

# Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades

Escuela Profesional de Turismo y Hotelería



**“PERCEPCIÓN DE LOS HUÉSPEDES SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO QUE OFRECE EL HOTEL ENSUEÑO MEDIANTE EL MODELO SERVPERF, AREQUIPA - 2018”**

Tesis presentada por la Bachiller:

**Miranda Torres, Verónica Yeseline**

Para optar por el Título Profesional de:

**Licenciada en Turismo y Hotelería**

**Asesor:**

**Mg. Palza Monroy Amely Faridy**

**Arequipa – Perú**

**2019**

Arequipa, 12 de marzo del 2019

Señora

**Mg. Amely Palza Monroy**

Directora de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería

Presente. -


De nuestra especial consideración:

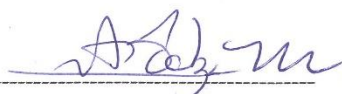
Nos dirigimos a su despacho con la finalidad de saludarla atentamente y al mismo tiempo dar respuesta al Decreto N°001-EPTH-2019, haciendo entrega del dictamen del Borrador de Tesis intitulado: **“PERCEPCION DE LOS HUESPEDES SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO QUE OFRECE EL HOTEL ENSUEÑO MEDIANTE EL MODELO SERVPERF, AREQUIPA - 2018”**, Trabajo de investigación presentado por la bachiller: **VERONICA YESELINE MIRANDA TORRES**, dicho Borrador fue revisado y habiendo subsanado las observaciones presentadas del anterior dictamen, somos de la opinión que **ES FAVORABLE** para la sustentación oral del trabajo de investigación.

**CONCLUSIÓN**

Se solicita a la Dirección de la Escuela hacer de conocimiento al interesado, para que inicie con el trámite correspondiente para sus previas orales, para el día y lugar que indique la dirección de la Escuela.

Atentamente,

  
-----  
Dr. Víctor Colque Valladares  
Docente Dictaminadora

  
-----  
Mg. Amely Palza Monroy  
Docente Dictaminador

Adj. Dos ejemplares del Borrador de Tesis.

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA	
E.P. TURISMO Y HOTELERÍA	
<b>RECIBIDO</b>	
FECHA: 12 MAR 2019	
HORA:	
FIRMA	

## DEDICATORIA

*El presente trabajo de investigación va dedicado a mis padres Oscar Miranda y Trinidad Torres por haberme acompañado y brindado su apoyo incondicional a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida, ustedes son mi motivación e impulso para alcanzar mis metas y superarme cada día más.*

## AGRADECIMIENTO

*Gracias a Dios por ser mi guía de vida y acompañarme en el transcurso de mi vida brindándome sabiduría y fortaleza para culminar con éxito todas mis metas propuestas.*

*A mis padres mi eterno agradecimiento por darme las herramientas necesarias para convertirme en una profesional, sé que jamás existirá una forma de agradecer una vida de lucha, sacrificio y esfuerzo constantes, espero que este logro sea una pequeña muestra del amor, cariño y respeto que les tengo, gracias infinitamente.*

*A Daniel por haberme apoyado durante este proceso, por alentarme en mis momentos de dudas y por creer siempre en mí.*

*A los docentes de la carrera de Turismo y Hotelería, en especial a la Magister Amely Palza Monroy quien con su experiencia y conocimientos me oriento en esta investigación.*

*También quisiera hacer una mención especial a mi querido tío Sergio por el apoyo y la confianza depositada en mí.*

## INTRODUCCIÓN

Los establecimientos de hospedaje en la actualidad se encuentran en constante competencia debido a que la oferta de servicios es muy similar; la calidad, en este contexto supone una ventaja necesaria para posicionarse dentro del sector hotelero y destacar la imagen de la empresa.

Actualmente las preferencias de los huéspedes son cada vez más exigentes y personalizadas, asimismo varían de acuerdo al perfil de cada turista y a la experiencia de los mismos con respecto a viajes. Es por ello que la medición de la calidad de servicio constituye una valiosa herramienta para la evaluación del servicio que perciben los clientes, dicha herramienta nos permite crear estrategias administrativas en las dimensiones que se están percibiendo de forma negativa o positiva.

El presente trabajo de investigación permite medir en base al modelo SERVPERF la calidad de los servicios percibida por los huéspedes del Hotel Ensueño; y se encuentra dividido en tres capítulos:

Primer Capítulo, denominado Planteamiento del Problema expone la realidad problemática, las variables de estudio, la justificación, los objetivos que se han propuesto y el marco teórico que darán lugar a la hipótesis de la investigación.

Segundo Capítulo, denominado Marco Metodológico describe el tipo, nivel y diseño de la investigación realizada, las técnicas e instrumentos que se utilizaron para la recolección de datos, en este caso la técnica utilizada es la encuesta y el instrumento es un cuestionario en base al modelo SERVPERF que se aplicó a los huéspedes que pernoctaron en el hotel Ensueño denominados unidades de estudio, asimismo se describen las estrategias de recolección y sistematización.

Tercer Capítulo denominado Presentación de resultados analiza y describe los resultados obtenidos de la información reunida a través de los instrumentos luego de procesar la base de datos de forma sistemática, asimismo se analiza mediante una discusión dichos resultados obteniendo finalmente las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objeto medir la percepción de los huéspedes sobre la calidad de servicio que ofrece el Hotel Ensueño ubicado en la ciudad de Arequipa a través del Modelo SERVPERF.

La variable a utilizar fue la percepción del cliente que de acuerdo al modelo SERVPERF posee 5 dimensiones: Tangibilidad, Confiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía, las cuales fueron aplicadas a las 5 áreas operativas del Hotel que son: Recepción, Pisos, Restaurante, Lavandería y Salón de Eventos.

Las unidades de estudio fueron conformadas por 283 huéspedes que pernoctaron en el hotel durante los meses de Setiembre, Octubre y Noviembre del presente año.

La técnica utilizada fue la encuesta basada en el modelo SERVPERF para la medición de la calidad de los servicios.

El estudio muestra que la percepción de los clientes acerca de los servicios brindados en las diferentes áreas del Hotel Ensueño es positiva, sin embargo hay que resaltar que las dimensiones mejor calificadas fueron la de Capacidad de respuesta y Confiabilidad. Asimismo se concluye que los servicios mejor calificados son los de Recepción, Pisos y Restaurante.

**Palabras claves:** Percepción, Modelo SERVPERF, calidad de servicios

## ABSTRACT

The objective of this research is to measure the perception of the guests the quality of service offered by the Ensueño located in the city of Arequipa through the SERVIDER Model.

The variable to be used was the perception of the client that according to the SERVPERF model has 5 dimensions: Tangibility, Reliability, Responsiveness, Security and Empathy, the applications that apply to the 5 operational areas of the Hotel that are: Reception, Floors, Restaurant, Laundry and Events Room.

The study units were made up of 283 guests who spent the night in the hotel during the months of September, October and November of this year.

The technique was based on the survey based on the SERVPERF model for measuring the quality of services.

The study shows the perception of customers about the services provided in the different areas of the Hotel Ensueño is positive, however, it should be noted that the best dimensions are those of Responsiveness and Reliability. It is also concluded that the services are better qualified in the Floors and Restaurant.

**Keywords:** Perception, SERVPERF model, quality of services.

## ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

INTRODUCCIÓN

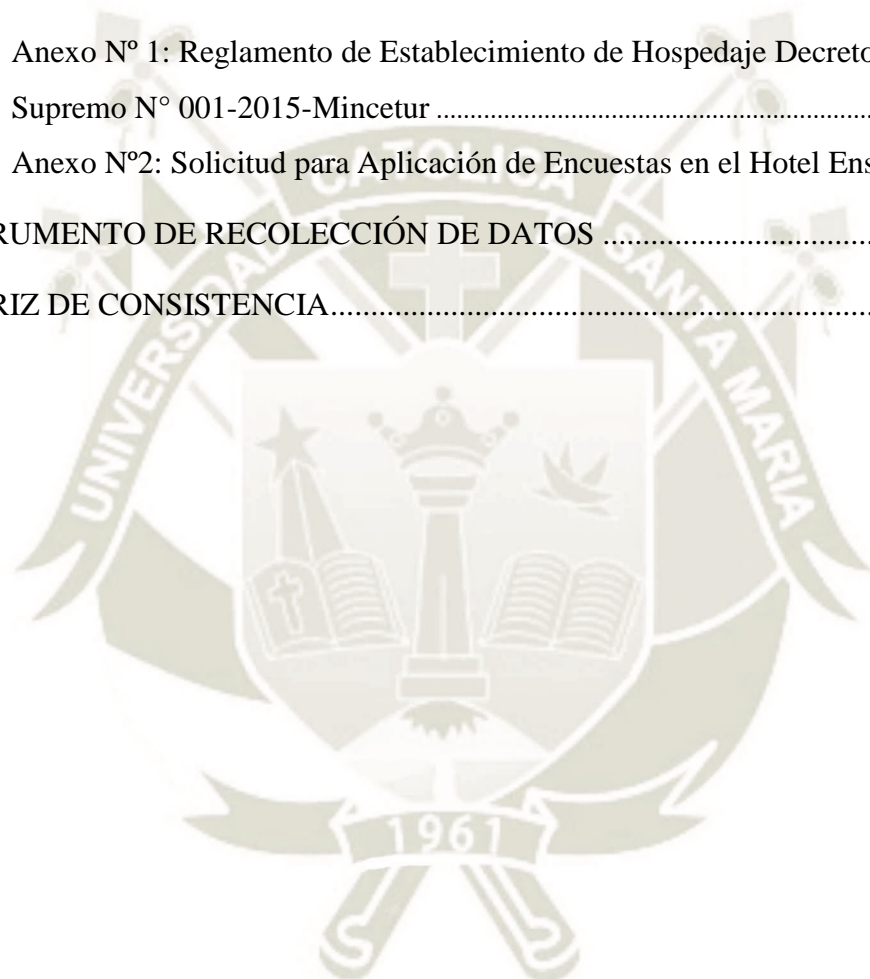
RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO TEÓRICO .....	1
1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	2
2. ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	2
3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	3
4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	4
4.1 Problema Principal .....	4
4.2 Problemas Secundarios .....	4
5. JUSTIFICACIÓN.....	4
6. OBJETIVOS .....	5
6.1. Objetivo General .....	5
6.2. Objetivos Específicos.....	5
7. MARCO TEÓRICO .....	6
7.1. Antecedentes .....	6
7.2. Bases Teórico Científicas.....	8
7.2.1. Percepción del Cliente .....	8
7.2.1.1. Definición de Percepción.....	8
7.2.1.2. Definición de Cliente:.....	9
7.2.1.3. Características de la Percepción.....	10
7.2.1.4. Componentes de la Percepción.....	11
7.2.2. Servicios Turísticos.....	12
7.2.2.1. Servicio de Hospedaje .....	13
7.2.3. Calidad de Servicio .....	14
7.2.3.1. Definición de Calidad .....	14
7.2.3.2. Definición de Calidad de Servicios.....	15

7.2.3.3. Principios Básicos de la Atención al Cliente.....	16
7.2.3.4. El Modelo SERVPERF.....	18
7.2.4.Hotel.....	20
7.2.4.1. Definición de Hotel.....	20
7.2.4.2. Características de un Hotel de 3 Estrellas .....	21
7.2.4.3. Hotel Ensueño .....	23
8. HIPÓTESIS.....	26
<b>CAPÍTULO II MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>27</b>
1. TIPO NIVEL Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	28
1.1. Tipo de Investigación .....	28
1.2. Nivel de Investigación.....	28
1.3. Diseño de Investigación .....	28
2. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	28
2.1. Técnica de Recolección de Datos.....	28
2.2. Instrumento de Recolección de Datos.....	29
3. CAMPO DE VERIFICACIÓN .....	29
3.1. Ámbito.....	29
4. UNIDADES DE ESTUDIO .....	29
4.1. Población o Muestra.....	29
4.1.1. Población .....	29
4.1.2. Muestra .....	30
4.2. Grupos de Estudio .....	30
4.3. Fuentes de Información.....	30
5. ESTRATEGIAS.....	31
5.1. De Recolección de Datos .....	31
5.2. De Sistematización.....	31
<b>CAPÍTULO III PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>32</b>
1. RESULTADOS.....	33
Datos Generales .....	33
Dimensión Elementos Tangibles .....	42
Dimensión Confiabilidad.....	50
Dimensión Capacidad de Respuesta.....	56
Dimensión Empatía .....	68

Servicios del Hotel Ensueño más utilizados .....	72
2. DISCUSIÓN .....	74
CONCLUSIONES .....	76
RECOMENDACIONES .....	78
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	80
ANEXOS .....	84
Anexo N° 1: Reglamento de Establecimiento de Hospedaje Decreto Supremo N° 001-2015-Mincetur .....	85
Anexo N°2: Solicitud para Aplicación de Encuestas en el Hotel Ensueño.....	93
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	94
MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	100



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Género del huésped.....	33
Tabla N° 2 Edad del huésped .....	35
Tabla N° 3 Procedencia del huésped .....	37
Tabla N° 4 Motivo de viaje del huésped a la ciudad de Arequipa .....	40
Tabla N° 5 La apariencia de las instalaciones físicas es moderna .....	42
Tabla N° 6 Las instalaciones del hotel son limpias .....	44
Tabla N° 7 El personal del hotel tiene apariencia pulcra, está limpio y bien uniformado .....	46
Tabla N° 8 Los materiales relacionados con el hotel son visualmente atractivos.....	48
Tabla N° 9 El personal del hotel se muestra comprometido con usted para brindarle una buena atención desde su llegada. ....	50
Tabla N° 10 Se completa el servicio en el tiempo prometido .....	52
Tabla N° 11 Se da importancia a que la información recibida sea la correcta. ....	54
Tabla N° 12 Ha recibido en el hotel la atención oportuna a sus necesidades.....	56
Tabla N° 13 El personal proporciona un servicio rápido. ....	58
Tabla N° 14 El personal ha mostrado que tiene buena capacidad para resolver los problemas que usted hubiera podido tener durante su permanencia. ....	60
Tabla N° 15 Se ha sentido seguro con el personal. ....	62
Tabla N° 16 Considera que las instalaciones, habitaciones del hotel le garantizan seguridad.....	64
Tabla N° 17 Ha sentido seguridad emocional al decidir hospedarse en el hotel.....	66
Tabla N° 18 Considera que la atención que ha recibido en el hotel es personalizada...	68
Tabla N° 19 La actitud del personal ha sido adecuada y ha estado con buena predisposición a ayudarlo en sus necesidades. ....	70
Tabla N° 20 Servicios mas utilizados del Hotel Ensueño .....	72

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Género del huésped.....	33
Gráfico N° 2 Edad del huésped .....	35
Gráfico N° 3 Procedencia del huésped .....	38
Gráfico N° 4 Motivo de viaje del huésped a la ciudad de Arequipa .....	40
Gráfico N° 5 La apariencia de las instalaciones físicas es moderna .....	42
Gráfico N° 6 Las instalaciones del hotel son limpias.....	44
Gráfico N° 7 El personal del hotel tiene apariencia pulcra, está limpio y bien uniformado .....	46
Gráfico N° 8 Los materiales relacionados con el hotel son visualmente atractivos.....	48
Gráfico N° 9 El personal del hotel se muestra comprometido con usted para brindarle una buena atención desde su llegada.....	50
Gráfico N° 10 Se completa el servicio en el tiempo prometido .....	52
Gráfico N° 11 Se da importancia a que la información recibida sea la correcta.....	54
Gráfico N° 12 Ha recibido en el hotel la atención oportuna a sus necesidades. ....	56
Gráfico N° 13 El personal proporciona un servicio rápido. ....	58
Gráfico N° 14 El personal ha mostrado que tiene buena capacidad para resolver los problemas que usted hubiera podido tener durante su permanencia. ....	60
Gráfico N° 15 Se ha sentido seguro con el personal. ....	62
Gráfico N° 16 Considera que las instalaciones, habitaciones del hotel le garantizan seguridad.....	64
Gráfico N° 17 Ha sentido seguridad emocional al decidir hospedarse en el hotel.....	66
Gráfico N° 18 Considera que la atención que ha recibido en el hotel es personalizada. ....	68
Gráfico N° 19 La actitud del personal ha sido adecuada y ha estado con buena predisposición a ayudarlo en sus necesidades. ....	70
Gráfico N° 20 Servicios mas utilizados del Hotel Ensueño .....	72



# **CAPÍTULO I**

# **PLANTEAMIENTO TEÓRICO**

## 1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

La gran oferta hotelera en la ciudad de Arequipa desencadena un gran nivel de competitividad entre las empresas del sector, siendo un factor determinante la calidad del servicio que se brinda a los huéspedes el que mide la distancia entre el posicionamiento en el mercado y la baja rentabilidad de un establecimiento hotelero.

Los hoteles de 3 estrellas de la ciudad de Arequipa no aplican una herramienta sistematizada para poder evaluar la calidad que sus clientes perciben sobre sus servicios, así como no se tiene conocimiento de cuáles son los factores que utilizan o priorizan los huéspedes para la evaluación de la calidad. Por lo tanto no se puede generar una ventaja competitiva en el mercado.

El Hotel Ensueño tiene una ocupabilidad del 68 % en promedio anualmente, estando ubicado en el corazón del mismo centro además de la capacidad e infraestructura que posee debería generar un porcentaje más alto que el actual, sin embargo la inexistencia de una evaluación de calidad limita aumentar la rentabilidad del hotel y crear estrategias para el mejoramiento de las deficiencias que perciben sus clientes.

## 2. ENUNCIADO DEL PROBLEMA

“PERCEPCIÓN DE LOS HUÉSPEDES SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO QUE OFRECE EL HOTEL ENSUEÑO MEDIANTE EL MODELO SERVPERF, AREQUIPA - 2018”

### 3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	INDICADORES	SUBINDICADORES
1. Percepción de la calidad de servicios	1.1.Confiabilidad	1.1.1. Cumplimiento de lo prometido. 1.1.2. Se muestra interés para la resolución de problemas. 1.1.3. Realización del servicio en primera instancia. 1.1.4. Se concluye el servicio en el tiempo prometido. 1.1.5. Registros sin errores
	1.2.Capacidad de respuesta	1.2.1. Comunicación exacta de los horarios de servicio 1.2.2. Servicio rápido y expedito. 1.2.3. Predisposición para ayudar. 1.2.4. Predisposición para la atención al cliente
	1.3.Seguridad	1.3.1. El personal transmite confianza. 1.3.2. Transacciones seguras para los clientes 1.3.3. El personal se muestra amable 1.3.4. El personal aclara las dudas del cliente
	1.4.Empatía	1.4.1. Atención individualizada 1.4.2. Horarios de atención adecuados al cliente 1.4.3. Atención personalizada 1.4.4. Preocupación por intereses de los clientes 1.4.5. Se comprende las necesidades de los clientes.
	1.5. Elementos tangibles	1.5.1. Apariencia de las instalaciones 1.5.2. Apariencia de los Equipos 1.5.3. Apariencia del Personal 1.5.4. Apariencia del material asociado al servicio

## 4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

### 4.1 Problema Principal

¿Cuál es la percepción que tienen los huéspedes del Hotel Ensueño de la calidad de los servicios que ofrece?

### 4.2 Problemas Secundarios

- a) ¿Cuál es la percepción que tienen los huéspedes de la confiabilidad que brinda el Hotel Ensueño en sus servicios?
- b) ¿Cuál es la percepción que tienen los huéspedes de la capacidad de respuesta que brinda el Hotel Ensueño en sus servicios?
- c) ¿Cuál es la percepción que tienen los huéspedes de la seguridad que brinda el Hotel Ensueño en sus servicios?
- d) ¿Cuál es la percepción que tienen los huéspedes de la empatía que brinda el Hotel Ensueño en sus servicios?
- e) ¿Cuál es la percepción que tienen los huéspedes de los elementos tangibles que brinda el Hotel Ensueño en sus servicios?

## 5. JUSTIFICACIÓN

En la industria hotelera medir la calidad de servicio es muy importante, ya que la percepción que el huésped o cliente tiene acerca de los servicios brindados por el establecimiento repercute de manera positiva o negativa en la rentabilidad y competitividad del hotel en el mercado turístico. Asimismo, la medición de la calidad constituye una valiosa herramienta de marketing, ya que es necesario conocer el nivel de calidad del servicio que espera recibir el cliente.

Desde el punto de vista social la presente investigación es de gran importancia porque permitirá conocer la percepción de los turistas sobre los servicios que ofrece el Hotel Ensueño y sus resultados contribuirán en la gestión del hotel para mejorar la calidad en sus servicios y posicionarse de mejor manera en el mercado hotelero de la ciudad de Arequipa.

En la actualidad un cliente satisfecho con la calidad de servicio recibida, en este caso del Hotel Ensueño, genera un impacto positivo en el marketing y en la imagen de la empresa, por consecuencia eleva o destaca a la empresa en un escenario tan competitivo; por el contrario, un cliente con una percepción negativa de la calidad de servicio recibida genera una mala imagen del establecimiento hotelero y problemas en su rentabilidad.

La realización del presente trabajo de investigación busca resaltar la importancia de la medición de la calidad de los servicios que brindan los establecimientos hoteleros; en turismo, a diferencia de otros sectores, se vende servicios y experiencias al turista y es necesario conocer la percepción de nuestros clientes para poder mejorar y posicionarnos en el mercado, es mi motivación personal tener la capacidad de medir la calidad de servicio y brindar un servicio de excelencia así como también obtener mi título profesional a través de esta investigación.

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1. Objetivo General**

Determinar la percepción de los huéspedes de la calidad de servicio que ofrece el Hotel Ensueño, Arequipa.

### **6.2. Objetivos Específicos**

- Determinar la percepción de los huéspedes de la confiabilidad que brinda el Hotel Ensueño en sus servicios.
- Determinar la percepción de los huéspedes de la capacidad de respuesta que brinda el Hotel Ensueño en sus servicios.
- Determinar la percepción de los huéspedes de la seguridad que brinda el Hotel Ensueño en sus servicios.
- Determinar la percepción de los huéspedes de la empatía que brinda el Hotel Ensueño en sus servicios.
- Determinar la percepción de los huéspedes de los elementos tangibles que brinda el Hotel Ensueño en sus servicios.

## 7. MARCO TEÓRICO

### 7.1. Antecedentes

Un primer trabajo de investigación titulado “Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó” realizada por Palacios (2014) expone la investigación realizada a los establecimientos hoteleros de Quibdó utilizando el modelo SERVPERF, cuyo autor afirma que es un método menos utilizado que el modelo SERVQUAL como escala de medida de la calidad de los servicios. Asimismo destaca la importancia de la medición de la calidad en el sector hotelero, indicando además que en la ciudad de Quibdó no existe ningún medidor o indicador de la calidad de los servicios que brindan sus hospedajes. Como instrumento de medición se utilizó la encuesta de acuerdo a las dimensiones del modelo SERVPERF, que consta de 22 ítems que reflejan los aspectos generales del servicio que se valoraron de acuerdo a lo percibido. Los resultados obtenidos pudieron establecer que el conocimiento de la percepción de los huéspedes sobre los establecimientos hoteleros son herramientas que permiten establecer estrategias y políticas para alcanzar un desempeño superior; asimismo la utilización del modelo SERVPERF ayudó a identificar las dimensiones en las que se necesita trabajar e invertir para elevar la calidad que el cliente percibe.

Un segundo estudio es un artículo publicado en la revista International Journal of Hospitality Management titulado “Determinantes de la satisfacción de los huéspedes del hotel y patrocinio repetido en la industria hotelera de Hong Kong” realizada por Choi y Chu (2001) examina la importancia de la relación entre los factores hoteleros y el nivel de satisfacción del cliente en los hoteles de Hong Kong. Los factores que se tomaron en cuenta para el instrumento de la investigación fueron un total de siete: Calidad del servicio del personal, Calidad de las habitaciones, Servicios generales, Servicios empresariales, Valor, Seguridad e Instalaciones de marcación directa internacional (IDD), todos ellos basados en medir las percepciones de los viajeros sobre los distintos hoteles. Para la investigación se aplicaron encuestas divididas en tres secciones, una primera para identificar las características demográficas, una segunda sobre la percepción

de los clientes sobre los diferentes hoteles de Hong Kong en donde esta incluidos los siete factores ya mencionados anteriormente, y una última sección para calificar los niveles de satisfacción en general. Como principal resultado, se identificó al factor Calidad del servicio del personal como el componente más influyente en la determinación de los niveles de satisfacción. Asimismo resaltan como la medición de la percepción de los clientes es una herramienta que ayuda a identificar los posibles problemas que tiene una determinada empresa y es un factor clave para anticipar y satisfacer los deseos y necesidades de sus clientes.

Un tercer estudio es un artículo publicado en la revista International Journal of Business and Management titulado “Percepciones de la calidad del servicio en los hoteles jordanos” realizado por Al Khattab (2011) basado en la medición de la calidad de servicio de los hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas en Aqaba y Petra desde la perspectiva del cliente, como instrumento de medición utilizaron el modelo SERVPERF. La encuesta que se aplicó estuvo dividida en dos secciones, la primera integrada por la perspectiva de los clientes utilizando las 5 dimensiones del modelo SERVPERF; y la segunda estructurada para la obtención de información de los encuestados. Dentro de los resultados de la investigación en Jordania puede destacar 2 dimensiones del modelo SERVPERF, la primera son los aspectos tangibles los cuales requieren mejoras ya que obtuvieron las menores puntuaciones en el estudio; y la segunda fue la dimensión empática que tomó protagonismo en la investigación que implica el desarrollo de estrategias de administración en recursos humanos. La investigación demuestra y destaca que el método SERVPERF, aunque es un método que ha tenido pocas investigaciones publicadas, es una herramienta confiable y válida para medir la calidad del servicio en la industria hotelera y anima a otros sectores de la industria a aplicarlos.

## 7.2. Bases Teórico Científicas

### 7.2.1. Percepción del Cliente

#### 7.2.1.1. Definición de Percepción

La percepción es un campo estudiado por dos grandes ciencias: la psicología y la antropología, la autora Luz María Vargas (Alteridades, 1994) hace referencia la definición de la percepción desde el punto de vista de la psicología, definiéndola como un proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización.

La ciencia antropológica por otro lado, estudia la percepción como un proceso evolutivo adquirido a través de los miles de años que abarcan todos nuestros sentidos y se da de manera simultánea, Lionel Lewkow desarrolla la relevancia sociológica de la percepción y su conexión con la comunicación, la observación mutua y los medios simbólicos sociales y concluye que *“aunque Luhmann alude a la percepción como mecanismo simbiótico del medio verdad, lo que supondría desconectar la relación de este medio con la conciencia para plantear un nexo de lo social con la esfera de lo orgánico consideramos que puede interpretarse esta mirada del cuerpo en el terreno de la ciencia como el necesario anonimato del medio verdad, contrastante con el mundo privado de las relaciones íntimas”* (Lewkow, 2014, p. 43); es decir, que la percepción es parte de la medio verdad del ser humano y que está implícita en las relaciones sociales que tiene con su entorno.

Moya citada por Arias Castilla (2006, p. 12) indica que la percepción de una persona o de algún fenómeno depende del reconocimiento de

emociones, a partir de las reacciones de las personas; también indica que las impresiones se forman a partir de la unión de diversos elementos informativos que se recolectan en los primeros instantes de interacción. Como tercer punto, la percepción se da por atribuciones causales, o la búsqueda de alguna causa que explique la conducta y los hechos. En cualquier caso, lo que parece evidente es que los sentimientos, pensamientos y conductas respecto a las personas estarán mediatizados por el tipo de causa a la que se atribuya su conducta.

Vargas Melgarejo (1994, p. 48) indica que la percepción tiene niveles de conciencia: consiente e inconsciente afirmando que es consiente cuando el individuo se da cuenta de que percibe ciertos acontecimientos, cuando repara en el reconocimiento de tales eventos. Por otro lado, en el plano inconsciente se llevan a cabo los procesos de selección (inclusión y exclusión) y organización de las sensaciones y agrega que el nivel inconsciente *“impulsa a evaluar lo que en determinado momento interesa de entre todas las posibles manifestaciones sensibles del ambiente; de lo potencialmente percibido se lleva a cabo una selección de lo que es importante dentro de las circunstancias biológicas, históricas y culturales”* (Vargas Melgarejo, 1994, p. 49).

#### **7.2.1.2. Definición de Cliente:**

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A. (1999) define al cliente como la persona u organización que realiza una compra, ésta puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía.

Para la Real Academia Española (2014) un cliente es la persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.

Bembibre (2009) nos dice que para los negocios el cliente es aquel individuo que, mediante una transacción financiera o un trueque, adquiere un producto y/o servicio de cualquier tipo (tecnológico, gastronómico, decorativo, mueble o inmueble, etcétera).

Podemos entonces definir al cliente como la razón de ser de las empresas, la persona que adquiere los servicios y/o productos que las empresas producen para sí mismos o son intermediarios; y a través de ellos se administra, planifica y se mejoran los procesos productivos.

Analizado estos dos conceptos, podemos decir que la percepción del cliente, en términos de negocios, según Peralba (2016) es el resultado del proceso de almacenamiento de experiencia y recuerdos anteriores y que condicionarán el comportamiento positivo o negativo hacia el producto o servicio.

Cabe resaltar que la percepción del cliente es tanto consciente, de modo que atribuye causas a conductas y hechos, como inconsciente que va relacionada con las sensaciones y que el conjunto de estos elementos dan origen a una inclinación negativa o positiva hacia el servicio recibido.

### 7.2.1.3. Características de la Percepción:

Según Guski (2002) las características de la percepción son tres:

- **Es Subjetiva:** porque un determinado estímulo puede generar diferentes reacciones o interpretaciones en cada persona, esto se da porque cada individuo es diferente al otro e influyen en este

proceso las necesidades y experiencia propia con respecto al estímulo.

- **Tiene una condición selectiva:** es decir que el individuo selecciona su campo perceptual de acuerdo a lo que desea percibir ya que no puede percibir todo al mismo tiempo.
- **Es temporal:** porque los individuos evolucionan a medida que experimentan nuevas experiencias, aparecen nuevas necesidades o varían sus motivaciones, es por ello que la percepción es un proceso de corto plazo.

Un artículo publicado en 2017 en el portal de Enciclopedia aporta algunas características más propias de la percepción como se detalla a continuación:

- **Es inferencial:** ya que permite tomar una determinada información y lo convierte en una imagen o idea al terminar el proceso cognitivo y analítico de nuestro cerebro, como resultado se obtiene una interpretación.
- **Requiere de Atención:** la percepción utiliza la atención para poder interpretar y analizar los estímulos, estos pueden ser: externos como formas, texturas, colores, luces, etc.; e internos como necesidades biológicas, intereses sociales, estados de ánimo, etc.
- **Requiere nuestros sentidos:** la percepción se logra a través de la captación de los estímulos mediante nuestros sentidos, es por ello que la percepción puede ser visual, auditiva, olfativa, gustativa y táctil.

#### 7.2.1.4. Componentes de la Percepción:

La percepción según Guski (2002) tiene 2 principales componentes:

- **Sensaciones:** que pueden definirse como la respuesta de nuestros órganos sensoriales a un estímulo determinado del medio externo. Esto no quiere decir que la percepción y las sensaciones sean

conceptos iguales, por el contrario, la percepción se forma cuando adquiere algún significado de la sensación recibida.

- **Los inputs internos:** como las necesidades, motivaciones, y experiencias que provienen del interior de la persona y que determinan una percepción distinta de los estímulos externos.

El conjunto de estos componentes da lugar a la percepción de cada individuo con respecto al entorno exterior, es por ello que la percepción como hemos descrito anteriormente es única y varía de acuerdo al individuo.

### 7.2.2. Servicios Turísticos

Stanton, Etzel y Walker, (2004) definen los servicios como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades.

Complementando esta información Thompson (2006) nos dice que un servicio no es posible poseer físicamente, ni transportarlo o almacenarlo, pero que puede ser ofrecido en renta o a la venta.

La industria del turismo brinda principalmente a sus clientes servicios intangibles que son comúnmente conocidos como servicios turísticos. Según Martínez (2009) los servicios turísticos son un conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan de forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística.

### 7.2.2.1. Servicio de Hospedaje

Existen una variedad de servicios turísticos para satisfacer las necesidades del consumidor, dentro de los principales podemos destacar el servicio de hospedaje, restauración y transporte.

