P02-F05L01/CCP-E.P.ATH

Señor:  
Hotel Paracas Luxury Collection Resort  
Ica-Pisco-Paracas  
Ciudad. -

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, con la finalidad de hacer de su conocimiento que la siguiente estudiante pertenece a la Escuela de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad Cesar Vallejo - Ato, la mencionada estudiante estará realizando recopilación de información a través de encuestas en su representada, información que les ayudará en la redacción del informe final de Trabajo de Tesis titulado: "SERVICIO TURISTICO DE HOTELES 5 ESTRELLAS EN BALNEARIOS PARACAS-PISCO-ICA".

Nombres y Apellidos

Código de Alumno

Quispe Velaochaga Marjori

7002675861

Aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente,



Mg. Crystal Massiel del Carmen Reyna Quispe  
Coordinadora de la Escuela Profesional de  
Administración en Turismo y Hotelería  
UCV ATE LIMA

CAMPUS ATE LIMA  
RUC: 20184013332  
Carretera Central - Km. 8.2  
ATE VISTA ROSA  
T: +51(1) 2026042 Ato: 8718

### 3.3 Carta de presentación para el hotel Peruvian Tours Agency S.A.C.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**"AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA"**

Ate, 11 de Mayo del 2021

**CARTA N°029-2021-UCV-VA-P02-**

**F05L01/CCP-E.P.ATH**

**Señor:**

**Peruvian Tours Agency S.A.C**

**Ica-Pisco-Paracas**

**Ciudad. -**

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, con la finalidad de hacer de su conocimiento que la siguiente estudiante pertenece a la Escuela de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad Cesar Vallejo – Ate, la mencionada estudiante estará realizando recopilación de información a través de encuestas en su representada, información que les ayudará en la redacción del informe final de Trabajo de Tesis titulado: **"SERVICIO TURISTICO DE HOTELES 5 ESTRELLAS EN BALNEARIOS PARACAS-PISCO-ICA"**.

Nombres y Apellidos

Código de

Alumno

**Quispe Velaochaga Marjori**

Aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente,



**Mg. Crystal Massiel del Carmen Reyna**

**Coordinadora de la Escuela Profesional de  
Administración en Turismo y Hotelería**

**UCV ATE LIMA**

### 3.4 Carta de presentación al Hotel Hilton



"AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA"

Ate, 11 de Mayo del 2021

CARTA Nº028-2021-UCV-VA-P02-F05L01/CCP-E.P.ATH

Señor:  
~~Brade~~ Paracas S.A.  
Ica-Pisco-Paracas  
Ciudad. -

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, con la finalidad de hacer de su conocimiento que la siguiente estudiante pertenece a la Escuela de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo - Ate, la mencionada estudiante estará realizando recopilación de información a través de encuestas en su representada, información que les ayudará en la redacción del informe final de Trabajo de Tesis titulado: "SERVICIO TURISTICO DE HOTELES 5 ESTRELLAS EN BALNEARIOS PARACAS-PISCO-ICA".

Nombres y Apellidos

Código de Alumno

Quispe Velaochaga ~~Mariela~~

Aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente,



Mg. ~~Crystal Massiel~~ del Carmen Reyna Quispe  
Coordinadora de la Escuela Profesional de  
Administración en Turismo y Hotelería  
BCV ATE LIMA

CAMPUS ATE LIMA  
RUC: 20184112882  
Carretera Central ~~499~~ 8.2  
ATE ATARI  
T. + 51 (0)204-041 ~~499~~ 8700

## **Anexo 5: Encuesta**

**Se realizó la encuesta digital a turistas nacionales, siendo la siguiente:**

### **ENCUESTA**

Estudiante: Marjori

Tesis: Calidad de servicios del hotel Hilton 5 estrellas en el Balneario de Paracas, Pisco-Ica, 2021.

#### **Datos de control**

Edad: . . . . .

Sexo: . . . . .

Procedencia: . . . . .

Instrucción: . . . . .

