

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS TURÍSTICOS**

“CAMBIOS QUE GENERA EL USO
OPERACIONAL DE LAS HERRAMIENTAS
TECNOLÓGICAS EN LA CALIDAD DEL SERVICIO
DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS
ESPECIALISTAS DEL SECTOR EN HOTELES DE
5 ESTRELLAS EN SAN ISIDRO, 2021”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Servicios Turísticos

Autora:

Angelica Jhasmin Trucios Asalde

Asesor:

Dr. Jorge Luis Ramos Arata

<https://orcid.org/0000-0001-9768-7985>

Lima - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1	Gustavo Isaac Barrantes Morales	40957810
Presidente(a)	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Juan Carlos Ganoza Aleman	30835154
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Hector Manuel Torres Oporto	07967149
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo quiero dedicar a mi familia quienes siempre estuvieron a mi lado apoyándome y alentándome para seguir con mis estudios. Dedicarles todos mis esfuerzos a mis padres que me formaron con buenos valores y una sólida educación para formarme como una buena profesional. A mi hermana, de igual manera, por saber guiarme durante mi faceta y alentarme a siempre dar lo mejor de mí.

AGRADECIMIENTO

En este espacio quisiera agradecer a la Universidad Privada del Norte por permitirme desarrollarme profesionalmente en sus instalaciones y brindarme todas las herramientas necesarias para poder hacer frente en el mercado laboral como una profesional eficiente.

Agradezco también a mi asesor la Dr. Jorge Ramos Arata por haberme orientado durante mi trabajo de investigación resolviendo las distintas dudas e incógnitas durante el curso proyecto de tesis. También agradecer por brindarme todas las herramientas que me brindó para la realización de este trabajo de investigación.

También agradecer a todos mis compañeros que me ayudaron a superar ciclo por ciclo en distintos trabajos, proyectos y exposiciones durante toda nuestra vida universitaria brindándome apoyo y buenos deseos para concluir esta etapa.

Tabla de contenido

JURADO CALIFICADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	8
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad problemática	11
1.2 Justificación	16
1.2.1 Importancia de la investigación	16
1.2.2. Limitaciones de la investigación	17
1.3. Antecedentes de la investigación	17
1.3.1. Antecedentes internacionales	17
1.3.2. Antecedentes nacionales	21
1.4 Base teórica	24
1.4.1 HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	24
1.4.1.1 Accesibilidad	25
1.4.1.2 Redes sociales	26
1.4.1.3 Innovación tecnológica	26
1.4.2 CALIDAD DEL SERVICIO	27
1.4.2.1 Competitividad	28
1.4.2.2 Gestión de calidad	29
1.4.2.3 Atención al cliente	30

1.5. Formulación del problema	31
1.5.1 Problema general	31
1.5.2 Problemas específicos	31
1.6 Objetivos	31
1.6.1. Objetivo general	31
1.6.2. Objetivos específicos	31
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	32
2.1 Tipo de investigación	32
2.1.1 Investigación cualitativa	32
2.1.2 Diseño de la investigación	33
2.1.3 Categorías de estudio	34
2.2 Población y muestra	35
2.2.1 Población	35
2.2.2 Muestra	36
2.3 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de dato	37
2.3.1 Entrevistas estructuradas	37
2.4 Procedimiento	38
2.5 Aspectos éticos	39
2.6. Matriz de consistencia y cronograma	40
2.6.1. Matriz de consistencia	40
2.6.2. Matriz de operacionalización de las categorías	41
2.6.3 Cronograma	44
2.7 Validez y confiabilidad de instrumentos	45
CAPÍTULO III: RESULTADOS	46

3.1. Presentación de los resultados	46
3.1.1 Análisis de la entrevista	46
3.1.1.1 Entrevista a docentes expertos	47
3.1.1.2 Entrevista a colaboradores del rubro hotelero	57
3.1.2 Matriz de triangulación	77
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	127
4.1 DISCUSIÓN	127
4.1.2 Discusión específica 1	128
4.1.3 Discusión específica 2	129
4.1.4 Discusión específica 3	130
Limitaciones post-investigación	130
Implicancias de la investigación	131
4.2 CONCLUSIONES	132
4.2.1 Conclusión general	132
REFERENCIAS	138
ANEXOS	146