El servicio de hospedaje o alojamiento es también llamado el pilar de la industria turística ya que satisface una necesidad básica al momento de viajar; asimismo, *“La palabra hospedaje se relaciona con brindar tal servicio a cambio de una tarifa o dinero de acuerdo a la calidad del lugar como también a otros servicios complementarios”* (Bembibre C. , 2010).

Podemos decir que la industria hotelera a través de los años ha desarrollado diversos servicios que complementan el servicio básico de proporcionar habitaciones equipadas adecuadamente, como los servicios de restauración, recreación, actividades deportivas, etc. procurando una mejor experiencia durante la estadía.

#### A. Características del Servicio de Hospedaje

MINCETUR describe en el Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicios para Establecimientos de Hospedaje (2012) que los establecimientos de hospedaje deben tener las siguientes características:

- Intangibilidad: los servicios son prestaciones y experiencias más que objetos.
- Heterogeneidad: la prestación del servicio puede variar en tiempo, personas y servicio, sin embargo debe existir parámetros para mantener una estandarización adecuada.
- Inseparabilidad: los servicios se generan en el momento de la prestación o con anterioridad a la misma.

- Temporalidad: no se pueden almacenar los servicios como bienes o productos, si un servicio no es brindado un día, se pierde ese tiempo de uso.
- Alta interacción: la comunicación empleado- cliente es indispensable para poder brindar un servicio de calidad.

## B. Etapas del Servicio de Hospedaje

Groth y Dye citados en el servicio en hoteles publicado por Navarrete Chávez (2015) nos dice que el servicio tiene tres etapas:

- **El pre- servicio:** que involucra las estrategias de marketing y venta de los servicios que se ofrece, de tal manera que la demanda potencial pueda tener conocimientos del servicio que se ofrece y se pueda concretar la venta del mismo.
- **La entrega del servicio:** es la interacción directa con el huésped desde que llega al establecimiento, involucra tanto al personal como a los elementos tangibles del hotel.
- **El post- servicio:** se refiere a los procesos y estrategias que se realizan para lograr una compra nuevamente del mismo cliente una vez terminado el servicio.

### 7.2.3. Calidad de Servicio

#### 7.2.3.1. Definición de Calidad

Cubillos y Roza describen en su artículo: El concepto de la calidad: historia, evolución e importancia para la competitividad (2010) que el concepto de calidad ha evolucionado a través de la historia, desde la etapa artesanal que definía a la calidad como “Hacer las cosas bien independientemente del costo o esfuerzo necesario para ello” hasta la actualidad afirmando que la calidad se centra en la “Capacitación de líderes de calidad que potencialicen el proceso”.

Platón citado por Camisón, Cruz, & Gonzáles en su libro: Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas (2007) afirma que la calidad es “*excelencia como superioridad absoluta «lo mejor» y tiene una asimilación con el concepto de lujo*”. Sin embargo Platón se refiere a la calidad de un producto y no de un proceso como plantea Feigenbaum:

*“Calidad es un sistema eficaz para integrar los esfuerzos de mejora de la gestión, de los distintos grupos de la organización para proporcionar productos y servicios a niveles que permitan la satisfacción del cliente, a un costo que sea económico para la empresa, agregando posteriormente: calidad es la resultante de una combinación de características de ingeniería y de fabricación, determinantes del grado de satisfacción que el producto proporcione al consumidor durante su uso.”* (Feigenbaum, 1994)

Por otro lado Philip B. Crosby citado en Méndez Rosey (2013) señaló que la calidad es la conformidad con los requerimientos, asimismo los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; de este modo se debe tomar mediciones continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; y la no conformidad detectada equivale a una ausencia de calidad.

### **7.2.3.2. Definición de Calidad de Servicios**

Habiendo definido el concepto de servicio, podemos desarrollar la concepción de este concepto.

Para Hernández, Chumaceiro, Atencio (2009) la calidad de servicio es un instrumento competitivo que requiere una cultura organizativa, cónsona, un compromiso de todos, dentro de un proceso continuo de evaluación y mejoramiento, para ganar la lealtad del cliente y diferenciarse de la competencia como estrategia de beneficio.

Grönroos citado por Pecina Rivas (2014) menciona que la propia intangibilidad de los servicios hace que éstos sean percibidos de manera subjetiva. Asimismo Zeithaml, citado por Duque Oliva en su artículo publicado por la revista Innovar (2005, p. 68) concuerda con la subjetividad de la calidad de servicio por el cliente afirmando que es el juicio del consumidor sobre la excelencia y superioridad de un producto.

Por otro lado Duque Oliva (2005, p. 72) resalta el problema de la no existencia de medidas objetivas de Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L, por lo cual la percepción es la medida que más se ajusta al análisis. Las percepciones son las creencias que tienen los consumidores sobre el servicio recibido.

#### **7.2.3.3. Principios Básicos de la Atención al Cliente:**

Para poder ofrecer una buena atención al cliente se deben tener en cuenta los principios básicos en los que está basado, según Pascal (2017) estos son:

##### **A. Velocidad:**

La velocidad o capacidad de respuesta es un factor determinante en la calidad de servicio porque tiene un gran impacto en la satisfacción del cliente. Existen varios tipos de velocidad en el servicio como:

- Tiempo de respuesta inicial que se refiere a la velocidad con que un cliente recibe una primera respuesta a su inquietud.
- Tiempo promedio en que el problema fue resuelto.
- Índice de las respuestas contestadas en una primera instancia.

Asimismo es importantes tomar en consideración otros factores como el canal de contacto entre el cliente y la empresa, las habilidades con las que cuentan los empleados y su empoderamiento al momento de solucionar problemas.

#### **B. Precisión:**

La resolución de problemas o inquietudes que presente el cliente deben ser solucionadas no solo en un periodo de tiempo corto sino que deben ser respuestas correctas, en este principio influyen 4 factores:

- Entrenamiento del personal en cuanto a conocimiento de la información, procedimientos, políticas y reglas de la empresa
- Habilidades de comunicación resaltando la claridad de expresión como habilidad principal.
- Los sistemas de información deben estar integrados y fluir para obtener una mejor precisión de información en el servicio.
- Trabajo en equipo, es decir el personal debe tener una comunicación eficaz para poder solucionar u problema.

#### **C. Transparencia:**

El principio de transparencia sugiere que se debe explicar cómo se resolverá el problema, incluso si esto hace la espera un poco más larga, debido a que no saber la razón de la espera hacen de la espera una situación aún más difícil para el cliente lo que puede generar la insatisfacción del mismo.

#### **D. Accesibilidad:**

Si tu cliente tiene un problema, ¿qué tan fácil le es comunicarse contigo o con tu empresa? ¿Cuántas acciones tiene que realizar un cliente para obtener una respuesta a tu pregunta? Son las principales preguntas para poder distinguir si la accesibilidad en un servicio es la correcta.

**E. Empoderamiento:**

Se debe dar al cliente la sensación de que la empresa tiene todo bajo control, esto se logra a través de estrategias como encuestas de valoración, tener un sistema flexible con personas que puedan tomar decisiones a resolución de problemas y basarse en un sistema burocrático.

**F. Amabilidad:**

La amabilidad y cortesía son cualidades casi imposibles de entrenar, son innatas de la persona, es por ellos que se debe tomar en cuenta este factor al momento de contratar al personal en el área de atención al cliente y debe pulirse mediante la capacitación.

**G. Eficiencia:**

La eficiencia es un factor crucial en la atención al cliente, ya que el buen servicio brindado debe ser equivalente a las ganancias recibidas. Un excelente servicio en el siglo 21 no tiene nada que ver con presupuestos más grandes; sino con inversiones más inteligentes.

**7.2.3.4.El Modelo SERVPERF**

Existen diversos métodos de medición de la calidad, entre ellos podemos encontrar al Modelo Nórdico de Grönroos (1984), Modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985), Modelo SERVPERF de Cronin & Taylor (1992), Modelo componente de tres niveles de Rust & Oliver (1994), Modelo RSQS de Dabholkar et al. (1996) y Modelo Jerárquico de Brady & Cronin (2001).

Dentro de ellos el Modelo SERVPERF es el modelo a utilizar en la presente investigación por lo que se desarrollará a continuación:

El modelo SERVPERF está basado en la estructura del modelo SERVQUAL, Cronin & Taylor desarrollaron este modelo debido a las críticas del SERVQUAL, sus investigaciones determinaron que la medición de la calidad debe fundarse en la percepción del cliente y no en sus expectativas.

Alvarez Botello, Chaparro Salinas, & Bernal Alcántara (2014) señalan que Cronin & Taylor realizaron su propia escala para ganar un apoyo técnico intentando superar las limitaciones de utilizar las expectativas en la medición de la calidad percibida, sin definir concretamente el tipo y el nivel de expectativas a utilizar (expectativas de desempeño, experienciales, predictivas, normativas, etc.).

Adil citada en el libro de Balmori Mastachi & Flores Juárez (2014) indica además de que el modelo SERVPERF utiliza el mismo instrumento de medición que el SERVQUAL pero solamente mide la percepción y no la expectativa. Señala también que a pesar de que Cronin y Taylor probaron en cuatro industrias diferentes (comida rápida, control de plagas, tintorerías y bancos) que su modelo era superior al de Parasuraman y sus colegas, éste no logró la popularidad del SERVQUAL.

Podemos concluir que el modelo SERVPERF toma como eje fundamental solo la percepción que el cliente pueda tener para medir la calidad de los servicios, ya que la medición de las expectativas está en discusión con respecto a la veracidad de los resultados. Sin embargo cabe destacar que el modelo SERVPERF no es tan utilizado como el SERVQUAL.

Como en la presente investigación será aplicado el instrumento en base al modelo SERVPERF es necesario conocer las dimensiones que Cronin & Taylor (1992) hallaron para medir la calidad de servicio, las cuales de detallaran a continuación:

<b>Dimensión</b>	<b>Descripción</b>
Elementos Tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales para comunicaciones
Confiabilidad	Capacidad para brindar el servicio prometido en forma precisa y digna de confianza
Capacidad de Respuesta	Buena disposición para ayudar a los clientes a proporcionarles un servicio expedito
Seguridad	Conocimiento y cortesía de los empleados, así como su capacidad para transmitir seguridad y confianza
Empatía	Cuidado y atención individualizada que la empresa proporciona a sus clientes

**Fuente:** (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985)

## 7.2.4. Hotel

### 7.2.4.1. Definición de Hotel

MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo) en el Reglamento de Establecimiento de Hospedaje DECRETO SUPREMO N° 001-2015-MINCETUR (2015) define al hotel como un establecimiento de hospedaje que cuenta con no menos de 20 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo

completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea.

Mientras que Pérez Porto y María Merino (2009) describen que hotel es un edificio equipado y planificado para albergar a las personas de manera temporal.

Por otro lado Navarro citado por Valladolid Florian & Guevara Muñoz (2012) indica que un hotel es un establecimiento dirigido por profesionales que ofrecen al cliente alojamiento con o sin servicios integrados, a cambio de una prestación económica.

Por lo que podemos decir que el hotel es un edificio destinado a brindar alojamiento, que es gestionado, equipado y planificado por profesionales para adquirir un beneficio económico. Asimismo un hotel debe cumplir con características específicas en sus instalaciones para ser categorizado como tal.

#### **7.2.4.2. Características de un Hotel de 3 Estrellas**

El Reglamento de Establecimiento de Hospedaje DECRETO SUPREMO N° 001-2015-MINCETUR (2015) tiene como Anexo Numero 1 los requisitos mínimos para la clasificación y categorización de hoteles.

Para la presente investigación se desarrollaran los requisitos mínimos para la clasificación y categorización de un hotel de tres estrellas según MINCETUR:

### A. Requisitos Mínimos de Infraestructura

Deberán cumplir con el ANEXO 1 de la Norma Técnica A.30 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones- RNE.

### B. Requisitos Mínimos de Equipamiento

REQUISITOS MÍNIMOS	3 Estrellas
<b>Generales</b>	
Custodia de valores (individual en la habitación o caja fuerte común)	Obligatorio
Internet	Obligatorio
<b>En habitaciones</b>	
Frigobar	-
Televisor	Obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e internacional.	Obligatorio

- En el caso de los requisitos de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Hotel

### C. Requisitos Mínimos de Servicio

REQUISITOS MÍNIMOS	3 Estrellas
<b>Generales</b>	
Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Hotel.	Obligatorio
Servicio de lavado y planchado (1)	Obligatorio
Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxis	Obligatorio

Servicio de custodia de equipaje	Obligatorio
Primeros auxilios (2)	Botiquín
<b>En habitaciones</b>	
Atención en habitación (room service)	-
Cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio del huésped (3)	Obligatorio

- (1) Servicio prestado en el Hotel o a través de terceros.
- (2) Para las categorías de 4 y 5 estrellas el servicio puede ser brindado en el mismo local o a través de terceros. En caso se requiera botiquín, este deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.
- (3) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros.

#### **D. Requisitos Mínimos de Personal**

<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>	<b>3 Estrellas</b>
Personal calificado (1)	Obligatorio
Personal uniformado las 24 horas.	Obligatorio

- (1) Definición contenida en el Reglamento.

#### **7.2.4.3. Hotel Ensueño**

Hotel Ensueño se encuentra ubicado en la Calle Rivero 427 Cercado-Arequipa, cuenta con 40 cómodas habitaciones, entre simples, dobles, matrimoniales y triples. Su Gerente y dueño es el Señor Darío Laro Mello Alvarez, asimismo el hotel está incluido en la categoría de tres estrellas y ofrece un ambiente cálido y elegante a sus clientes.

### **A. Infraestructura:**

El Hotel Ensueño tiene un edificio de infraestructura moderna de cuatro pisos, construido de material noble y con una decoración clásica. En la primera planta se encuentra la recepción, los almacenes, los baños públicos, los centros empresariales, el estacionamiento, la cocina y el comedor, además de las áreas administrativas y 6 habitaciones. Asimismo existe un pequeño patio con una fuente y una habitación estándar en la parte del fondo. En la segunda planta se encuentran 21 habitaciones (10 estándar y 11 Premium), además se encuentra el almacén de lencería y el lobby.

En la tercera planta encontramos 9 habitaciones estándar 2 de ellas con balcón además del lobby.

En la cuarta planta encontramos el área de lavandería y el cuarto de planchado, también encontramos 3 habitaciones estándar y el lobby.

### **B. Servicios:**

El Hotel tiene 5 departamentos, de los cuales desarrollaremos los servicios que ofrecen:

#### **Recepción:**

- Caja de seguridad.
- Teléfono con discado directo.
- Orientación turística en general.
- Servicio de envío y recepción de fax.
- Custodia de Equipajes.
- Servicio de despertar.
- Servicio de custodia de valores en caja de seguridad en la recepción.

- Secadoras de cabello a solicitud del cliente.

#### **Cocina:**

- Desayuno incluido tipo buffet, que consta de café, té o leche, jugos o zumos de frutas, yogurt, huevos, pan o tostadas, mermelada o mantequilla.
- Platos típicos arequipeños y peruanos
- Roomservice.
- Cofee break para los eventos realizados en las salas de negocio

#### **Habitaciones (Pisos)**

- Conexión WI- FI
- Teléfono
- TV con cable
- Frigobar
- Guardaropa
- Totalmente alfombradas
- Baño privado (tina ducha y elementos de aseo personal)
- Agua fría y caliente.

#### **Salas de negocio:**

- Equipo de sonido y parlantes
- Mesas y sillas
- Rota folio
- Pizarra acrílica, plumones y mota
- 1 micrófono inalámbrico
- 1 punto de internet (Expositor)
- Dispensador de agua
- 1 Estacionamiento gratis para expositor (De acuerdo a la disponibilidad)
- Laptop
- Puntero laser y Presentador de diapositivas

- Proyector
- Ecran
- Wifi

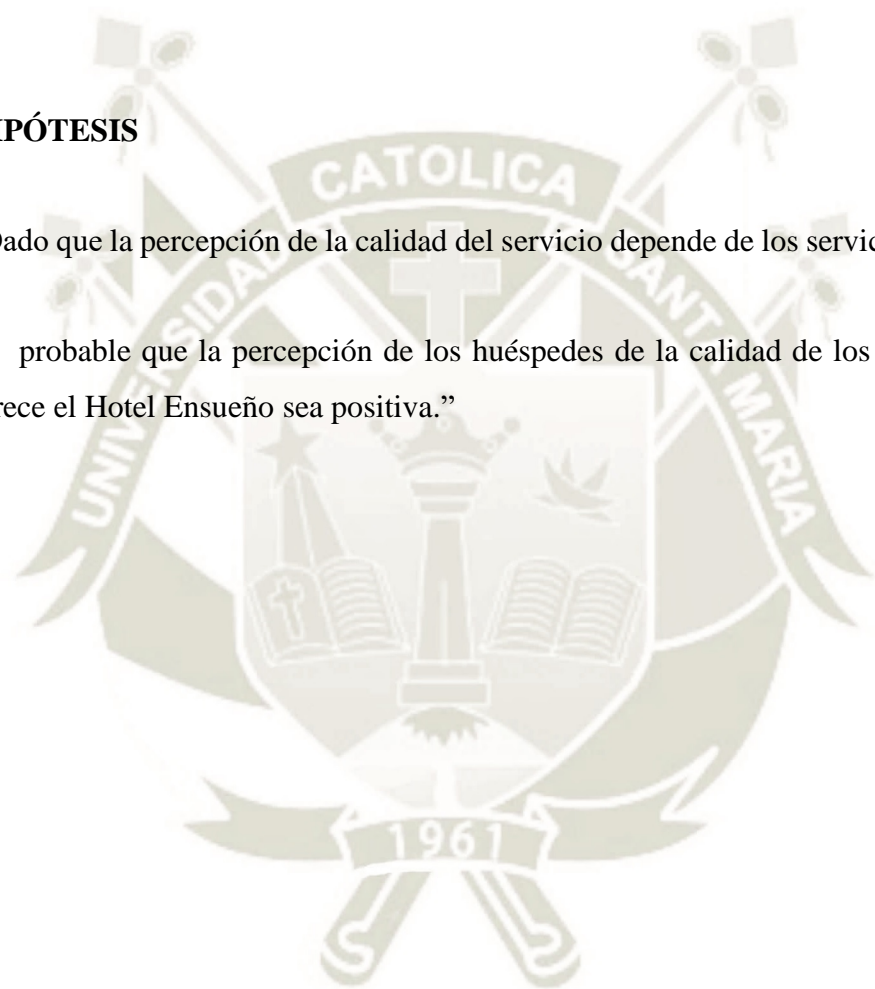
#### **Lavandería**

- Lavado de ropa
- Planchado de ropa

### **8. HIPÓTESIS**

“Dado que la percepción de la calidad del servicio depende de los servicios recibidos.

Es probable que la percepción de los huéspedes de la calidad de los servicios que ofrece el Hotel Ensueño sea positiva.”





# **CAPÍTULO II**

## **MARCO METODOLÓGICO**

## 1. TIPO, NIVEL Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación del presente trabajo es pura, puesto que se pretende recopilar información y/o conocimientos que se adicionan a una información ya existente basada en un contexto general.

### 1.2. Nivel de Investigación

El presente trabajo de investigación es de nivel descriptivo, debido a que se desea describir en todos sus componentes una realidad indicando sus características, las cuales serán medidas cuantitativamente y/o cualitativamente.

### 1.3. Diseño de Investigación

El diseño de a presente investigación es no experimental porque las variables son observadas dentro de su contexto natural, sin intervención o manipulación, para posteriormente analizar los resultados.

## 2. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### 2.1. Técnica de Recolección de Datos

La técnica que se utilizará para recopilar información del presente trabajo de investigación será la siguiente:

- La encuesta

## 2.2. Instrumento de Recolección de Datos

El instrumento que se aplicará es el cuestionario, basado en el modelo SERVPERF, donde se formularon preguntas orientadas a los objetivos de la presente investigación.

## 3. CAMPO DE VERIFICACIÓN

- **Campo:** Ciencias Sociales
- **Área:** Turismo
- **Línea de investigación:** Hotelería

### 3.1. Ámbito

La investigación se realizará en el Hotel Ensueño ubicado en Calle Rivero N°427, Arequipa.

## 4. UNIDADES DE ESTUDIO

### 4.1. Población o Muestra

#### 4.1.1. Población

Según la información oficial proporcionada por los directivos del hotel, se ha determinado el promedio de los meses de Setiembre a Noviembre del año 2018, el número de pernoctaciones por huésped es de 967.

Sistema Integral de Hotelería InHotel						Registro de Huéspedes					
Hotel : hotel ensueño						Relacion de Huespedes Afectos al D.L. No.919 del 0					
Reserva	Hab.	Código	Tarifa	% IGV	% Ser.	Apellidos y Nombres		Sexo	Nacionalidad	Documento	Ingreso País
005017	106	0000048427	0.00	0.00	0.00	MAITA	DAVID				11/24/2017
005019	201	0000048429	115.00	18.00	0.00	LUNA FARACH	CESAR AUGI	M	Peruana	DNI 10867731	11/24/2017
004997	601	0000048384	0.00	18.00	0.00	FABER	CASTELL				11/16/2017
005000	209	0000048387	106.75	18.00	0.00	GARCIA CASTR	JOSE ANTON		Peruana	DNI 42197539	11/26/2017
005013	201	0000048421	115.90	18.00	0.00	HOJATA BANCHI	JUAN IVAN		Peruana	DNI 07462594	11/27/2017
005023	205	0000048436	125.00	18.00	0.00	BARBARAN VILL	CARLOS MIG	M	Peruana	DNI 40636109	11/27/2017
005024	205	0000048437	125.00	18.00	0.00	MORALES CALD	LUIS GRABIE	M	Peruana	DNI 18068228	11/27/2017
005025	601	0000048438	0.00	18.00	0.00	DREA					11/27/2017
005027	303	0000048441	125.00	18.00	0.00	MONGE FERNAN	BALTAZAR R	M	Peruana	DNI 08460648	11/27/2017
005027	304	0000048442	125.00	18.00	0.00	ASTUÑAUPA FL	JULIO	M	Peruana	DNI 20103864	11/27/2017
005013	203	0000048432	115.90	18.00	0.00	GUERRERO OR	PAULO CESF	M	Colombiana	DNI 1604858	11/27/2017
005020	204	0000048430	125.00	18.00	0.00	VILCHEZ YANGA	DANY EDWA	M	Peruana	DNI 44255712	11/28/2017
005022	216	0000048433	125.00	18.00	0.00	RAYKHMAN	ALEXANDER	M	Estadunidense	Pasap#96816899	11/29/2017
005022	222	0000048434	125.00	18.00	0.00	GONZALES PINI	FRANCISCO	M	Peruana	DNI 42746097	11/29/2017
005028	203	0000048443	136.76	18.00	0.00	ALVAREZ YEP	MELISSA RA	F	Peruana	DNI 10543797	11/29/2017

Total General de Pasajeros : 967

#### 4.1.2. Muestra

$$n = \frac{N.400}{N + 399}$$

$$n = \frac{967.400}{967 + 399}$$

$$n = \frac{386800}{1366}$$

$$n = 283$$

#### 4.2. Grupos de Estudio

Las unidades de estudio estuvieron representadas por los huéspedes que pernoctaron en el Hotel Ensueño.

#### 4.3. Fuentes de Información

Gallego Josefa en su publicación (Fuentes y Servicios de Información) define a las fuentes de información como todo lo que contiene información para ser transmitida o comunicada y que permite identificarse con el origen de la información.

Para la presente investigación se utilizaron fuentes primarias, como la obtención de información del mismo hotel analizadas de su manual de funciones y su página web, así como para la definición de los diferentes términos a utilizar durante la investigación.

También se utilizaron fuentes secundarias de revistas y artículos académicos sobre la información acerca de los diferentes modelos que pueden ser utilizados para la medición de la calidad.

## 5. ESTRATEGIAS

### 5.1. De Recolección de Datos

- Se elaboró las encuestas en base al modelo SERVPERF y se adaptó a los servicios brindados por el Hotel Ensueño.
- Se presentó al gerente general del Hotel Ensueño una solicitud para obtener la autorización correspondiente para la recolección de datos mediante la aplicación de encuestas, dicho documento se encuentra como Anexo N° 2 del presente documento.
- Se solicitó el llenado de encuestas de forma personal a los huéspedes que se encontraban en las áreas públicas del hotel.
- Se solicitó autorización al gerente general del Hotel Ensueño para dejar las encuestas en cada habitación del hotel, previa autorización del huésped.
- El personal de housekeeping se encargó de recolectar las encuestas llenadas y entregarlas a recepción, para que posteriormente sean entregadas a mi persona.

### 5.2. De Sistematización

- Una vez completado el proceso de recolección de datos los resultados fueron tabulados creando una base de datos en Excel.
- Posteriormente los resultados fueron analizados estadísticamente y se desarrollaron en el III Capítulo de la presente investigación.



# **CAPÍTULO III PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

## 1. RESULTADOS

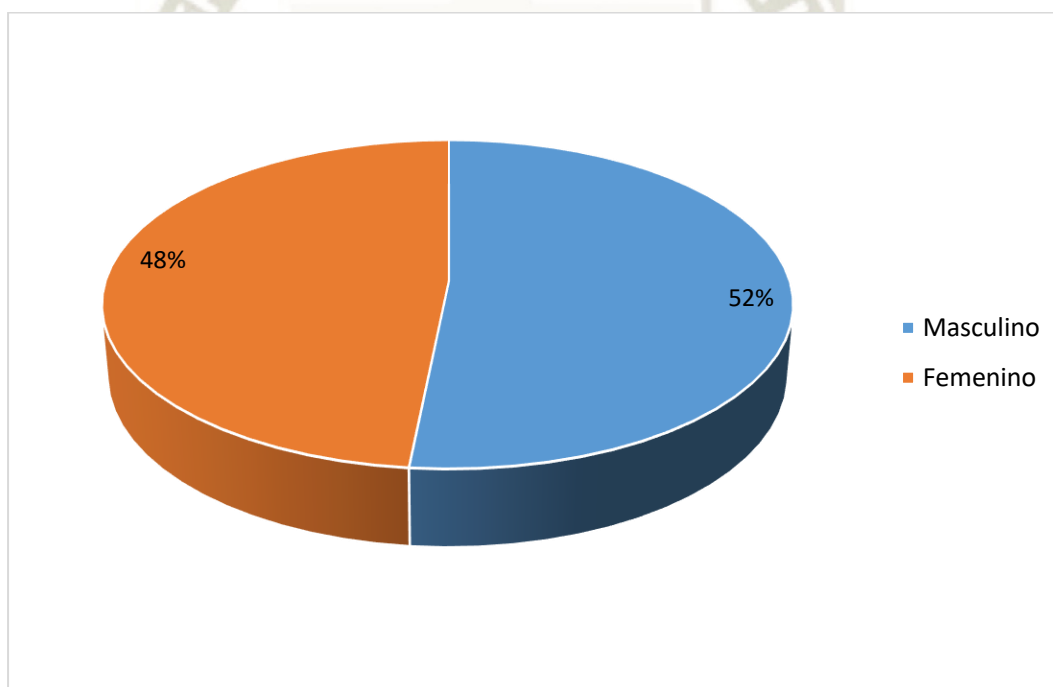
### Datos Generales

**Tabla N° 1 Género del huésped**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	146	52%
Femenino	137	48%
<b>Total</b>	<b>283</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 1 Género del huésped**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

### **Interpretación**

En el análisis del género de los huéspedes se puede apreciar que 52% son del género masculino, seguidos del género femenino representados con el 48%. Lo que representa la homogeneidad en los clientes que recibe el hotel Ensueño: tanto clientes corporativos por lo cual se puede observar una leve diferencia en la mayoría de varones, así como de turistas receptivos.

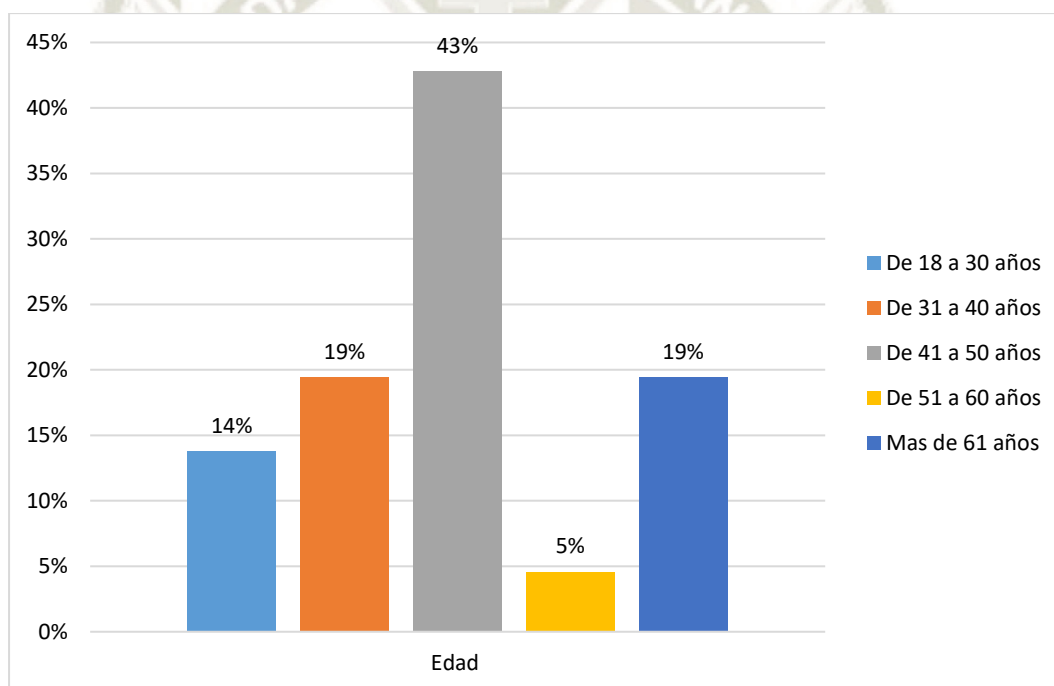


**Tabla N° 2 Edad del huésped**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De 18 a 30 años	39	14%
De 31 a 40 años	55	19%
De 41 a 50 años	121	43%
De 51 a 60 años	13	5%
Más de 61 años	55	19%
<b>Total</b>	<b>283</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 2 Edad del huésped**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

## Interpretación

En el análisis de la edad de los huéspedes se puede apreciar que la mayoría de los encuestados pertenecen al rango de 41 a 50 años de edad representando el 43%, lo cual indica que los huéspedes pertenecientes a este segmento son económicamente activos, con capacidad económica para poder comprar servicios con estándares altos tanto en calidad como el costo.

En segundo lugar podemos observar que el 19% lo representan los mayores de 61 años, cuya característica es similar al segmento anterior, son personas que poseen gran disponibilidad de tiempo y dinero pero que ya no pertenecen a la población económicamente activa.

Homogéneo a este porcentaje (19%) tenemos a los huéspedes pertenecientes al rango de 31 a 40 años de edad, perteneciente también a la población económicamente activa caracterizado por tener una posición económicamente estable sin embargo carecen de tiempo a diferencia del segmento anterior, por lo que podemos decir que este segmento viaja por motivos de negocios; es decir, son clientes corporativos, los cuales representan una importante ocupabilidad para el Hotel Ensueño.