Se agradece responder las preguntas con honestidad, marcando una alternativa, en las siguientes:

1. Las instalaciones físicas del hotel son visualmente atractivas

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

2. Los empleados del hotel tienen apariencia pulcra

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

3. La apariencia de las instalaciones del hotel están acorde con el tipo de servicio prestado

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

4. Cuando en el hotel te ofrecen servicios adicionales, lo hacen

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

5. Cuando usted tiene un problema en el hotel muestran un sincero interés en solucionarlo

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

6. El hotel es confiable

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

7. El hotel provee el servicio oportuno

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

8. Los empleados del hotel informan con precisión a los clientes cuando concluirá cada servicio

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

9. Los empleados del hotel le sirven con rapidez

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

10. Los empleados del hotel siempre se muestran dispuestos a ayudarle

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo



11. Los empleados del hotel suelen estar desocupados para atender sus preguntas

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

12. El comportamiento de los empleados del hotel le transmite confianza

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

13. Usted se siente seguro en sus transacciones con los empleados del hotel

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

14. Los empleados del hotel son siempre amables con usted

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

15. Los empleados reciben el adecuado apoyo para realizar bien su trabajo

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

16. Los empleados del hotel le dan una atención personalizada

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

17. Los empleados del hotel comprenden sus necesidades

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

18. El hotel se preocupa por mejorar sus servicios

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

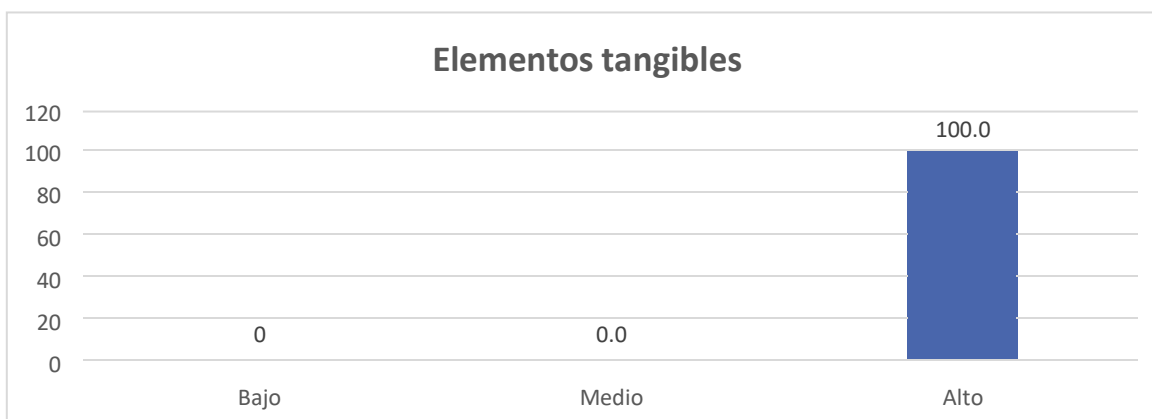
19. El hotel tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes

- (1). Totalmente de acuerdo
- (2). De acuerdo
- (3). Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4). En desacuerdo
- (5). Totalmente en desacuerdo

## Anexo 6: Resultados de la encuesta por dimensiones y niveles alto, medio y bajo

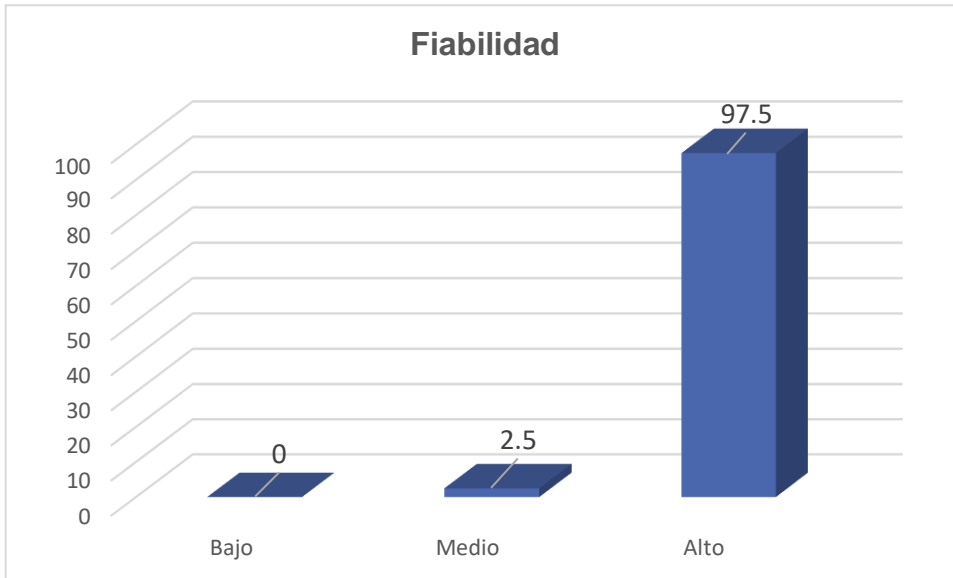
### Dimensión elementos tangibles

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Medio	0	0.0	0.0	0.0
Alto	81	100.0	100.0	100.0



