

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DEMENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO**

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO

CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA POR LOS
TURISTAS EN HOSPEDAJES DE LA CIUDAD DE
CHACHAPOYAS, 2023**

Autora:

Bach. Arely Güimac Catpo

Asesora:

Ph.D. Maritza Revilla Bueloth

Registro: (.....)

CHACHAPOYAS – PERÚ

2024

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a Dios todo poderoso, quien me ha otorgado la vida, ha sido mi guía constante y ha iluminado cada paso de mi trayectoria profesional.

A mis queridos padres, Newman Güimac Chávez y Alicia Mercedes Catpo Góngora, por ser el pilar fundamental de mi existencia. Su amor incondicional y su apoyo inquebrantable han sido la fuerza motriz que me ha impulsado a superar cada desafío.

A mis hermanos, Erick, Royser y Dayra, por su constante confianza y apoyo incondicional, que han sido una fuente de aliento y motivación a lo largo de este viaje.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más profundo agradecimiento a la familia Catpo Gongora por su amor, paciencia y apoyo incondicional a lo largo de este proceso. Su confianza en mí y su aliento constante fueron mi mayor fortaleza para superar los desafíos y culminar con éxito mi etapa universitaria.

A César Vásquez Vargas, por su valiosa ayuda y apoyo durante el desarrollo de esta investigación, brindando su tiempo, ideas y motivación, lo que fue fundamental para la realización de este trabajo.

A la Dra. Maritza Revilla Bueloth, docente de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza y asesora de tesis, por su esfuerzo, dedicación, conocimientos, su persistencia, paciencia y motivación, quien me brindo su aporte académico para poder guiarme durante todo el desarrollo de la tesis.

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de manera técnica, académica o científica, contribuyeron a la realización de esta investigación.

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ
DE MENDOZA DE AMAZONAS**

Ph.D. JORGE LUIS MAICELO QUINTANA
RECTOR

Dr. OSCAR ANDRÉS GAMARRA TORRES
VICERRECTOR ACADÉMICO

Dra. MARÍA NELLY LUJÁN ESPINOZA
VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN

Mag. CIRILO LORENZO ROJAS MALLQUI
**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL

PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-L

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

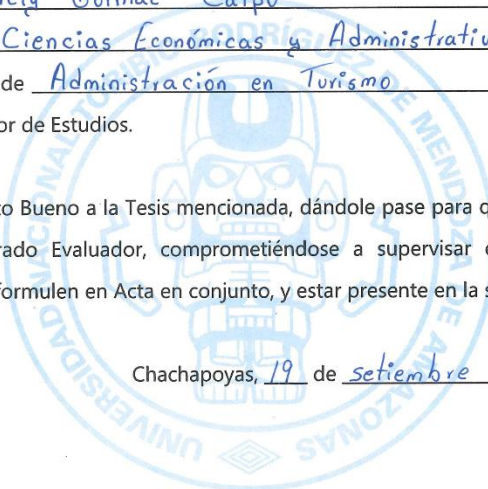
El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (X)/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada "Calidad de servicio percibida por los turistas en hospedajes de la ciudad de Chachapoyas, 2023" del egresado Avely Guimac Catpo de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Escuela Profesional de Administración en Turismo de esta Casa Superior de Estudios.

El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 19 de setiembre de 2024

Firma y nombre completo del Asesor

Ph.D. Maritza Revilla Beloth



JURADO EVALUADOR DE LA TESIS



Dr. Adolfo Cacho Revilla

PRESIDENTE



Dr. Erik Martos Collazos Silva

SECRETARIO



Mag. Müller Raul Muñoz Zumaeta

VOCAL

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-Q

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

"Calidad de servicio percibida por los turistas en hospedajes de la ciudad de Chachapoyas, 2023"

presentada por el estudiante ()/egresado (x) Arely Guimac Catpo

de la Escuela Profesional de Administración en Turismo


con correo electrónico institucional 7524751891@untrm.edu.pe

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- La citada Tesis tiene 16 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (x) / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 02 de Octubre del 2024


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

.....
.....

REPORTE TURNITIN

"CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA POR LOS TURISTAS EN HOSPEDAJES DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS, 2023"

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
2	eprints.uanl.mx Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
4	revista.sangregorio.edu.ec Fuente de Internet	1%
5	cdn.www.gob.pe Fuente de Internet	1%
6	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	1%
8	repositorio.untrm.edu.pe Fuente de Internet	<1%

Dr. Adolfo Cacho Revilla

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-5

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 12 de noviembre del año 2024 siendo las 10:00 horas, el aspirante: Arely Guimac Catpo, asesorado por Ph.D. Maritza Revilla Bueloth defiende en sesión pública presencial () / a distancia () la Tesis titulada: "Calidad de servicio percibida por los turistas en hospedajes de la ciudad de Chachapoyas 2023", para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración en Turismo a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Dr. Adolfo Cacho Revilla

Secretario: Dr. Erik Martos Collazos Silva

Vocal: Mag. Müller Raul Muñoz Zumaeta

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado () por Unanimidad () / Mayoría ()

Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 10:55 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

SECRETARIO

PRESIDENTE

VOCAL

OBSERVACIONES:

CONTENIDO GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	iv
VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS	v
JURADO EVALUADOR DE LA TESIS	vi
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS	vii
REPORTE TURNITIN	viii
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS	ix
CONTENIDO GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvi
I. INTRODUCCIÓN	17
II. MATERIAL Y METODOS	19
2.1. Población, muestra y muestreo	19
2.2. Variable de estudio	20
2.3. Diseño de investigación	20
2.4. Métodos	21
2.5. Técnicas e instrumento de recolección de datos	22
2.6. Análisis de datos	23
III. RESULTADOS	24
3.1. Diagnóstico del servicio de hospedajes de la ciudad de Chachapoyas	24
3.2. Análisis de la valoración del turista respecto a la calidad de servicio percibida ...	32
3.3. Evaluación de la calidad de servicio percibida por los turistas en los hospedajes	

	de la ciudad de Chachapoyas.....	48
IV.	DISCUSIÓN.....	57
V.	CONCLUSIONES.....	60
VI.	RECOMENDACIONES.....	61
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	62
	ANEXOS.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Representantes de las organizaciones vinculadas con el sector turismo	20
Tabla 2 Matriz de Análisis FODA.....	50
Tabla 3 Cronograma de actividades	52
Tabla 4 Presupuesto del plan estratégico.....	54
Tabla 5 Matriz de consistencia del proyecto de investigación	64
Tabla 6 Matriz de operacionalidad de la variable.....	65
Tabla 7 Tabulación de Elementos Tangibles.....	66
Tabla 8 Tabulación de Fiabilidad	66
Tabla 9 Tabulación de Seguridad	66
Tabla 10 Tabulación de Aptitud de Respuesta	67
Tabla 11 Tabulación de Empatía	67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Distribución de los establecimientos de hospedaje a nivel de la región Amazonas	25
Figura 2 Distribución de los hospedajes de Chachapoyas según su clasificación.....	26
Figura 3 Lugar de procedencia de la población encuestada.	27
Figura 4 Género de la población encuestada.	28
Figura 5 Edad de la población encuestada.....	29
Figura 6 Estado civil de la población encuestada.	30
Figura 7 Grado de instrucción de la población encuestada.	31
Figura 8 Motivos de viaje de la población encuestada.	32
Figura 9 Instalaciones conservadas y modernas de los hospedajes.....	33
Figura 10 Apariencia presentable y limpia del personal.	34
Figura 11 Atractividad de las instalaciones.	34
Figura 12 Presencia de equipos tecnológicos en los hospedajes.	35
Figura 13 Puntualidad en el check-in y check-out por parte de los hospedajes.	36
Figura 14 Nivel de limpieza y mantenimiento de la habitación.	36
Figura 15 El personal ha sido consistente en la información y asistencia durante la estancia.	37
Figura 16 Disponibilidad y funcionamiento correcto de las facilidades prometidas (wifi, desayuno, transporte).....	38
Figura 17 Impacto del personal de servicio en la confianza y seguridad del huésped.....	39
Figura 18 Ambientes seguros y libres de riesgos en los hospedajes.	39
Figura 19 Seguridad en los alrededores de las instalaciones de los hospedajes.....	40
Figura 20 El establecimiento es confiable para guardar las pertenencias.	41
Figura 21 Eficiencia en la resolución de solicitudes y necesidades de parte del personal de los hospedajes.....	42
Figura 22 Competencia del personal de los hospedajes para atender consultas.....	42
Figura 23 Disposición del personal para brindar ayuda.	43
Figura 24 Amabilidad y cortesía del personal de los hospedajes.....	44
Figura 25 Efectividad del personal del hospedaje en hacer sentir a los huéspedes bienvenidos y valorados.	45
Figura 26 Atención personalizada brindada por los hospedajes en la ciudad.	45
Figura 27 Preocupación del personal de servicio por el bienestar y satisfacción del huésped.....	46

Figura 28 Recomendabilidad de los hospedajes en la ciudad.	47
Figura 29 Tabulación de resultados.....	48

RESUMEN

La investigación titulada “Calidad de servicio percibida por los turistas en hospedajes de la ciudad de Chachapoyas, 2023” tuvo como objetivo principal determinar la calidad de servicio percibida por los turistas en los hospedajes de la ciudad de Chachapoyas. Se trató de un estudio mixto, descriptivo con corte transversal. Durante el tercer cuatrimestre del 2023, se aplicaron 381 encuestas a turistas nacionales e internacionales que visitaron la ciudad, revelando una percepción positiva en varias dimensiones. Los elementos tangibles, como la conservación de instalaciones y la presentación del personal, fueron altamente valorados, con un 67% y 65%, respectivamente. La fiabilidad también mostró resultados favorables, aunque una minoría expresó preocupaciones sobre el cumplimiento de promesas y el mantenimiento. La seguridad se percibe en general como buena, aunque algunos turistas tienen inquietudes sobre la seguridad en los alrededores. La aptitud de respuesta, aunque mayoritariamente positiva, presenta un 4% de evaluación negativa, destacando la necesidad de mejoras. La empatía es bien recibida, pero aún hay margen para fortalecer la atención personalizada y el cuidado del bienestar del huésped. Aunque la mayoría de los turistas considera que la calidad del servicio es buena, especialmente en los elementos tangibles y en la aptitud de respuesta (87%), las áreas de seguridad, empatía y fiabilidad muestran menores porcentajes en la categoría de “buena”, subrayando la necesidad de abordar estas áreas para mejorar la experiencia global del cliente.

Palabras claves: Calidad de servicio, calidad percibida, hospedaje, alojamiento, satisfacción del turista.

ABSTRACT

The research titled “Perceived Service Quality by Tourists in the Accommodations of Chachapoyas City, 2023” aimed to determine the perceived quality of service by tourists in Chachapoyas accommodations. This mixed-method, descriptive, cross-sectional study involved 381 surveys conducted during the third quarter of 2023 with both domestic and international tourists visiting the city. The results revealed a generally positive perception across several dimensions. Tangible elements, such as facility maintenance and staff presentation, were highly rated, with 67% and 65%, respectively. Reliability also showed favorable results, though a minority expressed concerns regarding the fulfillment of promises and maintenance. Security was perceived as good overall, but some tourists raised concerns about safety in the surroundings. Responsiveness, while largely positive, had a 4% negative rating, highlighting areas for improvement. Empathy was well-received, but there is still room to enhance personalized attention and guest well-being. While most tourists rated the service quality as good, particularly in tangible elements and responsiveness (87%), security, empathy, and reliability had lower percentages in the "good" category, emphasizing the need to address these areas to improve the overall customer experience.

Keywords: Service quality, perceived quality, lodging, accommodation, tourist satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

Los establecimientos de hospedaje desempeñan un papel fundamental en la experiencia de viaje, al ofrecer a los viajeros un lugar seguro y cómodo, así como una variedad de servicios que satisfacen sus necesidades y expectativas, contribuyendo a una experiencia memorable (OMT, 2023).

Según MINCETUR (2020) en el estudio Nivel de Satisfacción del turista que visitó la región Amazonas el 2019 los turistas que visitaron la región Amazonas mostraron un alto nivel de satisfacción con el servicio de alojamiento, alcanzando una puntuación de 83.4 sobre 100, este estudio abarcó la satisfacción de los turistas que hicieron uso de los establecimientos de hospedaje en toda la región, sin ofrecer un análisis detallado del servicio en los hospedajes. A diferencia de la presente investigación que se centra exclusivamente en la ciudad de Chachapoyas, con el objetivo de analizar de manera más precisa y profunda la calidad de servicio percibida por los turistas en sus hospedajes. De esta manera, surge la pregunta central de la investigación: ¿Cuál es la calidad de servicio percibida por los turistas en los hospedajes de la ciudad de Chachapoyas?, lo que permitió establecer como objetivo general determinar la calidad de servicio percibida por los turistas de los hospedajes de la ciudad de Chachapoyas, 2023. Para ello, se plantearon los siguientes objetivos específicos: diagnosticar el servicio de hospedajes de la ciudad de Chachapoyas, analizar la valoración del turista respecto a la calidad de servicio percibida en los hospedajes de la ciudad de Chachapoyas y evaluar la calidad de servicio percibida por los turistas en los hospedajes de Chachapoyas; la variable estudiada fue la calidad de servicio, desglosada en cinco dimensiones de acuerdo al modelo SERVQUAL: Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. La investigación utilizó un enfoque mixto, con diseño experimental y de corte transversal, aplicando los métodos descriptivo, analítico y sintético. La información fue recopilada mediante cuestionarios y guías de entrevistas, y procesada con los programas MS Excel 2016 y SPSS.

Las investigaciones revisadas destacan cómo la calidad del servicio en el sector turístico influye directamente en la experiencia del cliente, ofreciendo un panorama amplio que abarca diferentes niveles de infraestructura y contextos turísticos. Ruiz y Sánchez (2020), en su estudio en el Valle del Colca, analizaron alojamientos de lujo,

encontrando que la mayoría de los turistas valoraban positivamente el cumplimiento de las promesas de las empresas y la atención del personal, aunque identificaron carencias en servicios complementarios como movilidad e instalaciones, lo que refleja la necesidad de ajustes incluso en establecimientos de alta gama.

En Cajamarca, Albarrán (2019) y Bravo (2021) centraron sus estudios en hospedajes de tres y cuatro estrellas, donde se destacó el papel del equipamiento moderno y la atención personalizada en la satisfacción de los clientes. Sus hallazgos subrayaron que los servicios de mayor calidad fortalecen la percepción de valor y la experiencia turística, estableciendo un vínculo positivo entre la calidad y la satisfacción. Sin embargo, también evidenciaron áreas de mejora en la gestión y en la implementación de estándares de calidad más consistentes.

En el contexto internacional, Almeida (2019) investigó en Espírito Santo, Brasil, los atributos específicos que influían en la satisfacción de los huéspedes según el perfil del viajero. Factores como la relación calidad-precio, la limpieza y la calidad del sueño se identificaron como determinantes, mostrando que las expectativas de los turistas varían según el tipo de viaje y el rango de precios, lo que sugiere la necesidad de enfoques personalizados en la gestión hotelera. De manera complementaria, Vogel et al. (2021) estudiaron en resorts la influencia de los servicios de restauración en la percepción global del destino, destacando la importancia de ofrecer experiencias gastronómicas de calidad para mejorar la satisfacción y fidelidad de los huéspedes.

Finalmente, Quispe (2018) analizó la relación entre la calidad de los servicios turísticos y el desarrollo de la actividad turística en Ica, identificando que el 81% de los turistas valoraron positivamente a los prestadores de servicios. Asimismo, se observó un fuerte consenso sobre el impacto del turismo en el desarrollo económico, sociocultural y ambiental, concluyendo que existe un vínculo significativo entre la calidad de los servicios y el crecimiento de diversas áreas en la región.

II. MATERIAL Y METODOS

2.1. Población, muestra y muestreo

Población

Para la ejecución de la investigación se consideraron dos poblaciones distintas:

P1: La primera población de estudio estuvo conformada por turistas tanto nacionales como extranjeros que visitaron la ciudad de Chachapoyas durante el tercer cuatrimestre del año 2022. Según, MINCETUR (2023), el arribo de turistas en los hospedajes de Chachapoyas durante los meses Setiembre – Diciembre fue un total de 44,143; de los cuales en el mes de setiembre se registraron 12,920 turistas, en el mes de octubre 11,836, en el mes de noviembre 10,209 y en el mes de diciembre 9178.

P2: La segunda población de estudio estuvo conformada por entidades relacionadas con el sector turismo, donde encontramos a la Subgerencia de Turismo de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo y la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines.