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Categorías de estudio.....	34
Tabla 2. Matriz de consistencia	40
Tabla 3. Matriz de operacionalización de categorías.....	41
Tabla 4. Cronograma de actividades	44
Tabla 5. Resumen del objeto de la investigación	46
Tabla 6. Experto 1, Roberto Pablo Barraza Lino	47
Tabla 7. Experto 2, Vanessa Raquel Barrantes Chavez	52
Tabla 8. Experto 3, Josué Bravo - Encargado de Reservas en Hotel Vila Santa	57
Tabla 9. Experto 4, Nathali Barcio - Gerente Comercial en Hotel Holiday Inn Express	62
Tabla 10. Experto 5, Paulo Campos - Encargado del Front Office en Hotel Hyatt Centric.....	67
Tabla 11. Experto 6, Ursula Hinojosa - Directora de Sistemas de Servicios en Hotel Sonesta.....	72
Tabla 12. Triangulación de datos pregunta 1.....	77
Tabla 13. Triangulación de datos pregunta 2.....	81
Tabla 14. Triangulación de datos pregunta 3.....	85
Tabla 15. Triangulación de datos pregunta 4.....	89
Tabla 16. Triangulación de datos pregunta 5.....	93
Tabla 17. Triangulación de datos pregunta 6.....	98
Tabla 18. Triangulación de datos pregunta 7.....	102
Tabla 19. Triangulación de datos pregunta 8.....	106
Tabla 20. Triangulación de datos pregunta 9.....	110
Tabla 21. Triangulación de datos pregunta 10.....	114
Tabla 22. Triangulación de datos pregunta 11	119
Tabla 23. Triangulación de datos pregunta 12.....	123

Haga clic o pulse aquí para escribir texto.

RESUMEN

La hotelería es un sector muy influyente en el turismo a nivel mundial, ya que este tipo de servicio siempre está en constante evolución. El presente trabajo de investigación tiene como objeto de estudio el determinar cuáles son las herramientas tecnológicas enfocadas en la calidad del servicio en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, además busca medir el nivel de competencia de estos establecimientos que las implementan y con este también responder la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué cambios genera el uso operacional de las herramientas tecnológicas en la calidad del servicio desde la perspectiva de los especialistas del sector en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021? Lo cual dicho factor es un índice que causa gran impacto no solamente a competencia sino también a los clientes. El presente estudio se desarrolla mediante un enfoque cualitativo con un diseño metodológico fenomenológico, los cuales ayudarán a orientar de manera eficaz y veraz a los resultados del estudio. Además, junto al aporte de los especialistas del sector hotelero en el distrito de San Isidro, facilitarán la recopilación de información necesaria para el desarrollo de esta investigación los cuales serán intervenidos con una entrevista como técnica de recolección de datos para su análisis.

PALABRAS CLAVES: influencia tecnológica, sector hotelero, herramientas tecnológicas, hotelería, tecnología en hoteles.

ABSTRACT

The hotel industry is a very influential sector in tourism worldwide, since this type of service is always in constant evolution. The purpose of this research is to determine which are the technological tools focused on the quality of service in 5-star hotels in San Isidro, also seeks to measure the level of competition of these establishments that implement them and with this also answer the following research question: What changes does the operational use of technological tools generate in the quality of service from the perspective of the specialists of the sector in 5-star hotels in San Isidro, 2021? This factor is an index that causes great impact not only to competitors but also to customers. The present study is developed through a qualitative approach with a phenomenological methodological design, which will help to effectively and truthfully guide the results of the study. In addition, together with the contribution of the specialists of the hotel sector in the district of San Isidro, they will facilitate the collection of information necessary for the development of this research, which will be intervened with an interview as a data collection technique for its analysis.

KEY WORDS: technological influence, hotel sector, technological tools, hotel industry, technology in hotels.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El sector hotelero, como elemento influyente del mundo turístico, es una de las bases que ayudan en la influencia del movimiento turístico a nivel global; sin embargo, este ha ido adaptando su estructura con el paso del tiempo por la aparición de las nuevas tendencias, un ejemplo de esto es, la implementación de las tecnologías. Un estudio sobre el mercadeo digital en el sector hotelero Barrera y Rodríguez (s.f.) mencionan que los modelos de comercialización están cambiando por la revolución del internet y el uso generalizado de la población del mismo instrumento. La hotelería y turismo, como modelos comerciales, no son ajenos a estos cambios ya que esto ha generado cambios sustanciales tanto en los turistas como en los especialistas del sector y la organización en sí.

Es por ello que, Bardales (2019) citado por Prieto, Alfonso y Filián (2003) sustenta que la innovación de las herramientas tecnológicas es un tipo de oportunidad que permite a las organizaciones tener una interacción con el mercado tanto para saber sus preferencias y necesidades como para la elaboración y difusión de un nuevo producto. Se puede decir que, gracias a estos se puede saber a mayor profundidad lo que espera un turista al momento de adquirir un servicio de alojamiento y sus complementos; por el hecho que se puede brindar una atención más personalizada.

No obstante, la implementación de estas tecnologías en el sector hotelero tiene una influencia significativa en la competitividad a nivel global. García y Gómez

(2018) señalan que hay muchos factores, incluyendo a la tecnología, que pueden afectar la competitividad y estos pueden crear si bien ventajas pero también desventajas frente a otros prestadores de servicios. Para complementar la idea de los autores, se puede decir que un establecimiento hotelero con sus factores competitivos correctamente establecidos y gestionados puede crear una brecha significativa ante su competencia; por lo tanto, reforzar los demás factores de un establecimiento (restaurante, bar, atención, entre otros) ajenos a las herramientas tecnológicas, pueden ayudar a mantener un ambiente competitivo parejo a otros establecimientos que sí cuentan con estos elementos digitales.