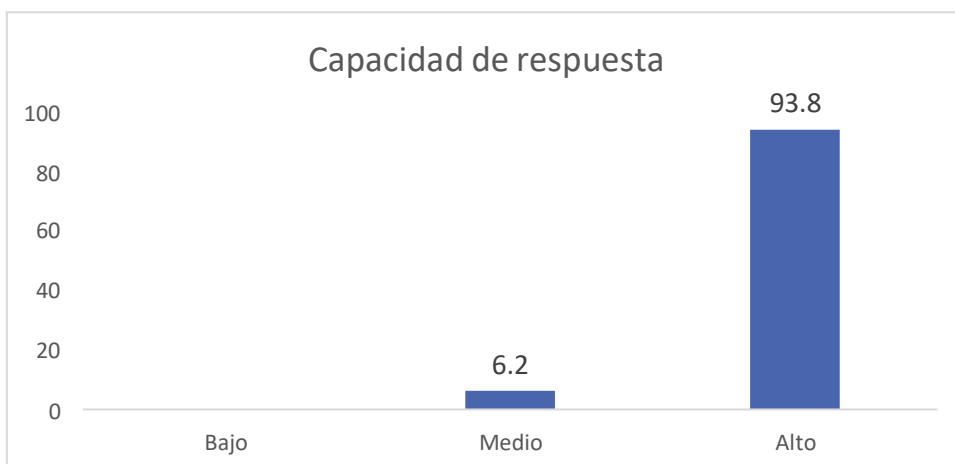
### Fiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Medio	2	2.5	2.5	2.5
Alto	79	97.5	97.5	100.0
Total	81	100.0	100.0	



### Capacidad de respuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Medio	5	6.2	6.2	6.2
Alto	76	93.8	93.8	100.0
Total	81	100.0	100.0	

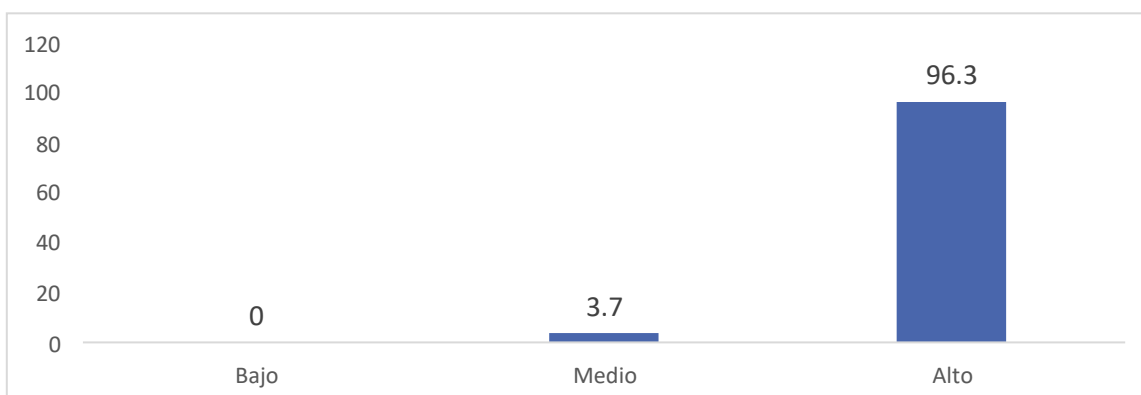


## Seguridad

---

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Medio	3	3.7	3.7	3.7
Alto	78	96.3	96.3	100.0
Total	81	100.0	100.0	

---



## Empatía

---

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Medio	3	3.7	3.7	3.7
Alto	78	96.3	96.3	100.0
Total	81	100.0	100.0	

---



### Calidad de servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0	0	0
Medio	1	1.2	1.2	1.2
Alto	80	98.8	98.8	100.0
Total	81	100.0	100.0	