Muestra y muestreo

El estudio de la primera muestra se hizo mediante el muestreo probabilístico simple, haciendo uso de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 pqN}{E^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Donde:

n :	Tamaño de la muestra	=	¿?
N :	Población	=	44,143
z :	Nivel de confianza	=	1.96
p :	Variabilidad positiva	=	0.50
q :	Variabilidad negativa	=	0.50
E :	Error	=	0.05

Remplazando en la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2(44143)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(44143 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 380.9 = 381$$

Para el estudio de la segunda muestra, se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia. A continuación, se presenta un cuadro con los representantes de

cada entidad:

Tabla 1

Representantes de las organizaciones vinculadas con el sector turismo

REPRESENTANTES	ENTIDADES
Lic. Saby Pilar Escobedo León. (Subgerente de Turismo)	Subgerencia de Turismo de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas
Lic. Juanita del Carmen Sifuentes Barrientos. (Representante DIRCETUR)	Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR Amazonas).
Ing. Rohicer Fernando Silva Chávez. (Presidente de AHORA)	Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines (AHORA Amazonas).

Por lo tanto, las muestras estuvieron conformadas de la siguiente manera:

M1: La primera muestra estuvo conformada por 381 personas, involucrando turistas nacionales e internacionales.

M2: La segunda muestra estuvo conformada por 3 personas, representantes de las organizaciones vinculadas al sector turismo.

2.2. Variable de estudio

V: Calidad de servicio

2.3. Diseño de investigación

Tipo de diseño: No experimental

El estudio no implica la manipulación de variables ni la aplicación de tratamientos. En lugar de eso, se busca comprender la percepción de los turistas sobre la calidad del servicio sin intervenir en la situación.

Tipo de estudio: Corte Transversal descriptivo

Los datos se recopilan en un solo momento específico en el tiempo para analizar la situación en ese momento particular. En este caso, se evaluó la calidad de servicio percibida por los turistas durante el tercer cuatrimestre del año 2023.

Enfoque de recolección de datos: Mixto

El enfoque de recolección de datos empleado en esta investigación es de tipo mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos para obtener una

comprensión integral de la calidad de servicio percibida por los turistas en los hospedajes de la ciudad de Chachapoyas.

2.4. Métodos

Método Descriptivo:

El método descriptivo utilizado en esta investigación fue para proporcionar una visión clara y detallada del estado actual del servicio brindado en los hospedajes de la ciudad de Chachapoyas. Se recolecto datos específicos sobre las características de los establecimientos y las percepciones de los turistas a través de cuestionarios y entrevistas. A través de encuestas, entrevistas y observaciones, se describe minuciosamente cómo se ofrece el servicio y cómo es recibido por los visitantes, permitiendo una comprensión completa del contexto y las variables involucradas en la experiencia de hospedaje.

Método Analítico: El método analítico se utiliza para descomponer el concepto de calidad del servicio en sus componentes individuales para un examen detallado. Este enfoque implica analizar aspectos específicos del servicio, como la limpieza, el trato del personal y las instalaciones, y evaluar cómo cada uno contribuye a la percepción general de la calidad. A través del análisis de datos cuantitativos y cualitativos, se identifican las relaciones y patrones entre estos componentes, facilitando una comprensión profunda de los factores que afectan la satisfacción del turista.

Método Sintético: El método sintético combina los diferentes componentes del servicio para formar una visión integral de la calidad percibida. Tras analizar cada aspecto individualmente, este enfoque busca integrar los hallazgos para obtener una perspectiva holística de la experiencia del turista en los hospedajes de Chachapoyas. Al combinar los datos sobre las distintas características del servicio, se construye una imagen completa de cómo interactúan estos elementos y cómo contribuyen a la percepción global de la calidad del servicio.

Para la aplicación de los cuestionarios se utilizó el modelo Servqual que según Trujillo, B.R. (2022) manifiesta que SERVQUAL es un prototipo que ayuda a medir la calidad de servicio basándose en cinco dimensiones (Elementos tangibles, seguridad, fiabilidad, aptitud de respuesta y empatía), en el cual la calidad observada de los consumidores es medida de acuerdo a la disimilitud de las expectativas de calidad de la función del servicio y su idea de este, para entender mejor el modelo servqual, este ayuda a las organizaciones a reconocer

las brechas que existen entre los clientes y las empresas, atribuyendo a un estudio de disposiciones correctivas para tener un mejor servicio.

2.5. Técnicas e instrumento de recolección de datos

Técnica

Encuesta: Se utilizó encuestas para recolectar datos cuantitativos mediante cuestionarios. Esta técnica facilitó la obtención de información sobre la percepción de los turistas respecto a la calidad del servicio en los hospedajes de la ciudad de Chachapoyas. Las encuestas permitieron recopilar respuestas de un gran número de participantes de manera estructurada y estandarizada.

Entrevista: Para obtener información cualitativa sobre la evolución de los establecimientos de hospedaje, se realizó entrevistas semiestructuradas con tres informantes clave. Estas entrevistas se centraron en conocer aspectos relevantes de la evolución histórica de los hoteles en la región, brindando una visión general de cómo han cambiado con el tiempo.

Instrumento

Cuestionario: Para esta investigación se utilizó un cuestionario estructurado, que es una herramienta de recolección de datos diseñada para obtener información específica a través de una serie de preguntas predeterminadas. La recolección de información se llevó a cabo mediante fichas técnicas anónimas, garantizando así la confidencialidad y el anonimato de los participantes, lo que fomentó respuestas honestas y precisas. El cuestionario constó de 20 preguntas, las cuales se respondieron utilizando una escala de Likert con los siguientes criterios: 1 = totalmente de acuerdo; 2 = de acuerdo; 3 = indiferente; 4 = en desacuerdo; 5 = totalmente en desacuerdo. Esta escala permitió medir de manera detallada el grado de conformidad o disconformidad de los turistas con respecto a diversas dimensiones del servicio ofrecido por los establecimientos. Además, se incluyeron preguntas sociodemográficas para contextualizar las respuestas y facilitar un análisis más profundo, permitiendo identificar patrones y diferencias en la percepción del servicio entre diferentes grupos de turistas.

Guía de entrevista: Se aplicó entrevistas semiestructuradas a tres representantes de las entidades vinculadas con el sector turismo para explorar aspectos específicos de la evolución histórica de los establecimientos de hospedaje. La guía de la entrevista está estructurada por 3 preguntas generales y 7 preguntas abiertas lo cual permitió explorar en profundidad la trayectoria y los hitos importantes en

la historia de los hoteles. Las preguntas se diseñaron para estimular una conversación detallada y permitir a los entrevistados compartir sus conocimientos y perspectivas sobre la evolución del sector hotelero.

2.6. Análisis de datos

La evaluación de los datos se llevó a cabo mediante el uso de estadísticas descriptivas para crear tablas y gráficos estadísticos.

La información recopilada en el campo se procesó con la asistencia de herramientas especializadas como MS Excel 2016 y SPSS.

III. RESULTADOS

3.1. Diagnóstico del servicio de hospedajes de la ciudad de Chachapoyas.

Historia de los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Chachapoyas

La evolución de los hoteles en la ciudad de Chachapoyas ha sido un proceso extenso y significativo, desde los alojamientos rudimentarios de la época colonial hasta los modernos y regulados establecimientos actuales. Antiguamente cuando los viajeros llegaban a la ciudad encontraban posadas básicas y casas locales que ofrecían un refugio modesto, sin reglamentaciones ni estándares que guiarán la calidad del servicio. Los primeros días de hospedaje en la ciudad carecían de documentación detallada sobre los servicios ofrecidos, lo que reflejaba la simplicidad de los tiempos.

El cambio comenzó a gestarse con la promulgación del Decreto Supremo N.º 006-73-IC-DS, un hito en la historia de los alojamientos en la región Amazonas. Este decreto fue una piedra angular en la evolución del sector, estableciendo los primeros requisitos formales para la infraestructura y los servicios de los establecimientos de hospedaje. Por primera vez, se introdujo una clasificación sistemática que abarcaba desde hoteles hasta campings, categorizando estos alojamientos con un sistema de estrellas que iba de 1 a 5. Esta reglamentación permitió que Chachapoyas empezará a ofrecer una gama de opciones adaptadas a diferentes necesidades y presupuestos, marcando el inicio de una nueva era en la industria hotelera local.

Con el paso de los años, la regulación y la calidad de los servicios continuaron evolucionando. El Decreto Supremo N.º 01-2015-MINCETUR, vigente en la actualidad, modernizó el marco regulador, estableciendo cuatro categorías de alojamientos: Hoteles (de 1 a 5 estrellas), Apart hoteles (de 3 a 5 estrellas), Hostales (de 1 a 3 estrellas) y Albergues (sin categorización). En la actualidad en Chachapoyas no existen apart hoteles ni albergues.

Uno de los momentos decisivos en la historia de Chachapoyas fue la apertura de las telecabinas de Kuélap. Este evento no solo revitalizó el turismo en la región, sino que también tuvo un impacto significativo en el sector hotelero en la ciudad de Chachapoyas, que se ha consolidado como el centro de soporte de la región Amazonas. Con un incremento notable en el flujo de visitantes, los establecimientos de hospedaje en Chachapoyas comenzaron a elevar sus

estándares de calidad. Las habitaciones temáticas, el mayor confort y un diseño atractivo se convirtieron en las nuevas expectativas para los viajeros.

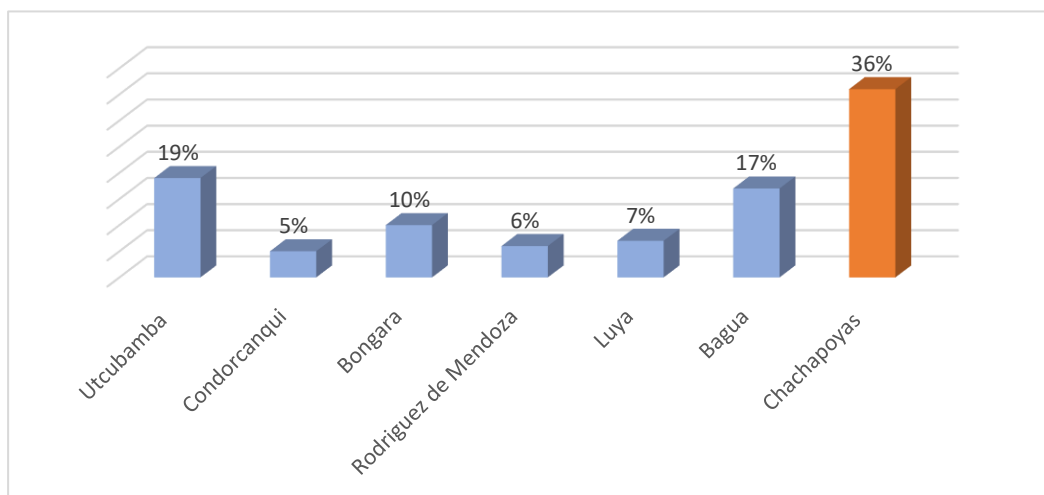
Entre los establecimientos más antiguos y emblemáticos de Chachapoyas se encuentran el Hotel Amazonas, que fue pionero en esta industria con una trayectoria de aproximadamente un siglo antes de cerrar sus puertas dejando un legado en la historia hotelera de Chachapoyas y otros como el Hotel Kuélap, Villa Paris, la Xalca, La casona Monsante, La casona del Rosario, D'Luxe, Backpackers, Puma Urco, La Posada del Arriero; estos hoteles, algunos con más de diez a quince años de historia, han sido testigos de la evolución del sector y continúan siendo referentes importantes.

Cada uno de estos establecimientos está diseñado para satisfacer las necesidades de un segmento específico de clientes, y su evolución está estrechamente ligada a la demanda y las expectativas del mercado. En un entorno de competencia creciente, los propietarios de hoteles deben estar atentos a las tendencias del mercado, adaptándose continuamente a las nuevas demandas, mejorando la infraestructura, optimizando los servicios y adoptando herramientas digitales para atraer y retener a los clientes.

La historia del sector hotelero en Chachapoyas es un testimonio de cómo la adaptación y la innovación pueden transformar una ciudad, desde sus humildes inicios hasta convertirse en un destino turístico emergente con una oferta de alojamiento cada vez más sofisticada y diversificada.

Figura 1

Distribución de los establecimientos de hospedaje a nivel de la región Amazonas.

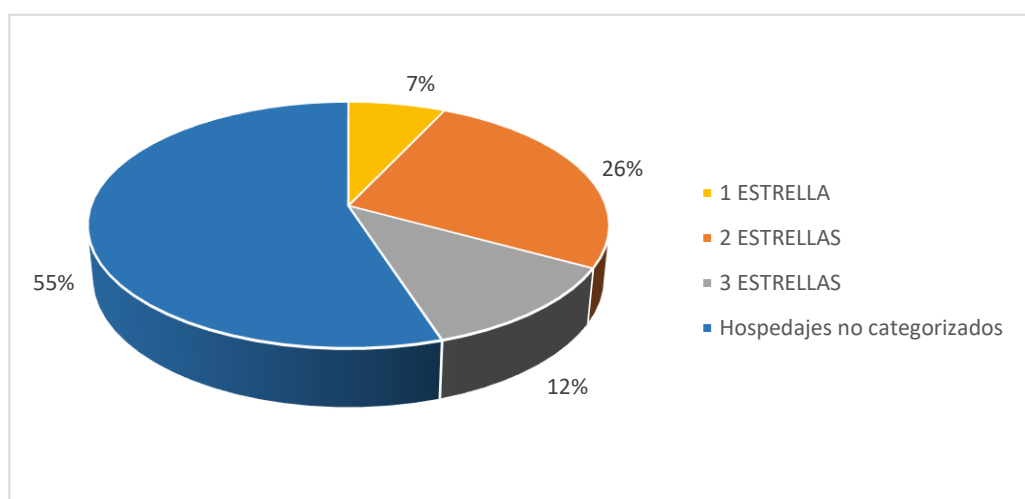


En la figura se puede apreciar que del total de establecimientos de hospedajes

registrados en la Dirección de Comercio Exterior y Turismo de la región Amazonas el mayor número de establecimientos se concentran en la ciudad de Chachapoyas lo cual representa el 36% de los establecimientos, el 19% está ubicado en Utcubamba, seguido de Bagua con un 17% y en Bongará hay un total de 10%, y con menor cantidad de establecimiento esta Luya, Rodríguez de Mendoza y Condorcanqui. Se deduce que la mayor cantidad de establecimientos están ubicados en Chachapoyas debido a que es el centro soporte del turismo de la región Amazonas.

Figura 2

Distribución de los hospedajes de Chachapoyas según su clasificación.

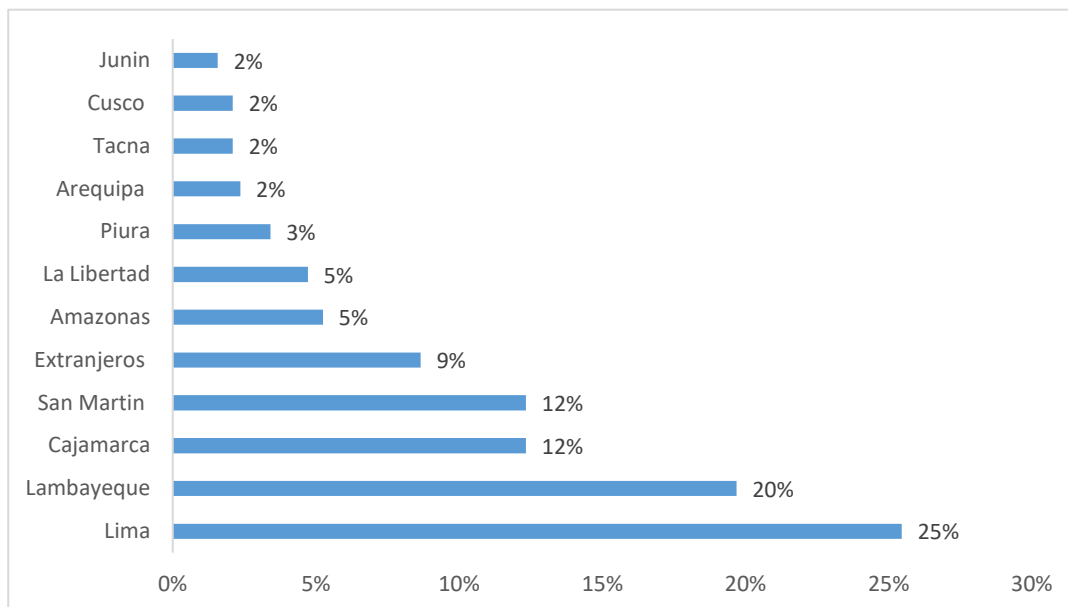


En la figura se aprecia que el 55% de los establecimientos de hospedajes no están categorizados, el 26% son hospedajes clasificados con dos estrellas, el 12% son establecimientos de 3 estrellas y el 7 % son de una estrella. Para el estudio de la investigación se trabajó con huéspedes de los establecimientos que se encuentran en todas las clasificaciones.

Diagnóstico sociodemográfico de los Turistas que hicieron uso de los establecimientos de Hospedaje

Figura 3

Lugar de procedencia de la población encuestada.



La distribución de turistas en nuestra ciudad muestra un fuerte atractivo tanto a nivel nacional como internacional. La mayoría de los visitantes, un 25%, provienen de Lima, lo que subraya el papel central de la capital peruana como principal punto de partida para los viajeros que exploran otras regiones del país.