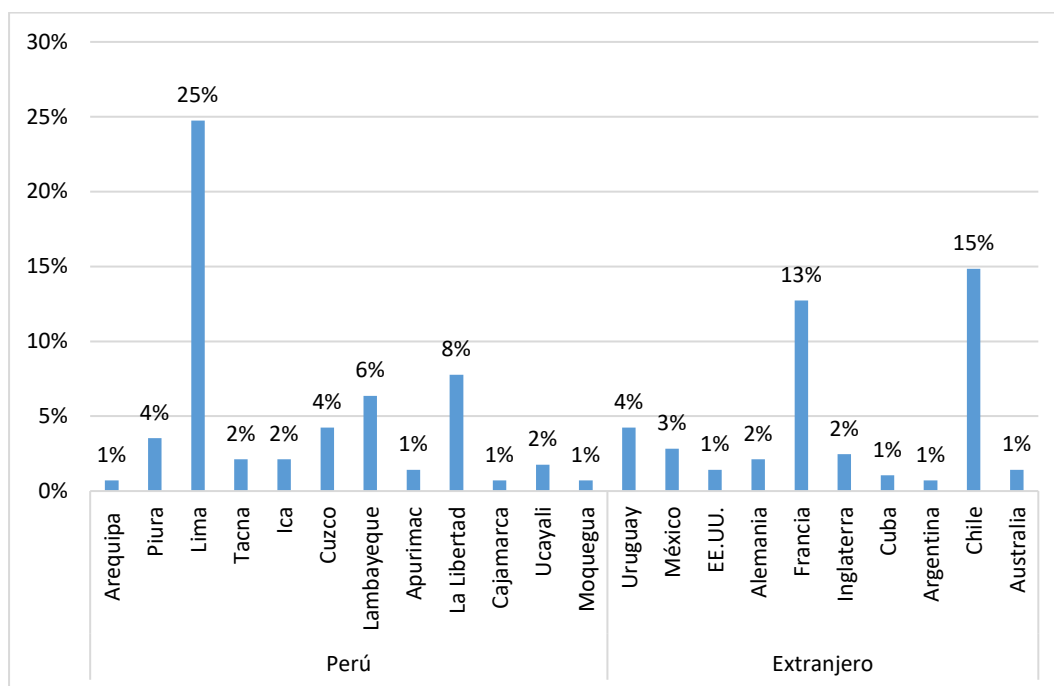
Con índices menores del 14% encontramos a personas entre 18 a 30 años de edad, segmento caracterizado por no tener una posición económica estable. Por último los huéspedes entre 51 a 60 años de edad, son apenas un 4.6% representando el menor porcentaje, debido a que la mayoría de adultos mayores espera a su jubilación para poder viajar.

**Tabla N° 3 Procedencia del huésped**

	<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Perú	Arequipa	2	1%
	Piura	10	4%
	Lima	70	25%
	Tacna	6	2%
	Ica	6	2%
	Cuzco	12	4%
	Lambayeque	18	6%
	Apurímac	4	1%
	La Libertad	22	8%
	Cajamarca	2	1%
	Ucayali	5	2%
	Moquegua	2	1%
		<b>Subtotal</b>	<b>159</b>
Extranjero	Uruguay	12	4%
	México	8	3%
	EE.UU.	4	1%
	Alemania	6	2%
	Francia	36	13%
	Inglaterra	7	2%
	Cuba	3	1%
	Argentina	2	1%
	Chile	42	15%
	Australia	4	1%
	<b>Subtotal</b>	<b>124</b>	<b>44%</b>
	<b>Total</b>	<b>283</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 3 Procedencia del huésped**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Interpretación**

En el análisis de la procedencia se puede apreciar que la mayoría de los huéspedes son provenientes del interior del país representando un 56%, mientras que el 44% de huéspedes son provenientes del extranjero.

Dentro del turismo interno la mayoría de huéspedes encuestados son provenientes de la capital, es decir del departamento de Lima, representando el 25%. La capital del Perú se caracteriza por ser un centro económico y de comercialización, por lo que podemos decir que la mayoría de los huéspedes provenientes de Lima visitan Arequipa con fines de trabajo y negocios.

Podemos destacar también dentro del turismo interno a los huéspedes provenientes de los departamentos de Lambayeque, La Libertad, Piura y Cuzco representando el 6%, 8%, 4% y 4% respectivamente y con índices menores al 2% se encuentran los huéspedes provenientes de distintos departamentos del Perú como Tacna, Ica, Apurímac, Cajamarca, Ucayali y Moquegua, es decir que el turista receptivo interno proviene en su mayoría del norte del país y en menor escala del centro y sur del Perú.

Dentro del turismo externo la mayoría de huéspedes son provenientes de Chile con un 15% y de Francia con un 13%, y con índices inferiores al 4% se encuentran los huéspedes provenientes de otros países como Estados Unidos, Inglaterra, Alemania, Australia, Uruguay, México, Argentina y Cuba, es decir que el turista receptivo externo proviene en su mayoría de países latinoamericanos y de la comunidad francófona; y en menor escala de países europeos y australianos.

Es importante señalar que el idioma francés debe ser tomado como prioridad frente al inglés dentro de los requisitos del personal debido a que además del español, los huéspedes que visitan el Hotel Ensueño en su mayoría son de nacionalidad francesa.

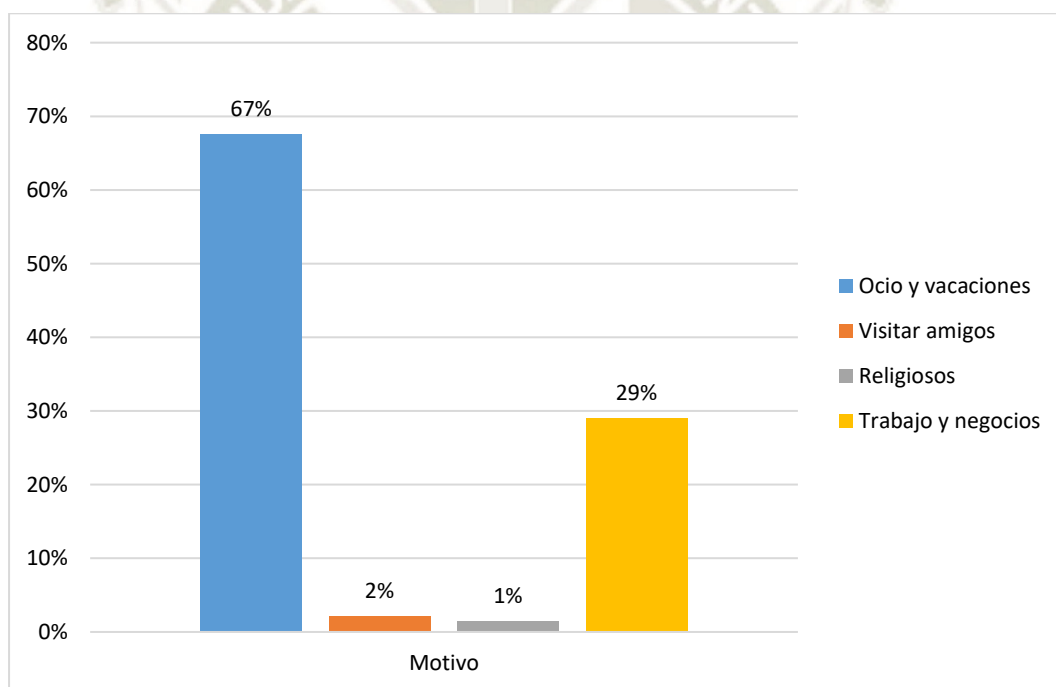


**Tabla N° 4 Motivo de viaje del huésped a la ciudad de Arequipa**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Ocio y vacaciones	191	67%
Visitar amigos	6	2%
Religiosos	4	1%
Trabajo y negocios	82	29%
<b>Total</b>	<b>283</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 4 Motivo de viaje del huésped a la ciudad de Arequipa**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

## Interpretación

El motivo de viaje que la mayoría manifestó fue por ocio y vacaciones representados por el 67%, seguido de los huéspedes que viajan por motivo de trabajo y negocios los cuales representan el 29%, con índices menores tenemos a los huéspedes cuya motivación a viajar fueron la de visitar amigos y familiares con un 2% y por motivos religiosos con un 1%.

Estos resultados nos demuestran que los principales huéspedes del Hotel Ensueño se divide en dos principales perfiles: el turista receptivo, el cual representa la mayoría y el turista de negocios.



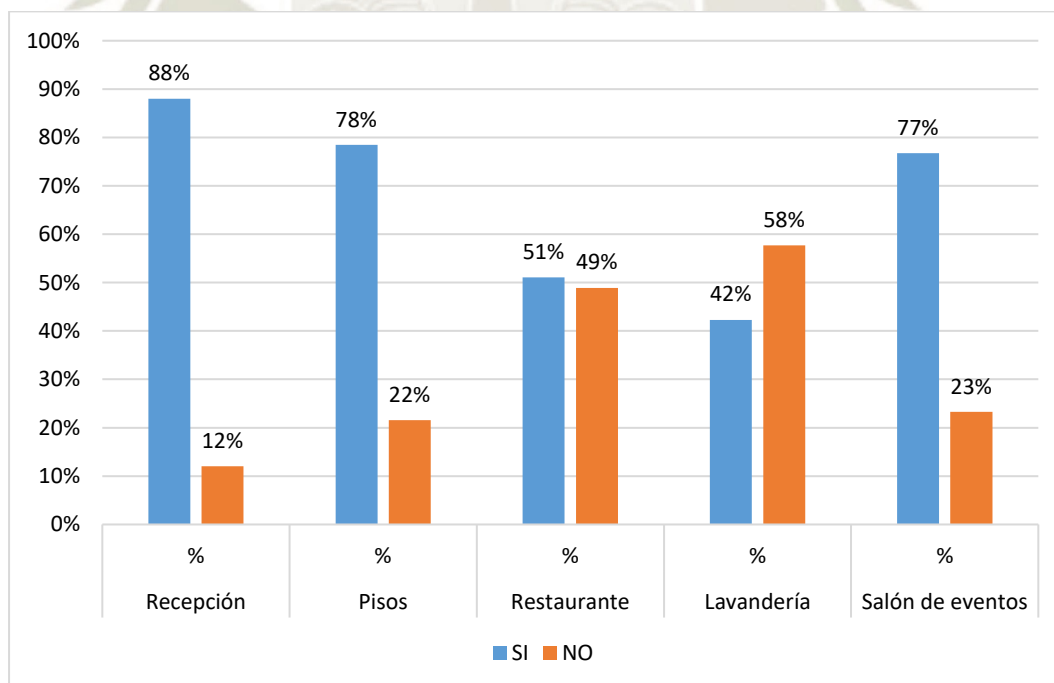
## Dimensión Elementos Tangibles

**Tabla N° 5 La apariencia de las instalaciones físicas es moderna**

Respuesta		Si	No	Total
Recepción	f	249	34	283
	%	88%	12%	100%
Pisos	f	222	61	283
	%	78%	22%	100%
Restaurante	f	142	136	278
	%	51%	49%	100%
Lavandería	f	22	30	52
	%	42%	58%	100%
Salón de eventos	f	33	10	43
	%	77%	23%	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 5 La apariencia de las instalaciones físicas es moderna**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

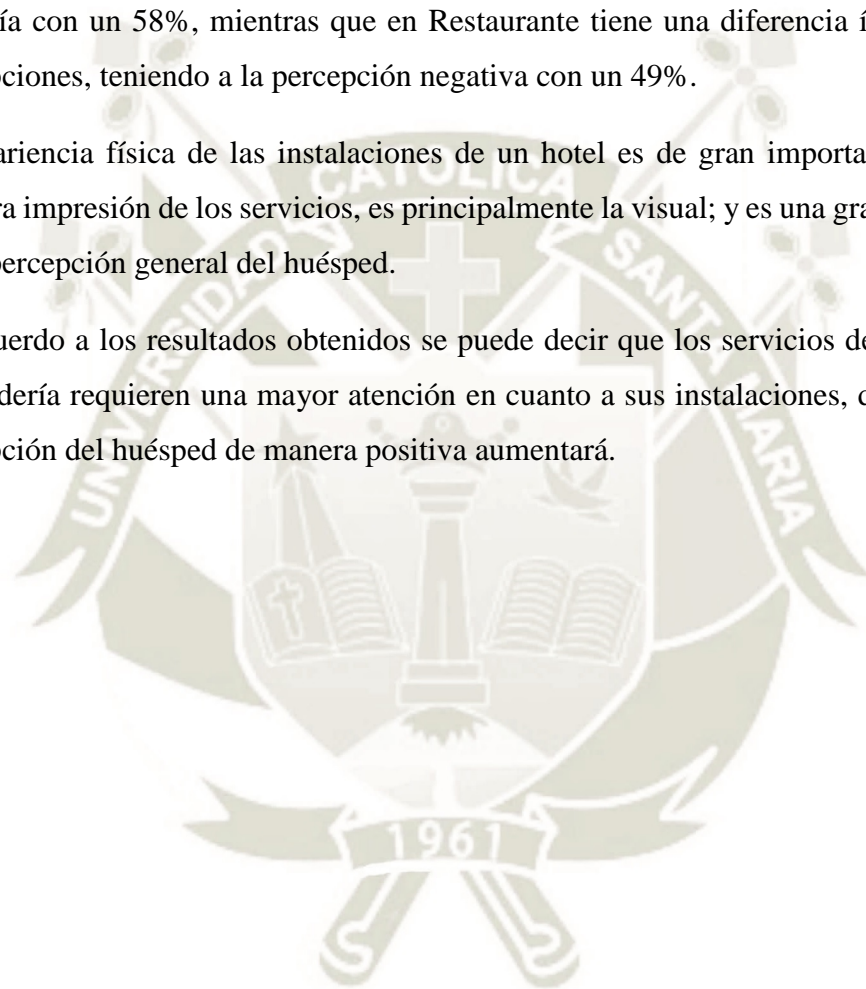
## **Interpretación**

Los resultados encontrados dan a conocer que la mayoría de los huéspedes manifiestan que la apariencia física de las instalaciones es moderna en las áreas de Recepción, Pisos y Salón de eventos con índices de 88%, 78% y 77% respectivamente.

En cuanto a los servicios de Restaurante y Lavandería los huéspedes manifiestan que su apariencia física no es moderna, en Lavandería la percepción negativa representa la mayoría con un 58%, mientras que en Restaurante tiene una diferencia ínfima entre las percepciones, teniendo a la percepción negativa con un 49%.

La apariencia física de las instalaciones de un hotel es de gran importancia, ya que la primera impresión de los servicios, es principalmente la visual; y es una gran determinante en la percepción general del huésped.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede decir que los servicios de Restaurante y Lavandería requieren una mayor atención en cuanto a sus instalaciones, de este modo la percepción del huésped de manera positiva aumentará.

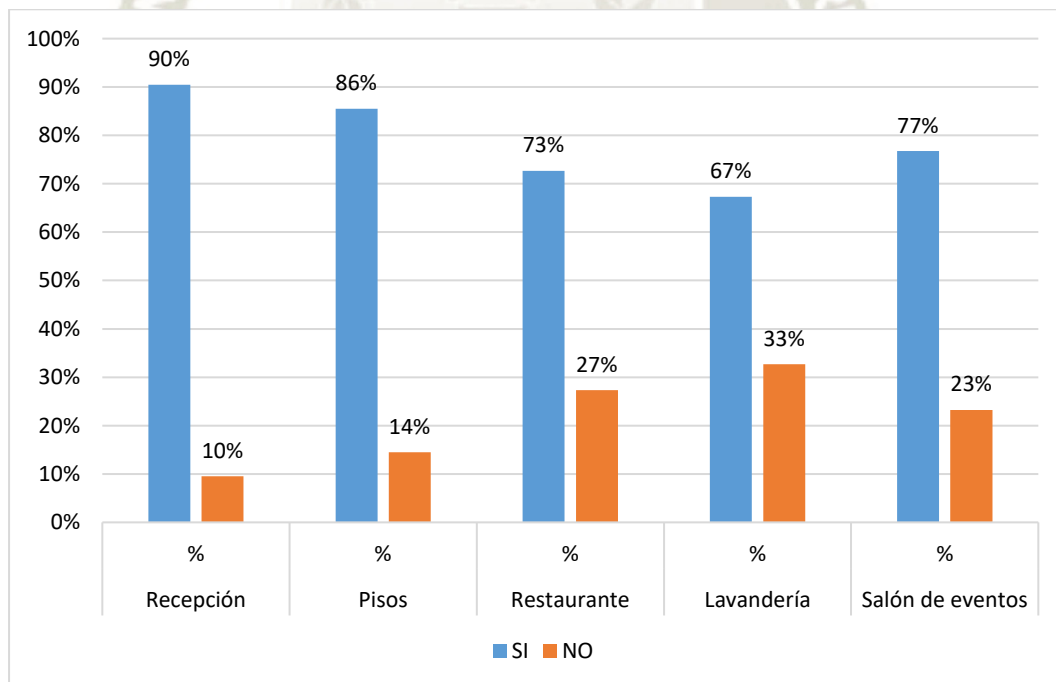


**Tabla N° 6 Las instalaciones del hotel son limpias**

Respuesta		Si	No	Total
Recepción	f	256	27	283
	%	90%	10%	100%
Pisos	f	242	41	283
	%	86%	14%	100%
Restaurante	f	202	76	278
	%	73%	27%	100%
Lavandería	f	35	17	52
	%	67%	33%	100%
Salón de eventos	f	33	10	43
	%	77%	23%	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 6 Las instalaciones del hotel son limpias**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

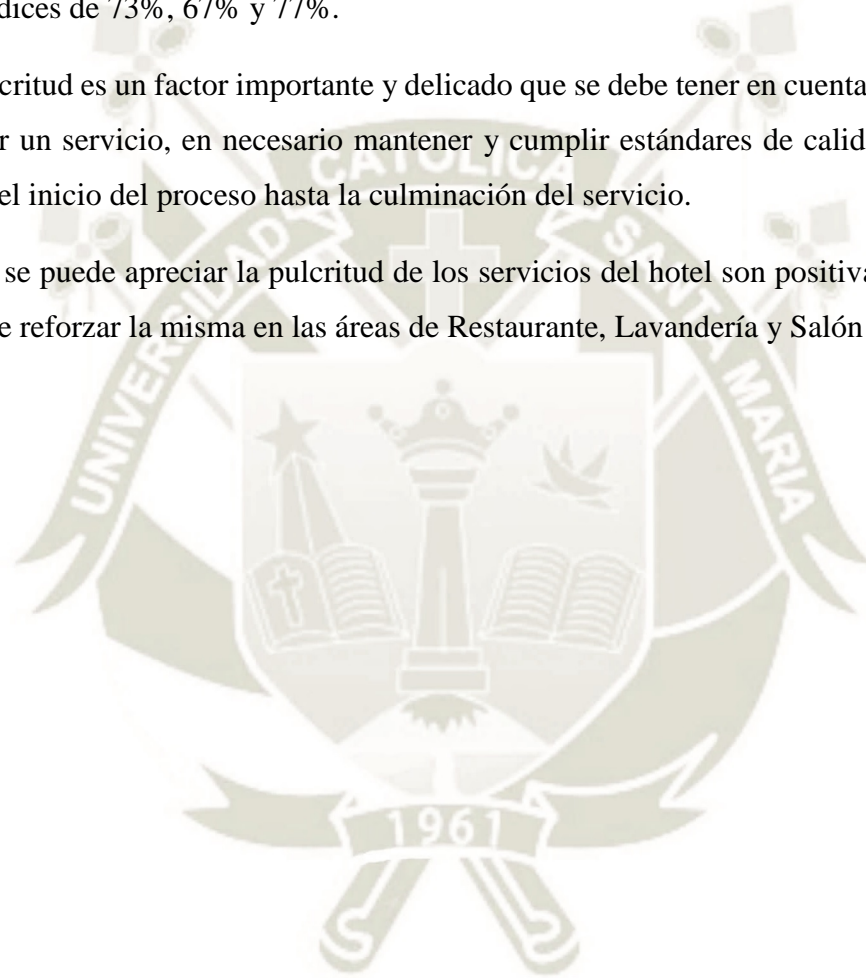
## **Interpretación**

En cuanto a la percepción de los huéspedes sobre la limpieza de los servicios que brinda el Hotel Ensueño podemos encontrar que es positivo, representado con índices de 90% y 86% en las áreas de Recepción y Pisos.

En cuanto a los servicios de Restaurante, Lavandería y Salón de eventos la percepción sobre la limpieza es positiva en menor escala, pero de igual manera representan la mayoría con índices de 73%, 67% y 77%.

La pulcritud es un factor importante y delicado que se debe tener en cuenta al momento de brindar un servicio, en necesario mantener y cumplir estándares de calidad establecidos desde el inicio del proceso hasta la culminación del servicio.

Como se puede apreciar la pulcritud de los servicios del hotel son positivas sin embargo, se debe reforzar la misma en las áreas de Restaurante, Lavandería y Salón de eventos.

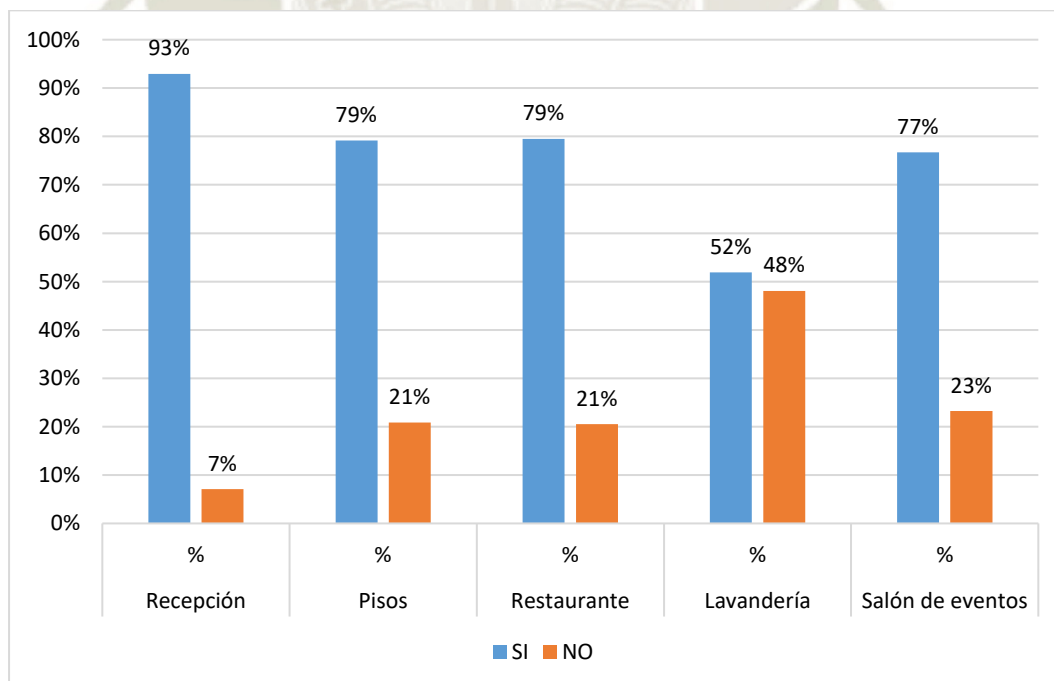


**Tabla N° 7 El personal del hotel tiene apariencia pulcra, está limpio y bien uniformado**

Respuesta		Si	No	Total
Recepción	f	263	20	283
	%	93%	7%	100%
Pisos	f	224	59	283
	%	79%	21%	100%
Restaurante	f	221	57	278
	%	79%	21%	100%
Lavandería	f	27	25	52
	%	52%	48%	100%
Salón de eventos	f	33	10	43
	%	77%	23%	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 7 El personal del hotel tiene apariencia pulcra, está limpio y bien uniformado**



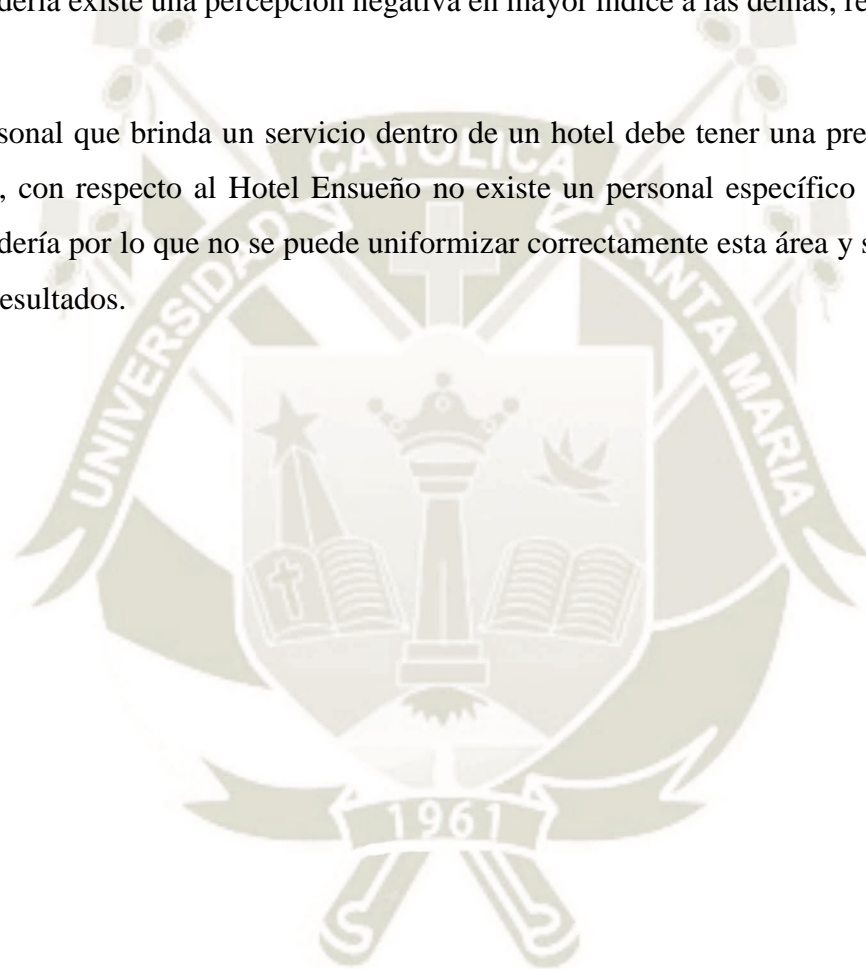
**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

## Interpretación

En el análisis del interrogante sobre si personal del Hotel Ensueño tiene apariencia pulcra, está limpio y bien uniformado se puede apreciar que los resultados manifiestan que el personal que brinda el servicio de Recepción, Restaurante, Pisos y Salón de eventos es percibido de manera positiva con índices de 93%, 79%, 79% y 77%.

En cuanto a la percepción de la apariencia del personal que brinda el servicio de Lavandería existe una percepción negativa en mayor índice a las demás, representando un 48%.

El personal que brinda un servicio dentro de un hotel debe tener una presencia pulcra y limpia, con respecto al Hotel Ensueño no existe un personal específico para el área de Lavandería por lo que no se puede uniformizar correctamente esta área y se han obtenido estos resultados.

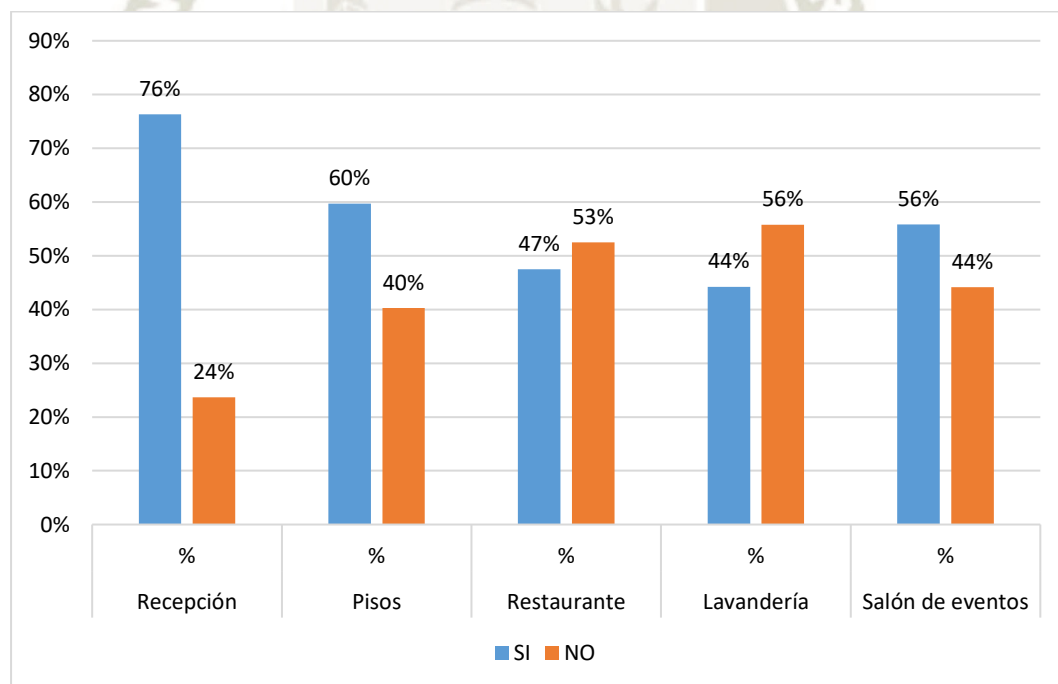


**Tabla N° 8 Los materiales relacionados con el hotel son visualmente atractivos.**

Respuesta		Si	No	Total
Recepción	f	216	67	283
	%	76%	24%	100%
Pisos	f	169	114	283
	%	60%	40%	100%
Restaurante	f	132	146	278
	%	47%	53%	100%
Lavandería	f	23	29	52
	%	44%	56%	100%
Salón de eventos	f	24	19	43
	%	56%	44%	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 8 Los materiales relacionados con el hotel son visualmente atractivos.**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

## **Interpretación**

Los resultados encontrados dan a conocer que la mayoría de los huéspedes manifiestan que los materiales relacionados con el hotel son visualmente atractivos en las áreas de Recepción, Pisos y Salón de eventos con índices de 76%, 60% y 56% respectivamente.

En cuanto a los servicios de Restaurante y Lavandería los huéspedes manifiestan que los materiales relacionados con el hotel no son visualmente atractivos, en ambos servicios la percepción negativa representa la mayoría con un 53% y 56% respectivamente.

La publicidad y marketing que se brinda en el Hotel Ensueño no es muy amplio y está generando inconvenientes en la venta de servicios como de Lavandería y de Restaurante de acuerdo a los resultados obtenidos.