## Anexo 7:

### Entrevista con Gerente General del Hotel Hilton cinco estrellas del Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS	
N° de registro: 01	
Nombre del investigador/entrevistador: <i>Marjori Rossy Quispe Velaochaga</i>	
Nombre de la población: Gerente	Fecha de la entrevista: 21/05/2021 Fecha de llenado de ficha:22/05/2021
Tema: <i>Calidad de Servicio del Hotel Hilton Cinco Estrellas del Balneario de Paracas</i>	
Contextualización: <i>Entrevista personal audio</i>	
Observaciones: <i>Ninguna</i>	
<p><b>Buenos tardes agradeciendo su atención el día de hoy el cual no tomara mucho de su tiempo para eso le pediré que me conteste las siguientes preguntas: 1. ¿Cómo afectó la Covid - 19 en los servicios del hotel Hilton?</b></p> <p>Bueno te hablo en términos generales nosotros y como todo el mundo no pensó que esta situación de la pandemia se iba dar de esta magnitud más de un año la hotelería como tal por ser una industria donde los huéspedes concurren. Y hay aforos que se manejan normalmente en un hotel como este en esta región obviamente por temor dejamos de percibir ingresos cerramos prácticamente el hotel en operaciones, no es que cerro el hotel como tal si no es que no venía gente por temor y si obviamente afecto todas las familias que dependen de una empresa como esta y también la empresa como tal tuvo que tomar en la línea de tiempo cambiando de planes a través de las cosas que iban pasando cada 15 días o cada mes porque acuérdate que iban cambiando las recomendaciones del Minsa, entonces los dueños al principio tenían una idea y a medida que pasaba el tiempo se reformulaba las estrategias de ventas a quien íbamos a vender, como íbamos a sostenernos en esta situación de pandemia ahora básicamente en esta región de Paracas ha sido beneficiada por su cercanía que tiene a Lima y el público que es el turismo interno que nos viene a visitar a nosotros, habido momentos que se paró operaciones porque no venía gente y</p>	



tuvimos que negociar con clientes corporativos a una tarifa totalmente diferencial o normal con descuentos más de 50 % a 60 % porque era para sostener y mantener los gastos que se daba en su momento aún pandemia nos cobraron las obligaciones que uno como empresa tiene y de ahí de pocos se reactivó el turismo interno y así fue incrementando y cuando la gente comenzó a decir voy a ir allá ,que garantía tiene un huésped uno sabe que es bonito tiene sus ventajas y fortalezas, el servicio es bueno ahorita lo que la gente busca es seguridad y el Hotel Hilton a nivel mundial incorporó dentro de su organigrama digamos en servicio el programa Clean Stay es un programa que está en todos lados en la entrada a nosotros como marca nos mandaron entrenamiento protocolos a seguir todo este programa que teníamos aparte del Minsa era una combinación de ambos y eso uno le dice al cliente vas a encontrar las habitaciones sanitadas las mesas como tal darle seguridad a la gente al principio no tienen mucha confianza porque los temores antes eran más fuertes y si estábamos en el comedor y alguien estornudaba wao era temor ya uno ha empezado a convivir con esto también no es que acá tengamos un scan y que cada vez que entre una persona sepamos de que tiene o no tiene el virus porque no es posible eso lo que sí es la exigencia aquí en el hotel es que usen correctamente la mascarilla este ahora están usando doble pero es la recomendación del MINSA entonces el distanciamiento tiene que a ver, tiene que a ver la lavada constante de manos y nosotros cómo hotel evaluamos a los trabajadores cada cierto tiempo porque tenemos incorporado personas de salud una enfermera que es licenciada tenemos un doctor dentro de la planilla que nos monitorean internamente los enfermos de piso entonces estamos pendientes de los trabajadores nadie está libre es un virus que atacado fuerte ahora la segunda ola peor por eso esa es la seguridad que uno le tiene que dar al cliente mantener siempre el aforo este hotel un aforo normal 400 personas temporada alta ahora no podríamos mantener tenemos que bajar el aforo y mantener con cuidado, ser poquito más extremista y como te decía económicamente hemos empezado a recuperar de a pocos porque la gente ya venía y se vendían las habitaciones a los precios normales nos tuvimos que bajar tarifa obviamente