Lambayeque aporta el 20% de los turistas, mientras que Cajamarca y San Martín contribuyen con un 12% cada una. Estas regiones, destacadas por su historia, sitios arqueológicos y atractivos naturales y culturales, tienen una fuerte presencia en las visitas a nuestra ciudad.

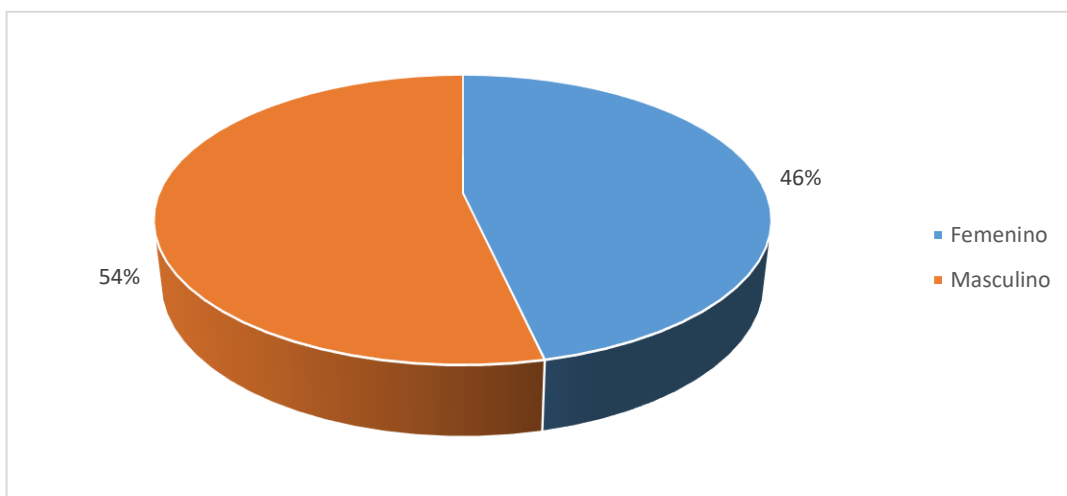
Los turistas internacionales constituyen un 9% del total, subrayando el creciente interés global en nuestro destino y su contribución significativa a la diversidad cultural del turismo.

Las regiones de La Libertad y Amazonas aportan un 5% del total de turistas cada una. Aunque estas cifras son menores en comparación con las principales regiones emisoras, aún representan una parte significativa del turismo regional. La presencia de Amazonas en particular destaca la importancia del turismo interno dentro de la región. Por otro lado, Piura, Arequipa, Tacna, Cusco y Junín tienen una presencia más modesta, con porcentajes entre el 2% y el 3%, pero siguen siendo relevantes en el perfil de los visitantes.

En resumen, mientras que Lima domina el mercado turístico, las otras regiones y los turistas internacionales también juegan papeles importantes en la diversidad de visitantes que atrae nuestra ciudad. Este panorama subraya la importancia de una estrategia de marketing turística que no solo se enfoque en los grandes emisores de turistas, sino que también valore y promueva la llegada de visitantes de diferentes regiones y países.

Figura 4

Género de la población encuestada.

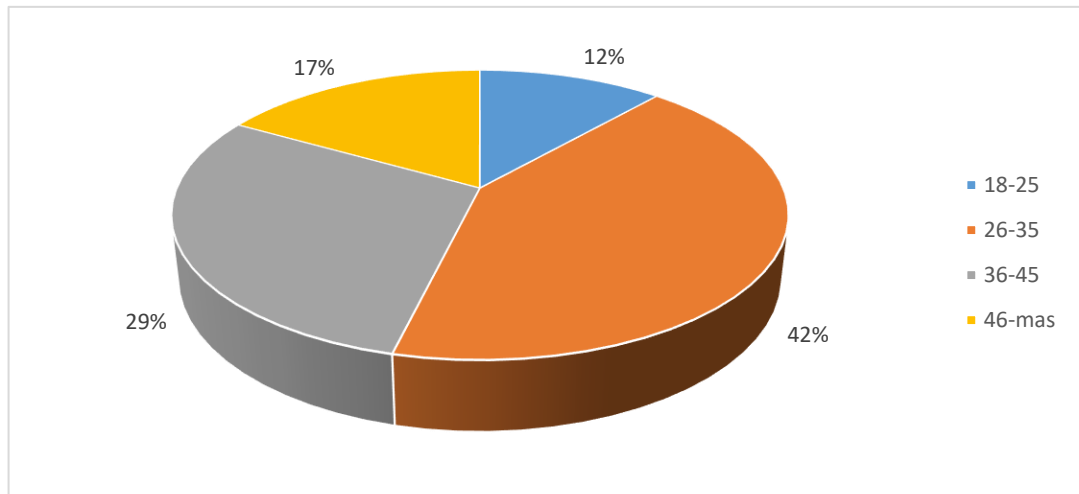


En los resultados obtenidos, se observa que la mayoría de las personas que utilizan hospedaje en Chachapoyas son varones, representando el 54% de la muestra, mientras que las mujeres constituyen el 46% restante. Esta diferencia en la preferencia de género entre los usuarios de hospedaje en Chachapoyas no es muy significativa. Las variaciones podrían atribuirse a diversas razones, como las preferencias individuales de viaje, motivaciones específicas para visitar Chachapoyas, o incluso factores económicos.

Además, es relevante destacar que el estudio titulado "Nivel de satisfacción del turista nacional y extranjero que visita Amazonas, 2019", realizado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, revela que los turistas que visitan la región Amazonas son predominantemente masculinos, con un 54% de representación tanto entre nacionales como extranjeros.

Figura 5

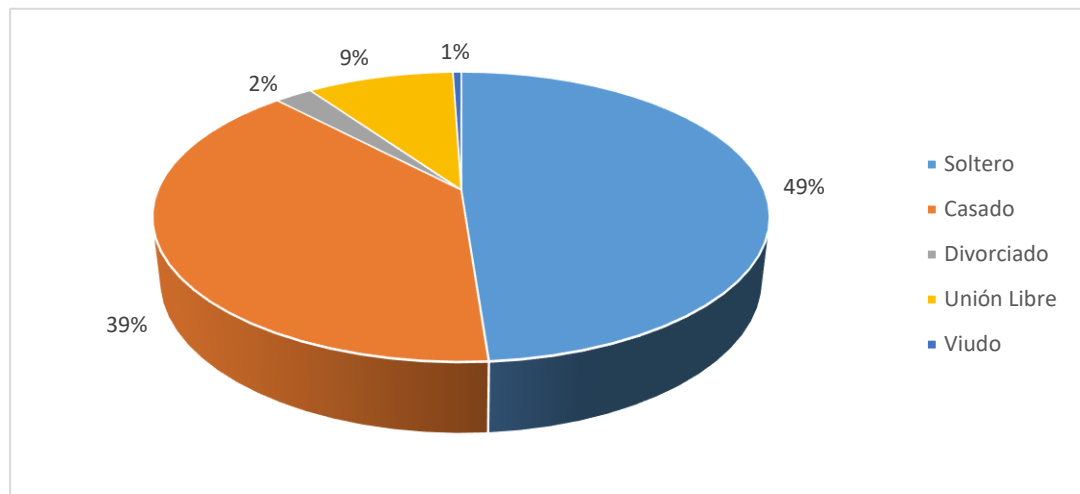
Edad de la población encuestada.



Según los datos obtenidos, se concluye que el grupo más numeroso entre los usuarios de hospedajes en Chachapoyas está compuesto por personas de entre 26 y 35 años, que representan el 42% del total. Esto sugiere que este rango de edad es el que más frecuentemente utiliza los hospedajes en la ciudad. Los grupos de edad de 18 a 25 años y de 36 a 45 años también tienen una representación significativa, con un 11% y un 30% respectivamente, indicando un equilibrio entre los visitantes jóvenes y aquellos en un rango de edad intermedio. Por otro lado, el grupo de edad de 46 años o más constituye el 17% de los usuarios, lo que demuestra una presencia destacada de personas mayores que también visitan Chachapoyas.

Figura 6

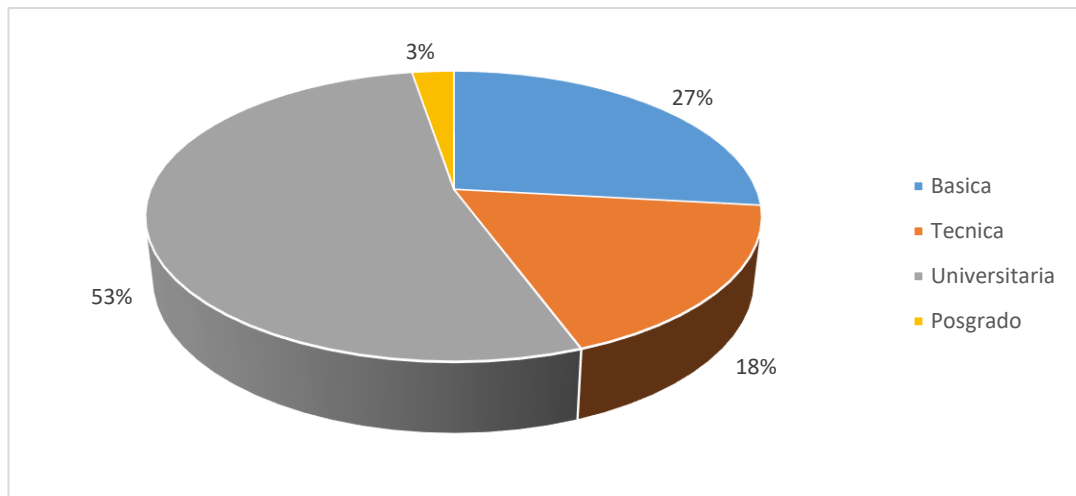
Estado civil de la población encuestada.



El grupo más grande de usuarios de hospedajes en Chachapoyas está compuesto por personas solteras, representando el 49% del total. Esto sugiere que los solteros son el grupo más frecuente entre los visitantes de la ciudad. Aunque las personas solteras son el grupo más grande, también hay una proporción significativa de personas casadas, que constituyen el 39% del total. Esto indica que Chachapoyas brinda servicio de alojamiento tanto a personas solteras como a parejas casadas. Los estados civiles menos comunes entre los usuarios de hospedaje en Chachapoyas incluyen aquellos que tienen unión libre (9%), divorciados (2%) y viudos (1%). Aunque estos grupos son menos numerosos, siguen siendo una parte importante de clientes de los establecimientos de hospedaje.

Figura 7

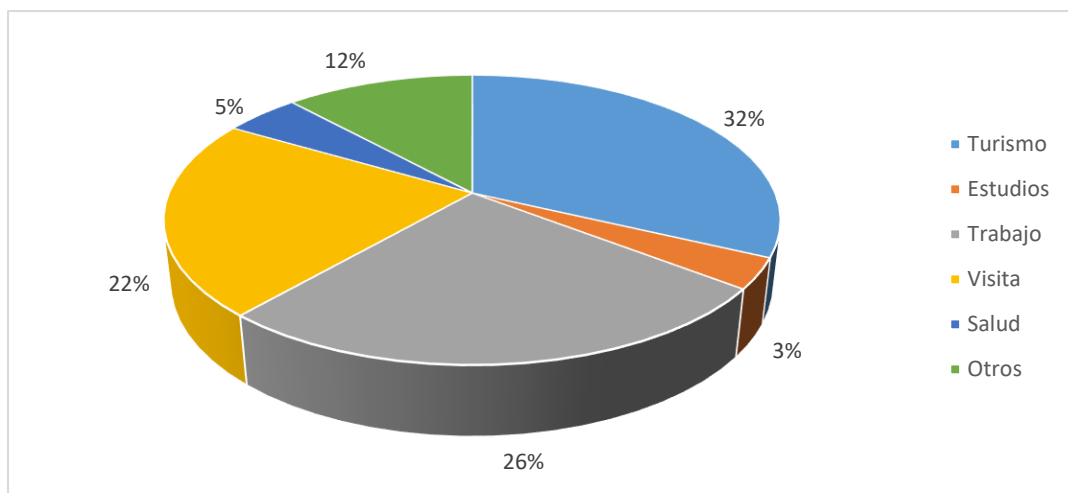
Grado de instrucción de la población encuestada.



Según los datos obtenidos, se concluye que la mayoría de los huéspedes encuestados en Chachapoyas tienen un grado de instrucción universitaria, representando el 54% del total. Además, un 18% de los encuestados poseen formación técnica, lo que indica que también hay una proporción significativa de visitantes con educación técnica. Esto sugiere que Chachapoyas atrae a un número considerable de visitantes altamente educados, quienes pueden estar interesados en la ciudad por razones profesionales o de interés personal. Por otro lado, el 27% de los huéspedes tienen un nivel de educación básica, lo que demuestra que Chachapoyas también recibe a personas con niveles educativos bajos. Esto puede reflejar la diversidad de los turistas que visitan la ciudad, que provienen de diferentes contextos y con variadas motivaciones. Finalmente, un 3% de los encuestados cuenta con estudios de posgrado, lo que representa una minoría, pero, aun así, destaca que Chachapoyas también atrae a visitantes con niveles educativos avanzados.

Figura 8

Motivos de viaje de la población encuestada.



El motivo más frecuente para visitar Chachapoyas entre los encuestados es el turismo, con un 32% de los visitantes eligiendo la ciudad por sus atracciones naturales y culturales. Chachapoyas se destaca como el centro principal de la región Amazonas, que atrae a numerosos visitantes interesados en su impresionante biodiversidad, paisajes naturales y sitios arqueológicos, siendo la Fortaleza de Kuélap y la Catarata de Gocta los íconos más representativos de la región. Un 26% de los encuestados viajan a Chachapoyas por motivos laborales, que pueden incluir negocios, conferencias u otras actividades profesionales. El 22% visita la ciudad para encontrarse con amigos o familiares. Además, el 3% de los visitantes acude a Chachapoyas por motivos de estudios, el 5% por razones de salud, y el 12% por otras razones no especificadas. Aunque estas categorías representan una proporción menor, son igualmente significativas y reflejan una variedad de motivaciones, como la educación, la atención médica o motivos personales específicos.

3.2. Análisis de la valoración del turista respecto a la calidad de servicio percibida

Conforme al plan delineado en el proyecto de investigación, los resultados que miden la calidad de los servicios en los hospedajes de Chachapoyas se derivaron de la percepción de los clientes en relación con cinco indicadores clave, según el modelo de medición de calidad SERVQUAL. Este modelo evalúa cinco dimensiones esenciales: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. La muestra del estudio comprendió a 381 turistas. Una vez recolectados los datos, se

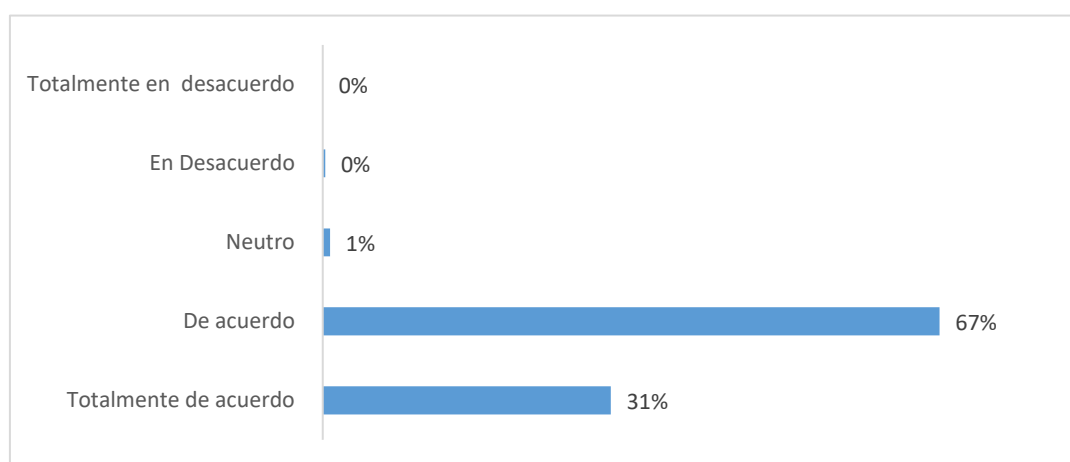
llevó a cabo un análisis detallado de la información, utilizando MS Excel 2016 y SPSS. A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los turistas que utilizan los establecimientos de hospedaje en Chachapoyas.

3.2.1. Elementos Tangibles

En esta sección, se evalúa la percepción de los clientes sobre la imagen y el estado de las instalaciones, los recursos y el personal, así como los materiales de comunicación disponibles en los hospedajes de Chachapoyas.