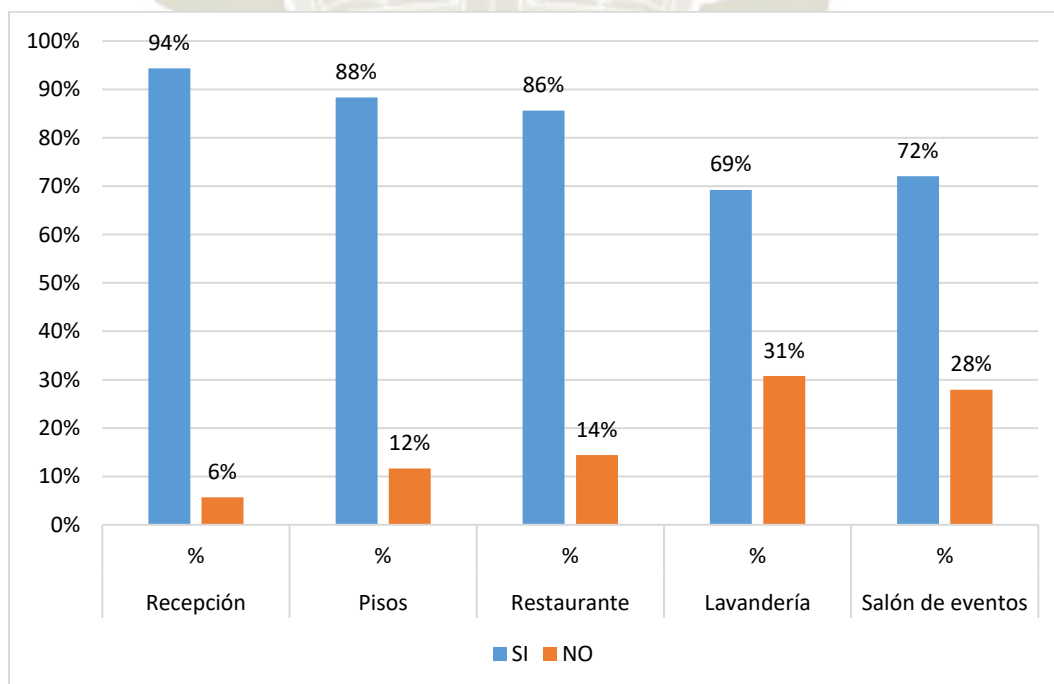
**Dimensión Confiabilidad**

**Tabla N° 9 El personal del hotel se muestra comprometido con usted para brindarle una buena atención desde su llegada.**

Respuesta		Si	No	Total
Recepción	f	267	16	283
	%	94%	6%	100%
Pisos	f	250	33	283
	%	88%	12%	100%
Restaurante	f	238	40	278
	%	86%	14%	100%
Lavandería	f	36	16	52
	%	69%	31%	100%
Salón de eventos	f	31	12	43
	%	72%	28%	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 9 El personal del hotel se muestra comprometido con usted para brindarle una buena atención desde su llegada.**



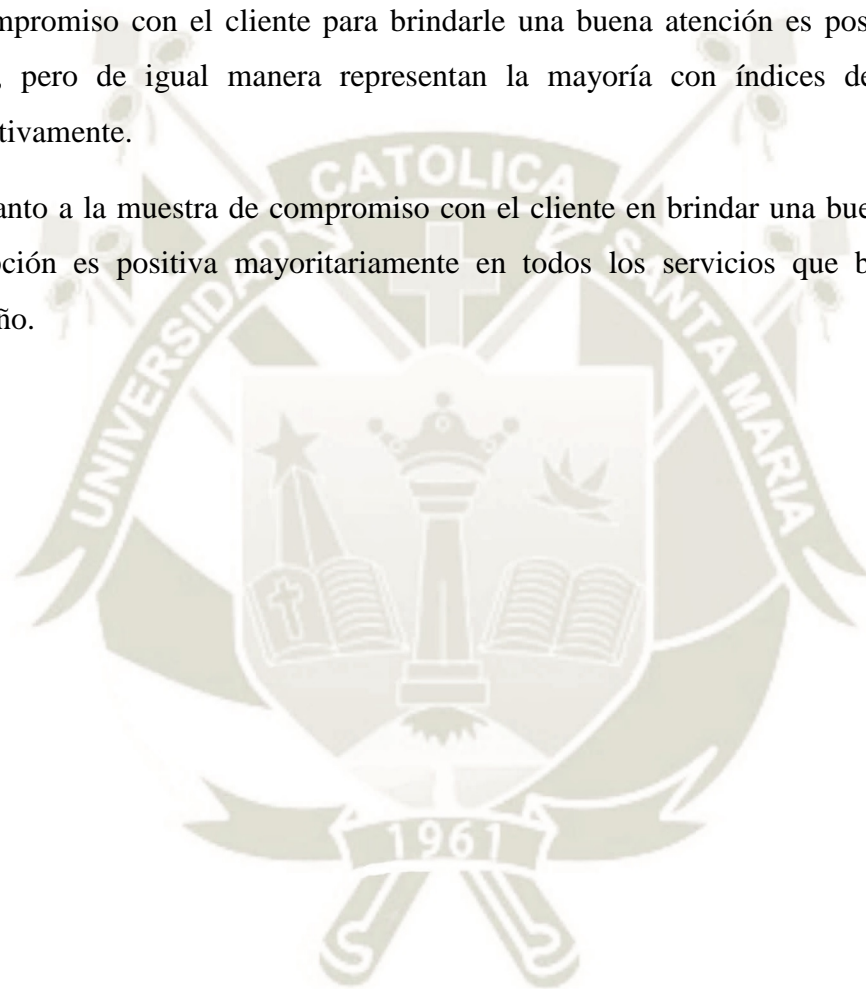
**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

## Interpretación

En cuanto a la percepción de los huéspedes sobre la muestra de compromiso con el cliente para brindarle una buena atención podemos encontrar que la percepción es positiva en las áreas de Recepción, Pisos y Restaurante representado con índices de 94%, 88% y 86% respectivamente.

En cuanto a los servicios de Lavandería y Salón de eventos la percepción sobre la muestra de compromiso con el cliente para brindarle una buena atención es positiva en menor escala, pero de igual manera representan la mayoría con índices de 69% y 72% respectivamente.

En cuanto a la muestra de compromiso con el cliente en brindar una buena atención, la percepción es positiva mayoritariamente en todos los servicios que brinda el Hotel Ensueño.

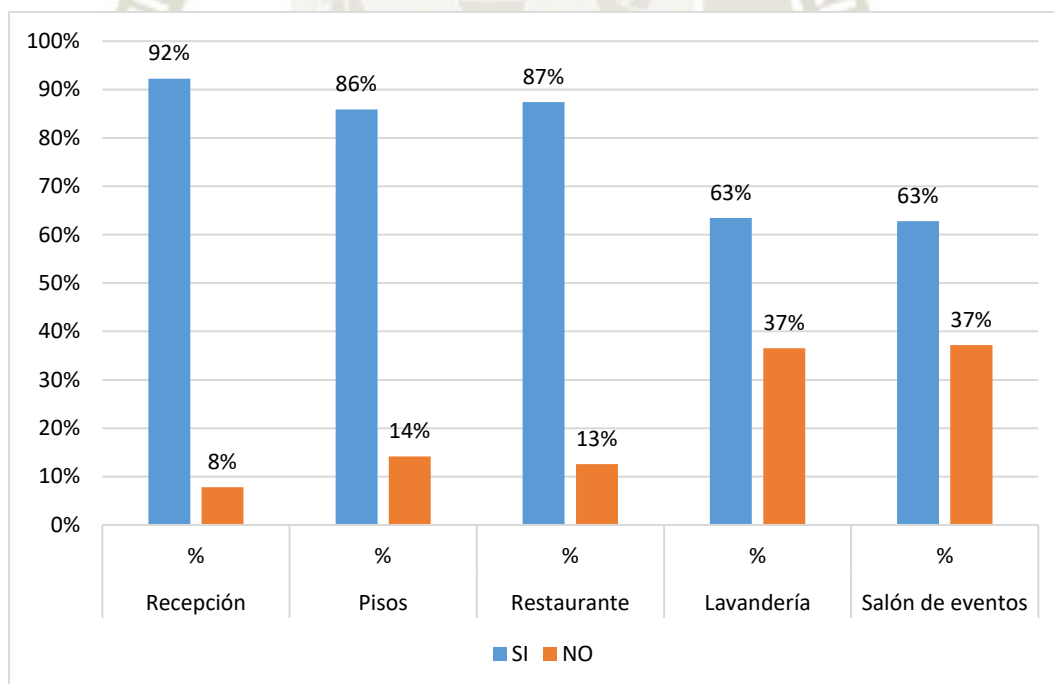


**Tabla N° 10 Se completa el servicio en el tiempo prometido**

Respuesta		Si	No	Total
Recepción	f	261	22	283
	%	92%	8%	100%
Pisos	f	243	40	283
	%	86%	14%	100%
Restaurante	f	243	35	278
	%	87%	13%	100%
Lavandería	f	33	19	52
	%	63%	37%	100%
Salón de eventos	f	27	16	43
	%	63%	37%	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 10 Se completa el servicio en el tiempo prometido**



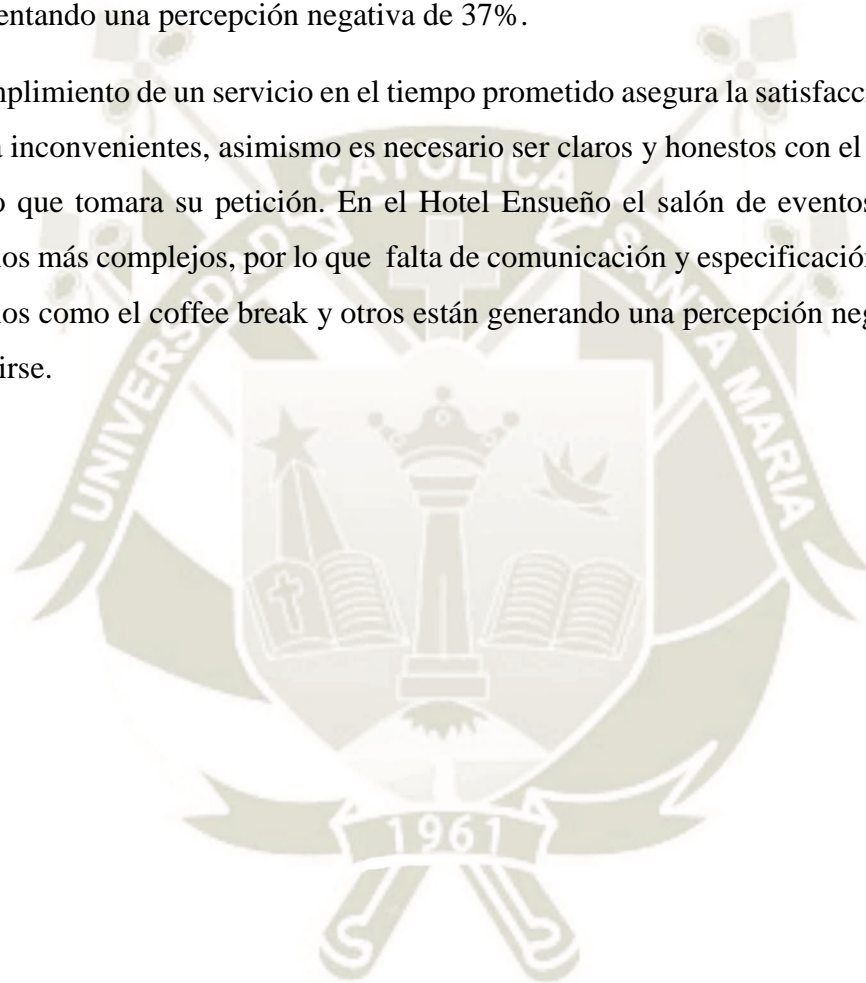
**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

## Interpretación

Los resultados encontrados dan a conocer que la mayoría de los huéspedes manifiestan que si se cumple el servicio en el tiempo prometido en las áreas de Recepción, Pisos y Restaurante con índices de 92%, 86% y 87% respectivamente.

En cuanto a los servicios de Lavandería y Salón de eventos los huéspedes manifiestan que no se cumple el servicio en el tiempo prometido en mayor escala que los demás representando una percepción negativa de 37%.

El cumplimiento de un servicio en el tiempo prometido asegura la satisfacción del huésped y evita inconvenientes, asimismo es necesario ser claros y honestos con el cliente sobre el tiempo que tomara su petición. En el Hotel Ensueño el salón de eventos es uno de los servicios más complejos, por lo que falta de comunicación y especificación de tiempos de servicios como el coffee break y otros están generando una percepción negativa que debe corregirse.

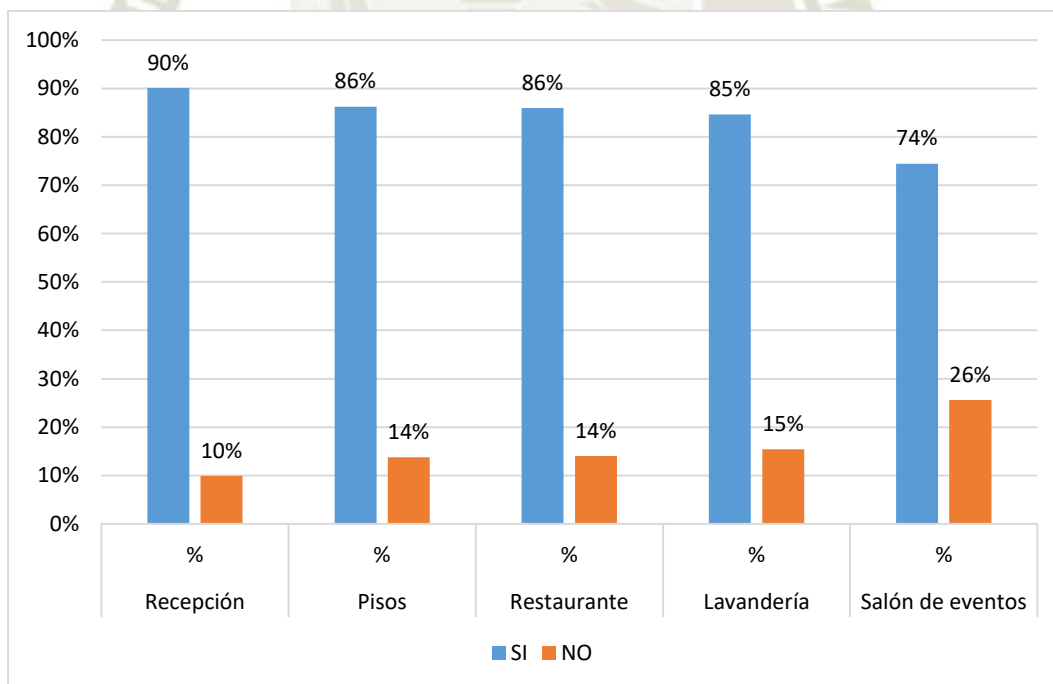


**Tabla N° 11 Se da importancia a que la información recibida sea la correcta.**

Respuesta		Si	No	Total
<b>Recepción</b>	<b>f</b>	255	28	283
	<b>%</b>	90%	10%	100%
<b>Pisos</b>	<b>f</b>	244	39	283
	<b>%</b>	86%	14%	100%
<b>Restaurante</b>	<b>f</b>	239	39	278
	<b>%</b>	86%	14%	100%
<b>Lavandería</b>	<b>f</b>	44	8	52
	<b>%</b>	85%	15%	100%
<b>Salón de eventos</b>	<b>f</b>	32	11	43
	<b>%</b>	74%	26%	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 11 Se da importancia a que la información recibida sea la correcta.**



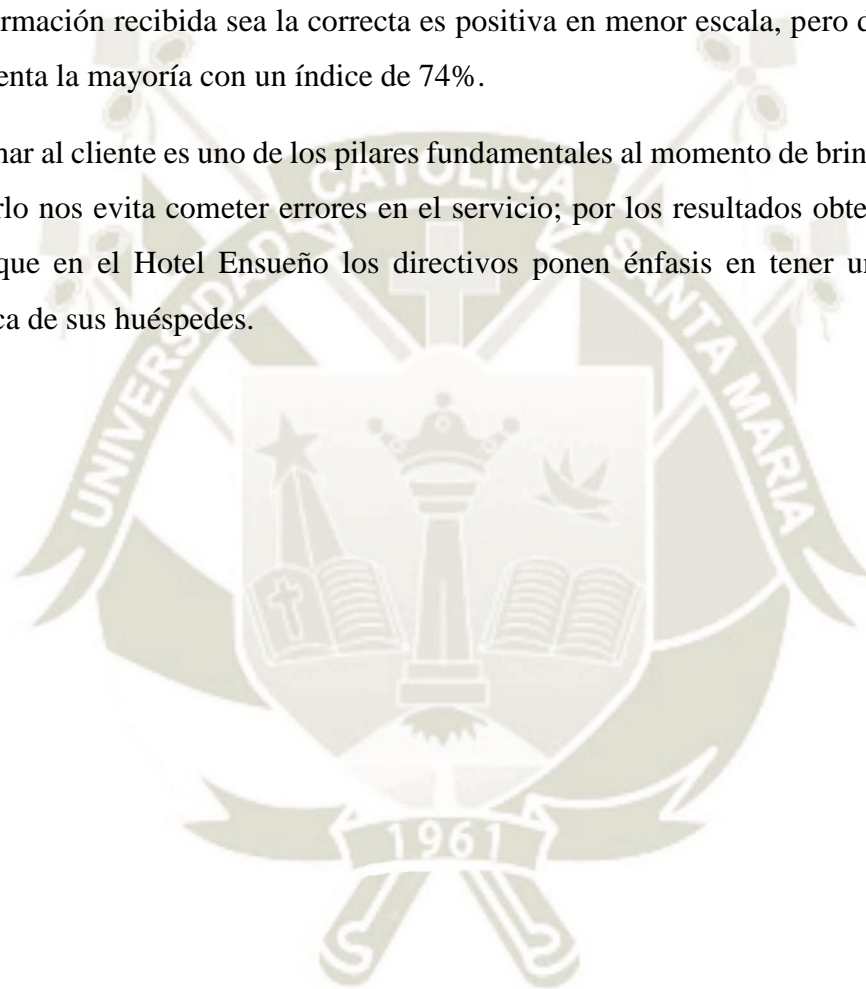
**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

## **Interpretación**

Los resultados encontrados dan a conocer que la mayoría de los huéspedes manifiestan que si se da importancia a que la información recibida sea la correcta en las áreas de Recepción, Pisos, Restaurante y Lavandería con índices de 90%, 86%, 86% y 85% respectivamente.

En cuanto a al servicio de Salón de eventos la percepción sobre si se da importancia a que la información recibida sea la correcta es positiva en menor escala, pero de igual manera representa la mayoría con un índice de 74%.

Escuchar al cliente es uno de los pilares fundamentales al momento de brindar un servicio, aplicarlo nos evita cometer errores en el servicio; por los resultados obtenidos podemos decir que en el Hotel Ensueño los directivos ponen énfasis en tener una información verídica de sus huéspedes.



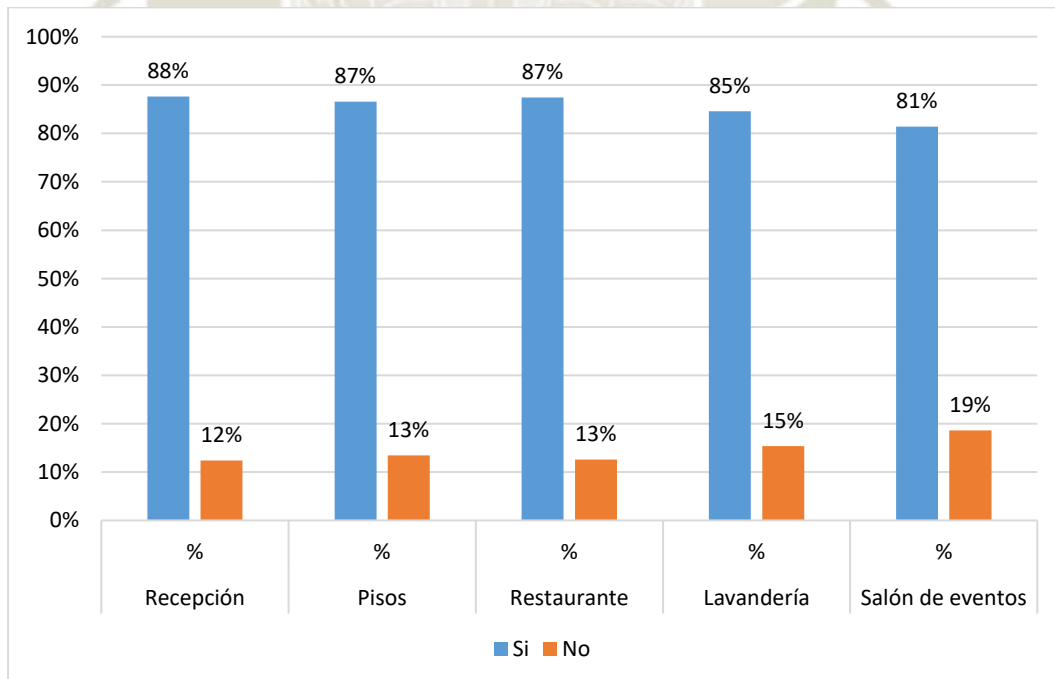
### Dimensión Capacidad de Respuesta

Tabla N° 12 Ha recibido en el hotel la atención oportuna a sus necesidades.

Respuesta		Si	No	Total
Recepción	f	248	35	283
	%	88%	12%	100%
Pisos	f	245	38	283
	%	87%	13%	100%
Restaurante	f	243	35	278
	%	87%	13%	100%
Lavandería	f	44	8	52
	%	85%	15%	100%
Salón de eventos	f	35	8	43
	%	81%	19%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

Gráfico N° 12 Ha recibido en el hotel la atención oportuna a sus necesidades.

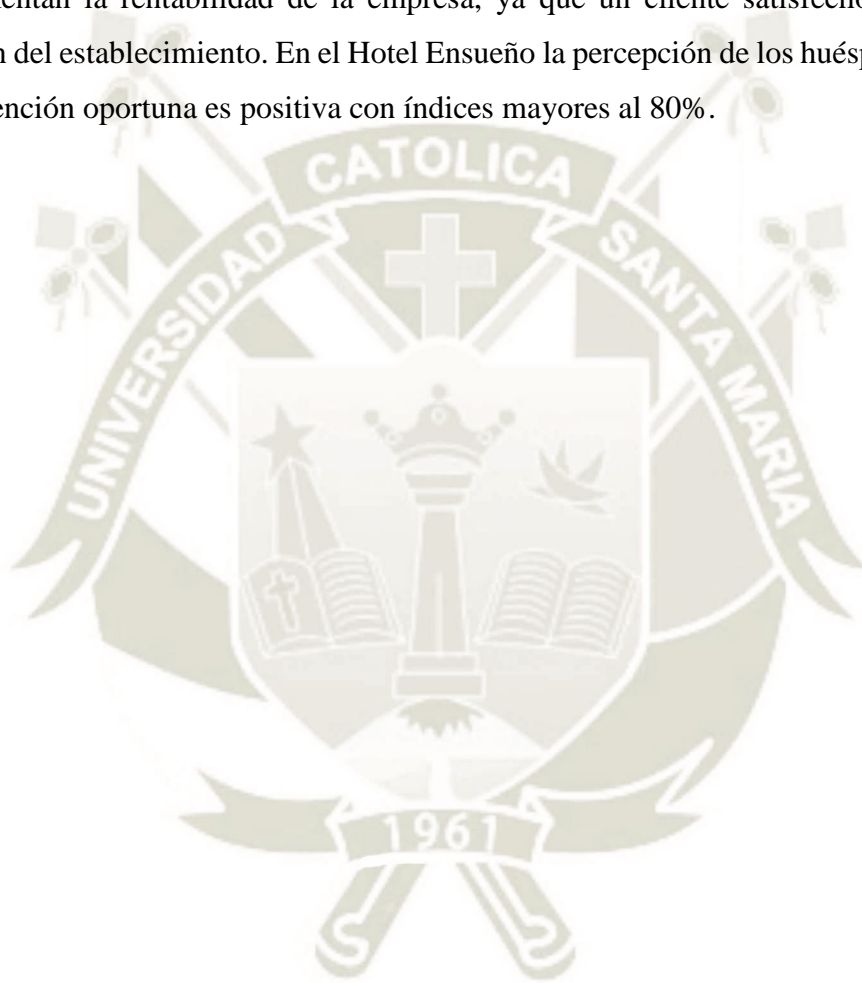


Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

### **Interpretación**

En cuanto a la percepción de los huéspedes sobre recibir la atención oportuna a sus necesidades podemos encontrar que la percepción es positiva en todas las áreas como son: Recepción, Pisos, Restaurante, Lavandería y Salón de eventos representado con índices de 88%, 87%, 87%, 85% y 81% respectivamente.

La atención al cliente debe realizarse de manera oportuna y eficaz de este modo se incrementan la rentabilidad de la empresa, ya que un cliente satisfecho favorece a la imagen del establecimiento. En el Hotel Ensueño la percepción de los huéspedes de recibir una atención oportuna es positiva con índices mayores al 80%.

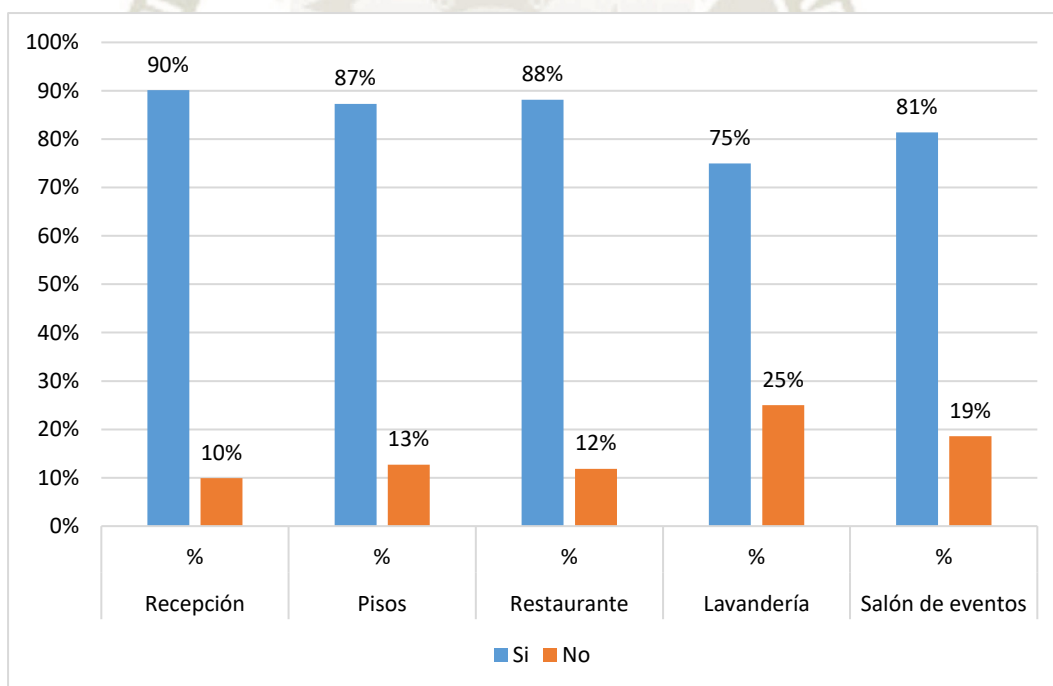


**Tabla N° 13 El personal proporciona un servicio rápido.**

Respuesta		Si	No	Total
Recepción	f	255	28	283
	%	90%	10%	100%
Pisos	f	247	36	283
	%	87%	13%	100%
Restaurante	f	245	33	278
	%	88%	12%	100%
Lavandería	f	39	13	52
	%	75%	25%	100%
Salón de eventos	f	35	8	43
	%	81%	19%	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 13 El personal proporciona un servicio rápido.**



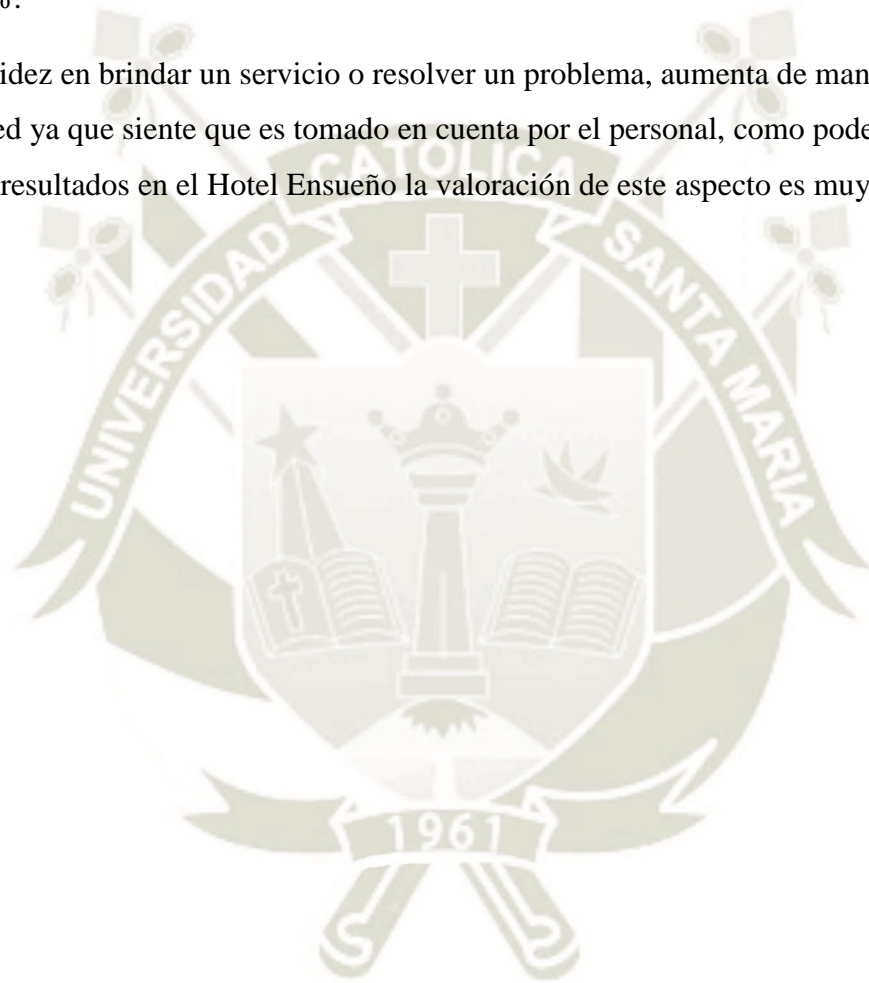
**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

### **Interpretación**

En el análisis sobre si el personal brinda un servicio rápido la percepción es positiva en las áreas de Recepción, Pisos, Restaurante y Salón de eventos con índices mayores de 80% como son: 90%, 87%, 88% y 81% respectivamente.

En cuanto al servicio de Lavandería los huéspedes manifiestan que el personal no brinda un servicio rápido en mayor escala que los demás, representando una percepción negativa de 25%.

La rapidez en brindar un servicio o resolver un problema, aumenta de manera positiva al huésped ya que siente que es tomado en cuenta por el personal, como podemos apreciar en los resultados en el Hotel Ensueño la valoración de este aspecto es muy positivo.

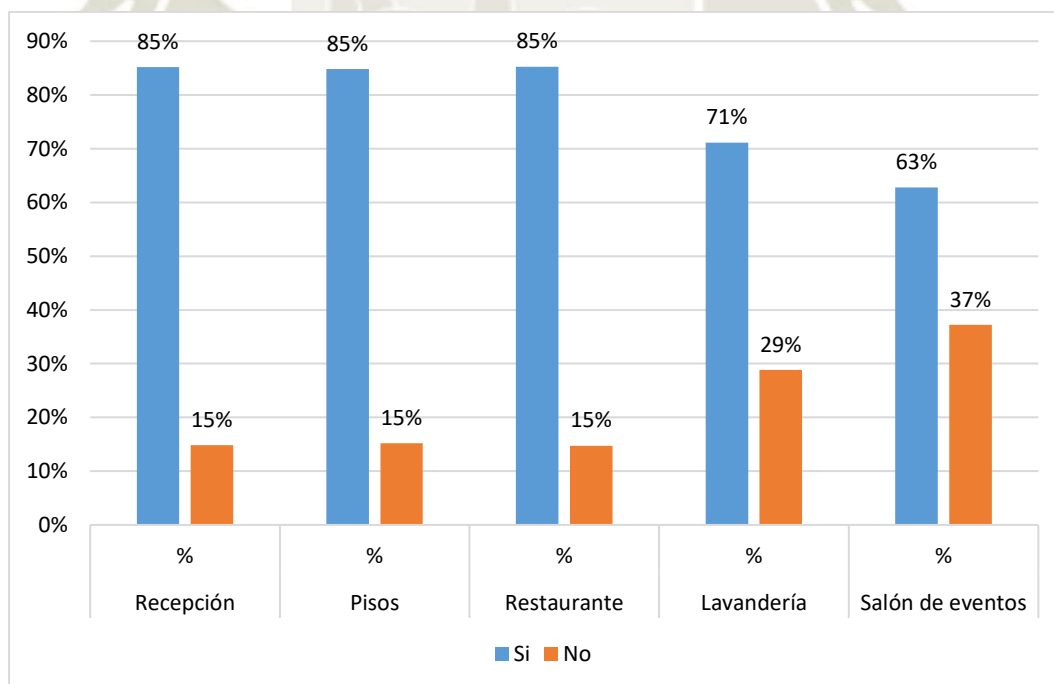


**Tabla N° 14 El personal ha mostrado que tiene buena capacidad para resolver los problemas que usted hubiera podido tener durante su permanencia.**

Respuesta		Si	No	Total
Recepción	f	241	42	283
	%	85%	15%	100%
Pisos	f	240	43	283
	%	85%	15%	100%
Restaurante	f	237	41	278
	%	85%	15%	100%
Lavandería	f	37	15	52
	%	71%	29%	100%
Salón de eventos	f	27	16	43
	%	63%	37%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 14 El personal ha mostrado que tiene buena capacidad para resolver los problemas que usted hubiera podido tener durante su permanencia.**



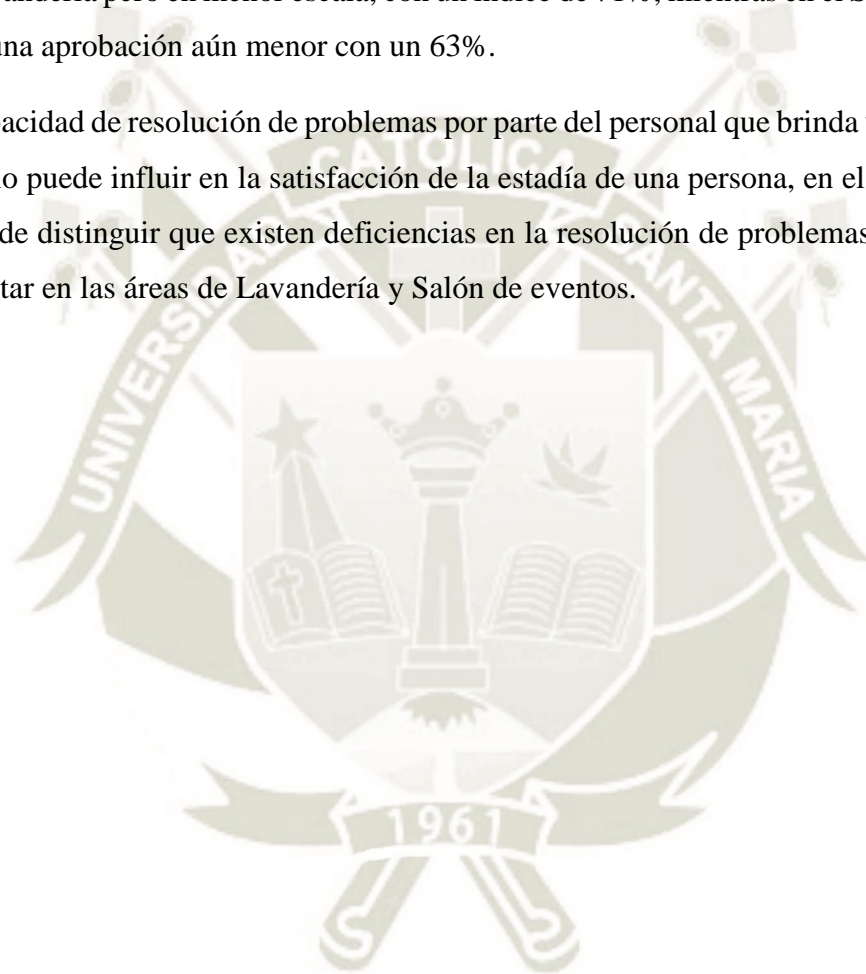
Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

### **Interpretación**

Los resultados encontrados dan a conocer que la mayoría de los huéspedes manifiestan que se ha mostrado una buena capacidad para resolver los problemas por parte del personal de las áreas de Recepción, Pisos y Restaurante con índices de 85%.