entro del tema oferta demanda porque acá hay varios hoteles que tienen también sus atributos y que la gente empezó salir de Lima a superar los miedos y las confianzas con los protocolos que mejor referente que puede tener una persona es cuando una que ya vino acá y experimentó diga el Hilton tiene estos protocolos y más allá que publicidad y alguien por referencia le dice y se viene así se pasan la voz y paracas se está reactivando pero lamentablemente los que sufrieron mucho han sido los pequeños negocios de hospedaje los pequeños negocios de restaurante AyB han sufrido y han tenido que cerrar o sean tenido que reinventarse y hacer otro negocio para seguir manteniéndose ya. En resumen la hotelería en general ha sido afectada fuertemente el turismo como tal y hay tu puedes comparar un lugar tan visitado como Cuzco ahorita han cerrado restaurantes 5 tenedores y hoteles cinco estrellas han cerrado operaciones porque no hay gente y no hay negocios y muchas familias se han dejado de tener trabajo se han tenido que reinventar y cosa que en Paracas también paso lo mismo con algunas personas pero nosotros acá gracias Dios nos estamos manteniendo porque la gente todavía viene y así que vamos a esperar hasta con la vacuna que se están dando también que va a ser una situación en la que la gente se va tener más confianza al salir así que yo creo que para fin de año vamos a ver el panorama más claro en temas de hotelería porque no solo es hospedaje acá también se hacían eventos ahora no podemos realizar porque es un negocio de evento con hospedaje así estamos.

**2.- ¿Cuáles son las proyecciones que Ud. maneja, con todo este marco de referencia?**

La segmentación de este hotel siempre ha sido orientado a la familia porque aquí hay temporadas muy marcadas en temporada alta que es verano y temporada de vacaciones acá vienen muchas familias con niños y cuando no es así vienen jóvenes ahora a los 28 años acabaron su carrera están trabajando y tienen dinero para gastar sí y pues se hospedan 2 a 3 días pero también son jóvenes, tienen ese tema de ver niños y no les gusta mucho y prefieren ir a un

lugar tranquilo sin niños entonces el mix es así gente adulta gente mayor la tercera edad empezó a venir a un tiempo entonces cuando se reactivar esto gente mayor digamos entre 60 venían señoras así porque estaba súper tranquila menos ocupación y de repente cuando ya ven niños otras vez se van y es muy variado ahorita el mercado es de lima básicamente y de provincias algunas poquito vienen del sur de Arequipa y más son de lima vienen manejando en auto estas a 2 3 horas vienen y se quedan la duración de estadía 1.5 1.7 entonces la gente vienen a gastar dinero hay mucha gente que también en esta pandemia ha ganado mucho de lo que no ganaba cuando estaba normal el poder adquisitivo así estamos ahora no le cerramos la puerta a ningún cliente está abierto para todos

**Ok entiendo, muchas gracias continuando con la pregunta 3.- ¿y cuál es La perspectiva a más adelante del hotel Hilton?**

En un momento cuando todo estaba normal la Gerencia General, porque esto es una franquicia de Hilton se pensó habilitar unas 60 suites más todo el proyecto era ese que ahorita obviamente tuvo que parar ese proyecto así que nos seguimos manteniendo con las 124 suites que nosotros no estamos vendiendo las 124 por el foro estamos en 84 suites y estamos dejando 40 por fuera porque queremos mantener todavía está este distanciamiento que no esté muy cargado así que nosotros tenemos un área este gran campo de golf se ha muerto los jardines sufrieron muchísimo mantenimiento cuesta hay si tuvimos una perdida fuerte pero ahora si estamos contentos porque se ha reactivado hay gente que viene a trabajar está volviendo a trabajar es una buena señal de esta zona hablo lamentablemente otras zonas si esta golpeado fuerte