Figura 9

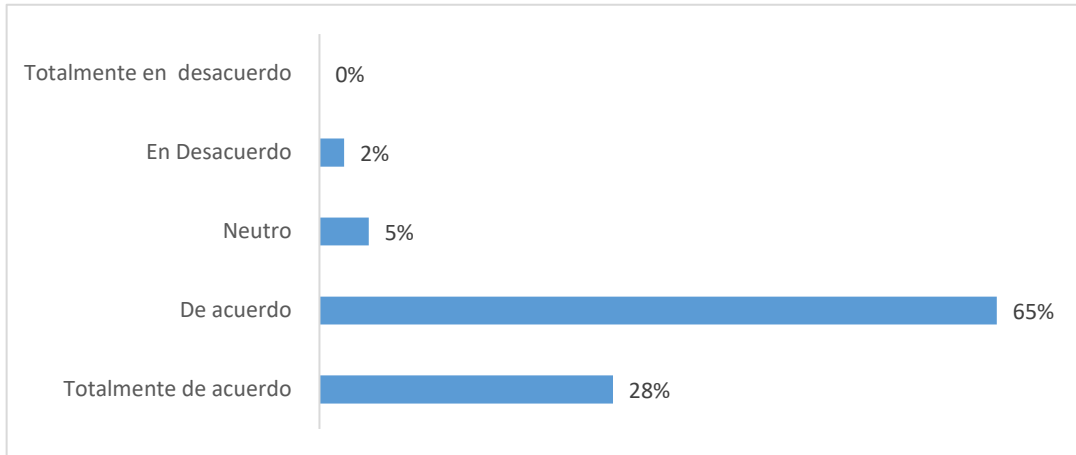
Instalaciones conservadas y modernas de los hospedajes.



Según los datos obtenidos en la figura se puede apreciar que el 67% de los encuestados está de acuerdo en que los establecimientos de hospedaje en Chachapoyas cuentan con instalaciones conservadas y modernas esta cifra indica que la mayoría ve de manera positiva la condición de las instalaciones, el 31% de los encuestados está totalmente de acuerdo, mostrando que una proporción significativa tiene una opinión fuertemente positiva sobre la conservación y modernidad de las instalaciones. Solo un 1% de los encuestados se encuentra neutro en su respuesta, lo que indica que la gran mayoría de los encuestados tiene una opinión definida sobre el estado de las instalaciones.

Figura 10

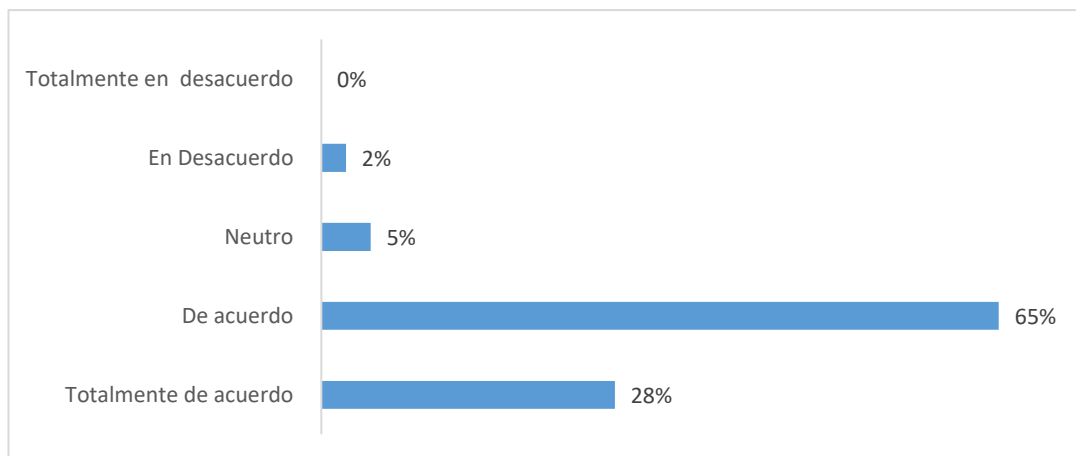
Apariencia presentable y limpia del personal.



En los resultados de la figura indican que el 28% de los encuestados está completamente de acuerdo en que el personal de los hospedajes presenta una apariencia presentable y limpia, además, el 65% está de acuerdo en que el personal luce presentable y limpio. Este porcentaje es considerable y se suma a la percepción positiva, lo que indica una mayoría que ve favorablemente la apariencia del personal. Los porcentajes de indiferencia (5%) y en desacuerdo (2%) son relativamente bajos, sugiriendo que la mayoría de los encuestados no tiene grandes preocupaciones respecto a la apariencia del personal. Sin embargo, es crucial seguir manteniendo altos estándares en la presentación del personal para satisfacer las expectativas de todos los clientes.

Figura 11

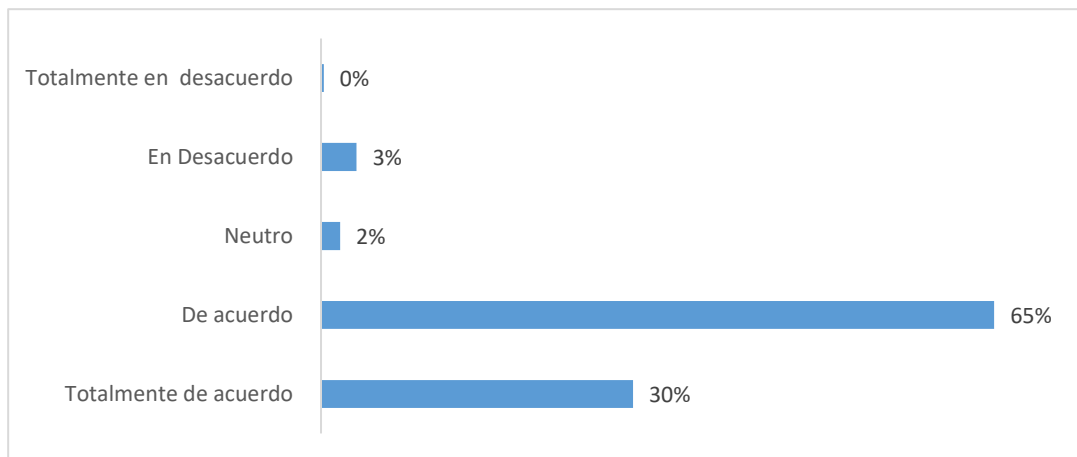
Atractividad de las instalaciones.



Los resultados indican que el 28% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que las instalaciones son visualmente atractivas, además, el 65% está de acuerdo. Este porcentaje considerable refuerza la percepción positiva, sugiriendo que la mayoría de los encuestados aprecia la apariencia de las instalaciones de los hospedajes en Chachapoyas. Solo el 5% muestra una postura neutral y el 2% discrepa, lo que señala que estos porcentajes son relativamente bajos. En general, esto sugiere que la mayoría de los encuestados tiene una visión favorable sobre la atractividad visual de las instalaciones.

Figura 12

Presencia de equipos tecnológicos en los hospedajes.



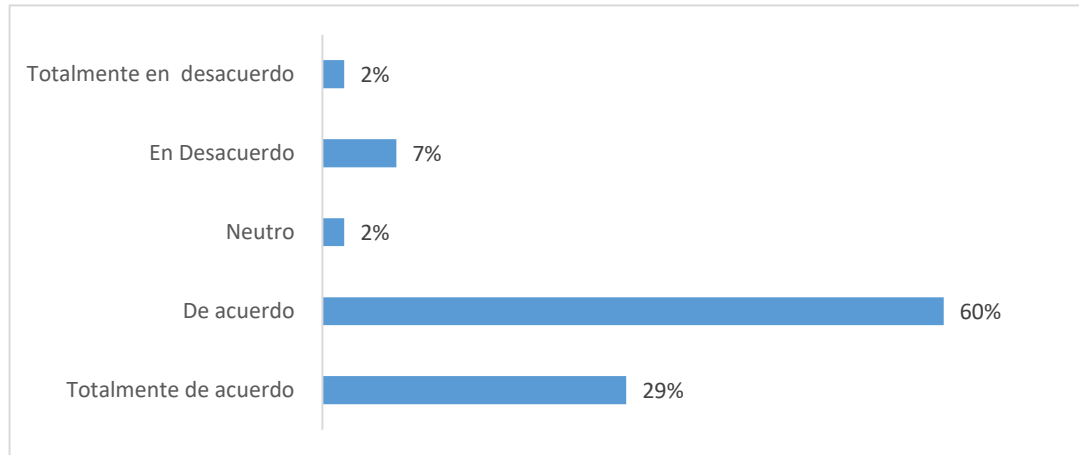
De acuerdo con la información recopilada, se puede apreciar que el 30% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que los establecimientos cuentan con equipos tecnológicos, así mismo el 65% está de acuerdo. Esto indica una mayoría de los encuestados reconoce y aprueba la presencia de tecnología en los hospedajes. Solo el 2% se muestra neutral y el 3% está en desacuerdo, indicando que las opiniones negativas sobre la tecnología en los establecimientos son mínimas.

3.2.2. Fiabilidad

La fiabilidad se relaciona con la percepción del cliente sobre la habilidad de una empresa para proporcionar el servicio prometido sin fallos. En esta sección, se analizó la capacidad de la empresa para entregar el servicio comprometido de manera eficiente y sin errores.

Figura 13

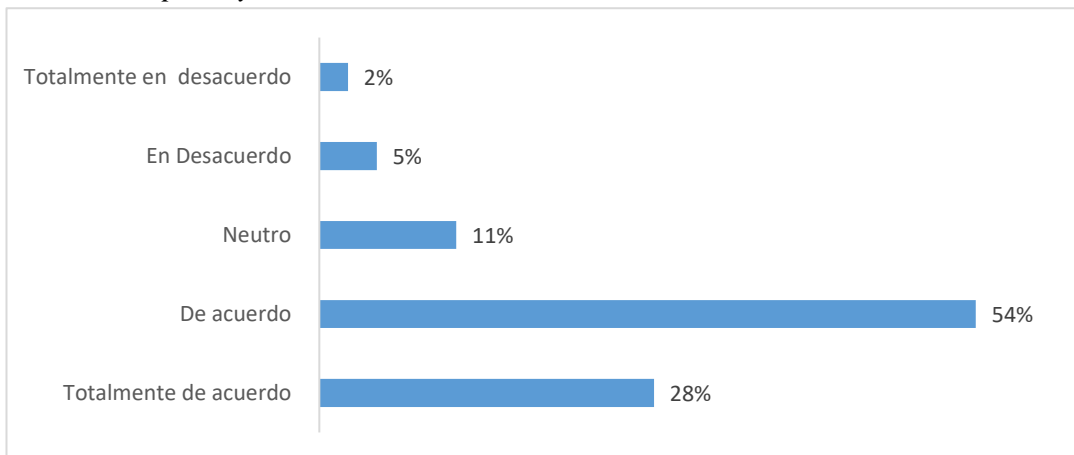
Puntualidad en el check-in y check-out por parte de los hospedajes.



En la figura se observa que el 29% de los encuestados está completamente de acuerdo en que el hospedaje respetó los tiempos prometidos para el check-in y el check-out, mientras que el 60% está de acuerdo con esta afirmación. Esto sugiere que una parte considerable de los encuestados tiene una percepción muy positiva sobre el cumplimiento de estos tiempos. El 2% muestra indiferencia, el 7% está en desacuerdo y el 2% está completamente en desacuerdo. Aunque estos porcentajes son relativamente bajos, reflejan que existe una minoría de encuestados que no comparte esta percepción positiva en cuanto al respeto de los tiempos de check-in y check-out.

Figura 14

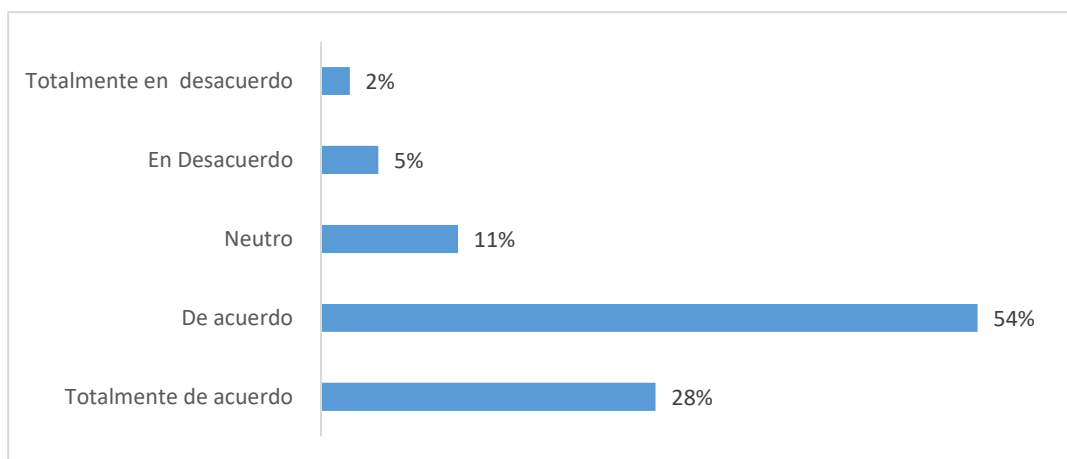
Nivel de limpieza y mantenimiento de las habitaciones.



Los resultados mostrados en la figura revelan que el 28% de los encuestados está completamente de acuerdo en que el nivel de limpieza y mantenimiento de las habitaciones es adecuado, mientras que el 54% está de acuerdo con esta afirmación. Esto indica que una proporción significativa de los encuestados tiene una percepción muy positiva sobre la calidad en estos aspectos. El 11% de los encuestados se muestra neutral, y una minoría expresa insatisfacción, con un 6% en desacuerdo y un 2% completamente en desacuerdo. Aunque la mayoría de los encuestados está satisfecha, estos porcentajes reflejan que hay un pequeño grupo que tiene preocupaciones sobre la calidad de la limpieza y el mantenimiento de las habitaciones de los establecimientos de hospedaje.

Figura 15

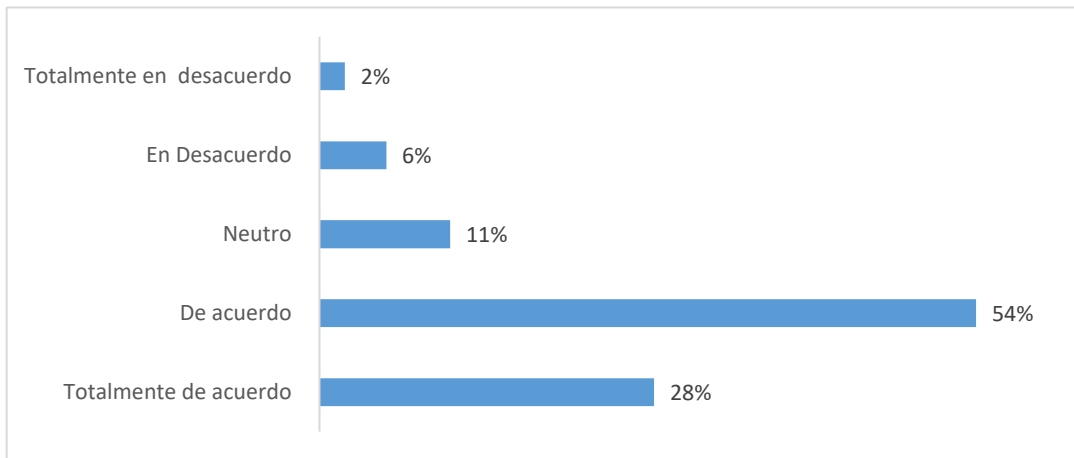
El personal ha sido consistente en la información y asistencia durante la estancia.



En la figura se observa que el 28% de los encuestados está completamente de acuerdo en que el personal está dispuesto a responder las inquietudes de los clientes, mientras que el 54% está de acuerdo con esta afirmación. Esto muestra que una proporción significativa de los encuestados tiene una percepción muy positiva sobre la disposición del personal para atender preguntas y preocupaciones. El 11% se muestra neutral, el 5% está en desacuerdo y el 2% está totalmente en desacuerdo. Aunque estos porcentajes son relativamente bajos, indican que hay una minoría de encuestados que no comparte esta percepción positiva en cuanto a la disposición del personal.

Figura 16

Disponibilidad y funcionamiento correcto de las facilidades prometidas (wifi, desayuno, transporte).