En cuanto a los servicios de Lavandería y Salón de eventos los huéspedes manifiestan que si se ha mostrado una buena capacidad para resolver los problemas por parte del personal de Lavandería pero en menor escala, con un índice de 71%, mientras en el Salón de eventos tiene una aprobación aún menor con un 63%.

La capacidad de resolución de problemas por parte del personal que brinda un determinado servicio puede influir en la satisfacción de la estadía de una persona, en el Hotel Ensueño se puede distinguir que existen deficiencias en la resolución de problemas que se pueden presentar en las áreas de Lavandería y Salón de eventos.



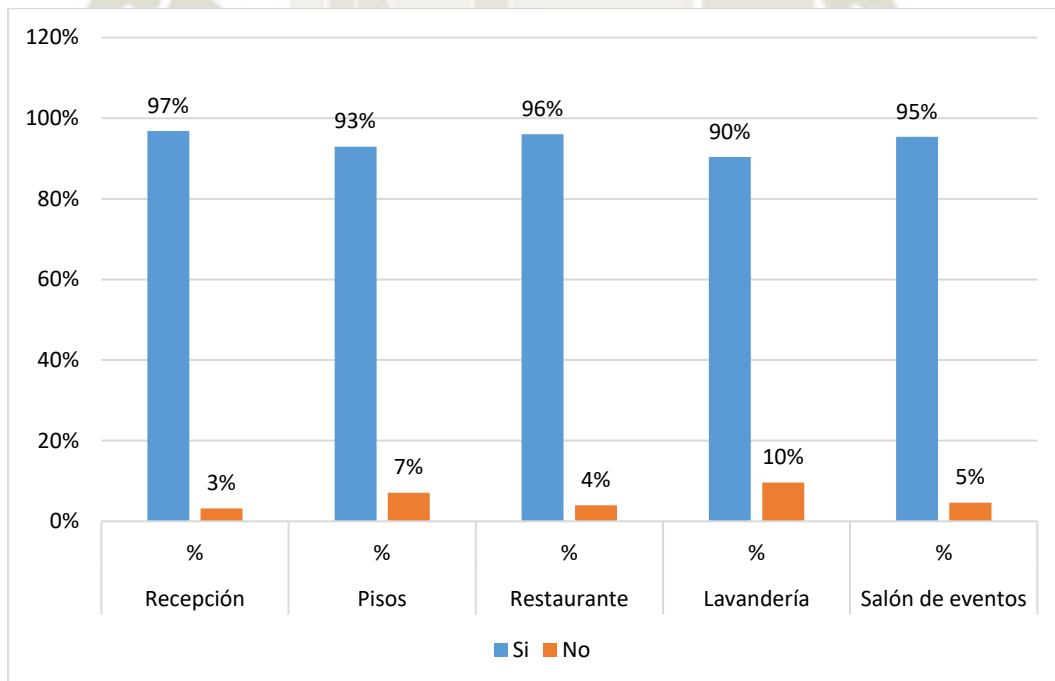
**Dimensión Seguridad**

**Tabla N° 15 Se ha sentido seguro con el personal.**

Respuesta		Si	No	Total
<b>Recepción</b>	<b>f</b>	274	9	283
	<b>%</b>	97%	3%	100%
<b>Pisos</b>	<b>f</b>	263	20	283
	<b>%</b>	93%	7%	100%
<b>Restaurante</b>	<b>f</b>	267	11	278
	<b>%</b>	96%	4%	100%
<b>Lavandería</b>	<b>f</b>	47	5	52
	<b>%</b>	90%	10%	100%
<b>Salón de eventos</b>	<b>f</b>	41	2	43
	<b>%</b>	95%	5%	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 15 Se ha sentido seguro con el personal.**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

### **Interpretación**

En cuanto a la opinión de los huéspedes sobre sentirse seguro con el personal, podemos encontrar que la percepción es positiva en todas las áreas como son: Recepción, Pisos, Restaurante, Lavandería y Salón de Eventos representado con índices mayores al 90% como son: 97%, 93%, 96%, 90% y 95% respectivamente.

La empresa hotelera no sólo vende servicios; sino experiencias y la confianza en el personal es una importante característica del servicio, de acuerdo a los resultados podemos decir que en el Hotel Ensueño el personal inspira confianza en los huéspedes.

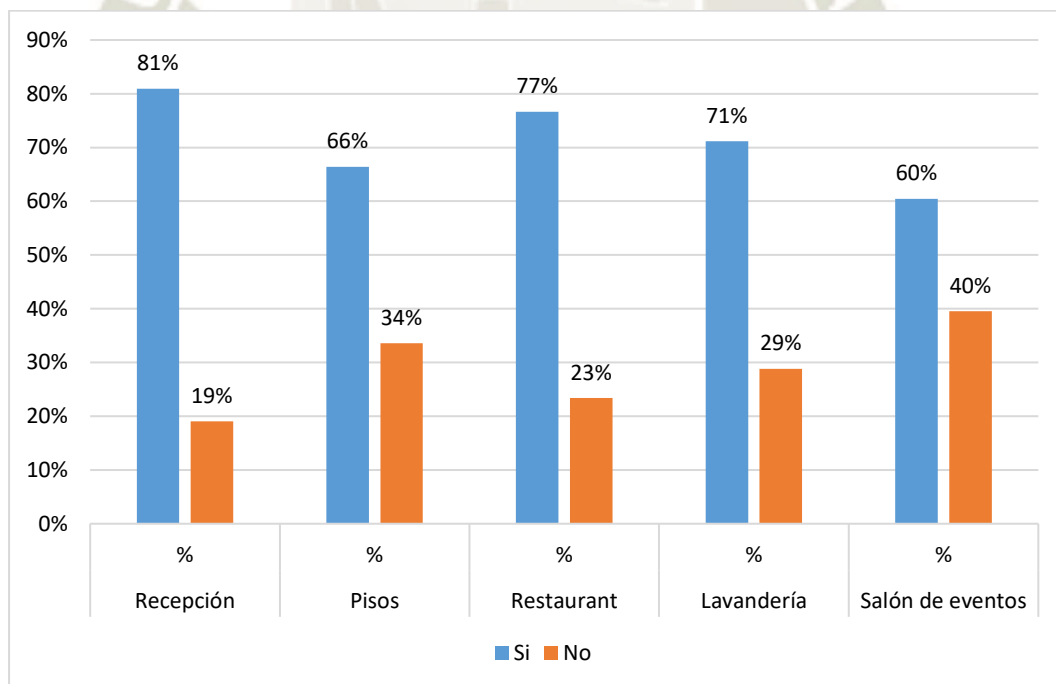


**Tabla N° 16 Considera que las instalaciones, habitaciones del hotel le garantizan seguridad.**

Respuesta		Si	No	Total
Recepción	f	229	54	283
	%	81%	19%	100%
Pisos	f	188	95	283
	%	66%	34%	100%
Restaurant	f	213	65	278
	%	77%	23%	100%
Lavandería	f	37	15	52
	%	71%	29%	100%
Salón de eventos	f	26	17	43
	%	60%	40%	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 16 Considera que las instalaciones, habitaciones del hotel le garantizan seguridad.**



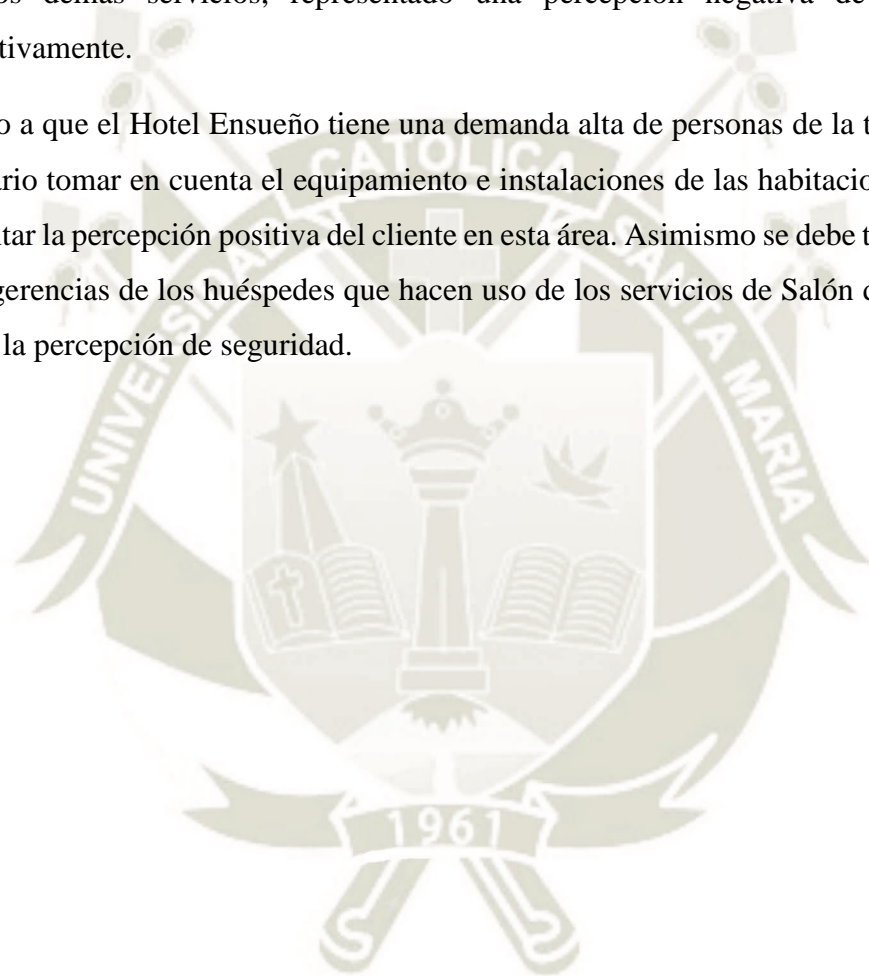
**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

### **Interpretación**

Los resultados encontrados dan a conocer que la mayoría de los huéspedes consideran que las instalaciones les garantizan seguridad en las áreas de Recepción, Restaurante y Lavandería con índices de 81%, 77% y 71% respectivamente.

En cuanto a los servicios de Pisos y Salón de eventos los huéspedes manifiestan que no consideran que las instalaciones y/o habitaciones les garanticen seguridad en mayor escala que los demás servicios, representado una percepción negativa de 34% y 40% respectivamente.

Debido a que el Hotel Ensueño tiene una demanda alta de personas de la tercera edad, es necesario tomar en cuenta el equipamiento e instalaciones de las habitaciones para poder aumentar la percepción positiva del cliente en esta área. Asimismo se debe tomar en cuenta las sugerencias de los huéspedes que hacen uso de los servicios de Salón de eventos para elevar la percepción de seguridad.

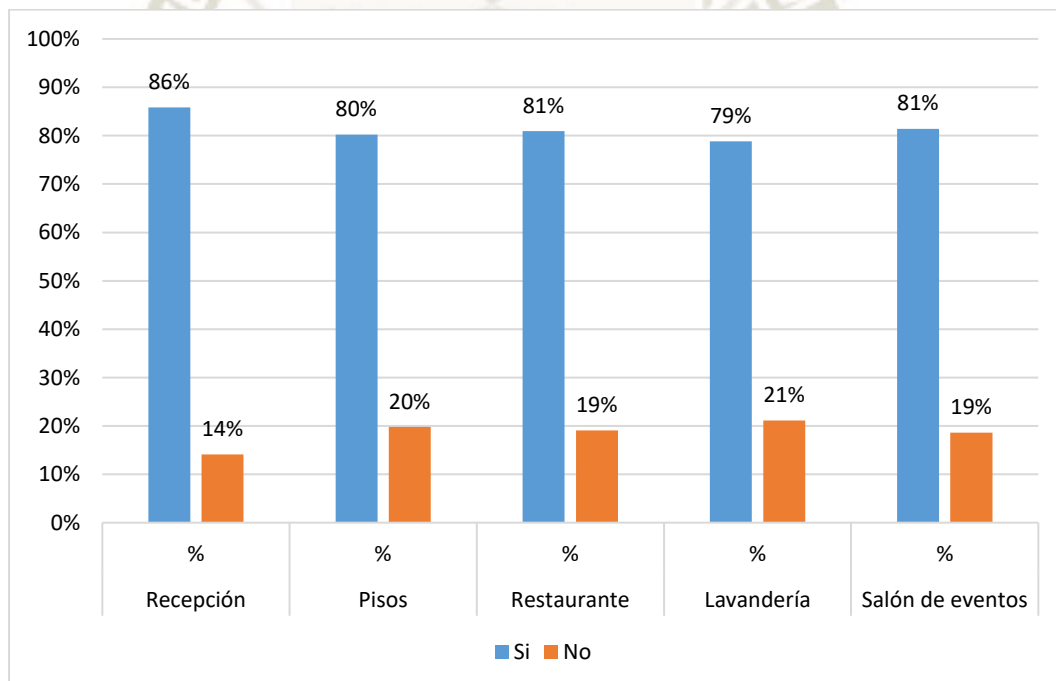


**Tabla N° 17 Ha sentido seguridad emocional al decidir hospedarse en el hotel.**

Respuesta		Si	No	Total
Recepción	f	243	40	283
	%	86%	14%	100%
Pisos	f	227	56	283
	%	80%	20%	100%
Restaurante	f	225	53	278
	%	81%	19%	100%
Lavandería	f	41	11	52
	%	79%	21%	100%
Salón de eventos	f	35	8	43
	%	81%	19%	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 17 Ha sentido seguridad emocional al decidir hospedarse en el hotel.**

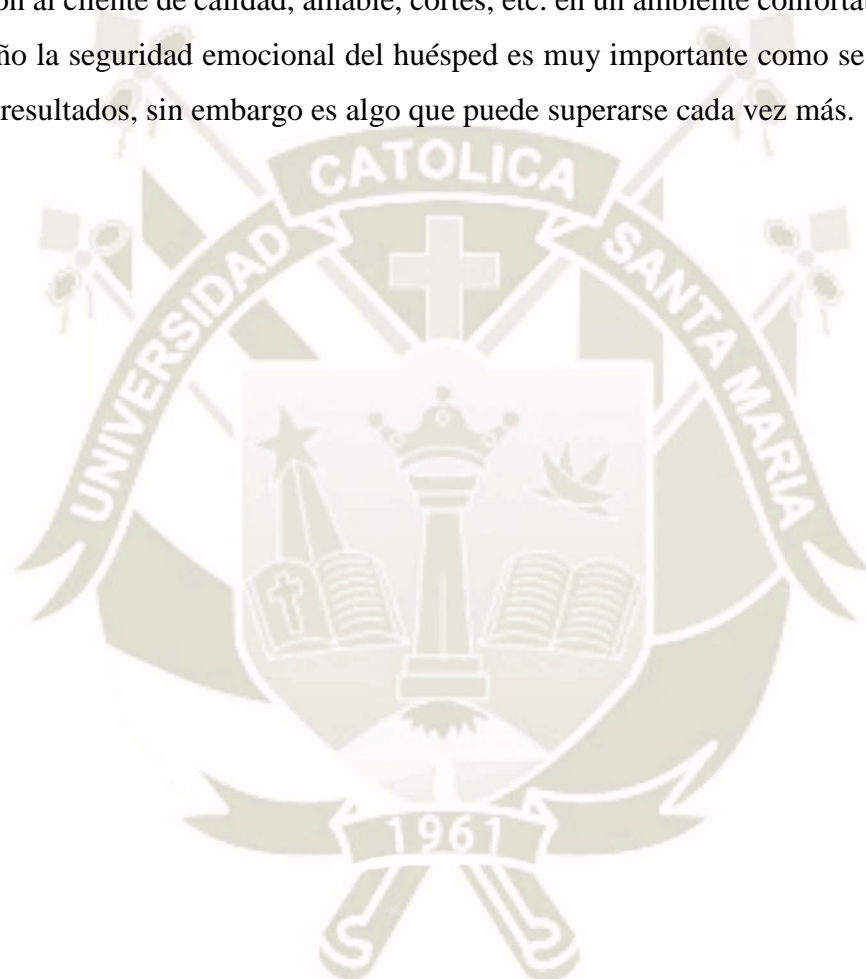


**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

### **Interpretación**

En cuanto a la opinión de los huéspedes sobre sentirse emocionalmente cómodos, podemos encontrar que la percepción es positiva en todas las áreas como son: Recepción, Pisos, Restaurante, Lavandería y Salón de eventos representado con índices de 86%, 80%, 81%, 79% y 81% respectivamente.

Los huéspedes en la actualidad no solo valoran un servicio bueno sino también una atención al cliente de calidad, amable, cortés, etc. en un ambiente confortable. En el Hotel Ensueño la seguridad emocional del huésped es muy importante como se puede apreciar en los resultados, sin embargo es algo que puede superarse cada vez más.



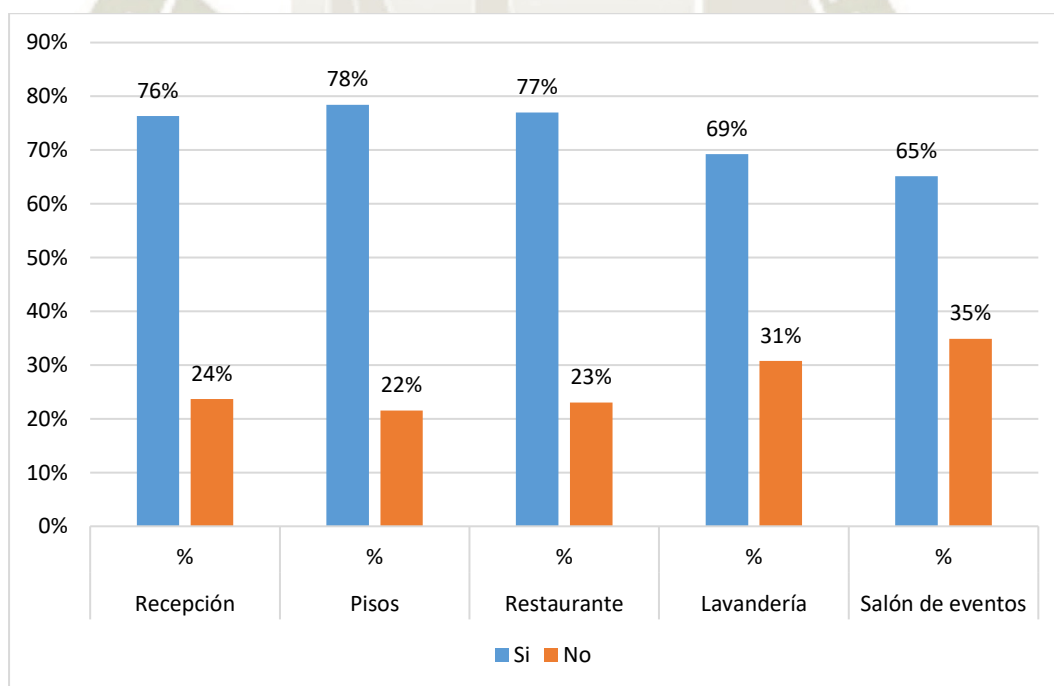
**Dimensión Empatía**

**Tabla N° 18 Considera que la atención que ha recibido en el hotel es personalizada.**

Respuesta		Si	No	Total
Recepción	f	216	67	283
	%	76%	24%	100%
Pisos	f	222	61	283
	%	78%	22%	100%
Restaurante	f	214	64	278
	%	77%	23%	100%
Lavandería	f	36	16	52
	%	69%	31%	100%
Salón de eventos	f	28	15	43
	%	65%	35%	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 18 Considera que la atención que ha recibido en el hotel es personalizada.**



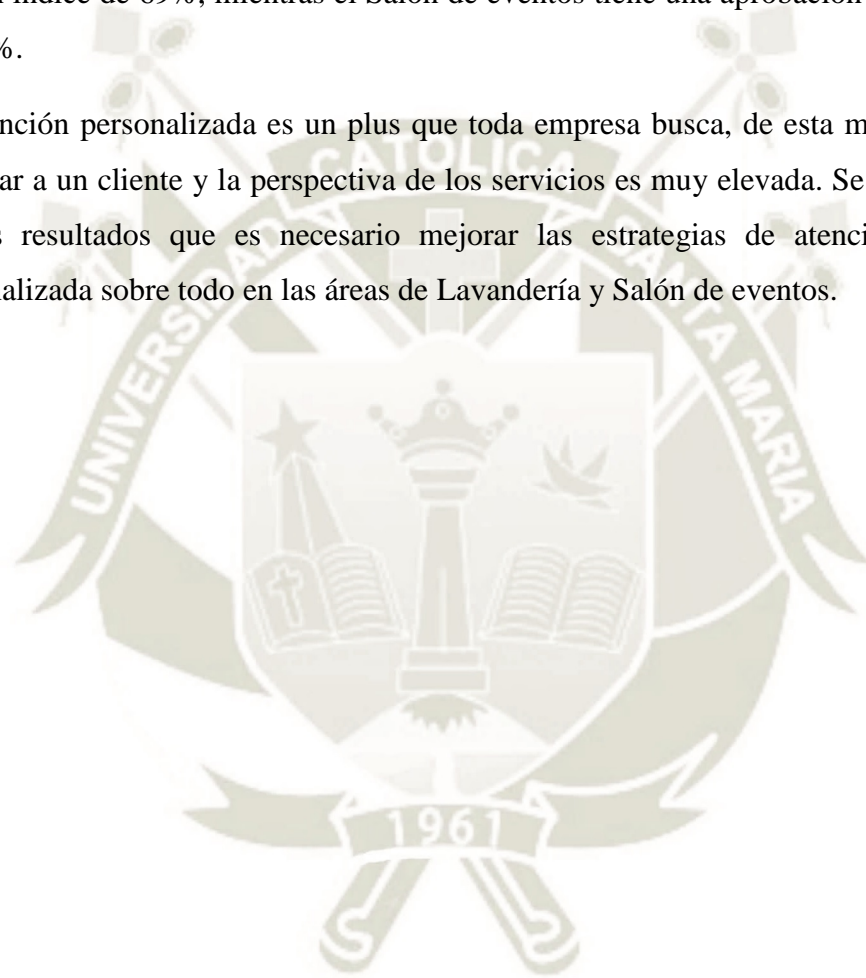
**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

### **Interpretación**

Los resultados encontrados dan a conocer que la mayoría de los considera que la atención que ha recibido es personalizada en los servicios de Recepción, Pisos y Restaurante con índices de 76%, 78% y 77% respectivamente.

En cuanto a los servicios de Lavandería y Salón de eventos los huéspedes considera que la atención que ha recibido es personalizada en menor escala en el servicio de Lavandería con un índice de 69%, mientras el Salón de eventos tiene una aprobación aún menor con un 65%.

La atención personalizada es un plus que toda empresa busca, de esta manera se puede fidelizar a un cliente y la perspectiva de los servicios es muy elevada. Se puede apreciar en los resultados que es necesario mejorar las estrategias de atención de manera personalizada sobre todo en las áreas de Lavandería y Salón de eventos.

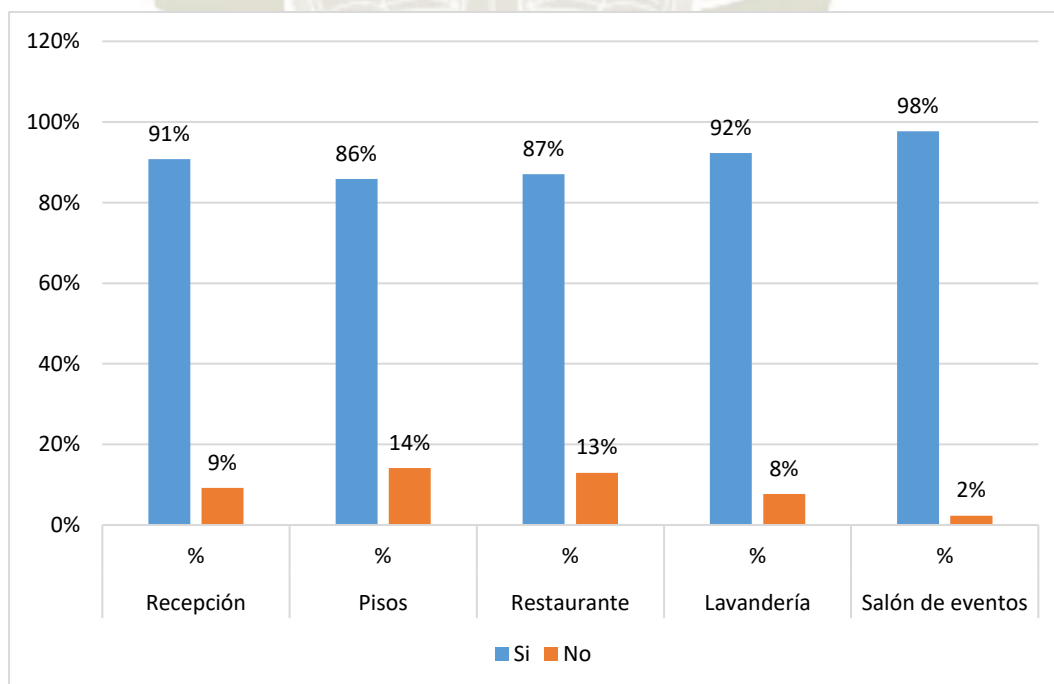


**Tabla N° 19 La actitud del personal ha sido adecuada y ha estado con buena predisposición a ayudarlo en sus necesidades.**

Respuesta		Si	No	Total
Recepción	f	257	26	283
	%	91%	9%	100%
Pisos	f	243	40	283
	%	86%	14%	100%
Restaurante	f	242	36	278
	%	87%	13%	100%
Lavandería	f	48	4	52
	%	92%	8%	100%
Salón de eventos	f	42	1	43
	%	98%	2%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 19 La actitud del personal ha sido adecuada y ha estado con buena predisposición a ayudarlo en sus necesidades.**



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

### **Interpretación**

En cuanto a la opinión de los huéspedes sobre la actitud y predisposición a ayudar por parte del personal, podemos encontrar que la percepción es positiva en todas las áreas como son: Recepción, Pisos, Restaurante, Lavandería y Salón de eventos representado con índices de 91%, 86%, 87%, 92% y 98% respectivamente.

La predisposición por ayudar es una de las principales tareas del personal que ofrece un servicio, esto muestra la preocupación por las necesidades del huésped. Se puede decir de acuerdo a los resultados que en el Hotel Ensueño el personal toma como prioridad brindar bienestar a los huéspedes.



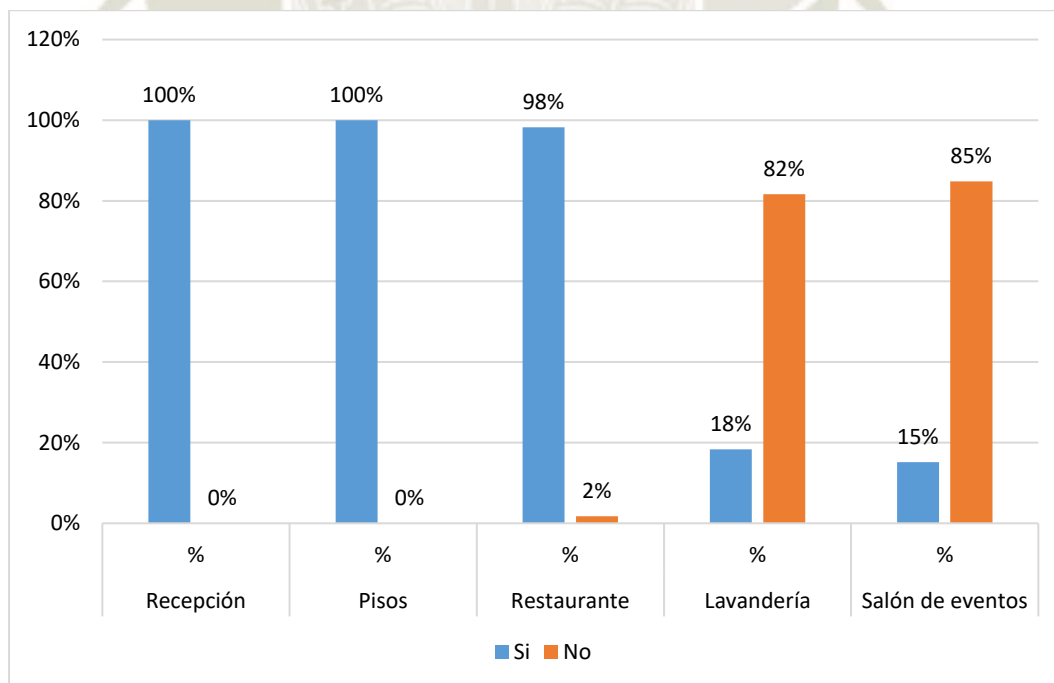
**Servicios del Hotel Ensueño más utilizados**

**Tabla N° 20 Servicios mas utilizados del Hotel Ensueño**

Respuesta		Si	No	Total
Recepción	f	283	0	283
	%	100%	0%	100%
Pisos	f	283	0	283
	%	100%	0%	100%
Restaurante	f	278	5	283
	%	98%	2%	100%
Lavandería	f	52	231	283
	%	18%	82%	100%
Salón de eventos	f	43	240	283
	%	15%	85%	100%

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

**Gráfico N° 20 Servicios mas utilizados del Hotel Ensueño**

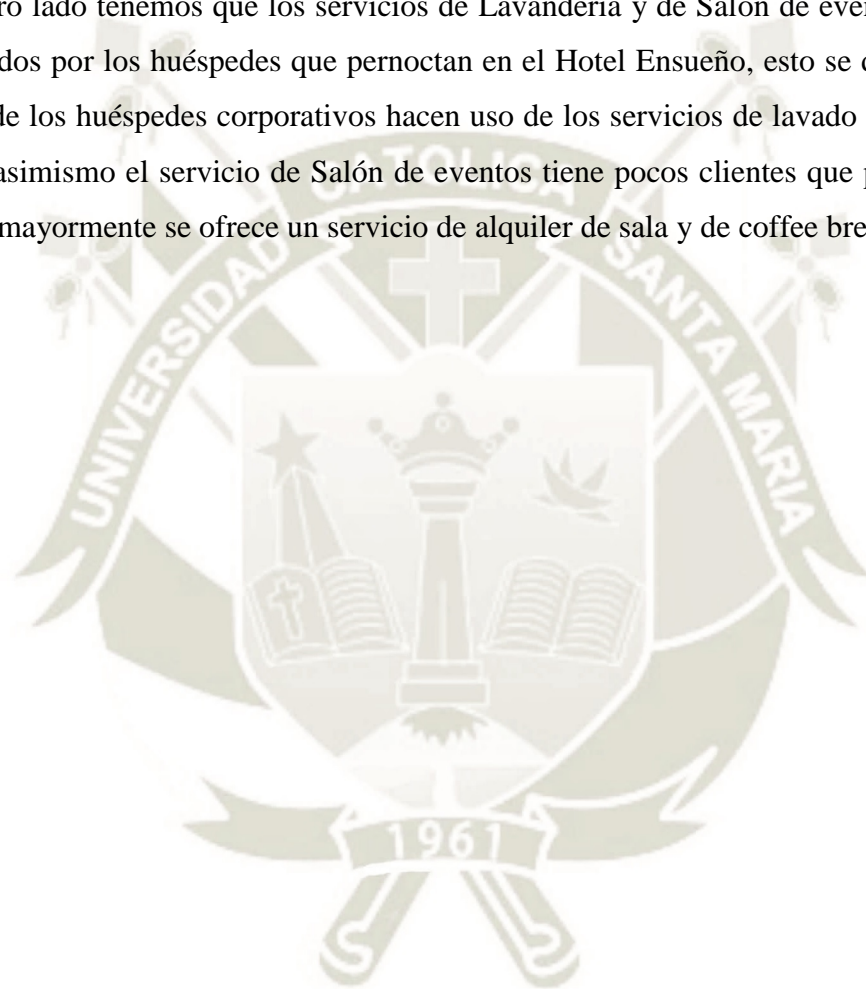


**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta aplicada

### **Interpretación**

Los servicios más utilizados por el huésped que pernocta en el Hotel Ensueño son Recepción y Pisos con índices del 100%, debido a que estas áreas tiene mayor contacto con el huésped, desde su llegada hasta su salida. El servicio de Restaurante también es uno de los más utilizados con un índice de 98%, porque el hotel frece el servicio de desayuno incluido.