**Continuando con las preguntas hablaremos sobre las gestiones del hotel**

**4.- ¿Cuál es la gestión de recursos humanos para su personal?**

Tenemos 2 tipos de capacitaciones uno que viene del Hilton porque tienes que ser capacitado a través de ellos porque tienen que cumplir con sus estándares y el otro son las capacitaciones que damos internamente de servicio y acá manejamos a los trabajadores relativamente, la población son gente que tiene más de 2, 4 a 9 años o desde que se apertura hay un grupo fuerte consolidado

que constantemente se puede estar actualizado con entrenamiento y pues llevan en la sangre de hospitalidad natural y es una ventaja de la zona ya que son muy amables y atentos eso viene desde casa. **Y me imagino que el personal se tuvo que reducir**, no entramos en suspensión perfecta dado la coyuntura y literalmente se ha ido reincorporando a todos entonces obviamente hubo gente que ha renunciado porque ya tuvieron que hacer otras cosas dedicarse a otras actividades entonces al final no es que hayamos despedido al personal y unos cuantos se tuvieron que ir y digamos no hemos tenido que sustituir a ese personal porque como ven bajamos el aforo no está la misma cantidad de gente de antes entonces por ende se puede manejar con lo que estamos y acá obviamente en A y B uno esta y no hay mucha gente que atender seguramente ese trabajador se va cambiar de ropa y se va ir hacer jardines y el cuartelero lo mismo entonces va tener que hacer limpieza en el comedor o sea hacemos de todo y todos dispuestos.

#### **6.- ¿Sobre los costos de mantenimiento, como lo está manejando el hotel?**

Nosotros no paramos acá es fuerte el mantenimiento estamos cerca al mar, tenemos que cuidar que se mantengan las cosas nosotros cuando dejamos de operar porque no teníamos huésped los que literalmente se quedaron la gente de seguridad y de mantenimiento eran imprescindibles de mantener el hotel más allá de eso tuvimos que sufrir la pérdida del campo de golf porque no se podía pero mantenimiento es todo el año es darle la vuelta constantemente al hotel es hacer cambios que cuando se tiene que hacer se hace el hotel es bastante amplio, jardines, maderas, materiales, equipos sufren mucho hacer mantenimiento preventivo es importante y haya un presupuesto viendo el tiempo y se hacen cambios de ciertos equipos como aire acondicionado ya estamos por bloque por bloque de a poco cambiando los equipos de cocina, los bares

Yo acá le doy mucho énfasis al personal de hecho es la base de la empresa el RR.HH. tiene que estar bien constituido acá y RR.HH. no es el que está en la

oficina y si no somos todos nosotros y el empoderamiento que le damos al personal yo siempre le digo a ellos imagínate que tú eres el gerente del hotel y yo soy jefe de seguridad el día de hoy tu toma la decisión y ellos hacen que tomen decisiones en su área los criterios están y pueden cometer errores estamos para decirle la próxima has esto y yo te voy a sostener para que tu mejores y uno ya adquiere esa confianza y puede mejor resolución yo aplico esa política yo como gerente digo yo me puedo ir a mi casa a descansar un rato porque sé que esta lucho augusto están gerenciando el hotel entonces ante cualquier cosa yo estoy dispuesto a salir atender a cualquier hora salgo soy residente vivo acá por ese lado va la política.

**Bueno hemos llegado al final de la entrevista me despedido y esperamos que todo esto pase y pueda reactivarse la industria hotelera al 100 %  
¡Gracias! Sr Guillermo**

Duración de entrevista: 30 *minutos*

**Anexo 8:**

**Fotografías del trabajo de campo en el Hotel Hilton cinco estrellas Entrevista del Balneario de Paracas, Pisco-Ica,2021.**



Entrevista a Gerente General del Hotel Hilton cinco estrellas



Entrevista a Jefe de Seguridad del hotel Hilton cinco estrellas.



Entrevista a funcionario de la Municipalidad del distrito de Paracas.



Sala de entrada al hotel Hilton

## Anexo 9 Evaluación del Turnitin




### Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, EDWIN NATIVIDAD GABRIEL CAMPOS, docente de la Facultad CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela profesional ADMINISTRACION EN TURISMO Y HOTELERIA de la Universidad César Vallejo, sede Ate, asesor del trabajo de Investigación titulado: “Calidad de Servicios del Hotel Hilton Cinco Estrellas del Balneario de Paracas, Pisco – Ica, 2021”, de los autores Quispe Velaochaga Marjori Rossy, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el trabajo de investigación cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Cesar Vallejo.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Lima, 12 de Julio del 2021

Apellidos y nombres del Asesor: Gabriel Campos, Edwin Natividad	
DNI: 40817384	 Firma
ORCID: <a href="https://orcid.org/0000-0003-0245-0040">https://orcid.org/0000-0003-0245-0040</a>	