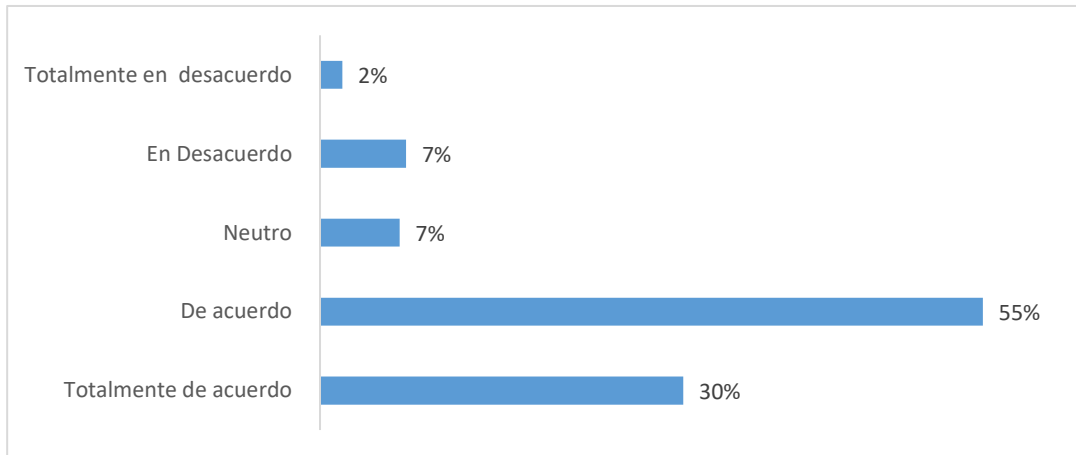
En los resultados presentados en la figura, respecto a la disponibilidad y funcionamiento correcto de las facilidades prometidas, como wifi, desayuno o transporte, se observa que una parte significativa de los encuestados tiene una opinión muy positiva. El 28% está totalmente de acuerdo y el 54% está de acuerdo con que las facilidades estuvieron disponibles y funcionando adecuadamente. El 11% se encuentra en una posición neutral, lo que sugiere que hay encuestados que no tienen una opinión definida sobre el cumplimiento de las promesas. Por otro lado, el 3% está en desacuerdo y el 2% está completamente en desacuerdo, indicando que una pequeña minoría no comparte la percepción positiva general.

3.2.3. Seguridad

La percepción de seguridad o garantía del cliente se refiere al entendimiento que tiene el cliente sobre el servicio ofrecido, la cortesía mostrada por los empleados y su capacidad para generar confianza. Este indicador contribuye a la fidelización del cliente al proporcionarle seguridad al utilizar los servicios ofrecidos.

Figura 17

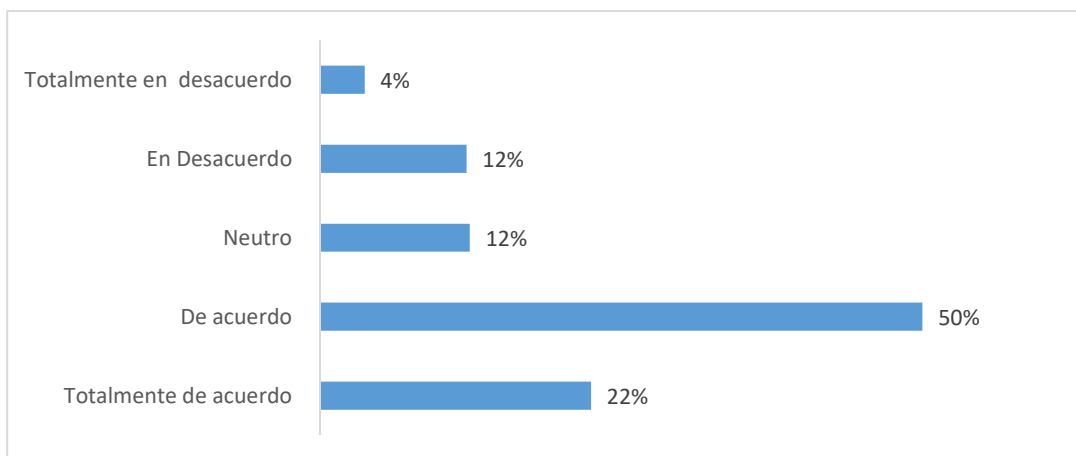
Impacto del personal de servicio en la confianza y seguridad del huésped



En la figura se observa que el 30% de los encuestados está completamente de acuerdo en que el personal de servicio del hospedaje inspira confianza y seguridad, mientras que el 55% está de acuerdo, lo que refuerza la percepción general de que el personal es amable y confiable. Además, el 7% se muestra neutral, indicando que la mayoría de los encuestados tiene una opinión clara sobre la amabilidad del personal y su impacto en la confianza. Sin embargo, el 7% está en desacuerdo y el 2% está totalmente en desacuerdo, lo que, aunque representa porcentajes relativamente bajos, sugiere que existe una minoría que no comparte esta percepción positiva en relación con el personal.

Figura 18

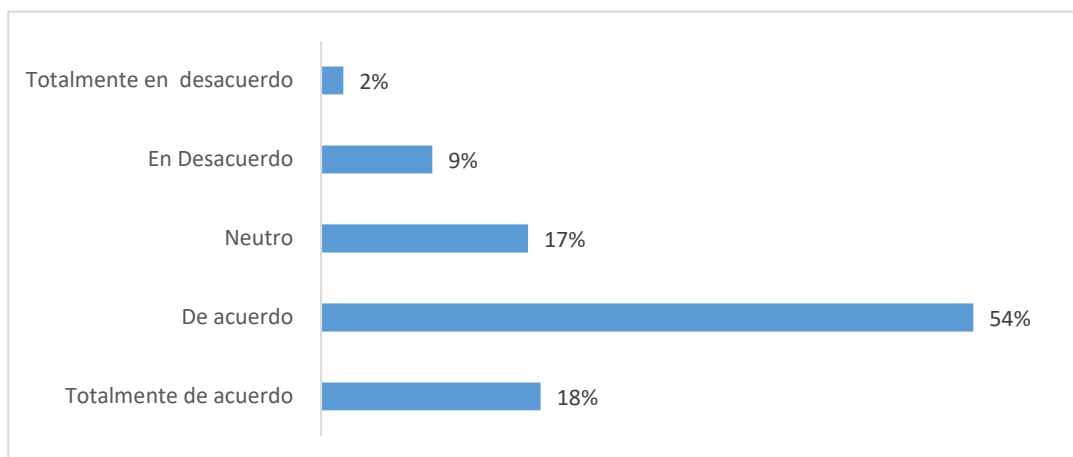
Ambientes seguros y libres de riesgos en los hospedajes.



En los resultados de la figura se aprecia que el 22% de los encuestados están completamente convencidos de que las instalaciones del hospedaje cuentan con ambientes seguros y libres de riesgos para los huéspedes generando una proporción significativa y teniendo una percepción muy positiva sobre la seguridad en esas áreas, el 50% está de acuerdo, es posible que los encuestados tengan algunas pequeñas preocupaciones, pero en su conjunto, creen que las instalaciones son seguras. El 12% no tiene definida su respuesta por lo que se encuentra neutro, el 12% está en desacuerdo y el 4% completamente en desacuerdo, la opinión de estos encuestados es de gran importancia ya dan a conocer que existen áreas específicas de preocupación o aspectos de seguridad que podrían necesitar atención. Aunque la mayoría de los participantes percibe que los hospedajes ofrecen ambientes seguros y sin riesgos, todavía hay una minoría que no coincide con esta opinión.

Figura 19

Seguridad en los alrededores de las instalaciones de los hospedajes.

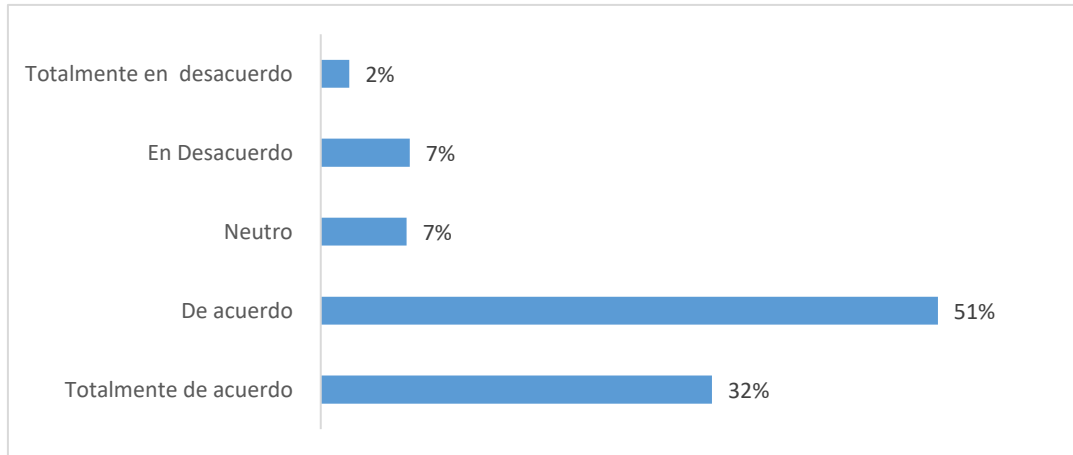


En los resultados de la figura se puede apreciar que el 18% de los encuestados indican que se sienten completamente seguros al caminar por los alrededores de los hospedajes, incluso por la noche. El 54%, está de acuerdo esta cifra es alta y sugiere una percepción general positiva de seguridad, el 17% no tiene una respuesta definida, el 9% está en desacuerdo y el 2% está completamente en desacuerdo, lo que indica que existe un grupo minoritario que expresa preocupación al caminar por los alrededores de los hospedajes. La mayoría de los encuestados no experimentan grandes preocupaciones al caminar en esas áreas la mayoría de los encuestados se siente seguro al caminar por los alrededores de los hospedajes, sin embargo, la pequeña parte de los participantes que no se siente segura indica que hay aspectos

que podrían necesitar mejoras para incrementar la seguridad en los alrededores del hospedaje, especialmente durante la noche.

Figura 20

El establecimiento es confiable para guardar las pertenencias.



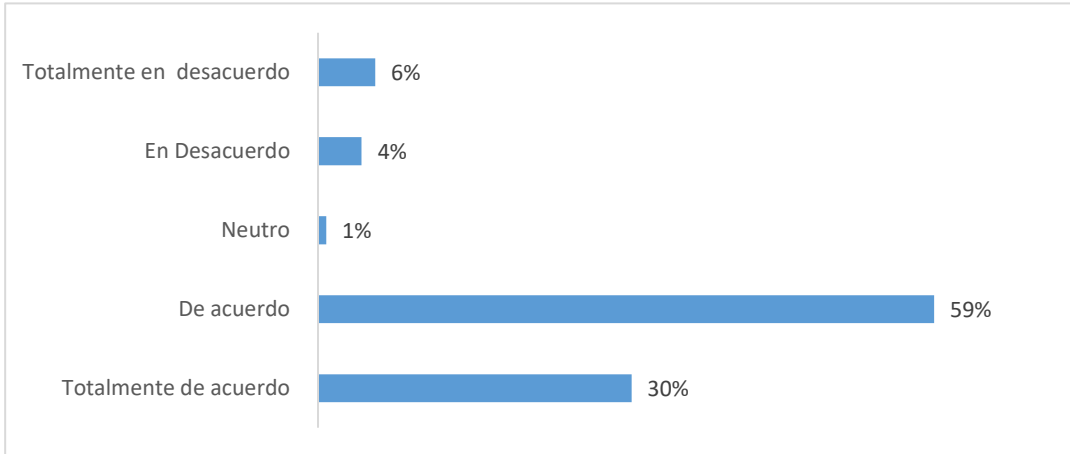
En los resultados de la figura se aprecia que el 32% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que el establecimiento es confiable para proteger sus pertenencias personales durante su estadía, el 51%, está de acuerdo y confía en la seguridad de sus pertenencias en su habitación. El 7% se muestra neutral, el 7% está en desacuerdo y el 2% está totalmente en desacuerdo respecto a la seguridad de sus pertenencias en la habitación. Estos porcentajes bajos sugieren que la mayoría de los encuestados no tiene una opinión negativa sobre la seguridad de sus pertenencias, lo cual es crucial para la satisfacción y comodidad de los huéspedes.

3.2.4. Capacidad de Respuesta

La capacidad de respuesta se refiere a la disposición para atender y satisfacer las necesidades de los clientes de manera rápida y efectiva. Implica ofrecer el servicio de manera ágil, de forma que los clientes no tengan razones para quejarse sobre la calidad del servicio proporcionado por el personal de los hospedajes.

Figura 21

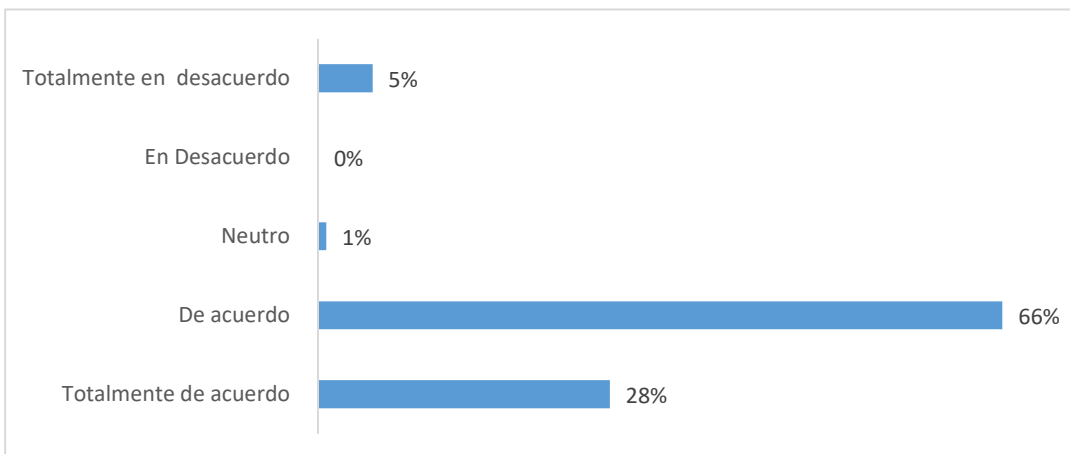
Eficiencia en la resolución de solicitudes y necesidades de parte del personal de los hospedajes.



Los resultados mostrados en la figura revelan que el 30% de los encuestados está completamente de acuerdo en que el personal de los hospedajes es eficiente en la resolución de sus solicitudes y necesidades, mientras que el 59% está de acuerdo. Este alto porcentaje refuerza la percepción positiva sobre la capacidad del personal para satisfacer las demandas de los huéspedes. Sin embargo, el 4% está en desacuerdo y el 6% está totalmente en desacuerdo. Aunque la mayoría valora la eficacia en la atención a las peticiones, es fundamental abordar las áreas de mejora señaladas por la minoría para asegurar y mejorar la satisfacción del cliente en el futuro.

Figura 22

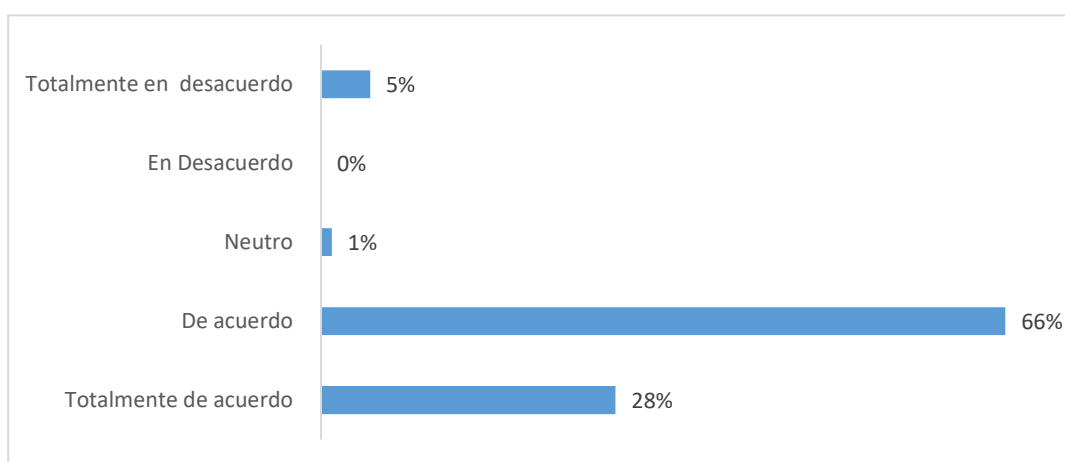
Competencia del personal de los hospedajes para atender consultas.



En los resultados de la figura se puede apreciar que el 28% de los encuestados está completamente de acuerdo en que el personal del hospedaje posee conocimientos suficientes para resolver preguntas, el 66% está de acuerdo, este es un porcentaje alto y refuerza la percepción positiva de los conocimientos del personal. El 5% está totalmente en desacuerdo. Aunque este porcentaje es relativamente bajo, indica que hay una minoría de encuestados que no comparte la percepción positiva en este aspecto por lo que es importante considerar mejoras en la capacitación del personal de trabajo.

Figura 23

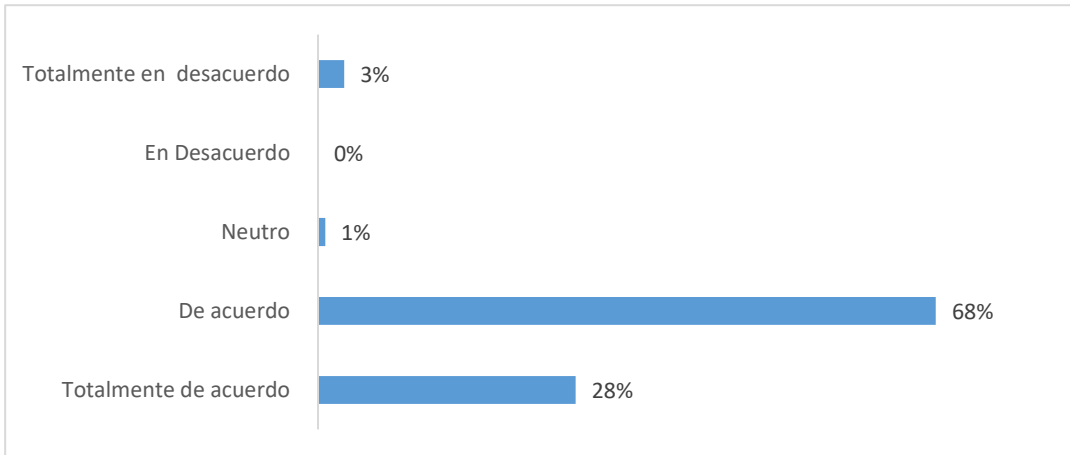
Disposición del personal para brindar ayuda.