Por otro lado tenemos que los servicios de Lavandería y de Salón de eventos son menos utilizados por los huéspedes que pernoctan en el Hotel Ensueño, esto se debe a que solo parte de los huéspedes corporativos hacen uso de los servicios de lavado y planchado de ropa; asimismo el servicio de Salón de eventos tiene pocos clientes que pernoctan en el hotel, mayormente se ofrece un servicio de alquiler de sala y de coffee break.



## 2. DISCUSIÓN

La percepción del cliente es una variable que tiene dos componentes, la primera son las sensaciones propiamente dichas que adquiere a través de sus sentidos sobre el servicio recibido, y la segunda son los inputs internos como: la experiencia de viajes anteriores, conocimiento de los servicios que se debe brindar de acuerdo a una determinada categoría, experiencias anteriores con otros servicios similares, etc. que influyen en la misma; esto nos indica que no existe una percepción igual a la otra y que ésta es variable en cada individuo.

Como se ha desarrollado en el marco teórico, el modelo SERVPERF permite medir la percepción del cliente sobre la calidad de los servicios de una manera más acertada que el modelo SERVQUAL, el modelo SERVPERF contempla 5 dimensiones: Confiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad, Empatía y Aspectos Tangibles, y está enfocado principalmente en el cliente.

En la presente investigación se midió la percepción de los huéspedes del Hotel Ensueño en la ciudad de Arequipa a través del modelo SERVPERF, la cual resultó positivamente mayoritaria en los diferentes servicios que ofrece el hotel como son Recepción, Pisos, Restaurante, Lavandería y Salón de eventos con índices de 75% en promedio.

Asimismo la aplicación del modelo SERVPERF ha permitido determinar de manera más exacta y detallada cual es la percepción que el huésped del Hotel Ensueño tiene de cada dimensión de los diferentes servicios que ofrece, de este modo se tiene un conocimiento mayor y una mejor localización de los aspectos negativos y deficiencias que deben mejorarse dentro del servicio. En el caso del Hotel Ensueño las áreas de Lavandería y Restaurant deben mejorar en la dimensión Tangibilidad y Capacidad de Respuesta; también se encontró que la atención personalizada perteneciente a la dimensión de Empatía es deficiente en los servicios en general.

Si analizamos los antecedentes de la presente investigación, podemos encontrar que el modelo SERVPERF ha sido aplicado en hoteles de diferentes países como Colombia, Hong Kong y Jordania, estos estudios coinciden en que el modelo SERVPERF ha

perdido identificar las dimensiones en las que se necesita trabajar y que éste es un factor clave para anticipar posibles problemas, agregan también que la aplicación del método implica el desarrollo de nuevas estrategias para elevar la percepción de sus huéspedes.

Podemos decir que la aplicación del modelo SERVPERF de la presente investigación no solo mide la percepción del huésped del hotel en general, sino que además de identificar la dimensión en la que se debe trabajar y aplicar estrategias de mejora, se identifica el departamento específico que es percibido negativamente, y que de modo indirecto afecta la percepción general del hotel o de la dimensión.

En este sentido podemos afirmar que la aplicación del Modelo SERVPERF es una herramienta útil para poder medir la calidad de servicio que el cliente percibe en los establecimientos hoteleros, además dicho modelo se puede aplicar tanto a los servicios del hotel en general como a cada departamento del mismo, permitiendo de esta forma desarrollar estrategias de mejora e invertir acertadamente para elevar el nivel de calidad percibida.

## CONCLUSIONES

### PRIMERA

En cuanto a la dimensión de elementos tangibles encontramos que la mayoría de huéspedes la percibe de manera positiva, lo que significa un buen equipamiento y presentación; no obstante también encontramos que el departamento de Restaurante tiene una valoración menor. Asimismo el área de Lavandería cuenta con una valoración negativa en esta dimensión.

### SEGUNDA

En la dimensión de confiabilidad encontramos que la mayoría de huéspedes la percibe de manera positiva, lo que significa compromiso por parte del personal y el cumplimiento de sus tareas en el tiempo prometido; no obstante también encontramos que los departamentos de Lavandería y Salón de Eventos tienen una valoración menor.

### TERCERA

En la dimensión de capacidad de respuesta encontramos que la mayoría de huéspedes la percibe de manera positiva, lo que significa la capacidad del personal de dichas áreas para la resolución de problemas; no obstante también encontramos que el departamento de Lavandería tiene una valoración menor. Asimismo el departamento de Salón de eventos cuenta con una valoración negativa en esta dimensión.

### CUARTA

En la dimensión de seguridad encontramos que la mayoría de huéspedes la percibe de manera positiva, por lo que podemos decir que el huésped se siente seguro con el personal y de manera emocional; no obstante también encontramos que los departamentos de Pisos, Lavandería y Salón de eventos tienen una valoración menor.

### QUINTA

En la dimensión de empatía encontramos que la mayoría de huéspedes la percibe de manera positiva, lo que significa que la percepción sobre el servicio personalizado y un personal predispuesto a ayudar es positiva; no obstante también encontramos que los departamentos de Lavandería y Salón de eventos tienen una valoración menor.

## SEXTA

La percepción de los huéspedes de la calidad de los servicios que ofrece el Hotel Ensueño es positiva en las dimensiones de elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; no obstante los departamentos de Lavandería y Salón de eventos tienen índices bajos a comparación de los demás.



## RECOMENDACIONES

### PRIMERA

En relación a la dimensión de elementos tangibles, en donde la apariencia del personal y de las instalaciones debe ser la adecuada para generar una buena imagen, se sugiere invertir en la remodelación y renovación de las instalaciones y utensilios el departamento de Restaurante; además, se sugiere estandarizar el uniforme de personal de Lavandería y Housekeeping.

### SEGUNDA

En relación a la dimensión de confiabilidad, en la se prioriza la atención al cliente de la manera prometida, se sugiere realizar un diagrama de flujo específico para los departamentos de Lavandería y Salón de eventos, asimismo debe supervisarse su cumplimiento.

Se sugiere además implementar horarios para los servicios de lavandería como planchado y lavado de ropa, y se debe informar al cliente de los mismos, de este modo se evitará una molestia por parte del cliente.

### TERCERA

En relación a la dimensión de capacidad de respuesta, referido al servicio rápido y eficiencia al resolver problemas se sugiere crear canales efectivos de comunicación interna, asimismo debe se debe establecer una efectiva coordinación con el cliente para los horarios de los servicios requeridos así como problemas que se puedan presentar.

Asimismo se debe brindar capacitaciones periódicas acerca de los procesos, protocolos y el manejo de quejas que se pueden presentar, de este modo se elevara la percepción positiva de esta dimensión.

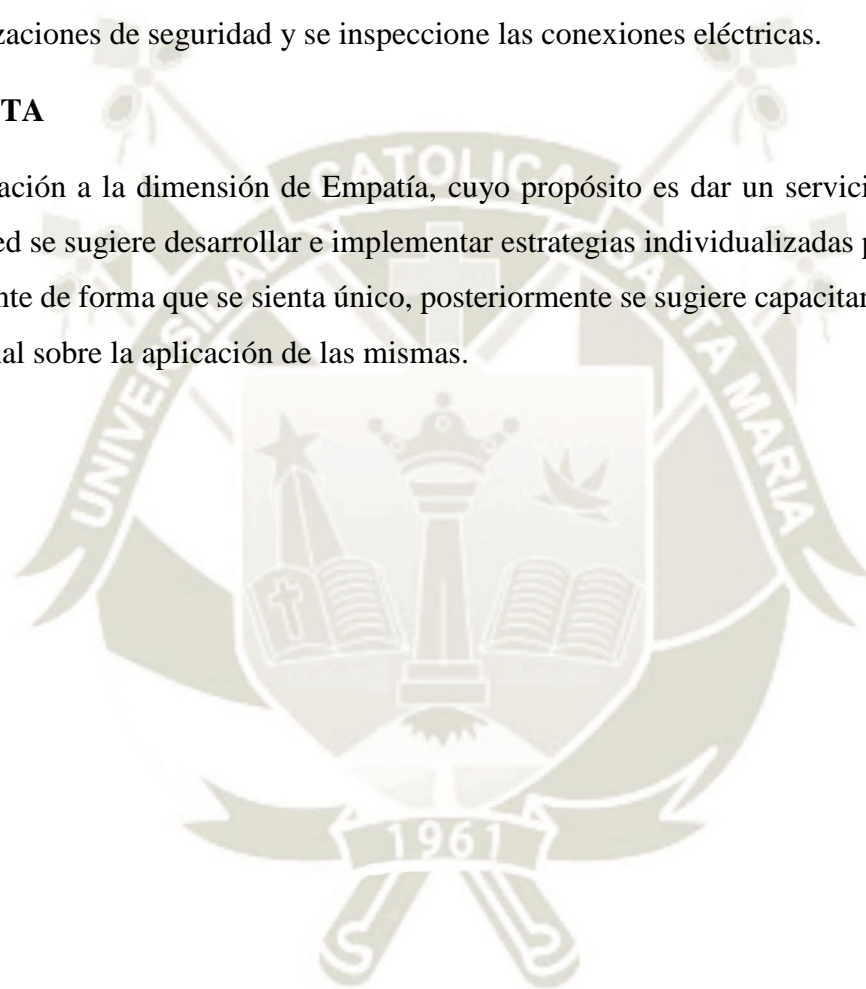
#### **CUARTA**

En relación a la dimensión de seguridad, en donde la seguridad emocional y física el cliente es la meta principal se sugiere implementar las habitaciones con varillas de apoyo cerca de las ducha y del inodoro y ascensor ya que el establecimiento cuenta con 4 pisos y una gran mayoría de huéspedes son adultos mayores.

Se sugiere que en los departamentos de Restaurante y Salón de eventos se implemente señalizaciones de seguridad y se inspeccione las conexiones eléctricas.

#### **QUINTA**

En relación a la dimensión de Empatía, cuyo propósito es dar un servicio único a cada huésped se sugiere desarrollar e implementar estrategias individualizadas para la atención al cliente de forma que se sienta único, posteriormente se sugiere capacitar activamente al personal sobre la aplicación de las mismas.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Al Khattab, S. A. (Julio de 2011). Percepciones de la calidad del servicio en los hoteles jordanos. *International Journal of Business and Management*, 6(7), 226-233. Recuperado el 12 de Diciembre de 2018
- Alvarez Botello, J., Chaparro Salinas, E. M., & Bernal Alcántara, S. (2014). LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS CLIENTES LOGÍSTICOS. En M. I. (, *RETOS EN LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES LOGÍSTICOS: SERVICIO Y COMPETITIVIDAD*.
- Arias Castilla, C. A. (2006). *Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas* (Vol. 8). Bogota: Horiz. Pedagóg. Recuperado el 07 de Julio de 2018
- ASALE, A. d. (2014). *Diccionario de la Real Academia Española* (23 ed.). Madrid: Real Academia Española. Recuperado el 08 de Julio de 2018
- Balmori Mastachi, G., & Flores Juárez, J. B. (2014). *MECSI: Modelo para evaluar la calidad del servicio interno*. México: InnOvaciOnes de NegOciOs. Recuperado el 06 de Julio de 2018
- Bembibre, C. (16 de Junio de 2010). *Definición ABC*. Recuperado el 08 de Julio de 2018, de <https://www.definicionabc.com/?s=Hospedaje>
- Bembibre, V. (06 de Enero de 2009). *Definición ABC*. Recuperado el 08 de Julio de 2018, de <https://www.definicionabc.com/general/cliente.php>
- Brady, M. K., & Cronin Jr., J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *The Journal of Marketing*, 34-49.
- Camisión, C., Cruz, S., & Gonzáles, T. (2007). *Gestion de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid, España: Pearson Education S.A. Recuperado el 06 de Julio de 2018
- Choi, T. Y., & Chu, R. (2001). Determinantes de la satisfacción de los huéspedes del hotel y patrocinio repetido en la industria hotelera de Hong Kong. *International Journal of Hospitality Management*, 20, 277-297. Recuperado el 12 de Diciembre de 2018, de <https://eurekamag.com/pdf/003/003401513.pdf>

- Cronin, J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 55-68.
- Cubillos Rodríguez, M. C., & Rozo Rodríguez, D. (2010). El Concepto de Calidad: Historia, Evolución e Importancia Para La Competitividad. *Universidad La Salle*, 80-99. Recuperado el 09 de Julio de 2018
- Dabholkar, P. A., Thorpe, D., & Rentz, J. (1996). A measure of service quality for retail stores: Scale development and validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 3-16.
- Duque Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 15(25), 64-80. Recuperado el 10 de Julio de 2018
- Feigenbaum, A. V. (1994). *Control Total de la Calidad* (3 ed.). México: Compañía Editorial Continental. Recuperado el 10 de Julio de 2018
- Gallego Lorenzo, J. (s.f.). Fuentes y Servicios de Información. España: Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado el 16 de Diciembre de 2018, de [http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/241/5/Fuentes%20de%20informaci%C3%B3n%20I\\_M%C3%B3dulo%201\\_Fuentes%20y%20servicios%20de%20informaci%C3%B3n.pdf](http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/241/5/Fuentes%20de%20informaci%C3%B3n%20I_M%C3%B3dulo%201_Fuentes%20y%20servicios%20de%20informaci%C3%B3n.pdf)
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 36-44.
- Guski, R. (2002). *La percepción. Diseño psicológico de la información humana*. Barcelona, España: Editorial Herder. Recuperado el 14 de Diciembre de 2018, de [http://www.academia.edu/5303101/Proceso\\_Cognitivos\\_Basicos\\_Percepcion](http://www.academia.edu/5303101/Proceso_Cognitivos_Basicos_Percepcion)
- Hernández de Velazco, J., Chumaceiro, A. C., & Atencio Cárdenas, E. (2009). Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(47), 458-472. Recuperado el 10 de Julio de 2018
- Lewkow, L. (2014). *Aspectos sociológicos del concepto de percepción en la teoría de sistemas sociales*. Chile: Revista Mad. Recuperado el 07 de Julio de 2018
- Martinez, R. (18 de Agosto de 2009). *Rincon del Universitario*. Recuperado el 08 de Julio de 2018, de <http://rincondeluniversitario.blogspot.com/2009/08/el-servicio-turistico-es-el-conjunto-de.html>

- Méndez Rosey, J. C. (10 de Mayo de 2013). *Gestiopolis*. Recuperado el 09 de Julio de 2018, de <https://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/>
- MINCETUR. (Octubre de 2012). Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicios para Establecimientos de Hospedaje. Lima, Peru. Recuperado el 14 de Diciembre de 2018
- MINCETUR. (8 de Junio de 2015). Reglamento de Establecimiento de Hospedaje DECRETO SUPREMO N° 001-2015-MINCETUR. Lima, Perú. Recuperado el 26 de Agosto de 2018, de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones\\_y\\_normatividad/normatividad/pr estadores\\_servicios\\_turisticos/Decreto\\_Supremo\\_NRO\\_001\\_2015\\_MINCETUR\\_REH.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/pr estadores_servicios_turisticos/Decreto_Supremo_NRO_001_2015_MINCETUR_REH.pdf)
- Navarrete Chávez, F. (2015). *Docplayer*. Recuperado el 14 de Dicimembre de 2018, de <https://docplayer.es/3998372-Capitulo-ii-marco-teorico.html>
- Palacios, D. P. (2014). Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó. Bogotá, Colombia. Recuperado el 11 de Diciembre de 2018, de <file:///D:/PROYECTO%20DE%20TESIS/11799027.2014.pdf>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing* , 41-50.
- Pascal. (23 de Noviembre de 2017). *UserLike*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2018, de <https://www.userlike.com/es/blog/principios-de-servicio-al-cliente>
- Pecina Rivas, M. I. (2014). RETOS EN LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES LOGÍSTICOS: SERVICIO Y COMPETITIVIDAD. Mexico. Recuperado el 10 de Julio de 2018, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1372/#indice>
- Peralba Fortuny., R. (17 de Abril de 2016). *FMK Foro Marketing*. Recuperado el 08 de Julio de 2018, de <https://www.foromarketing.com/las-percepciones-del-cliente/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2009). *definicion.de*. Recuperado el 10 de Julio de 2018, de <https://definicion.de/hotel/>

Rust, R., & Oliver, R. (1994). *Service quality: New directions in theory and practice*. California: SAGE.

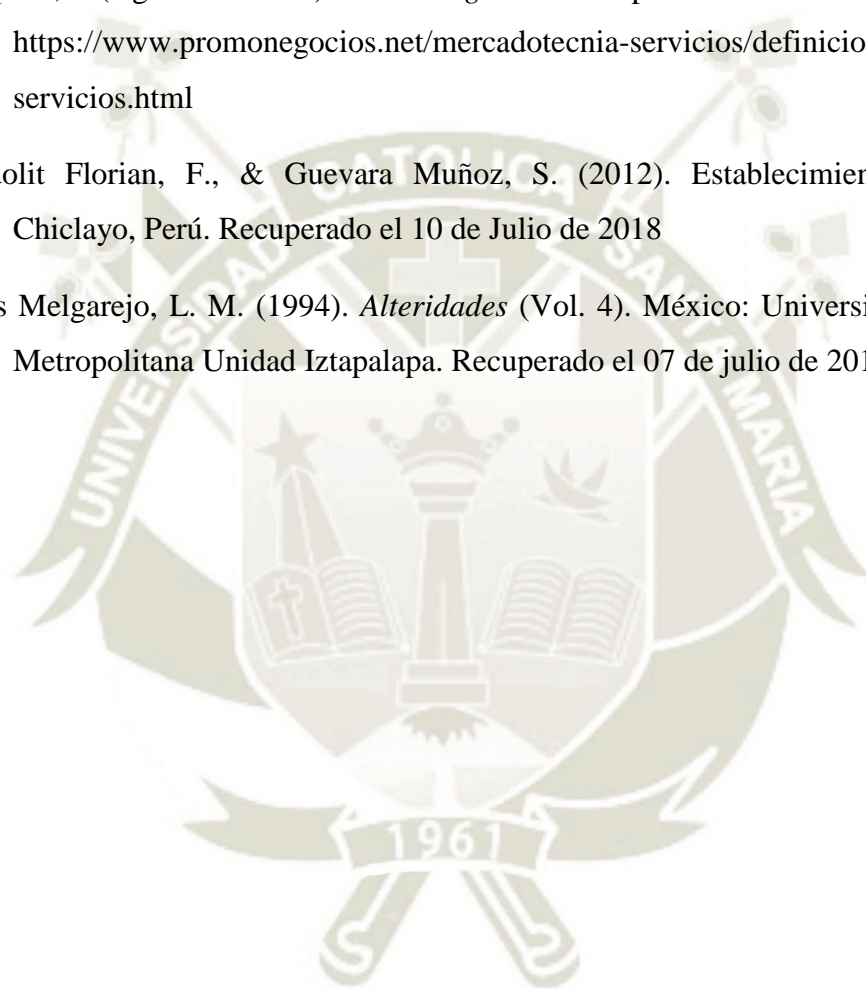
S.A., C. (1999). *Diccionario de Marketing*. España: Cultural.

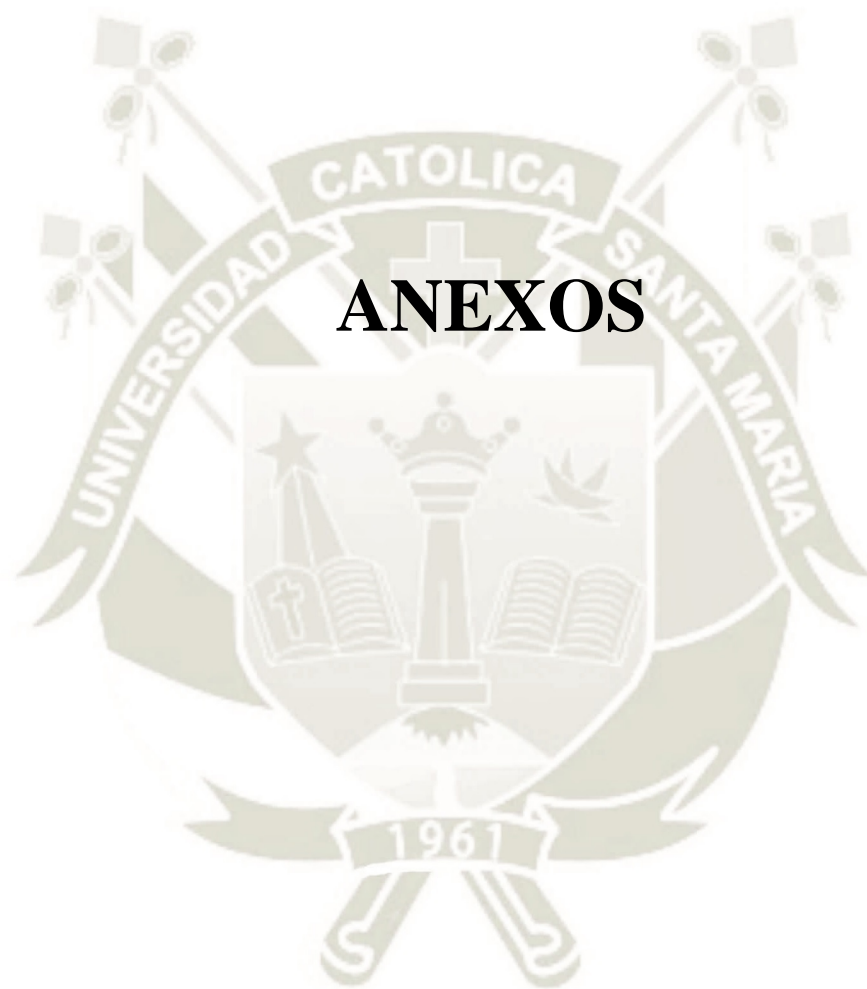
Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2004). *Fundamentos de Marketing* (13 ed.). Mc Graw Hill. Recuperado el 08 de Julio de 2018

Thompson, I. (Agosto de 2006). *PromoNegocios*. Recuperado el 08 de Julio de 2018, de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>

Valladolit Florian, F., & Guevara Muñoz, S. (2012). *Establecimientos Hoteleros*. Chiclayo, Perú. Recuperado el 10 de Julio de 2018

Vargas Melgarejo, L. M. (1994). *Alteridades* (Vol. 4). México: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa. Recuperado el 07 de julio de 2018





# ANEXOS

## Anexo N° 1: Reglamento de Establecimiento de Hospedaje Decreto Supremo N° 001-2015-MINCETUR

### **NORMAS LEGALES**

Ratifican designación de Secretaria de Descentralización de la Presidencia del Consejo de Ministros

#### **RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 150-2015-PCM**

Lima, 8 de junio de 2015

**CONSIDERANDO:**

Que, de acuerdo al Reglamento de Organización y Funciones de la Presidencia del Consejo de Ministros, aprobado por Decreto Supremo N° 063-2007-PCM y modificatorias, la Secretaría de Descentralización de la Presidencia del Consejo de Ministros, es el órgano de línea encargado de dirigir el proceso de descentralización, coordinar y articular la Política General de Gobierno con los Gobiernos Regionales y Locales, brindar asistencia técnica para el fortalecimiento de capacidades en gestión a los Gobiernos Regionales y Locales; así como conducir la inversión descentralizada que permita el desarrollo e integración regional;

Que, mediante Resolución Ministerial N° 144-2015-PCM del 03 de Junio de 2015 se designó en el cargo de Secretaria de Descentralización de la Presidencia del Consejo de Ministros a la señora MARIANA ESTHER MENDOZA FISCALINI;

De conformidad con lo dispuesto por la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo; la Ley N° 27594 que regula la participación del Poder Ejecutivo en el nombramiento y designación de funcionarios públicos; y el Reglamento de Organización y Funciones de la Presidencia del Consejo de Ministros, aprobado por Decreto Supremo N° 063-2007-PCM y sus modificatorias;

**SE RESUELVE:**

**Artículo Único.-** RATIFICAR la designación de la señora MARIANA ESTHER MENDOZA FISCALINI en el cargo de Secretaria de Descentralización de la Presidencia del Consejo de Ministros, efectuada mediante Resolución Ministerial N° 144-2015-PCM del 03 de Junio de 2015.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

PEDRO CATERIANO BELLIDO  
Presidente del Consejo de Ministros  
**1248178-1**

Aprueban Reglamento de Establecimientos de Hospedaje

#### **DECRETO SUPREMO N° 001-2015-MINCETUR**

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

**CONSIDERANDO:**

Que, la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR y el Reglamento de Organización y Funciones de este organismo, aprobado por Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR, señalan que corresponde al MINCETUR, promover, orientar y regular la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible;

Que, mediante Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, se aprobó el Reglamento de Establecimiento de Hospedaje, que establece las disposiciones para la clasificación, categorización, funcionamiento y supervisión de los establecimientos de hospedaje; asimismo, establece

los órganos competentes en dicha materia, Que, posteriormente, se aprobó la Ley N° 29408, Ley General de Turismo, que contiene el marco legal para el desarrollo y la regulación de la actividad turística, estableciendo en su artículo 27 que son prestadores de servicios turísticos las personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas, estableciendo en el literal a) del Anexo N° 1 de la citada norma que son prestadores de servicios turísticos los que prestan servicios de hospedaje; Que, desde la vigencia del Reglamento de Establecimiento de Hospedaje se han generado cambios en diversas normas, con carácter general, como la Ley General de Turismo y otros dispositivos en dicha materia, lo cual hace necesaria la aprobación de un reglamento que adecue el ordenamiento de establecimiento hospedaje al nuevo marco legal existente;

De conformidad con el numeral 8 del artículo 118° de la Constitución Política del Estado; la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del MINCETUR; y, la Ley N° 29408, Ley General de Turismo;

**DECRETA:**

#### **Artículo 1.- Aprobación del Reglamento de Establecimientos de Hospedaje**

Apruébese el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, que consta de siete (07) Capítulos, treinta y cinco (35) artículos, nueve (09) Disposiciones Complementarias Finales, cinco (05) Disposiciones Complementarias Transitorias y Cuatro anexos que forma parte integrante del presente Decreto Supremo.

#### **Artículo 2.- Aprobación de Formatos y otro documentos**

Autorícese al Viceministerio de Turismo a aprobar los formatos y otros documentos señalados en el presente Reglamento.

#### **Artículo 3.- Derogación**

Deróguese el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, aprobado por Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, así como todas las disposiciones que se opongan a lo dispuesto en el presente Decreto Supremo.

#### **Artículo 4.- Vigencia**

El presente Decreto Supremo entrará en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano".

#### **Artículo 5.- Refrendo**

El presente Decreto Supremo será refrendado por la Ministra de Comercio Exterior y Turismo.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los ocho días del mes de junio del año dos mil quince.

OLLANTA HUMALA TASSO

Presidente de la República

MAGALI SILVA VELARDE-ÁLVAREZ

Ministra de Comercio Exterior y Turismo

#### **REGLAMENTO DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE**

#### **CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES**

#### **Artículo 1.- Objeto**

El presente Reglamento establece las disposiciones para la clasificación, categorización, operación y supervisión de los establecimientos de hospedaje; así como las funciones de los órganos competentes en dicha materia.

#### **Artículo 2.- Ámbito de aplicación**

Las disposiciones contenidas en el presente Reglamento, deben ser aplicadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, los Gobiernos Regionales, la Municipalidad Metropolitana de Lima y por los establecimientos de hospedaje.

#### **Artículo 3.- Clases y Categorías de hospedaje**

Los establecimientos de hospedaje solicitarán al Órgano Competente, su clasificación y/o categorización,

cumpliendo para tal efecto con los requisitos de infraestructura, equipamiento, servicio y personal establecidos en los Anexos Nos. 1 al 4 del presente Reglamento, según corresponda.  
Los establecimientos de hospedaje se clasifican y/o categorizan en la siguiente forma:

Clase	Categoría
1. Hotel	Una a cinco estrellas
2. Apart Hotel	Tres a cinco estrellas
3. Hostal	Una a tres estrellas
4. Albergue	

**Artículo 4.- Definiciones y siglas**

Para efectos de la aplicación del presente Reglamento, se tendrá en consideración las siguientes definiciones y siglas, conforme se señala a continuación:

4.1 Definiciones:

a) **Albergue:** Establecimiento de hospedaje que presta servicio de alojamiento preferentemente en habitaciones comunes, a un determinado grupo de huéspedes que comparten uno o varios intereses y actividades afines. Su ubicación y/o los intereses y actividades de sus huéspedes, determinarán la modalidad del mismo.

Los Albergues

deberán cumplir con los requisitos señalados en el Anexo N° 4, que forma parte integrante del presente Reglamento.

b) **Apart-Hotel:** Establecimiento de hospedaje que está compuesto por departamentos que integran una unidad de explotación y administración. Los Apart-Hoteles pueden ser categorizados de Tres a Cinco Estrellas, debiendo cumplir con los requisitos señalados en el Anexo N° 2, que forma parte integrante del presente Reglamento.

c) **Cafetería:** Ambiente donde se sirve el desayuno y/o donde el huésped puede tomar otras bebidas y alimentos de fácil preparación.

d) **Calificador de establecimientos de hospedaje:** Persona inscrita en el Registro de Calificadores de Establecimientos de Hospedaje y designada por la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico de MINCETUR, para emitir Informes Técnicos respecto a las solicitudes de reconocimiento oficial del estatus de establecimiento de hospedaje clasificado y/o categorizado, de acuerdo a los requisitos establecidos en el presente Reglamento.

e) **Categoría:** Rango en estrellas establecido por este Reglamento a fin de diferenciar dentro de cada clase de establecimiento de hospedaje, las condiciones de funcionamiento que éstos deben ofrecer. Sólo se categorizan los establecimientos de hospedaje de la clase Hotel, Apart- Hotel y Hostal.

f) **Clase:** Identificación del establecimiento de hospedaje en función a sus características arquitectónicas de infraestructura, equipamiento y servicios que ofrece. Deberá estar de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 3 del presente Reglamento.

g) **Contrato de Hospedaje:** Es la relación jurídica que se genera entre el huésped y el establecimiento de hospedaje, por la sola inscripción y firma en el Registro de Huéspedes, se regula por el Código Civil, las normas del propio establecimiento de hospedaje y las disposiciones contenidas en el presente Reglamento.