En los resultados de la figura se puede apreciar que el 28% de los encuestados está completamente de acuerdo en que el personal cuenta con disposición de ayuda y el 66% está de acuerdo. Este es un porcentaje alto y refuerza la percepción positiva indicando que una parte significativa de los encuestados tiene una opinión muy positiva sobre la atención recibida. Solo el 4% está totalmente en desacuerdo, aunque es un porcentaje relativamente bajo, indica que hay una minoría de encuestados que no comparte la percepción positiva en este aspecto

Figura 24

Amabilidad y cortesía del personal de los hospedajes.



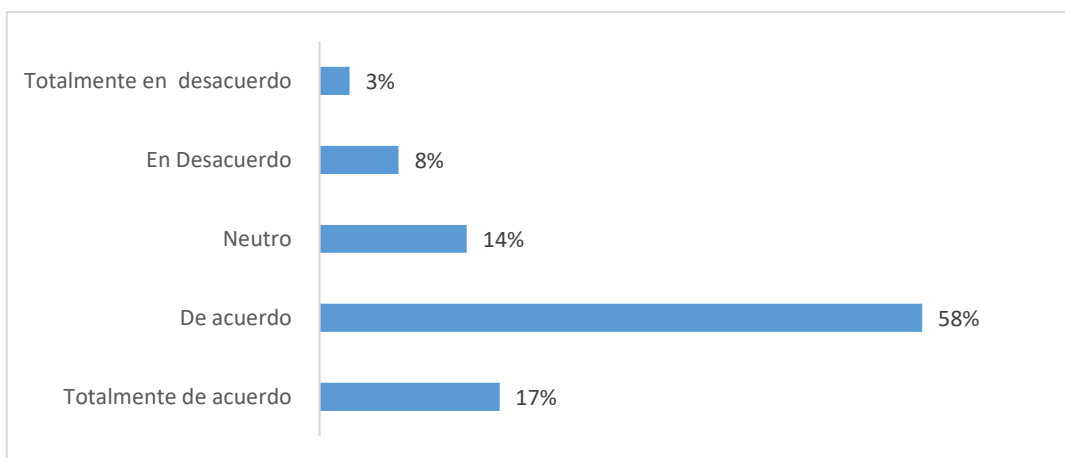
En los resultados de la figura se puede apreciar que el 28% de los encuestados está completamente de acuerdo en que el personal de los hospedajes son amables y cortés y el 68% está de acuerdo, este es un porcentaje alto y refuerza la percepción positiva de que el personal se comporta de manera amigable y cortés, lo cual es crucial para la experiencia del cliente, lo que refleja una parte muy significativa de los encuestados que tiene opinión positiva sobre la amabilidad y cortesía del personal. Aunque un 3% está totalmente en desacuerdo, lo que señala una pequeña minoría que no comparte esta percepción positiva, es importante considerar mejoras en este aspecto, ya que la actitud amigable y cortés del personal es crucial para la satisfacción del cliente y para crear una experiencia acogedora.

3.2.5. Empatía

La empatía implica la prestación de atención personalizada por parte de una empresa hacia el cliente. Se trata de establecer una conexión sólida entre dos personas y es esencial para comprender el mensaje del otro. La empatía se caracteriza por la habilidad de inferir los pensamientos y deseos de la otra persona. Por lo tanto, es fundamental que exista empatía en la relación entre el cliente y la empresa, y aún más importante es que el cliente pueda percibir esta cualidad en el servicio recibido.

Figura 25

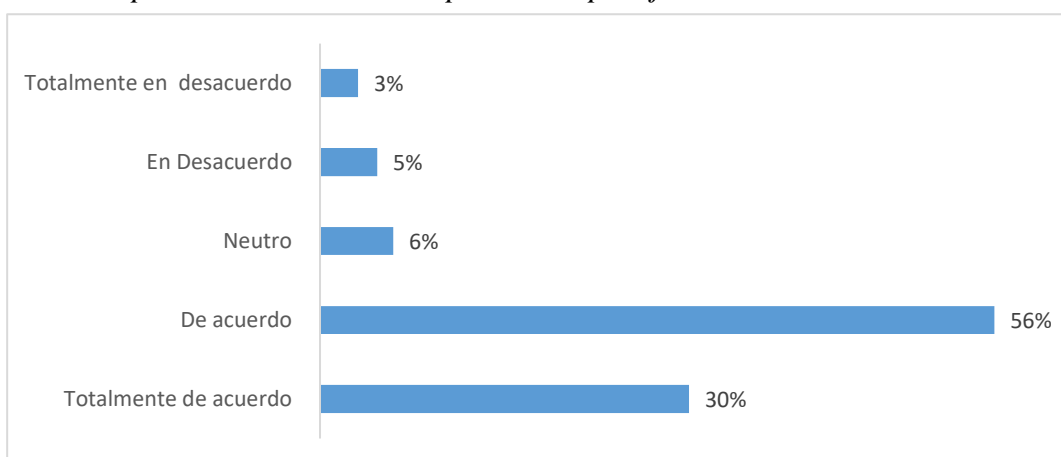
Efectividad del personal del hospedaje en hacer sentir a los huéspedes bienvenidos y valorados.



En los resultados de la figura se puede apreciar que el 17% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que se sienten bienvenidos y valorados al hacer uso de los alojamientos en la ciudad y el 58% está de. El 14% no tiene opinión definida por lo que se encuentra neutro con su respuesta, el 8% está en desacuerdo y el 3% está completamente en desacuerdo, aunque este porcentaje es bajo, indica que hay una minoría de encuestados que no comparte la percepción positiva en que el personal del hospedaje hace que los huéspedes se sientan bienvenidos y valorados

Figura 26

Atención personalizada brindada por los hospedajes en la ciudad.

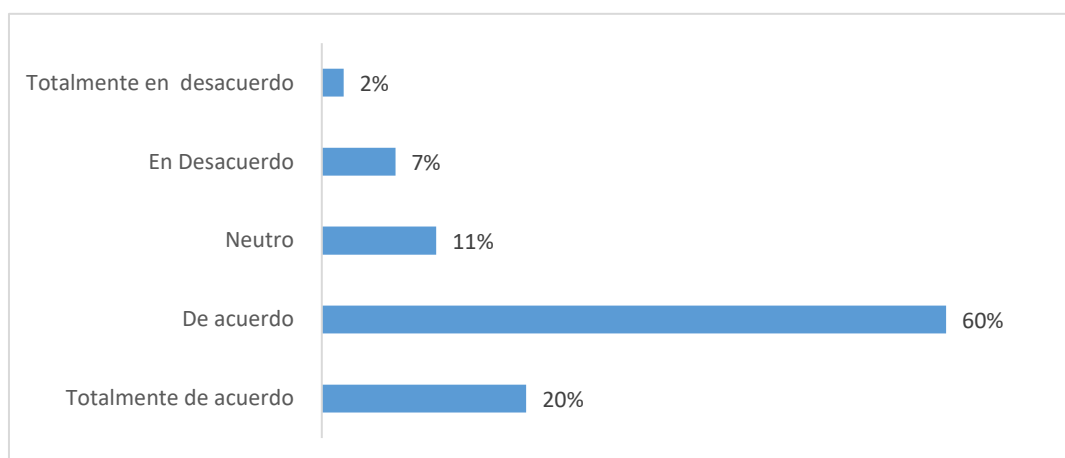


En los resultados de la figura se puede apreciar que de los turistas encuestados el 30% están totalmente de acuerdo y el 56% está de acuerdo en que los hospedajes de

la ciudad brindan atención personalizada, esto sugiere que una parte significativa de los encuestados tiene una opinión muy positiva sobre la pregunta. El 6% no definen su respuesta y se encuentran en una posición neutra en su respuesta, el 5% está en desacuerdo y el 3% está completamente en desacuerdo en que los hospedajes brindan atención personalizada.

Figura 27

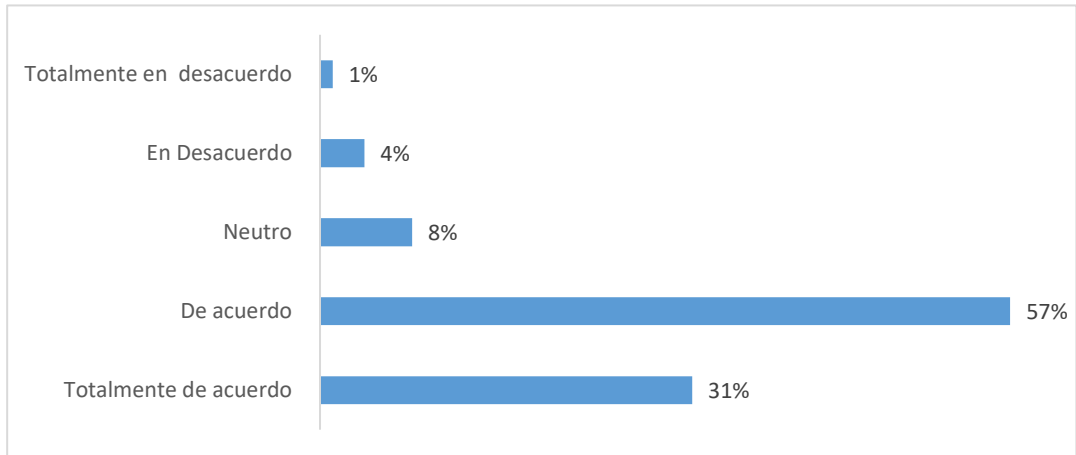
Preocupación del personal de servicio por el bienestar y satisfacción del huésped.



En los resultados de la figura se puede apreciar que de los turistas encuestados el 20% está completamente de acuerdo y el 60% está de acuerdo en que los hospedajes de la ciudad se preocupan por el bienestar y satisfacción del huésped. El 11% no tiene definida su respuesta por lo que se encuentran neutros, el 7% de encuestados está en desacuerdo y el 2% está totalmente en desacuerdo, los resultados reflejan una percepción significativamente positiva entre los encuestados en cuanto que los hospedajes de la ciudad se preocupan por el bienestar y satisfacción del huésped, aunque hay un pequeño porcentaje con percepción negativa.

Figura 28

Recomendabilidad de los hospedajes en la ciudad.

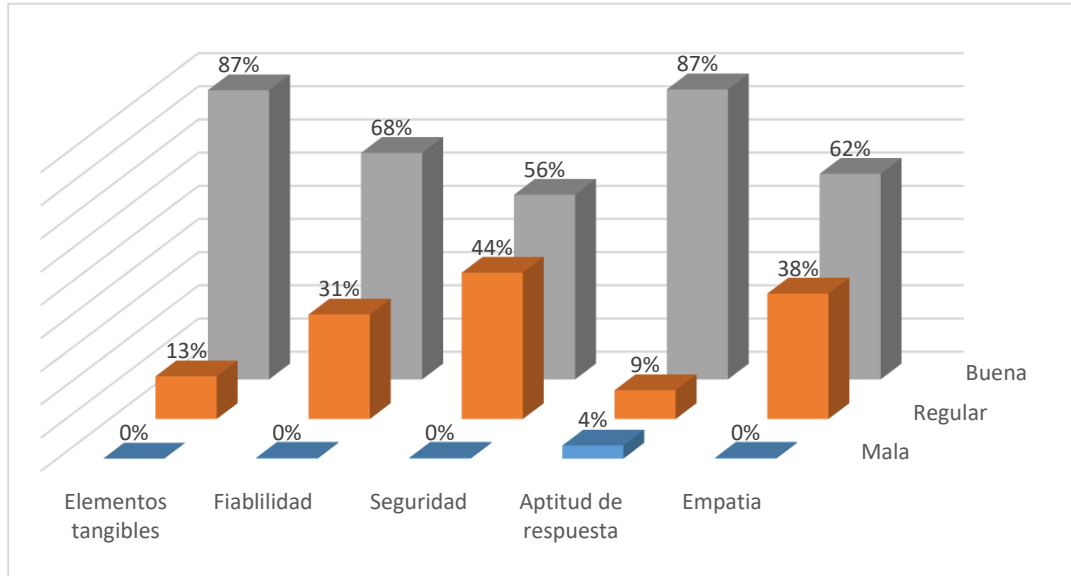


En los resultados de la figura se puede apreciar que de los turistas encuestados el 31% está totalmente de acuerdo y el 57% está de acuerdo en que los hospedajes de la ciudad son recomendables. El 8% neutro este grupo representa a los turistas que no expresaron una opinión clara sobre si los hospedajes son recomendables, por lo que no están ni a favor ni en contra, Aunque la mayoría de los encuestados están de acuerdo en que los hospedajes son recomendables, no se puede ignorar que un 4% está en desacuerdo y un 1% totalmente en desacuerdo lo indica que hay un segmento de turistas con opiniones menos favorables.

3.3. Evaluación de la calidad de servicio percibida por los turistas en los hospedajes de la ciudad de Chachapoyas.

Figura 29

Tabulación de resultados.



Para evaluar la calidad del servicio percibida en los hospedajes de Chachapoyas, se utilizaron tres niveles de valoración: Buena, Regular y Mala, definidos según las respuestas de los turistas sobre distintas dimensiones del servicio. Los resultados indican que la mayoría de los turistas califican la calidad del servicio como "Buena", destacando especialmente las dimensiones de elementos tangibles y aptitud de respuesta, que reciben un 87% de calificación positiva. Sin embargo, algunas áreas muestran oportunidades de mejora, como la fiabilidad, calificada como "Buena" por un 68% de los encuestados, lo que sugiere que la consistencia del servicio puede optimizarse. La empatía, con un 62% de calificaciones positivas, también revela que la atención personalizada podría fortalecerse, y la seguridad, percibida como "Buena" por solo un 56%, destaca como un área crítica, con un 44% de los turistas considerando la seguridad como "Regular". A pesar de estas áreas de mejora, la aptitud de respuesta presenta la menor calificación negativa, con un 4% de respuestas "Mala". En general, aunque la calidad del servicio es mayoritariamente positiva, la mejora en aspectos como seguridad, empatía y fiabilidad contribuiría significativamente a elevar la satisfacción general y la reputación de los establecimientos en Chachapoyas.

En respuesta a estos hallazgos, se propone una serie de estrategias para mejorar la calidad de servicio de los establecimientos de hospedaje.

Estrategias para el mejoramiento de la calidad de servicio en los hospedajes de la ciudad de Chachapoyas

1.- Presentación

La propuesta está enfocada en diseñar estrategias dirigidas a áreas prioritarias identificadas durante la evaluación de la calidad de servicio percibida por los turistas en los hoteles de la ciudad de Chachapoyas, como la seguridad, la atención personalizada y la capacitación del personal. A través de la implementación de estas acciones, se busca mejorar la calidad del servicio ofrecido en los hoteles y fortalecer la competitividad de estos establecimientos turísticos. De este modo, se contribuirá al crecimiento y sostenibilidad del sector hotelero en la región Amazonas, elevando la satisfacción de los turistas y posicionando a Chachapoyas como un destino turístico de calidad.

2.- Beneficiarios

Turistas: Mejorarán su experiencia y nivel de satisfacción durante su estancia en Chachapoyas.

Hospedajes locales: Incrementarán su competitividad, satisfacción del cliente y fidelización, impulsando una mayor demanda y reputación en plataformas turísticas.

Comunidad local: Aumento de ingresos y empleo por la atracción de mayor turismo, impulsando la economía local.

Sector turismo en Chachapoyas: Aportará a un crecimiento sostenible del turismo, alineado con las expectativas del mercado actual.

3.- Objetivos

Objetivo General

Mejorar la calidad del servicio percibida en los hospedajes de Chachapoyas.

Objetivos Específicos

- Fortalecer las competencias del personal de los establecimientos de hospedaje.
- Fomentar alianzas entre hospedajes y entidades turísticas.
- Optimizar los sistemas de seguridad en los establecimientos de hospedaje.
- Incrementar la visibilidad y competitividad de los establecimientos de hospedaje de Chachapoyas.