Las agencias de viajes y turismo u otras personas naturales y jurídicas que pudieran intermediar en la contratación de los servicios de alojamiento, no son parte del contrato de hospedaje referido en el párrafo precedente.

h) **Día hotelero:** Período de veinticuatro (24) horas dentro del cual el huésped podrá permanecer en uso de la habitación, de acuerdo al registro de ingreso y la hora límite de salida fijada por el establecimiento de hospedaje, a efecto de cobrar, sin recargo, la tarifa respectiva por el alojamiento.

i) **Establecimiento de hospedaje:** Lugar destinado a prestar habitualmente servicio de alojamiento no permanente, para que sus huéspedes pernocten en el local, con la posibilidad de incluir otros servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente establecida en las tarifas del establecimiento. Los establecimientos de hospedaje

que opten por no clasificarse y/o categorizarse, deberán cumplir con los requisitos señalados en el presente Reglamento.

j) **Habitación o Departamento:** Ambiente privado del establecimiento de hospedaje, amoblado y equipado para prestar facilidades que permitan que los huéspedes puedan pernoctar, según su capacidad, el cual debe cumplir con los requisitos previstos en los anexos del presente Reglamento.

k) **Hotel:** Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser categorizados como Hoteles de Una a Cinco Estrellas, deben cumplir con los requisitos que se señalan en el Anexo N° 1 que forma parte integrante del presente Reglamento.

l) **Hostal:** Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser clasificados como Hostales deben cumplir con los requisitos que se señalan en el Anexo N° 3, que forma parte integrante del presente Reglamento.

m) **Huésped:** Persona natural a cuyo favor se presta el servicio de alojamiento

n) **Informe Técnico:** Es el documento emitido por el Calificador de Establecimientos de Hospedaje, en el que se acredita que el establecimiento cumple rigurosamente los requisitos exigidos en el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje para ostentar la condición de establecimiento de hospedaje clasificado y/o categorizado.

o) **Inspector:** Servidor público autorizado por el Órgano Competente, para desarrollar las acciones de verificación y supervisión previstas en el presente Reglamento.

p) **Oficio:** Lugar donde se ubican los suministros de limpieza, lencería o ropa de cama y demás implementos que facilitan y permiten el aseo de las habitaciones.

q) **Órgano Competente:** Las Gerencias Regionales o Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo o quienes hagan sus veces en los Gobiernos Regionales. En el caso de Lima Metropolitana el Órgano que ésta designe para tal efecto.

r) **Personal Calificado:** Persona con formación, capacitación y/o con experiencia acreditada mediante constancia o certificado expedido por entidades públicas o privadas, de acuerdo a la función desempeñada, para prestar servicios en un establecimiento de hospedaje. El personal que acredite sólo experiencia y que en el cumplimiento de sus funciones tenga contacto directo con el huésped deberá acreditar haber recibido capacitación en técnicas de atención al cliente.

**Recepción y Conserjería:** Área del establecimiento de hospedaje, en la cual se reciben y registran los huéspedes, se facilita información sobre los servicios que presta el establecimiento, se prestan los servicios de traslado de equipaje, correspondencia, información y otros servicios similares.

t) **Registro de Calificadores de Establecimientos de Hospedaje:** Registro a cargo de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, en el cual se inscriben y registran los Calificadores de Establecimientos de Hospedaje.

u) **Registro de Huéspedes:** Registro llevado por el establecimiento de hospedaje, en fichas, libros o medios digitales, en el que obligatoriamente se inscribirá el nombre completo del huésped, sexo, nacionalidad, documento de identidad, fecha de ingreso, fecha de salida, el número de la habitación asignada y la tarifa correspondiente con indicación de los impuestos y sobrecargas que se cobren, sea que estén o no incluidos en la tarifa.

v) **Servicio higiénico:** Es el ambiente que cuenta como mínimo con un lavatorio, inodoro, tina y/o ducha (en caso se trate de medio baño solo se considera lavatorio e inodoro), iluminación eléctrica, toma corriente y un espejo, papelería, toalla de baño, jabón, papel higiénico y shampoo; debiendo cumplir además con requisitos establecidos en los Anexos adjuntos al presente Reglamento.

En el caso del servicio higiénico de uso público deberá

contar como mínimo con un lavatorio, inodoro, iluminación eléctrica, papelería, jabón, secador eléctrico o papel toalla y papel higiénico.

w) **Suite:** Habitación con instalaciones y ambientes separados y/o conectados.

x) **Titular de Establecimiento de Hospedaje:**

Persona natural o jurídica que ofrece la prestación del servicio, es el responsable y conductor del establecimiento de hospedaje.

4.2 Sigla:

a) **MINCETUR:** Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

## CAPÍTULO II

### FUNCIONES DEL ÓRGANO COMPETENTE

#### Artículo 5.- Órgano Competente

Los Órganos Competentes para la aplicación del presente Reglamento son las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo de los Gobiernos Regionales o la que haga sus veces, dentro del ámbito de su competencia administrativa; y en el caso de la Municipalidad Metropolitana de Lima, el Órgano que ésta designe para tal efecto.

#### Artículo 6.- Funciones del Órgano Competente

6.1 Corresponden al Órgano Competente las siguientes funciones:

- a) Otorgar la clasificación y/o categorización a los establecimientos de hospedaje;
- b) Resolver los recursos de carácter administrativo que formulen los titulares de los establecimientos de hospedaje con relación al funcionamiento, clasificación y/o categorización asignada;
- c) Supervisar el cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento y aplicar las sanciones que correspondan por su incumplimiento;
- d) Llevar y mantener actualizado el Directorio de establecimientos de hospedaje clasificados y/o categorizados, utilizando el sistema establecido por el MINCETUR;
- e) Llevar una base de datos de los establecimientos de hospedaje no clasificados ni categorizados, que operen en el ámbito de su competencia;
- f) Proporcionar al MINCETUR la información correspondiente a los Prestadores de Servicios Turísticos Calificados de su circunscripción territorial, para su posterior publicación en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados.
- g) Ejecutar las operaciones de estadística sectorial necesarias de alcance regional, autorizadas por el ente rector del sistema estadístico nacional;
- h) Elaborar y difundir las estadísticas oficiales sobre establecimientos de hospedaje, observando las disposiciones del ente rector del sistema estadístico nacional;
- i) Remitir a la Oficina General de Estudios Económicos del MINCETUR, o a la que haga sus veces, los resultados estadísticos sobre establecimientos de hospedaje;
- j) Difundir las disposiciones del presente Reglamento, así como otras normas aplicables a los establecimientos de hospedaje, en coordinación y con el apoyo de las asociaciones representativas del Sector Turismo;
- k) Coordinar y desarrollar acciones con los Gobiernos Locales para el intercambio de información sobre autorizaciones y permisos y otros que sean necesarios para hacer cumplir las disposiciones del presente Reglamento;
- l) Impulsar el desarrollo de actividades, programas y proyectos orientados a promover la competitividad y calidad en la prestación del servicio de hospedaje, considerando los objetivos y estrategias del Plan Nacional de Calidad Turística CALTUR, en coordinación con el MINCETUR y las asociaciones representativas regionales y nacionales, legalmente constituidas;
- m) Promover la suscripción de compromisos o códigos de conducta, por parte de los titulares de los establecimientos de hospedaje, dentro del marco de responsabilidad social empresarial, a fin de apoyar las acciones destinadas a prevenir la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes, en el ámbito del turismo;

n) Promover la aplicación de programas y proyectos orientados a la implementación de la certificación de competencias laborales, de conformidad con el marco legal vigente;

o) Coordinar con otras instituciones públicas o privadas las acciones necesarias para el cumplimiento del presente Reglamento; y,

p) Ejercer las demás atribuciones que establezca el presente Reglamento y las disposiciones legales vigentes.

6.2 El Órgano Competente podrá delegar sus funciones a otras entidades, cuyo personal debe ser previamente capacitado y evaluado para tal efecto; la delegación se sujetará a las normas establecidas por la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General y sus normas modificatorias y complementarias.

## CAPÍTULO III

### AUTORIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

#### Artículo 7.- Requisitos para el inicio de actividades

7.1 Los titulares de establecimientos de hospedaje, para el inicio de sus actividades, deberán estar inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) a que se refiere la Ley N° 26935, Ley sobre Simplificación de Procedimientos para obtener los Registros Administrativos y las Autorizaciones Sectoriales para el inicio de Actividades de las Empresas, normas complementarias y modificatorias. Asimismo deberán contar con la Licencia de Funcionamiento.

7.2 Los datos consignados y presentados por los titulares de los establecimientos de hospedaje en virtud al presente Capítulo, ante el Órgano Competente, estarán sujetos a la presunción de veracidad, siendo que el presente procedimiento es de aprobación automática, de conformidad con lo establecido en el inciso 1.16 del artículo IV del Título Preliminar y el artículo 32 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, y sin perjuicio de la fiscalización posterior de la Administración.

#### Artículo 8.- Presentación de la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos y expedición de la constancia de cumplimiento de requisitos mínimos.

8.1 Los establecimientos de hospedaje que inicien operaciones y opten voluntariamente por no ostentar las clases de Hotel, Apart-Hotel y Hostal en sus diferentes categorías o Albergue, deberán presentar dentro de un plazo de treinta (30) días de iniciadas sus actividades, al Órgano Competente, una solicitud consignando la información señalada en el artículo 113 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, anexando una Declaración Jurada en la que evidencie su condición de Establecimiento de Hospedaje e informando del cumplimiento de requisitos exigidos para Establecimientos de Hospedaje del presente Reglamento, de acuerdo al formato aprobado por el Viceministerio de Turismo del MINCETUR señalando las siguientes condiciones mínimas:

##### 8.1.1 Infraestructura

Deberán cumplir con los requisitos señalados en el artículo 5 de la Norma Técnica A.30 "Hospedaje" del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones RNE.

##### 8.1.2 Equipamiento

- a) Contar con teléfono de uso público, el mismo que puede ser el teléfono fijo de recepción, celular, dependiendo la zona y para uso exclusivo del huésped.
- b) Contar con un botiquín de primeros auxilios, según las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.
- c) Contar con sistemas que permitan tener agua fría y caliente las veinticuatro (24) horas del día, el cual no deberá ser activado por el huésped.

##### 8.1.3 Servicios

- a) Deben realizar limpieza diaria de habitaciones y todos los ambientes del establecimiento.
- b) Brindar el servicio de custodia de equipaje.
- c) El cambio de sábanas y toallas debe ser regular, el huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente

de acuerdo a criterios ambientales y otros.

8.2 El Órgano Competente, en un plazo no mayor de cinco (05) días hábiles, y siempre que no hubieren observaciones sobre la información contenida en la Declaración Jurada presentada, evidenciando la condición de Establecimiento de Hospedaje e informando sobre el cumplimiento de requisitos mínimos, expedirá una Constancia según modelo aprobado por el Viceministerio de Turismo del MINCETUR, dando cuenta de la presentación de la referida Declaración Jurada y de la condición de Establecimiento de Hospedaje. La Constancia será expedida, sin perjuicio de las acciones de supervisión posterior que deberá efectuar el Órgano Competente.

La presentación de la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos y la expedición de la constancia es gratuita.

8.3 Los establecimientos de hospedaje que optaron voluntariamente por no ostentar las clases de Hotel, Apart-Hotel y Hostal en sus diferentes categorías o Alberque deberán presentar anualmente al Órgano Competente, la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos establecida en el artículo precedente, evidenciando su condición de Establecimiento de Hospedaje y dando cuenta del cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos, señalados en el presente Reglamento.

**Artículo 9.- Actualización de la información para la vigencia de la Constancia**

Ante cualquier modificación de los datos contenidos en la Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos señalados en el artículo 8, los titulares de los establecimientos están obligados a presentar una nueva Declaración Jurada debidamente actualizada. En estos casos, el plazo para informar al Órgano Competente, no será mayor a quince (15) días calendario, contados a partir de la fecha de su ocurrencia.

**Artículo 10.- Establecimientos de hospedaje que operan en Áreas Naturales Protegidas**

10.1 Los titulares de establecimientos de hospedaje que operen en Áreas Naturales Protegidas podrán solicitar su clasificación y/o categorización de acuerdo a lo establecido en el presente Reglamento.

10.2 En el caso de modalidades de alojamiento no previstas en el presente Reglamento, las mismas serán aprobadas por el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas SERNANP, de conformidad con las normas sobre la materia vigentes, previa opinión favorable de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, o de la que haga sus veces.

**CAPÍTULO IV  
EXPEDICIÓN DEL CERTIFICADO  
DE CLASIFICACIÓN Y/O CATEGORIZACIÓN**

**Artículo 11.- Certificado de clasificación y/o categorización**

El titular de un establecimiento de hospedaje interesado en ostentar las clases de Hotel, Apart-Hotel y Hostal en sus diferentes categorías, o Alberque, según corresponda, solicitará al Órgano Competente, el Certificado de Clasificación y/o Categorización, cumpliendo con los requisitos establecidos en el presente Reglamento.

**Artículo 12.- Requisitos de la solicitud de clasificación y/o categorización**

12.1 El titular del establecimiento de hospedaje que solicite el Certificado deberá presentar al Órgano Competente una solicitud consignando la información señalada en el artículo 113 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, adjuntando:

a) Formato de clasificación y/o categorización, según modelo aprobado por el Viceministerio de Turismo, en el que indicará en detalle, el cumplimiento de los requisitos y condiciones mínimas exigidos para ostentar la clase y/o categoría solicitada, señalados en los anexos del presente Reglamento;

b) Recibo de pago por derecho de trámite.

12.2 El titular del establecimiento podrá, de estimarlo conveniente, solicitar de igual forma, el Certificado de Clasificación y/o Categorización, adjuntando a su solicitud un Informe Técnico expedido por un Calificador de Establecimientos de Hospedaje.

**Artículo 13.- Procedimiento para otorgar el**

**Certificado cuando el solicitante presente el Formato de clasificación y/o categorización**

Recibida la solicitud con la documentación pertinente y calificada conforme por el Órgano Competente, éste procederá a realizar una inspección al establecimiento de hospedaje, a efectos de verificar el cumplimiento de los requisitos y condiciones exigidos por el presente Reglamento, para la clase y/o categoría solicitadas, cuyos resultados deberán ser objeto de un Informe fundamentado.

**Artículo 14.- Procedimiento para otorgar el Certificado cuando se presente Informe Técnico del Calificador de Establecimientos de Hospedaje**

Cuando el solicitante opte por presentar el Informe Técnico expedido por un Calificador de Establecimientos de Hospedaje, el Organo Competente podrá prescindir de la realización de la inspección previa, siempre que el Informe Técnico del Calificador acredite el cumplimiento de los requisitos y condiciones mínimas exigidos para la clase y/o categoría solicitadas y no presente contradicciones en su forma y contenido.

**Artículo 15.- Plazo para la atención de las solicitudes de clasificación y/o categorización**

El procedimiento y plazos para la atención de las solicitudes presentadas ante el Órgano Competente se rigen por las disposiciones de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

**Artículo 16.- Excepciones aplicables en el proceso de clasificación y/o categorización**

16.1 El Órgano Competente, en el proceso de evaluación de las solicitudes de clasificación y/o categorización, podrá aplicar las siguientes excepciones:

- a) En el cumplimiento de los requisitos de infraestructura y equipamiento del presente Reglamento, para los establecimientos que funcionen en inmuebles declarados Patrimonio Cultural de la Nación o que se ubiquen en zonas con calificación especial del Sector Cultura, deberán adjuntar a su solicitud un Informe previo de la entidad competente del referido Sector, que declare la imposibilidad física y/o técnica de cumplir con el o los requisitos exigidos.
- b) En el cumplimiento de los requisitos de infraestructura y equipamiento del presente Reglamento, para los establecimientos que funcionen en Áreas Naturales Protegidas, calificadas como tales por el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas - SERNANP, deberán adjuntar a su solicitud un Informe previo de la referida entidad que declare la imposibilidad física y/o técnica de cumplir con el o los requisitos exigidos.
- c) En el cumplimiento de los requisitos de infraestructura, para los establecimientos de hospedaje en funcionamiento antes de la entrada en vigencia del presente Reglamento, así como en el caso de edificaciones no construidas con fines de alojamiento, adecuadas para prestar servicio en cualquier clase y/o categoría, en cuyo caso, se aplicará, un margen de tolerancia que no podrá exceder en diez por ciento (10%) de las medidas mínimas exigidas para cada categoría, o del veinte por ciento (20%), si las áreas que son menores están compensadas con otras áreas de uso de los huéspedes. En ambos casos, necesariamente deberán cumplir con los demás requisitos exigidos por este Reglamento. Los porcentajes de tolerancia y compensación no son acumulables.
- d) Cuando para la clasificación y/o categorización, los establecimientos de hospedaje estén obligados a tener estacionamiento privado, podrán ser eximidos total o parcialmente de cumplir este requisito en el mismo local; sin embargo, deberán contar con una playa de estacionamiento cercana a su local que permita prestar este servicio.

16.2 Para el caso de los literales a) y b) del presente numeral, la excepción es aplicable si se cuenta con opinión favorable del sector correspondiente, caso contrario, concluye los procedimientos iniciados en el marco del presente Reglamento.

16.3 En los procesos de evaluación de las solicitudes de clasificación y/o categorización, cuando los titulares de los establecimiento de hospedaje no puedan cumplir con los requisitos de infraestructura, equipamiento y servicios, por razones de ubicación, tipo, características u otras razones técnicas debidamente justificadas, podrán ser exceptuados por la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico o la que haga sus veces en el MINCETUR, para lo cual deberán presentar a dicha dependencia una

solicitud adjuntando el sustento técnico respectivo. La Dirección Nacional de Desarrollo Turístico o la que haga sus veces en el MINCETUR, comunicará los resultados al solicitante y al Órgano Competente que corresponda.

**Artículo 17.- Vigencia del Certificado**

17.1 El Certificado de clasificación y/o categorización tendrá una vigencia indeterminada.  
17.2 El Titular del Establecimiento de Hospedaje deberá de presentar anualmente, ante el Órgano Competente, una Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos establecidos en el Anexo de clase y categoría correspondiente, utilizando el formato según modelo aprobado por el Viceministerio de Turismo, dejando constancia que continúa cumpliendo los requisitos que sustentaron la clase y/o categoría que le fue otorgada por el Órgano Competente.

**Artículo 18.- Derecho a ostentar clase y/o categoría y exhibición de Placa indicativa**

18.1 La exhibición, promoción, difusión de las clases de Hotel, Apart Hotel, Albergue u Hostal y de sus categorías, según corresponda, sólo podrá efectuarse si se cuenta con o el Certificado respectivo, expedido por el Órgano Competente y siempre que se encuentre vigente.

18.2 La razón social o nombre comercial de los establecimientos no deberá hacer referencia a cualquiera de las clases y/o categorías establecidas en el presente Reglamento.

18.3 Los establecimientos de hospedaje deberán mostrar en un lugar visible en el exterior del establecimiento, la placa indicativa que dé cuenta de la clasificación y/o categorización otorgada por el Órgano Competente. Dicha placa deberá cumplir con la forma y características que serán aprobadas por el Viceministerio de Turismo del MINCETUR.

**Artículo 19.- Directorio de establecimientos de hospedaje**

19.1 Cada Órgano Competente llevará el Directorio actualizado de los establecimientos de hospedaje clasificados y/o categorizados en el ámbito de su competencia administrativa, el mismo que deberá consignar lo siguiente:

1. Nombre o razón social del establecimiento;
2. Nombre Comercial;
3. Nombre del representante legal;
4. Número de RUC;
5. Domicilio;
6. Número de Certificado;
7. Clase;
8. Categoría (de corresponder);
9. Fecha de expedición del Certificado;
10. Capacidad instalada (número de habitaciones,
11. Teléfono;
12. Correo electrónico (de ser el caso);
13. Página web (de ser el caso).

camas y servicios complementarios); expedirá un Certificado de clasificación y/o categorización a nombre del nuevo titular, previa cancelación del El Órgano Competente, en el plazo de cinco (5) días,  
24.3 Asimismo, las condiciones de servicio y personal exigidas en el presente Reglamento, deberán mantenerse en forma constante, relevando principalmente la atención oportuna y permanente del huésped.  
24.4 Las ampliaciones o modificaciones de infraestructura de los establecimientos de hospedaje deberán cumplir con los requisitos exigidos en el presente

**CAPÍTULO VI  
DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS**

**Artículo 24.- Condiciones de la infraestructura, equipamiento y servicio**

24.1 Los establecimientos de hospedaje, independientemente de su clase y/o categoría, durante su funcionamiento deberán mantener los requisitos de infraestructura, equipamiento, servicio y personal establecidos en el presente Reglamento.  
Certificado anterior.  
23.2 El nuevo Certificado de clasificación y/o categorización mantendrá la fecha de expedición del Certificado original.

Reglamento para la clase y/o categoría que ostente, debiendo ser comunicados al Órgano Competente.

**Artículo 25.- Información a ser facilitada a los huéspedes**

Los establecimientos de hospedaje deberán mostrar en forma visible tanto en la recepción como en las habitaciones, las tarifas, la hora de inicio y el término del día hotelero y demás condiciones del contrato de hospedaje.

**Artículo 26.- Registro de Huéspedes**

26.1 Es requisito indispensable para ocupar las habitaciones, la inscripción previa de los clientes en el Registro de Huéspedes, acreditando su identidad y demás información, según lo establecido en el inciso u) del artículo 4 del presente Reglamento.

26.2 El ingreso de menores de edad se efectuará en compañía de sus padres, tutores o apoderados, debidamente acreditados por la Autoridad Competente.

**Artículo 27.- Obligaciones y derechos de los establecimientos de hospedaje**

El titular del establecimiento de hospedaje debe cumplir las obligaciones contenidas en el artículo 28 de la Ley N° 29408, Ley General de Turismo y le son aplicables los derechos establecidos en el artículo 29 de la misma norma. Asimismo, se registrará por las disposiciones del Código Civil en lo que le sea aplicable.

**Artículo 28.- Suspensión de actividades**

28.1 En el caso de suspensión de actividades, el titular del establecimiento de hospedaje deberá comunicarlo al Órgano Competente.

28.2 La suspensión de actividades del establecimiento de hospedaje, implicará la suspensión de todos los derechos conexos correspondientes a su clasificación y/o categoría.

**CAPÍTULO VII  
DE LA SUPERVISIÓN**

**Artículo 29.- Visitas de supervisión**

El Órgano Competente tendrá la facultad de efectuar de oficio, a pedido de parte interesada o de terceros, las visitas de supervisión que considere necesarias para verificar las condiciones, requisitos, servicios mínimos y demás disposiciones del presente Reglamento.

**Artículo 30.- Desarrollo de la supervisión**

30.1 Las labores de supervisión serán realizadas por dos inspectores, quienes representan al Órgano Competente en todas las actuaciones que realicen en el ejercicio de sus funciones. Los hechos constatados por los Inspectores serán consignados en un Acta. En aquellos Gobiernos Regionales donde no se cuente con el personal suficiente, el Órgano Competente, podrá autorizar que las labores de supervisión se realicen con un solo supervisor.

30.2 El Acta consignará la información prevista en el artículo 156 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General. Asimismo, describirá el establecimiento en el que se ejecuta la supervisión, señalará la clasificación y/o categoría que ostenta cuando corresponda y los servicios prestados, así como los hechos que constituirán infracciones cuando corresponda.

30.3 El acta será firmada por el titular del establecimiento de hospedaje o el personal encargado del mismo al momento de su supervisión. En caso de negativa a firmar, los inspectores dejarán constancia de tal hecho.

30.4 Una copia del acta deberá ser entregada al titular, administrador o encargado del establecimiento.

24.2 La infraestructura y equipamiento deberán estar en óptimas condiciones de conservación, presentación, funcionamiento, mantenimiento, limpieza y seguridad, de modo que permitan el uso inmediato y permanente de los servicios ofrecidos desde el día que inicia sus operaciones

19.2 La información de los establecimientos de hospedaje será actualizada a través de la información que el administrado está obligado a comunicar al Órgano Competente.

**Artículo 31.- Valor probatorio de las Actas de Supervisión**

31.1 El Acta constituirá prueba para todos los efectos legales.

31.2 El Órgano Competente, basándose en los

resultados del Acta, encausará los procedimientos para que se realicen las medidas correctivas y, en su caso, se apliquen las sanciones que correspondan.

**Artículo 32°.- Identificación de los Inspectores.**

Para iniciar las labores de supervisión, los inspectores deberán presentar al titular del establecimiento de hospedaje, a su representante o al personal encargado, la identificación otorgada por el Órgano Competente. La identificación deberá consignar los nombres, apellidos, documento de identidad, cargo que desempeña, entidad a la que representa y fotografía.

**Artículo 33°.- Facultades de los Inspectores**

Las acciones de supervisión se ejecutan a través de los servidores públicos del Órgano Competente, debidamente acreditados, quienes están facultados para:

- a) Verificar que se preste el servicio de alojamiento;
- b) Verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos en el presente Reglamento;
- c) Verificar las condiciones bajo las cuales se presta el servicio de alojamiento y demás servicios que brinda el establecimiento de hospedaje;
- d) Solicitar la exhibición o presentación de la documentación que dé cuenta del cumplimiento de los requisitos y condiciones establecidos en el presente Reglamento, vinculados con la actividad materia de supervisión;
- e) Citar al titular o a sus representantes, como a los trabajadores del establecimiento de hospedaje, e indagar sobre los hechos materia de la supervisión, de acuerdo a lo previsto en el presente Reglamento;
- f) Levantar actas en las que constarán los resultados de la supervisión;
- g) Recabar toda la información y medios de prueba necesarios que permitan sustentar lo señalado en el Acta de Supervisión; y,
- h) Otras que se deriven de las normas legales vigentes.

**Artículo 34.- Obligaciones del titular del establecimiento de hospedaje**

El titular del establecimiento de hospedaje objeto de supervisión se encuentra obligado a:

- a) Designar a un representante o encargado, para apoyar las acciones desarrolladas durante la supervisión, encargado, no será obstáculo para realizar la diligencia de supervisión;
- b) Permitir el acceso inmediato al establecimiento de hospedaje de los inspectores debidamente acreditados por el Órgano Competente;
- c) Proporcionar toda la información y documentación solicitada para verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos en el presente Reglamento, dentro de los plazos y formas que establezca el Órgano Competente;
- d) Asistir a las citas convocadas por el Órgano

Competente luego de efectuada la acción de supervisión para facilitar información sobre los hechos materia de la supervisión; y,

- e) Brindar a los inspectores todas las facilidades necesarias para el desempeño de sus funciones.
- f) Firmar el Acta de Supervisión.

**Artículo 35.-Apoyo de instituciones**

Para llevar a cabo las visitas de supervisión, el Órgano Competente podrá solicitar el apoyo de la Policía Nacional, así como de la autoridad municipal, sanitaria, de defensa civil y otros, según el caso lo requiera

**DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS  
FINALES**

**Primera.-** Los establecimientos de hospedaje deberán cumplir con las disposiciones sobre seguridad y accesibilidad para discapacitados contenidos en la Ley General de la Persona con Discapacidad, Ley N° 29973 y en el Reglamento Nacional de Edificaciones.

**Segunda.-** Los establecimientos de hospedaje que operen en el país están obligados a presentar la Encuesta Mensual y Encuesta Económica Anual de acuerdo a los formatos y procedimientos que establezca el Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI.

**Tercera.-** Los restaurantes que funcionen en establecimientos de hospedaje de cinco y cuatro estrellas, deberán cumplir con los requisitos establecidos para la categoría de cinco y cuatro tenedores en el Reglamento de Restaurantes vigente, en lo que corresponda.

**Cuarta.-** Las infracciones y sanciones relacionadas con las normas de protección al consumidor, se someterán a lo dispuesto en la Ley N° 29571 que aprueba el Código de Protección y Defensa del Consumidor, por lo que serán atendidas y resueltas por la Comisión de Protección al Consumidor del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual INDECOPI.

De igual forma, las infracciones y sanciones relacionadas con las Normas de Publicidad, se someterán a lo dispuesto en el Decreto Legislativo N° 1044, que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, por lo que serán atendidas y resueltas por la Comisión de Represión de la Competencia Desleal del INDECOPI.

**Quinta.-** El ingreso de objetos, bienes de propiedad del huésped al establecimiento de hospedaje, así como su custodia, se rige por las disposiciones del Código Civil.

**Sexta.-** Los establecimientos de hospedaje que ofrecen el servicio de movilidad a sus huéspedes desde los terminales al establecimiento o hacia otros lugares, deberán cumplir con los requisitos exigidos en el Reglamento Nacional de Transportes.

**Séptima.-** En todo lo no previsto en el presente Reglamento, resulta aplicable la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la Ley N° 28868, Ley que faculta al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a tipificar infracciones por vía reglamentaria en materia de prestación de servicios turísticos y la calificación de establecimientos de hospedaje y establece las sanciones aplicables y su Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 007-2007-MINCETUR.

**Octava.-** Respecto a la aplicación del presente Reglamento, el MINCETUR dentro del ejercicio de su autonomía y competencias propias, mantendrá relaciones de coordinación, cooperación y apoyo mutuo, en forma permanente y continua con los Gobiernos Regionales.

**Novena.-** Los establecimientos de hospedaje a los cuales se les haya cancelado el Certificado de Clasificación y/o Categorización y deseen seguir prestando el servicio de hospedaje, deberán presentar al Órgano Competente, dentro de un plazo de treinta (30) días contados a partir de la notificación de la Cancelación, una solicitud consignando la información señalada en el artículo 113 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, anexando una Declaración Jurada en la que evidencie su condición de Establecimiento de Hospedaje e informando del cumplimiento de requisitos exigidos para Establecimientos de Hospedaje del presente Reglamento, de acuerdo al formato aprobado por el Viceministerio de Turismo del MINCETUR.

**DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS  
TRANSITORIAS**

**Primera.-** Los establecimientos de hospedaje que cuenten con el Certificado de Clasificación y/o Categorización expedido por el MINCETUR o por el Órgano Competente, vigente, antes de la entrada en vigencia del presente Reglamento, mantendrán su clasificación y/o categorización, siempre que mantengan los requisitos de infraestructura, equipamiento, servicio y personal que sustentaron la misma al momento de la expedición del Certificado vigente.

**Segunda.-** Los establecimientos de hospedaje que se encuentren en funcionamiento a la fecha de promulgación del presente Reglamento que optaron por no clasificarse y/o categorizarse y cumplieron con presentar la Declaración Jurada ante el Órgano Competente, podrán seguir prestando sus servicios, siempre que cumplan las condiciones mínimas que fueron sustentadas en la Declaración Jurada respectiva.

**Tercera.-** La disposición establecida en el numeral 18.2 del artículo 18 del presente Reglamento es aplicable para aquellos establecimientos de hospedaje que inicien sus actividades con fecha posterior a la promulgación del presente Reglamento, sin perjuicio de las acciones de fiscalización que INDECOPI, en el marco de sus competencias, pudiera efectuar.

**NORMAS LEGALES**

**Cuarta.**-Las solicitudes de clasificación y/o categorización en trámite a la dación del presente Reglamento serán evaluadas de acuerdo a los requisitos establecidos en el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje aprobado por Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR o por el presente Reglamento, en lo que sea más conveniente para el administrado.

**Quinta.**-Las funciones establecidas en el artículo 6 del presente Reglamento serán ejercidas por la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico o la que haga sus veces en el MINCETUR, en Lima Metropolitana, hasta que la Municipalidad Metropolitana de Lima cumpla con los requisitos y procedimientos para la transferencia de funciones en materia de turismo, de conformidad con las normas sobre descentralización vigentes.

**ANEXO N° 1 - HOTEL**

**A. REQUISITOS MINIMOS DE INFRAESTRUCTURA**  
Deberán cumplir con el ANEXO 1 de la Norma Técnica A.30 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones-RNE.

**B. REQUISITOS MINIMOS DE EQUIPAMIENTO**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
<b>Generales</b>					
Custodia de valores (individual en el departamento o caja fuerte común)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Internet	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
<b>En habitaciones</b>					
Frigorifer	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Televisor	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e internacional	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

- En el caso de los requisitos de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Hotel

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
<b>Generales</b>					
Limpieza plana de habitaciones y de todas las áreas ambientales del Hotel	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de lavandería y planchado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Servicio de limpieza, mantenimiento y conservación de áreas	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Servicio de custodia de equipaje	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Primeros auxilios (2)	Obligatorio	Obligatorio	Botiquín	Botiquín	Botiquín
<b>Habitaciones</b>					
Atención en habitación (room service)	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Cambio regular de sábanas y mantas (en su caso) y de almohadas (3)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

- (1) Servicio prestado en el Hotel o a través de terceros.
- (2) Para las categorías de 4 y 5 estrellas el servicio puede ser brindado en el mismo local o a través de terceros. En caso se requiera botiquín, este deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.
- (3) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros.

**D. REQUISITOS MINIMOS DE PERSONAL**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Personal calificado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Personal uniformado las 24 horas	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-

(1) Definición contenida en el Reglamento.

**ANEXO N° 2 APART- HOTEL**  
**A. REQUISITOS MINIMOS DE INFRAESTRUCTURA**  
Deberán cumplir con el ANEXO 2 de la Norma Técnica A.30 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones-RNE.

**B. REQUISITOS MINIMOS DE EQUIPAMIENTO**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas
<b>Generales</b>			
Custodia de valores (individual en el departamento o caja fuerte común)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Internet	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
<b>En habitaciones</b>			
Televisor	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e internacional	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

- En el caso de los requisitos de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Apart-Hotel.

**C. REQUISITOS MINIMOS DE SERVICIO**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas
<b>Generales</b>			
Limpieza y calidad de departamento y de todos los ambientes del Apart Hotel	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de lavandería y planchado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de limpieza, mantenimiento y conservación de áreas	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

**D. REQUISITOS MINIMOS DE PERSONAL**

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas
Personal calificado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Personal uniformado las 24 horas	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

(1) Definición contenida en el Reglamento.

**ANEXO N° 3 – HOSTAL**

**A. REQUISITOS MINIMOS DE INFRAESTRUCTURA**  
Deberán cumplir con el ANEXO 3 de la Norma Técnica A.30 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones-RNE.

**B. REQUISITOS MINIMOS DE EQUIPAMIENTO**

REQUISITOS	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
<b>Generales</b>			
Internet	Obligatorio	-	-
Caja fuerte en recepción	Obligatorio	-	-
<b>En habitaciones</b>			
Televisor	Obligatorio	-	-

-En el caso de requisitos de televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Hostal.

**C. REQUISITOS MINIMOS DE SERVICIO**

REQUISITOS	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
<b>Generales</b>			
Limpieza plana de habitaciones y de todos los ambientes del hostal	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de custodia de equipaje	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Primeros auxilios (1)	Botiquín	Botiquín	Botiquín
<b>En habitaciones</b>			
Cambio regular de sábanas y toallas (2)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

(1) Deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio

de Salud.

(2) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales y otros.

Decreto Supremo N° 006-2014-VIVIENDA que modifica el Título III del Reglamento Nacional de Edificaciones y aprueba la Norma Técnica A.030 Hospedaje.

Decreto Supremo N° 006-2014-VIVIENDA que modifica el Título III del Reglamento Nacional de Edificaciones y aprueba la Norma Técnica A.030 Hospedaje.

Decreto Supremo N° 006-2014-VIVIENDA que modifica el Título III del Reglamento Nacional de Edificaciones y aprueba la Norma Técnica A.030 Hospedaje.

#### D. REQUISITOS MINIMOS DE PERSONAL

REQUISITOS	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Personal calificado (1)	Obligatorio	-	-
Personal uniformado las 24 horas	Obligatorio	-	-

(1) Definición contenida en el Reglamento.

#### ANEXO N° 4 - ALBERGUE

##### A. REQUISITOS MINIMOS DE INFRAESTRUCTURA

Deberán cumplir con el ANEXO 4 de la Norma Técnica A.30 Hospedaje del Numeral III.1 Arquitectura, del Título III Edificaciones, del Reglamento Nacional de Edificaciones-RNE.

##### B. REQUISITOS MINIMOS DE EQUIPAMIENTO

REQUISITOS	
Generales	
Internet	Obligatorio

- En el caso de requisitos de internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Albergue.

##### C. REQUISITOS MINIMOS DE SERVICIO

REQUISITOS	
Generales	
Limpieza diaria de habitaciones y de los alrededores del Albergue	Obligatorio
Primeros auxilios (1)	Botiquín
Cambio regular de sábanas y colchas (2)	Obligatorio

(1) Deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.

(2) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros.

#### DEFENSA

Autorizan viaje de personal del Ministerio a Haití, en comisión de Servicios

#### RESOLUCIÓN SUPREMA N° 216-2015-DE/

Lima, 8 de junio de 2015

CONSIDERANDO:

Que, mediante Oficio N° 248 -2015-IG/K del 02 de junio de 2015, la Inspectoría General del Ministerio de Defensa, solicita se autorice el viaje al exterior en Comisión de Servicio del Equipo de Inspectoría integrado por la Doctora Mirtha Luz TISZA BALLENAS, Inspectoría General del Ministerio de Defensa y el Oficial Inspector, Coronel EP Héctor Miguel TURIN DE LA PEÑA, para realizar una acción de inspección a la Compañía de Infantería "Chavín de Huantar", desplegada en la República de Haití, del 10 al 15 de junio de 2015;

Que, en el indicado documento se precisa que la mencionada inspección tiene por objeto realizar la verificación del repliegue de material, equipos, armamento, vehículos, munición, granadas y otros, de acuerdo a lo previsto por el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas;

Que, es de interés del Sector Defensa, autorizar el viaje al exterior de la Doctora Mirtha Luz TISZA BALLENAS y del Oficial Inspector, Coronel EP Héctor Miguel TURIN DE LA PEÑA, para que realicen la

mencionada acción de inspección;

Que, los gastos que ocasione la presente autorización de viaje, se efectuarán con cargo al Presupuesto Institucional para el Año Fiscal 2015 del Ministerio de Defensa, Unidad Ejecutora 001: Administración General, de conformidad con el artículo 13° del Decreto Supremo N° 047-2002-PCM, de fecha 5 de junio de 2002;

Que, teniendo en consideración los itinerarios de los vuelos internacionales y con el fin de prever la participación de los funcionarios comisionados durante la totalidad de la actividad, es necesario autorizar su salida del país con un (1) día de anticipación y su retorno un (1) día después de la misma;

Que, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 8° del Decreto Supremo N° 047-2002-PCM, que aprueba las normas reglamentarias sobre la autorización de viajes al exterior de servidores y funcionarios públicos, los viáticos que se otorguen serán por cada día que dure la misión oficial o el evento, a los que se podrá adicionar por una sola vez el equivalente a un día de viáticos, por concepto de gastos de instalación y traslado, cuando el viaje es a cualquier país de América;

De conformidad con el Decreto Legislativo N° 1134, que aprueba la Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Defensa; la Ley N° 30281, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2015; la Ley N° 27619, Ley que regula la Autorización de Viajes al Exterior de Servidores y Funcionarios Públicos y su Reglamento, aprobado por el Decreto Supremo N° 047-2002 PCM, del 05 de junio de 2002 y su modificatoria aprobada con el Decreto Supremo N° 056-2013-PCM del 18 de mayo de 2013; el Decreto Supremo N° 002-2004-DE/SG del 26 de enero de 2004 y sus modificatorias; y el Decreto Supremo N° 002-2015-DE, que determina la jerarquía y uso de las normas de carácter administrativo que se aplicarán en los distintos órganos del Ministerio;

SE RESUELVE:

**Artículo 1°.-** Autorizar el viaje al exterior en Comisión de Servicio del Equipo de Inspectoría del Ministerio de Defensa, integrado por la Doctora Mirtha Luz TISZA BALLENAS, identificada con DNI N° 07605117, Inspectoría General del Ministerio de Defensa y el Oficial Inspector, Coronel EP Héctor Miguel TURIN DE LA PEÑA, identificado con DNI N° 08566052, para que realicen una acción de inspección a la Compañía de Infantería "Chavín de Huantar", en la ciudad de Puerto Príncipe, República de Haití, del 10 al 15 de junio de 2015, así como autorizar su salida del país el 09 de junio y su retorno el 16 de junio de 2015.

**Artículo 2°.-** El Ministerio de Defensa - Administración General, efectuará los pagos que correspondan, de acuerdo al detalle siguiente:

<b>Pasajes Lima Puerto Príncipe (República de Haití) Lima :</b>	
US\$3,455.27x2personas (Incluye TUUA)	US\$6,910.54
<b>Viáticos:</b>	
US\$430.00x2personasx7días	US\$6,020.00
<b>Total :</b>	<b>US\$ 12,930.54</b>

**Artículo 3°.-** El personal comisionado, deberá cumplir con presentar un informe detallado ante el titular de la Entidad, describiendo las acciones realizadas y los resultados obtenidos durante el viaje autorizado, dentro de los (15) días calendario a partir de la fecha de retorno al país. Asimismo, dicho personal deberá cumplir con lo dispuesto en el artículo 6° del Decreto Supremo N° 047 2002-PCM, de fecha 05 de junio de 2002, relacionado con la sustentación de viáticos.

**Artículo 4°.-** El Ministro de Defensa queda facultado para variar la fecha de inicio y término de la autorización a que se refiere el artículo 1°, sin exceder el total de días autorizados; y sin variar la actividad para la cual se autoriza el viaje, ni el nombre de los participantes.

**Artículo 5°.-** La presente Resolución Suprema, no da derecho a exoneración ni liberación de impuestos aduaneros de ninguna clase o denominación

## Anexo N°2: Solicitud para Aplicación de Encuestas en el Hotel Ensueño

"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

Arequipa, 07 de Julio del 2018

SEÑOR DARIO MELLO LARO MELLO ALVAREZ  
Gerente General del Hotel Ensueño \*\*\*  
Presente

Estimado Señor Dario:

Para la obtención de mi grado de Licenciatura en Turismo y Hotelería en la Universidad Católica de Santa María es requisito indispensable la realización de un trabajo de investigación (Tesis) relacionado al turismo, es por ello que solicito su autorización para brindarme la información inherente en la investigación y poder realizar la aplicación de encuestas en su establecimiento.

El objetivo de la investigación es que el hotel tenga conocimiento de la percepción de sus huéspedes acerca de los servicios que ofrece. Una vez terminado el proceso de la elaboración, análisis de los datos y aprobación de la tesis se entregará una copia de la investigación a su persona.

Es importante señalar que esta actividad no conlleva ningún gasto para su institución y que se tomarán los resguardos necesarios para no interferir con el normal funcionamiento de las actividades propias del hotel al momento de realizar las encuestas.

Sin otro particular y esperando una buena acogida.

Atentamente

Verónica Miranda Torres  
DNI: 72221520



## INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La presente encuesta tiene por objeto medir la percepción de los usuarios de los servicios que ofrece el Hotel Ensueño. El llenado de la encuesta permitirá conocer su opinión y mejorar la calidad de los servicios del hotel.

### DATOS GENERALES

1. Género:       Masculino       Femenino
2. Edad: .....      3. Procedencia: .....
4. Motivo del viaje:       Ocio y Vacaciones       Trabajo y Negocios  
                                   Visitar amigos y parientes       Salud  
                                   Religiosos       Otros

Por favor indique con un aspa (X) en la casilla de Si o No en los siguientes enunciados:

	Recepción		Pisos		Restaurante		Lavandería		Salón de eventos	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
<b>Aspectos tangibles</b>										
1. La apariencia de las instalaciones físicas es moderna.										
2. Las instalaciones del hotel son limpias										
3. El personal del hotel tiene apariencia pulcra, está limpio y bien uniformado.										
4. Los materiales relacionados con el hotel son visualmente atractivos.										
<b>Aspectos de confiabilidad</b>										
5. El personal del hotel se muestra comprometido con usted para brindarle una buena atención desde su llegada.										
6. Se completa el servicio en el tiempo prometido										
7. Se da importancia a que la información recibida sea la correcta.										

	Recepción		Pisos		Restaurant		Lavandería		Salón de eventos	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
<b>Capacidad de respuesta</b>										
8. Ha recibido en el hotel la atención oportuna a sus necesidades.										
9. El personal proporciona un servicio rápido										
10. El personal ha mostrado que tiene buena capacidad para resolver los problemas que usted hubiera podido tener durante su permanencia										
<b>Aspectos de seguridad</b>										
11. Se ha sentido seguro con el personal.										
12. Considera que las instalaciones, habitaciones del hotel le garantizan seguridad.										
13. Ha sentido seguridad emocional al decidir hospedarse en el hotel.										
<b>Empatía en la prestación del servicio</b>										
14. Considera que la atención que ha recibido en el hotel es personalizada.										
15. La actitud del personal ha sido adecuada y ha estado con buena predisposición a ayudarlo en sus necesidades.										

Gracias por su colaboración

## CUSTOMER SURVEY

The purpose of this survey is to measure the perception of users of the services offered by the Hotel Ensueño. The conduct of the survey will allow us to know your opinion and improve the quality of the hotel services.

### GENERAL DATA

1. Gender:       Male                       Female
2. Age: .....                      3. Origin: .....
4. Reason for trip:       Leisure and Vacations                       Work and Business  
 Visit friends and relatives                       Health  
 Religious                       Others

Please indicate with a mark (X) in the box of Yes or No in the following statements:

	Reception		housekeeping		Restaurant		Laundry		Event hall	
	Yes	No	Yes	No	Yes	No	Yes	No	Yes	No
<b>Tangible Elements</b>										
1. The appearance of physical facilities is modern.										
2. The hotel facilities are clean.										
3. The hotel staff has a neat appearance, is clean and well uniformed.										
4. The materials related to the hotel are visually attractive.										
<b>Aspects of Reliability</b>										
5. The hotel staff is committed to you to provide you with good service from your arrival.										
6. The service is completed in the promised time.										
7. It is important that the information received is correct.										

	Reception		housekeeping		Restaurant		Laundry		Event hall	
	Yes	No	Yes	No	Yes	No	Yes	No	Yes	No
<b>Answer's capacity</b>										
8. You have received at the hotel the opportune attention to his needs.										
9. The staff provides a fast service.										
10. The staff has good capacity to solve the problems that you could have during your stay										
<b>Security aspects</b>										
11. You have felt safe with the staff.										
12. You consider that the facilities, hotel rooms guarantee you security.										
13. You have felt emotional security when deciding to stay at the hotel.										
<b>Empathy in the provision of the service</b>										
14. You consider that the service you have received at the hotel is personalized.										
15. The attitude of the staff has been adequate and has been willing to help you in your needs.										

Thank you for your cooperation

## ENQUÊTE AUPRÈS DES CLIENTS

Le but de cette enquête est de mesurer la perception des utilisateurs des services offerts par l'Hotel Ensueño. La conduite de l'enquête nous permettra de connaître votre opinion et d'améliorer la qualité des services de l'hôtel.

### DONNÉES GENERALES

1. Genre:  Homme  Femme
2. Âge: ..... 3. Origine: .....
4. Raison du voyage:  Loisirs et vacances  Travail et affaires  
 Visite à des amis et à la famille  Santé  
 Religieux  Autres

Veuillez indiquer avec une marque (X) dans la case Oui ou Non dans les énoncés suivants:

	Réception		Ménagère		Restaurant		Blanchisserie		Salle des fêtes	
	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
<b>Éléments tangibles</b>										
1. L'apparence des installations physiques est moderne.										
2. Les installations de l'hôtel sont propres.										
3. Le personnel de l'hôtel a une apparence soignée, est propre et bien uniforme.										
4. Les matériaux liés à l'hôtel sont visuellement attrayants.										
<b>Aspects de fiabilité</b>										
5. Le personnel de l'hôtel s'engage à vous fournir un bon service dès votre arrivée.										
6. Le service est terminé dans les délais impartis.										
7. Il est important que les informations reçues soient correctes.										

	Réception		Ménagère		Restaurant		Blanchisserie		Salle des fêtes	
	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Oui	Non	Oui	Non	Oui
<b>Capacité de réponse</b>										
8. Il a reçu à l'hôtel l'attention nécessaire à ses besoins.										
9. Le personnel fournit un service rapide.										
10. Le personnel a une bonne capacité à résoudre les problèmes que vous pourriez rencontrer pendant votre séjour										
<b>Aspects de sécurité</b>										
11. Vous vous êtes senti en sécurité avec le personnel.										
12. Vous considérez que les installations, les chambres d'hôtel vous garantissent la sécurité.										
13. Il a ressenti une sécurité émotionnelle lorsqu'il a décidé de rester à l'hôtel.										
<b>Empathie dans la fourniture du service</b>										
14. Vous considérez que le service que vous avez reçu à l'hôtel est personnalisé.										
15. L'attitude du personnel a été adéquate et a été disposée à vous aider dans vos besoins.										

Merci de votre collaboration

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

	sexo	edad	procedencia	motivo	Pre 1a	pre 1b	pre 1c	pre 1d	pre 1e	Pre 2a	pre 2b	pre 2c	pre 2d	pre 2e	Pre 3a	pre 3b	pre 3c	pre 3d	pre 3e	Pre 4a	pre 4b	pre 4c	pre 4d	pre 4e	Pre 5a	Pre 5b	Pre 5c	Pre 5d	Pre 5e	Pre 6a	Pre 6b	Pre 6c	Pre 6d	Pre 6e	Pre 7a	pre 7b	pre 7c	pre 7d	pre 7e			
1	2	40	Lima	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
2	1	49	Lambayeque	2	1	1	2			1	2	2			1	2	1			1	1	2			1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
3	2	74	Chile	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
4	2	32	Andahuaylas	3	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
5	2	48	Uruguay	4	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1	1				
6	2	44	Lima	4	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	
7	2	74	Francia	1	2	2	2	2		2	2	2	2		2	2	2	1		2	2	2	2		2	2	2	1		2	2	2	1		2	2	2	1				
8	1	72	Alemania	1	1	2	2			2	2	2			1	1	1			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	2	1					
9	2	49	Lambayeque	1	1	1	1			1	1	1			1	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
10	1	44	Uruguay	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
11	2	52	Francia	1	1	1	1			2	2	2			1	1	1			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	2	1					
12	1	58	Inglaterra	1	1	1	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
13	1	22	Ucayali	4	1	2	2			1	1	1			1	1	1			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
14	1	24	Australia	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
15	2	26	Australia	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
16	1	28	EE.UU.	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
17	2	30	Inglaterra	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
18	1	29	EE.UU.	1	1	1	1			1	1	2			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
19	2	30	Inglaterra	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
20	2	24	Francia	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			2	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
21	1	22	Ucayali	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	2	1					
22	2	43	Chile	4	1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
23	1	38	Lima	1	1	2	2	2		1	1	2	1		1	1	1	2		1	2	2	2		1	1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1			1
24	2	42	Trujillo	1	1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	2	2			1	1	1			1	2	2			1	1	1					
25	1	32	Lima	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
26	2	38	Lima	1	1	1	2		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1				1	
27	1	32	Chile	1	1	2	2			1	1	2			1	1	1			1	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
28	1	74	Francia	1	1	1	1			1	1	1			1	1	2			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
29	2	68	Francia	1	1	1	2			2	2	1			1	1	1			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
30	2	72	Francia	1	2	2	2			1	1	2			1	1	1			2	2	2			2	2	2			1	1	1			2	2	2					
31	1	74	Francia	1	2	2	2			1	1	2			1	1	1			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
32	2	72	Francia	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			2	1	2			1	1	1			1	1	1			2	2	2					
33	2	44	Francia	1	1	1	2			2	2	2			1	2	2			1	2	2			1	2	1			1	2	2			2	2	2					
34	1	74	Francia	1	2	1				1	1				1	1				2	1				1	1	1			1	2	1			1	2	1					
35	2	49	Chile	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
36	1	47	Lima	4	1	1	2			1	1	2			2	2	2			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
37	1	57	Trujillo	1	1	1	2			1	1	1			1	1	1			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
38	1	48	Lima	4	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1					
39	2	39	Lima	1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		2	1	1	1		1	1	1	1		2	1	1	1				1	
40	2	43	Argentina	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	
41	1	22	Lima	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	
42	2	48	Cuzco	1	1	1	2			1	1	2			1	1	1			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	2					



92	2	44	Chile	2	1	2	1			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
93	1	38	Chile	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
94	1	44	Chile	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
95	2	19	Chile	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
96	1	74	Chile	1	2	1	1			1	1	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
97	1	44	Chile	1	1	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
98	2	44	Chile	1	1	1	2			1	2	2			1	1	2			1	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
99	1	43	Lima	4	1	1	2			1	2	1			1	2	2			1	1	2			1	1	2			1	1	1			1	1	1				
100	2	39	Lima	4	2	1	2			1	1	1			1	1	1			1	2	2			1	2	2			2	2	1			1	2	2				
101	2	38	Lima	1	1	1	2			1	1	1			1	1	1			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
102	2	40	Piura	4	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	2	2			2	2	2			1	1	1				
103	2	38	Ica	4	1	1	1			1	2	2			1	2	2			1	2	2			1	2	2			1	1	1			1	1	1				
104	2	41	Lima	4	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
105	1	49	Lima	4	1	1	2			1	1	1			1	1	2			1	1	2			1	1	2			1	1	2			1	1	2				
106	2	34	Lima	1	1	2	2			1	2	2			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	2	1			1	2	1				
107	1	23	Trujillo	3	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1
108	2	22	Lima	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
109	1	27	Lima	1	1	1	2			1	1	2			1	2	2			1	2	1			1	1	1			1	2	1			1	2	1				
110	2	49	Lambayeque	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
111	1	74	La Libertad	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
112	2	76	La Libertad	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
113	1	41	Lambayeque	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1				
114	2	44	Lambayeque	1	1	1	2			1	1	2			1	1	1			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
115	1	49	Lambayeque	1	1	1	1			1	1	1			1	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
116	1	47	Cajamarca	1	1	1	1			1	1	1			1	2	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			2	1	1				
117	2	44	Lambayeque	4	1	2	2			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
118	2	73	La Libertad	1	1	1	2			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
119	1	43	Trujillo	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
120	2	48	Trujillo	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
121	1	44	Uruguay	4	1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
122	2	24	Tacna	4	1	1	2			1	2	2			1	2	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	2				
123	1	41	Alemania	1	1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	2	2			1	2	1			1	1	1				
124	2	32	Alemania	1	1	2	1			1	2	2			1	2	2			1	2	1			1	2	2			1	2	2			1	1	1				
125	2	40	Lima	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
126	1	40	Lima	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
127	2	42	Cuba	4	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
128	1	61	Piura	1	1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	1	2			1	2	1			1	1	1			1	1	1				
129	2	58	Piura	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
130	2	49	Mollendo	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1		
131	1	43	Chile	1	1	1	2			1	1	2			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
132	1	44	Lambayeque	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
133	1	73	Piura	4	1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
134	2	74	Lambayeque	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
135	2	78	Mexico	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
136	2	40	Mexico	4	1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
137	1	52	Andahuaylas	4	1	1				1	1				1	1				1	1			1	1			1	1			1	1			1	1				
138	1	32	Lima	1	1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
139	2	70	Trujillo	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
140	2	40	Chile	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				



190	2	41	Chile	1	2	1	2			1	1	1			1	1	1			1	2	2			1	1	2			2	1	1			1	1	2			
191	2	74	Francia	1	1	1	1			1	1	1			1	1	2			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
192	2	72	Francia	1	1	2	2			2	1	2			1	2	1			1	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	2			
193	1	63	Francia	1	1	1	1			2	2	2			1	1	1			2	2	2			2	2	2			2	2	2			2	2	2			
194	1	64	Chile	1	1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
195	2	49	Francia	1	1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		
196	1	44	Cuzco	1	1	1	2			1	2	2			1	1	2			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
197	1	24	Lima	4	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
198	1	47	Lima	4	1	2	2			1	1	2			1	1	1			1	2	2			1	1	1			1	1	1			2	1	1			
199	1	29	Cuzco	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1			1	1				1	1				1	1					
200	2	34	Cuzco	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
201	1	42	Lima	4	2	1	2			1	1	1			1	1	2			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
202	2	33	Lima	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			2	2	1			
203	1	32	Lima	4	1	1	2			1	1	2			2	2	2			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
204	2	40	Ica	4	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
205	1	42	Ica	2	2	2	1			1	2	1			1	1	1			1	2	2			1	2	2			2	2	2			1	2	2			
206	1	30	Lima	1	1	1	1			1	1	1			2	2	2			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
207	1	71	Chile	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2
208	2	44	Lima	1	2	1	2			1	1	1			1	1	1			1	2	2			1	1	2			2	1	1			1	1	2			
209	2	49	Trujillo	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
210	2	33	Tacna	1	1	2	2			1	1	2			1	2	1			1	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
211	1	42	Lima	4	1	1	2	2		1	1	1	1		1	1	1	2		1	1	2	2		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		
212	1	41	Tacna	1	1	1	2			1	1	2			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	2			1	1	1			
213	1	31	Lima	4	1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
214	2	44	Mexico	1	1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
215	1	42	Mexico	1	1	1	2			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			
216	2	44	Uruguay	1	1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
217	2	44	Chile	1	1	2	2			1	2	2			2	2	2			2	2	2			1	2	2			1	1	1			1	1	1			
218	2	44	Uruguay	1	1	2	2			1	1	1			1	1	1			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	2			
219	1	44	Uruguay	1	1	1	2			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			
220	2	28	Inglaterra	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
221	2	24	Francia	1	1	1	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
222	2	58	Ucayali	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	2	1			
223	2	53	Chile	4	1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
224	1	38	Lima	1	1	2	2	2		1	1	2	1		1	1	1	2		1	2	2	2		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		
225	2	42	Trujillo	1	1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	2	2			1	1	1			1	2	2			1	1	1			
226	1	32	Lima	4	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
227	2	38	Lima	4	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
228	1	32	Chile	1	1	2	2			1	1	2			1	1	1			1	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
229	2	42	Francia	1	1	1	1			1	1	1			1	1	2			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
230	1	49	Francia	1	1	1	2			2	2	1			1	1	1			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
231	1	74	Francia	1	2	2	2			1	1	2			1	1	1			2	2	2			2	2	2			1	1	1			2	2	2			
232	1	72	Francia	1	2	2	2			1	1	2			1	1	1			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
233	2	63	Francia	1	1	1	1			1	1	1			1	1	1			2	1	2			1	1	1			1	1	1			2	2	2			
234	2	64	Francia	1	1	1	2			2	2	2			1	2	2			1	2	2			1	2	1			1	2	2			2	2	2			
235	1	74	Francia	1	2	1		2		1	1		1		1	1		2		2	1	2	1		1	1	1	1		1	2	1	1		1	2	1	1		
236	2	49	Chile	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
237	1	47	Lima	4	1	1	2			1	1	2			2	2	2			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
238	1	48	Trujillo	1	1	1	2			1	1	1			1	1	1			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			



	Pr e8 a	pr e8 b	pr e8 c	pr e8 d	pr e8 e	Pr e9 a	pr e9 b	pr e9 c	pr e9 d	pr e9 e	Pr e1 0a	pr e1 0b	pr e1 0c	pr e1 0d	pr e1 0e	Pr e1 1a	pr e1 1b	pr e1 1c	pr e1 1d	pr e1 1e	Pr e1 2a	pr e1 2b	pr e1 2c	pr e1 2d	pr e1 2e	Pr e2 3a	pr e2 3b	pr e2 3c	pr e2 3d	pr e2 3e	Pr e4 4a	pr e4 4b	pr e4 4c	pr e4 4d	pr e4 4e	Pr e1 5a	pr e1 5b	pr e1 5c	pr e1 5d	pr e1 5e		
1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1
2	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
7	2	2	2	1		2	2	2	1		2	2	2	1		1	2	1	1		1	2	2	2			2	2	2	1		2	2	2	1		2	2	2	1		
8	2	2	2			2	2	2			1	2	1			1	1	1			1	2	2				1	1	1			2	2	2			1	1	2	2		
9	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
10	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
11	2	2	2			2	2	2			1	2	1			1	1	1			1	2	2				1	1	1			2	2	2			1	1	1			
12	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
13	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	2	1				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
14	2	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			2	2	2			1	1	1			
15	1	2	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			2	1	2			1	1	1			
16	2	1	1			1	1	1			1	2	2			1	1	1			1	1	1				1	1	1			2	2	2			1	1	1			
17	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
18	1	1	1			1	1	1			2	1	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			2	2	2			1	1	1			
19	1	2	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			2	1	1				1	1	1			2	2	2			1	1	1			
20	1	1	2			1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
21	1	1	2			1	2	1			1	2	1			1	2	1			1	2	1				1	2	1			1	2	1			1	1	1			
22	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
23	1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1			1	1	1	1		1	1	1	1			1	1	1	1	
24	1	1	1			1	1	2			1	2	1			1	1	1			2	2	1				1	1	1			1	1	2			1	2	1			
25	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
26	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		2	1	1	1		1	1	1	1	1		1	1	1	1		1	
27	1	1	1			1	1	1			2	1	2			1	1	1			1	2	1				1	1	1			2	1	2			1	1	1			
28	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				2	2	2			2	2	2			1	1	1			
29	1	1	1			1	1	1			2	2	2			1	1	1			2	2	2				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
30	2	2	2			2	2	2			2	2	2			2	2	2			2	2	2				2	2	2	1		2	2	2	1		2	2	2	1		
31	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
32	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			2	2	2				2	2	2			1	1	1			2	2	2			
33	2	2	2			2	2	2			2	2	2			2	2	2			2	2	2				2	2	2			2	2	2			1	2	2			
34	1	2	2			1	2	1			1	1	1			1	2	1			2	2	2				1	2	1			1	1	1			1	2	2			
35	1	1		2	1	1	1		1	1	2	2		2	2	1	1		1	1	1	2		1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2			1	1	1	1	
36	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
37	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
38	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
39	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		2	1	1	1		1	1	1	1		2	1	1	1		1	1	1			1	1	1			1		1
40	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
41	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1			1	2	2			1	1	2			1	1	1			1	2	1				1	1	1			1	2	1			1	2	1			
43	1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		2	2	2	1			1	1	1	1		1	1	1	1		1	1	1	1		
44	2	1	1			1	1	1			1	1	1			2	1	1			1	1	1				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
45	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
46	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			1	1	1			1	1	1			
47	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				1	1	1			2	2	2			2	2	2			



97	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
98	1	1	1			2	2	2			2	2	2			1	1	1			1	1	1			2	2	2			1	1	1			1	1	1				
99	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
100	1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			2	2	2			1	2	1			1	2	1			1	1	1				
101	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
102	2	2	2			1	1	1			2	2	2			1	1	1			2	2	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
103	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
104	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
105	1	2	2			1	1	1			1	1	2			1	1	2			1	1	2			1	1	2			1	1	2			1	1	2				
106	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			2	2	2			2	1	1			1	1	1			1	1	1				
107	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	
108	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
109	1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	2	1			2	2	2			2	2	2			1	1	1			1	1	1				
110	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
111	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
112	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
113	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	2	2			1	2	2			1	1	1			1	2	2				
114	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
115	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
116	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			2	1	1			1	1	1			2	2	2			1	1	1				
117	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
118	1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
119	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
120	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
121	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
122	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	2			1	1	2			2	2	2			1	2	2				
123	1	2	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
124	1	2	1			1	2	1			1	2	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	2	1			1	2	1				
125	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
126	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
127	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
128	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
129	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
130	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
131	1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
132	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
133	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
134	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
135	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
136	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
137	1	1				1	1				1	1				1	1				1	1				1	1			1	1				1	1						
138	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
139	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
140	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				
141	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
142	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	2			1	1	2			2	1	2			2	1	2				
143	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
144	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1		
145	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1				





244	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
245	1	1	2			1	1	2			1	1	2			1	1	2			1	1	2			1	1	2			1	1	2			1	1	2			
246	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			2	2	2			2	2	2			1	1	1			1	1	1			
247	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
248	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
249	1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	2	1			2	2	2			2	2	2			1	1	1			1	1	1			
250	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
251	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
252	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
253	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	2	2			1	2	2			1	1	1			1	1	1			
254	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
255	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
256	1	1				1	1				1	1				1	1				2	2			1	1				2	2			1	1						
257	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
258	1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
259	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
260	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
261	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
262	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	2			2	2	2			1	2	2			
263	1	2	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
264	1	2	1			1	2	1			1	2	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	2	1			1	2	1			
265	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
266	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
267	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
268	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
269	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			
270	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
271	1	1	1			1	1	2			1	1	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
272	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
273	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
274	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
275	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
276	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
277	1	1				1	1				1	1				1	1				1	1				1	1			1	1				1	1					
278	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
279	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
280	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
281	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
282	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			
283	1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	1	1			1	2	1			1	1	1			1	1	1			