4.- Análisis FODA

Tabla 2

Matriz de Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
Amplia variedad de establecimientos de hospedaje que satisfacen las necesidades de diferentes segmentos de turistas.	Crecimiento del marketing digital como herramienta clave para promover los establecimientos de manera más eficaz.
Alto nivel de satisfacción de los turistas en aspectos tangibles como instalaciones y limpieza.	Chachapoyas como el centro de soporte turístico de la región Amazonas.
Larga trayectoria de muchos hospedajes en ofrecer servicios a turistas de distintas partes del país y del mundo.	Aumento del interés por el turismo en la región Amazonas, lo que genera nuevas oportunidades de captación de turistas.
Debilidades	Amenazas
Deficiencias en la atención al cliente.	Vulnerabilidad a desastres naturales en las carreteras, que interrumpen el acceso a la Chachapoyas.
Falta de organización y cooperación entre los establecimientos y las entidades relacionadas con el sector hotelero.	Expectativas cambiantes de los turistas.
Insuficiente capacitación del personal.	La informalidad de algunos establecimientos turísticos.
Carencia de sistemas de seguridad adecuados en algunos establecimientos.	

5.- Acciones Estratégicas

Estrategia 1: Implementar un programa integral de mejora continua en la calidad del servicio

Acción Estratégica 1.1: Capacitación continua del personal en atención y trato al cliente.

Actividad: Organizar capacitaciones presenciales con expertos en temas de atención al cliente, manejo de quejas y hospitalidad.

Acción Estratégica 1.2: Implementar sistema de retroalimentación para identificar áreas de mejora.

Actividad: Diseñar y distribuir encuestas de satisfacción a los turistas y analizar los resultados mensualmente.

Estrategia 2: Establecer alianzas estratégicas entre establecimientos y entidades turísticas.

Acción Estratégica 2.1: Crear red de colaboración entre hospedajes y entidades vinculadas al rubro hotelero.

Actividad: Realizar reuniones entre establecimientos y entidades como DIRCETUR y AHORA Amazonas para discutir iniciativas conjuntas.

Estrategia 3: Mejorar la seguridad en los establecimientos de hospedaje.

Acción Estratégica 3.1: Supervisar la instalación de sistemas de seguridad adecuados en los hospedajes.

Actividad: Realizar visitas de inspección periódicas en cada establecimiento.

Acción Estratégica 3.2: Garantizar óptimo funcionamiento de los equipos de seguridad.

Actividad: Realizar mantenimiento preventivo de los sistemas de seguridad.

Estrategia 4: Promoción y visibilidad de los servicios de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas

Acción Estratégica 3.1: Crear contenido para publicar en redes sociales de cada establecimiento.

Actividad: Realizar publicaciones en redes sociales (Facebook, Instagram y Tiktok) para atraer turistas.

Acción Estratégica 3.2: Optimizar la presencia online mediante la mejora del SEO en los sitios web.

Actividad: Hacer uso del sitio web Booking para aumentar su visibilidad en buscadores.

Acción Estratégica 3.2: Participar en ferias de eventos turísticos.

Actividad: Coordinar la participación de los hospedajes en ferias o eventos turísticos para dar a conocer sus servicios y captar nuevos clientes.

6.- Cronograma de actividades

Tabla 3

Cronograma de actividades

Estrategia	Acción Estratégica	Indicador	Meta	Cronograma de Implementación												Responsables	Presupuesto Tentativo
				M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M		
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
OE1.-Fortalecer las competencias del personal de los establecimientos de hospedaje.																	
E1.- Implementar un programa integral de mejora continua en la calidad del servicio	AE1.1.- Capacitación continua del personal en atención y trato al cliente.	Número de capacitaciones realizadas	de 3 capacitaciones de dos horas cada una				X		X		X					DIRCETUR - AHORA	9,000.00
	AE1.2.- Implementar sistema de retroalimentación para identificar áreas de mejora.	% de establecimientos que entregaron resultados.	90% de los establecimientos que entregaron sus resultados.	X		X		X		X					DIRCETUR, AHORA y Dueños de hospedajes	1,200.00	
OE2.- Fomentar alianzas entre hospedajes y entidades turísticas.																	
E2.- Establecer alianzas estratégicas entre establecimientos y entidades turísticas.	AE2.1.- Crear red de colaboración entre hospedajes y entidades vinculadas al rubro hotelero.	Número de reuniones realizadas	de Organizar 3 reuniones				X		X					X	DIRCETUR, AHORA y Dueños de hospedajes	300.00	

OE3.- Optimizar los sistemas de seguridad en los establecimientos de hospedaje.

E3.- Mejorar la seguridad en los establecimientos de hospedaje	AE3.1.- Supervisar la instalación de sistemas de seguridad adecuados en los hospedajes.	Número de hospedajes visitados	de	Visitar de 8 a 9 establecimientos en un mes	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	DIRCETUR	18,000.00
	AE3.2.- Garantizar el óptimo funcionamiento de los equipos de seguridad	% de hospedajes con equipos operativos.	de	90% de los establecimientos cuentan con equipos en funcionamiento.						X						X	Dueños de hospedajes	3,200.00

OE4.- Incrementar la visibilidad y competitividad de los establecimientos de hospedaje de Chachapoyas.

E4.- Promoción y visibilidad de los servicios de hospedaje de la ciudad de Chachapoyas.	AE4.1.- Crear contenido para publicar en redes sociales de cada establecimiento	Número de publicaciones	de	Mínimo 10 publicaciones mensuales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Dueños de hospedajes	6,000.00
	AE4.2.- Optimizar la presencia online mediante la mejora del SEO en los sitios web	% de hospedajes que hacen uso de Booking.	de	80% de los establecimientos están activos en la plataforma			X		X						X	DIRCETUR - Dueños de hospedajes	400.00	
	AE4.3.- Participar en ferias de eventos turísticos	Número de ferias que participan	de	2 ferias					X			X				DIRCETUR, AHORA y Dueños de hospedajes	10,000.00	

7.- Presupuesto

Tabla 4

Presupuesto del plan estratégico

Estrategia	Actividad	Cantidad	Periodo	Costo Unitario (S/.)	Costo Total (S/.)
PRESUPUESTO DE GASTO DE LA DIRCETUR					31,100.00
AE1.1- Capacitación continua del personal en atención al cliente	Organizar capacitaciones presenciales con expertos.	3 capacitaciones	6 horas por 3 meses	3,500.00	10,500.00
AE1.2- Implementar sistema de retroalimentación para identificar áreas de mejora.	Diseñar y distribuir encuestas de satisfacción.	500 encuestas distribuidas a los hospedajes	4 meses	500.00	2,000.00
AE2.1- Crear red de colaboración entre hospedajes y entidades vinculadas al rubro hotelero.	Realizar reuniones con establecimientos y entidades.	3 reuniones	Una hora por mes	200.000	600.00
AE3.1- Supervisar la instalar sistemas de seguridad adecuados en los hospedajes.	Realizar visitas de inspección periódicas.	12 visitas	12 meses	1,500.00	18,000.00
DUEÑOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS					21,200.00
AE3.2- Garantizar optimo funcionamiento de los equipos de seguridad	Realizar mantenimiento preventivo de equipos de seguridad.	8 cámaras de seguridad	2 mantenimientos anuales	300.00	4,800.00

AE4.1- Crear contenido para publicar en redes sociales de cada establecimiento	Realizar publicaciones en redes sociales.	10 publicaciones mensuales	12 meses	500.00	6,000.00
AE4.2- Optimizar la presencia online mediante la mejora del SEO en los sitios web	Usar el sitio web Booking para mejorar visibilidad.	1 vez por mes	4 meses	100	400.00
AE4.3- Participar en ferias de eventos turísticos	Participar en ferias nacionales e internacionales.	2 ferias	3 días por feria	5,000.00	10,000.00
PRESUPUESTO DE GASTO GENERAL					52,300.00

8.- Financiamiento

El financiamiento para la implementación del presente plan estratégico será cubierto por dos principales actores: DIRCETUR y los dueños de los establecimientos de hospedaje. Cada uno asumirá los costos asociados a las actividades específicas bajo su responsabilidad, según el siguiente detalle:

DIRCETUR:

DIRIGETUR financiará las actividades relacionadas con la capacitación del personal, la distribución y análisis de encuestas de satisfacción, las reuniones de colaboración con entidades turísticas, y las inspecciones de seguridad en los establecimientos. El monto total a ser cubierto por esta entidad asciende a S/. 54,400.00, el cual será incluido en su presupuesto anual destinado a la promoción y fortalecimiento del sector turístico.

Dueños de los Establecimientos de Hospedaje:

Los propietarios de los hospedajes asumirán los costos relacionados con el mantenimiento preventivo de sistemas de seguridad, las actividades de promoción digital y participación en ferias turísticas, así como el uso de plataformas digitales como Booking para mejorar la visibilidad de sus negocios. El monto total a ser cubierto por este grupo es de S/. 61,800.00, el cual será financiado con recursos propios de cada establecimiento.

Fuentes Alternativas de Financiamiento:

Para reducir la carga económica de los actores involucrados, se evaluará la posibilidad de obtener apoyo financiero a través de programas de incentivo gubernamental, alianzas público-privadas, o la postulación a fondos destinados al desarrollo turístico en la región.

El financiamiento será gestionado de forma coordinada, asegurando el cumplimiento de cada actividad planificada y optimizando los recursos disponibles para garantizar el éxito del plan estratégico.

IV. DISCUSIÓN

La calidad del servicio percibida por los clientes en la industria hotelera es un factor crucial que influye directamente en la competitividad y el éxito de los establecimientos de hospedaje. Como señalan Aurelio y William (2020), esta percepción se forma a partir de la comparación entre las expectativas del cliente y la experiencia real, lo que resalta la importancia de ofrecer un servicio que supere las expectativas del cliente.

En el contexto específico de la ciudad de Chachapoyas, la evaluación de la calidad de servicio percibida por los turistas en los hospedajes refleja una percepción positiva. Esta conclusión se alinea con investigaciones previas, como la realizada por Ruiz y Sánchez (2020) en el Valle del Colca, donde también se observó una percepción favorable en los servicios de alojamiento de lujo. Sin embargo, es esencial tener en cuenta que el estudio realizado en Chachapoyas abarcó todos los establecimientos en general, sin hacer distinciones específicas entre categorías. La percepción positiva de la calidad del servicio en los hospedajes de Chachapoyas sugiere que la industria hotelera está bien posicionada para satisfacer las demandas de los turistas y contribuir al éxito del destino turístico. Sin embargo, es fundamental continuar monitoreando y mejorando la calidad del servicio para mantener esta reputación y seguir atrayendo a visitantes satisfechos.

La alusión a la investigación de Albarrán (2019) sobre la satisfacción en hospedaje de tres y cuatro estrellas añade un matiz relevante a esta discusión. Aunque los turistas en Chachapoyas perciben la calidad del servicio como buena, la distinción de categorías en los hospedajes podría no tener un impacto tan significativo como se anticiparía, por lo que se diría que la percepción de calidad del servicio en hospedajes de Chachapoyas es multifacética y va más allá de la simple clasificación por estrellas. Los turistas evalúan una variedad de aspectos al medir su satisfacción con el servicio recibido, lo que destaca la importancia para los establecimientos de hospedaje de centrado en ofrecer una experiencia integral y satisfactoria para sus huéspedes. Este hallazgo implica que los hospedajes en Chachapoyas y en otros destinos turísticos deben centrarse en mejorar y mantener una variedad de aspectos relacionados con la experiencia del cliente, más allá de simplemente aspirar a una clasificación de estrellas más alta.

Los turistas tienen una opinión muy positiva sobre el personal de los hospedajes en Chachapoyas, especialmente en cuanto a su apariencia y disposición para ayudar. Estos hallazgos coinciden con lo que afirman otros estudios, como el de Chumpitaz (2022) y Crespo (2021), que también destacan la importancia del personal en la satisfacción de los turistas. Chumpitaz (2022) en su investigación destaca que el personal es el factor más influyente en la satisfacción del cliente en la industria turística. Dado que el personal es el primer punto de contacto con el cliente y representa la imagen directa del establecimiento, es crucial que cumpla con perfiles adecuados y ofrezca información completa, veraz y eficiente. Este hallazgo es respaldado por los resultados de la investigación de Crespo (2021), quien encontró que la calidad del servicio brindado por el personal a los turistas nacionales afecta su satisfacción, especialmente en aspectos como la apariencia del personal (uniformes) y su disposición para atender consultas en cualquier momento.

La investigación de Bravo (2021) proporciona una perspectiva valiosa al enfatizar la relación positiva y significativa entre la calidad del servicio hotelero, la satisfacción del cliente y la productividad, esta relación positiva y significativa destaca la importancia de ofrecer un servicio de alta calidad en la industria hotelera, ya que tiene un impacto directo en la satisfacción del cliente y, en última instancia, en la productividad del establecimiento. Por lo que la calidad del servicio hotelero no solo es un aspecto crucial para la satisfacción del cliente, sino que también es fundamental para la competitividad y el éxito a largo plazo en el mercado turístico. Los establecimientos que priorizan y mejoran constantemente la calidad de sus servicios están mejor posicionados para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, lo que puede tener un impacto positivo tanto en la experiencia del cliente como en la salud financiera del negocio.

Por otro lado, la investigación de Huaranga (2021) destaca que un 30% de los encuestados expresaron su desacuerdo con respecto a la seguridad del establecimiento. En el estudio realizado, aunque un 56% de los encuestados calificaron la seguridad como "buena", un 44% la evaluó como "regular", lo que indica una preocupación significativa en esta área. Este hallazgo resalta la necesidad de tomar medidas para mejorar y satisfacer las expectativas de los turistas, ya que la seguridad es un factor clave en la elección de un lugar de hospedaje y los mercados turísticos son cada vez más competitivos. Mejorar y mantener altos estándares de

seguridad no solo contribuiría a la satisfacción del cliente, sino que también fortalecería la reputación y competitividad de los establecimientos. En este sentido, las recomendaciones de Alarcón (2022) subrayan la importancia de implementar medidas específicas y efectivas, como convenios con la policía y el serenazgo para una respuesta más rápida ante emergencias, y la instalación de cámaras de seguridad en los hoteles, lo cual aumentaría la percepción de seguridad entre los turistas y ayudaría a prevenir incidentes.

V. CONCLUSIONES

- El diagnóstico del servicio de hospedajes en Chachapoyas revela una evolución significativa desde alojamientos básicos en la época colonial hasta una oferta diversificada y regulada. La ciudad concentra el 36% de los establecimientos de hospedaje en la región Amazonas, consolidándose como su principal soporte turístico. Sin embargo, el 55% de los hospedajes no están categorizados, lo que representa una oportunidad de mejora. La apertura de las telecabinas de Kuélap impulsó el turismo, llevando a los establecimientos a elevar sus estándares. A pesar de los avances, la creciente competencia demanda innovación constante, mejor infraestructura y adopción de herramientas digitales para consolidar a Chachapoyas como un destino turístico destacado.
- Los resultados indican que, en su mayoría, los turistas perciben la calidad del servicio de los hospedajes de Chachapoyas de manera positiva, especialmente en las dimensiones de elementos tangibles y aptitud de respuesta. Sin embargo, se identificó una brecha en la satisfacción de los turistas respecto a la capacidad de respuesta del servicio, lo que señala un área de mejora crítica. Para mantener la competitividad, es esencial que los establecimientos de hospedaje trabajen en mejorar estos aspectos, asegurando una experiencia más completa y satisfactoria para los visitantes.
- La calidad del servicio percibida por los turistas en Chachapoyas es buena, lo que respalda la hipótesis de la investigación al mostrar un alto nivel de satisfacción en aspectos como los elementos tangibles y la capacidad de respuesta con un 87% mientras que en áreas como empatía y seguridad los niveles de satisfacción son menores, alcanzando un 62% y 56% respectivamente, lo cual destaca la necesidad de que los establecimientos de hospedaje fortalezcan su enfoque en atención al cliente y en medidas de seguridad para mejorar la experiencia del visitante y fomentar la fidelización de los turistas.

VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a DIRCETUR y las entidades locales relacionadas con el turismo implementar un programa de apoyo técnico y financiero para fomentar la categorización de los establecimientos de hospedaje que aún no están clasificados. Este programa debe incluir asesoramiento en la modernización de infraestructura, acceso a financiamiento para mejoras estructurales y capacitación en el uso de herramientas digitales, con el objetivo de elevar la competitividad y profesionalización del sector en Chachapoyas.
- Se recomienda a los propietarios y administradores de los establecimientos de hospedaje diseñar e implementar un plan de capacitación continua para su personal. Este plan debe enfocarse en la mejora de la atención al cliente, abordando especialmente protocolos de respuesta eficiente frente a necesidades y quejas de los turistas. Con ello, se busca asegurar una experiencia más completa y satisfactoria que fortalezca la percepción positiva del destino turístico.
- Se recomienda a los dueños de los hospedajes, en coordinación con las autoridades locales como DIRCETUR, promover la implementación de sistemas integrales de seguridad en los establecimientos. Esto incluye la instalación de cámaras de vigilancia, alarmas y la realización de capacitaciones en gestión de riesgos y atención a emergencias. Estas acciones garantizarán la seguridad de los visitantes, fortaleciendo la confianza en el destino y mejorando su competitividad en el mercado turístico.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida Silva, G. y Soncini Pelissari, A. (2019). Satisfacción del consumidor basada en los atributos del servicio de alojamiento, *Revista Brasileña de Investigación en Turismo*, 13 (2), 32–53. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v13i2.1516>
- Bravo Burgos, E.A. (2021). La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción y la productividad de los hoteles en Cajamarca, 2019. [Universidad Nacional de Cajamarca]. <https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/4348>
- Huaranga Rojas, V.K. (2021). Percepción de la calidad y satisfacción del servicio en hoteles de dos estrellas de Huánuco 2020. [Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/c17dbfdc-e53e-437c-9c47-48bfe9aa66b3>
- Ruiz Zegarra, C. G y Sánchez Díaz, A. A. (2020). Influencia de los servicios turísticos en el nivel de satisfacción de los turistas que visitan el sector hotelero de lujo, Valle del Colca, 2020. [Universidad Católica de Santa María]. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/10394>
- Soto Espejo, S. y Villena Andrade, T. D. (2020). Calidad Percibida en los Hoteles de Tres Estrellas utilizando el Modelo Hotelqual en la Ciudad de Huánuco - 2018. *Revista San Gregorio*, (38), 27-37. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072020000100027
- Albarrán Vásquez, C.A. (2019). Estudio comparativo de la percepción de calidad en hoteles de tres y cuatro estrellas de los turistas que visitan la ciudad de Cajamarca. [Universidad Nacional de Cajamarca]. <https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/3360>
- Vogel, R. A., Wouters, R.A., Anjos, S. J. y Limberger, P. F. (2021). Satisfacción del consumidor basada en los atributos del servicio de alojamiento. *Revista Turismo: Visão e Ação* 23 (1). <https://www.scielo.br/j/tva/a/fYT9W66GdGZYMdnfQyDw9nc/?lang=en>
- Base de Datos Comercio - MINCETUR. (2022). Indicadores mensuales de culpabilidad de establecimientos de hospedaje colectivo. https://www.mincetur.gob.pe/centro_de_Informacion/datos_turismo.htm
- Quispe Yupa, L. F. (2018). Calidad de los servicios turísticos en la gestión y desarrollo del turismo de la provincia de Ica. [Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle].

<https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/3057>

Montalván Pinedo, G. A. y Paredes Saavedra, G. del P. (2019). Calidad de los servicios del turismo en la ciudad de Nauta al 2018. [Universidad Nacional De La Amazonía Peruana].

<https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/6374>

Plan Estratégico Regional de Turismo Amazonas. (2021)

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1242794/PERTUR-Amazonas.pdf?v=1597789363>

Nivel de Satisfacción del Turista - Año 2019. (2020)

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/455620-nivel-de-satisfaccion-del-turista-ano-2019>

ANEXOS

Tabla 5

Matriz de consistencia del proyecto de investigación

Matriz de Consistencia	
Problema	¿Cuál es la percepción de los turistas respecto a la calidad del servicio ofrecido por los hospedajes en la ciudad de Chachapoyas, 2023?
Objetivo	OG: Determinar la calidad de servicio percibida por los turistas de los hospedajes de la ciudad de Chachapoyas, 2023. OE1: Diagnosticar el servicio de hospedajes de la ciudad de Chachapoyas. OE2: Analizar la valoración del turista respecto a la calidad de servicio percibida en los hospedajes de la ciudad de Chachapoyas. OE3: Evaluar la calidad de servicio percibida por los turistas en los hospedajes de Chachapoyas.
Hipótesis	Los turistas que visitan Chachapoyas y hacen uso de los hoteles percibirán que la calidad de servicio es buena, ya que este cumple con todas sus expectativas.
Variabes	Calidad de servicio
Dimensiones	Elementos tangibles Fiabilidad Seguridad Capacidad de respuesta Empatía
Metodología	Investigación : Mixta Tipo : No experimental Corte : Transversal Población : P1: 44,143 turistas, tanto nacionales como extranjeros, que visitaron la ciudad de Chachapoyas durante el tercer cuatrimestre del año 2022. P2: Representantes de las organizaciones vinculadas con el sector turismo. Muestra : M1: 381 turistas entre nacionales y extranjeros. M2: 3 representantes de organizaciones vinculadas al turismo. Técnicas : Encuesta Entrevista Instrumentos : Cuestionario Guía de entrevista

Tabla 6

Matriz de operacionalidad de la variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e instrumentos
Calidad de servicio percibida	Se define calidad percibida al juicio que hace el consumidor sobre la evaluación de un producto o servicio, la cual puede o no coincidir con la calidad real, dado que tiene mucha relación con la percepción lo cual es un criterio totalmente subjetivo. (Agüera, 2022).	Medición que hacen los turistas nacionales y extranjeros a los servicios recibidos.	Elementos tangibles Fiabilidad Seguridad Capacidad de respuesta Empatía	Apariencia de las instalaciones Apariencia de los equipos y materiales Presentación del personal Disposición de ayuda Habilidades para resolver problemas Amabilidad del personal Confianza en el personal Pérdida de objetos Serenidad Condiciones del personal Rapidez y agilidad en el servicio Atención personalizada Satisfacción de intereses	Técnica: Encuestas Entrevistas Instrumento: Cuestionario Fichas de entrevista

Tabulación de resultados por cada una de las dimensiones

Tabla 7

Tabulación de Elementos Tangibles

ELEMENTOS TANGIBLES	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Total
Totalmente de acuerdo	29%	28%	24%	28%	27%
De acuerdo	60%	54%	64%	54%	58%
Neutro	2%	11%	8%	11%	8%
En Desacuerdo	7%	5%	3%	6%	5%
Totalmente en desacuerdo	2%	2%	1%	2%	2%

Tabla 8

Tabulación de Fiabilidad

FIABILIDAD	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Total
Totalmente de acuerdo	30%	22%	18%	32%	26%
De acuerdo	55%	50%	54%	51%	52%
Neutro	7%	12%	17%	7%	11%
En Desacuerdo	7%	12%	9%	7%	9%
Totalmente en desacuerdo	2%	4%	2%	2%	2%

Tabla 9

Tabulación de Seguridad

PERCEPCIÓN	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Total
Totalmente de acuerdo	30%	28%	28%	28%	29%
De acuerdo	59%	66%	66%	68%	65%
Neutro	1%	1%	1%	1%	1%
En Desacuerdo	4%	0%	0%	0%	1%
Totalmente en desacuerdo	6%	5%	5%	3%	5%

Tabla 10*Tabulación de Aptitud de Respuesta*

PERCEPCIÓN	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Total
Totalmente de acuerdo	17%	30%	20%	31%	25%
De acuerdo	58%	56%	60%	57%	58%
Neutro	14%	6%	11%	8%	10%
En Desacuerdo	8%	5%	7%	4%	6%
Totalmente en desacuerdo	3%	3%	2%	1%	2%

Tabla 11*Tabulación de Empatía*

PERCEPCIÓN	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	Total
Totalmente de acuerdo	17%	30%	20%	31%	25%
De acuerdo	58%	56%	60%	57%	58%
Neutro	14%	6%	11%	8%	10%
En Desacuerdo	8%	5%	7%	4%	6%
Totalmente en desacuerdo	3%	3%	2%	1%	2%

FORMATO DE ENCUESTA

Tesis: “CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA POR LOS TURISTAS EN HOSPEDAJES DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS, 2023”

Tesista: Arely Güimac Catpo

Asesora: Dra. Maritza Revilla Bueloth

Estimado turista, por favor dedique unos minutos de su tiempo a completar esta encuesta. La información servirá para conocer las percepciones de la calidad de servicio que brindan los hospedajes de la ciudad de Chachapoyas. Sus respuestas serán tratadas con forma CONFIDENCIAL y ANÓNIMA, por lo que le agradezco no colocar su nombre.

PRIMERA PARTE: DATOS GENERALES										
I. Lugar de procedencia										
II. Sexo										
Femenino					Masculino					
III. Edad										
Entre 18 – 25 años			Entre 26 - 35 años			Entre 36 - 45 años		Entre 46 – más años		
IV. Estado civil										
Soltero		Casado		Separado		Divorciado		Unión libre		Viudo
V. Grado de instrucción										
Básica			Técnica			Universitaria		Posgrado		
VI. Motivo de viaje										
Vacaciones		Estudios		Negocios		Visita	Salud		Otros	

SEGUNDA PARTE: CUESTIONARIO
<p>El instrumento presenta una serie de preguntas en relación a la variable: Calidad percibida. Para medir la calidad percibida se utilizará las siguientes dimensiones: Elementos tangibles, fiabilidad, seguridad, aptitud de respuesta y empatía</p> <p>Por favor, utilice la siguiente escala para responder, marcando con una X la casilla que más se identifique con la pregunta que se plantea.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo. 2. De acuerdo. 3. Indiferente (Ni de acuerdo ni en desacuerdo). 4. En desacuerdo. 5. Totalmente en desacuerdo.

N°	Variable: Calidad percibida	1	2	3	4	5
Elementos tangibles						
01	Los establecimientos de hospedaje cuentan con instalaciones conservadas y modernas.					
02	El personal de los hospedajes presenta una apariencia presentable y limpia.					

03	El personal de los hospedajes presenta una apariencia presentable y limpia.					
04	¿Considera que las instalaciones del establecimiento reflejan un alto estándar de calidad?					
Fiabilidad						
05	¿El establecimiento de hospedaje cumple con sus promesas de servicio?					
06	Considera que los trabajadores están siempre dispuestos para ayudar.					
07	El personal está dispuesto a responder las inquietudes de los clientes.					
08	Los establecimientos ofrecen un servicio confiable y consistente en todas las interacciones durante su estadía					
Seguridad						
09	El personal cuenta con la amabilidad necesaria para brindarle suficiente confianza y seguridad.					
10	Las instalaciones y áreas comunes del hospedaje son seguras.					
11	Los establecimientos proporcionan ambientes seguros y libres de riesgos para los huéspedes.					
12	Siente que sus pertenencias están seguras en su habitación.					
Aptitud de respuesta						
13	El personal del hospedaje es eficiente en la resolución de mis solicitudes y necesidades.					
14	el personal del hospedaje cuenta con la capacidad para responder rápido y efectivamente a sus necesidades y solicitudes durante su estadía?					
15	El personal del establecimiento siempre está disponible y dispuesto a ayudar en caso de que surjan problemas o necesidades durante su estadía.					
16	El personal del hospedaje es amable y cortés.					
Empatía						
17	La actitud del personal del hospedaje me hace sentir bienvenido/ay valorado/a como huésped.					
18	¿Cómo calificaría la atención personalizada recibida por parte del personal del establecimiento?					
19	¿Siente que el personal del establecimiento se preocupa genuinamente por su bienestar y satisfacción durante su estadía?					
20	¿Recomendaría el establecimiento de hospedaje a familiares, amigos u otros viajeros en base a su experiencia?					

FORMATO DE ENTREVISTA

Tesis: “CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA POR LOS TURISTAS EN HOSPEDAJES DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS, 2023”

Tesista: Arely Güimac Catpo

Asesora: Dra. Maritza Revilla Bueloth

Estimado turista, por favor dedique unos minutos de su tiempo a completar esta encuesta. La información servirá para conocer las percepciones de la calidad de servicio que brindan los hospedajes de la ciudad de Chachapoyas. Sus respuestas serán tratadas con forma CONFIDENCIAL y ANÓNIMA, por lo que le agradezco no colocar su nombre.

I. Información general

Nombre de la persona entrevistada:

Profesión:.....

Cargo:

II. Cuestionario

1. Desde su perspectiva, ¿cómo ha evolucionado el sector hotelero en Chachapoyas?
.....
.....
2. ¿Cuáles han sido las principales tendencias y cambios que ha observado en los establecimientos de hospedaje de la ciudad?
.....
.....
3. ¿Cómo ha influenciado el desarrollo de la industria hotelera en la comunidad local y en el turismo general?
.....
.....
4. ¿Podría mencionar algunos de los establecimientos de hospedaje más antiguos en Chachapoyas?
.....
.....
5. ¿Hay hoteles en particular que se destaquen por sus contribuciones al desarrollo turístico de la ciudad?
.....
.....
6. ¿Cuáles son los desafíos más comunes que enfrentan los hoteles en Chachapoyas, según su experiencia?
.....
.....
7. ¿Qué recomendaciones daría a los propietarios de hoteles para adaptarse a las futuras tendencias del mercado?
.....
.....

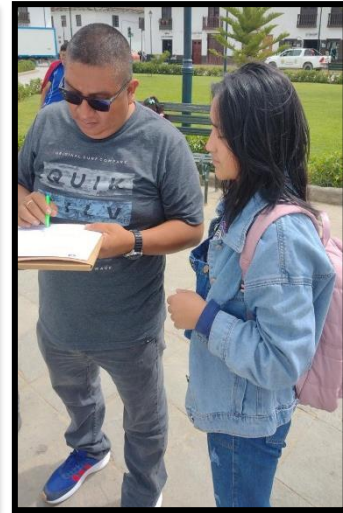
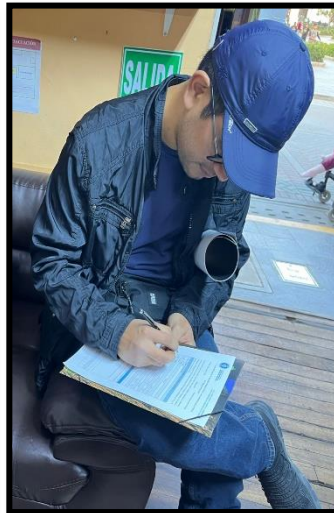
Recolección de datos:

Encuestas a turistas Nacionales:

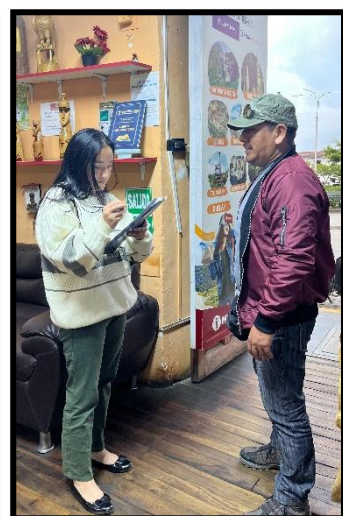
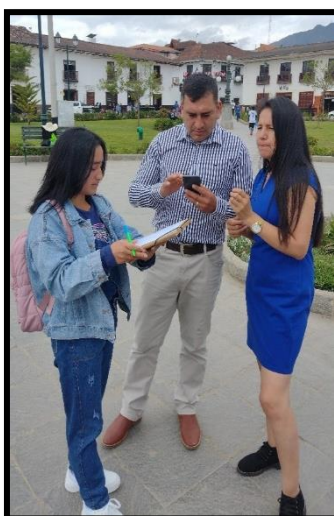
Turistas de Lima:



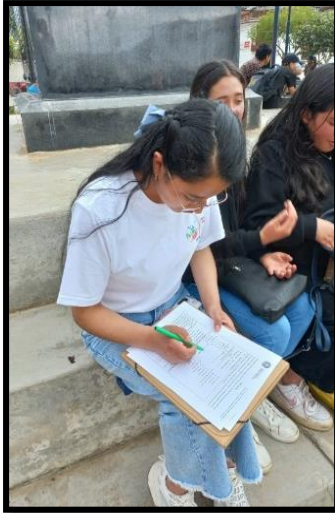
Turistas de Lambayeque:



Turistas de Cajamarca:



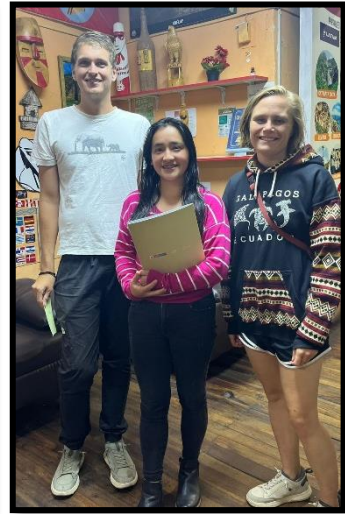
Turistas Internos:



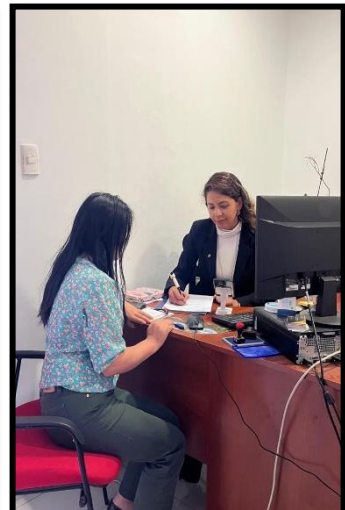
Turistas de otras regiones:



Encuesta a turistas Internacionales:



Entrevista a los representantes de organizaciones vinculadas al turismo:



Ing. Rohicer Fernando
Silva Chávez
(Presidente AHORA)

Lic. Juanita Sifuentes
Barrientos
(Representante DIRCETUR)

Lic. Saby Pilar
Escobedo León
(Subgerente de turismo)