La Organización Mundial del Turismo (2018) para dar una mejor visión sobre esta temática señala que las organizaciones turísticas e instituciones tecnológicas están uniendo fuerzas para crear nuevas maneras de innovación y emprendimiento en el sector mejorando sus ofertas y relaciones con los turistas, para así, fomentar y promover los recursos y servicios. Con lo mencionado anteriormente, se puede decir entonces que las TIC es un tipo de valor agregado que dan las instituciones turísticas para tener un mejor control dentro de sus áreas para crear un ambiente laboral mucho más eficiente.

Es por ello que, en la actualidad muchos establecimientos de hospedaje intentan mantenerse siempre actualizados con las tendencias tecnológicas para poder implementarlos en sus servicios y encontrarles un buen uso de ellas. Aznar, J. P., Bagur, Ll. y Rocafort, A. (2016) indican que pueda haber una pequeña relación entre la percepción de calidad de los usuarios y los resultados de gestión empresariales. Entonces se podría identificar a las TIC como un factor

complementario que influye de alguna manera la opinión y percepción de los usuarios al momento de adquirir el producto o servicio de un prestador de servicios turísticos.

A nivel Perú, Carbajal y Gonzales (2019) indican que el nivel de competencia en el sector hotelero ha ido en aumento lo cual ha generado que estos establecimientos busquen optar por nuevas estrategias para implementar en sus procesos y satisfacer las necesidades de sus clientes. Además, las brechas creadas por otros establecimientos de hospedajes en el extranjero generan una cierta perspectiva del trato y experiencia de servicios que se encuentran en el país, lo cuales mantienen una estructura con tecnología de punta para atender cualquier imperfecto, dejando como meta a nuestros prestadores de servicios hoteleros para poder superar las expectativas.

Para entender mejor la competitividad hotelera en el Perú MINCETUR (2013) analiza también que la brecha de competitividad se pueda deber a la percepción del empresario hotelera frente a las nuevas tendencias y posiblemente la falta de adaptación al mercado. Dando a entender que esto ocasiona pérdidas de oportunidades de mejorar el nivel de competencia, puesto que, si no se tiene un buen plan de inversiones que ayude a mejorar las bases de sus servicios e instalaciones no podrán cubrir la demanda que se presente. Se tiene que tener en cuenta que el Perú aun es un país en vías de desarrollo tecnológico y crecimiento económico, los cuales serán vitales para el crecimiento en distintos sectores.

Por otro lado, para profundizar la temática COMEX PERÚ (2019), gremio

empresarial, analiza el índice de competitividad por departamentos en país y dejan en claro que el turismo es uno de los elementos más importantes referentes a sus recursos y las divisas que se obtienen. Es por ello, que se intenta mantener los servicios estandarizados con la más alta calidad invirtiendo en sus estrategias empresariales para poder obtener resultados operacionales satisfactorios. Estos componentes y medios son cruciales para otorgar la mejor experiencia a sus clientes para poder posicionarse y entrar tanto al campo competitivo nacional como internacional, además de poder acomodarse y hacer frente a sus competidores.

En el Perú, los establecimientos de hospedajes están tratando de acomodarse lo más posible a las nuevas tendencias para que puedan subsistir y llevar un nivel competitivo óptimo. Gonzales y Julca (2005) indican que el constante desarrollo de las tecnologías sumado con la competitividad nacional provocan una revolución industrial en el turismo, ya que estos generan nuevos modelos de negocios con ideas y estrategias que cambian por completo el modelo tradicional que normalmente vemos en el país. No obstante, algunos establecimientos de hospedaje siguen con el modelo tradicional manteniendo sus estructuras y servicios no tan modernizados pero sí usando las herramientas necesarios para la retroalimentación debida.

La Municipalidad de San Isidro (2021) señala que los factores que conforman su tradición como gestión son los modernos y el progreso, esto se ve reflejado en el gran desarrollo urbano que posee y en la gestión que llevan a cabo para el

mantenimiento y cuidado del mismo distrito. Cabe mencionar también que es uno de los distritos que cuenta con mucha influencia turística en Lima, esto se puede deber a sus distintas zonas turísticas, lugares de esparcimiento y la seguridad que brinda el distrito. Es por este motivo que tiene un porcentaje moderado en lo que respecta a establecimientos de hospedaje categorizados entre ellos los hoteles de 5 estrellas más resaltantes son: Hotel Meliá Lima, Swissôtel Lima, Country Club Lima Hotel, Suites del Bosque Hotel, entre otros.

La competitividad hotelera en el distrito de San Isidro según Porter citado por Burgos, Chuquiyaury, Miguel y Guerra (2020) señalan que la competitividad es la diferenciación y esto puede deberse a que los establecimientos de hospedajes cuentan con una infraestructura moderna, personal capacitado en los servicios y servicio de calidad. Como ya se mencionó, el distrito cuenta con distintos tipos de hospedajes que se adecuan a los diferentes tipos de huéspedes los cuales cuentan con sus propios fuertes que los vuelven atractivos para los turistas; por lo tanto, estos implementan herramientas tecnológicas para facilitar sus servicios, este valor diferenciado les permite estar al pendiente de las debilidades y fortalezas de sus competidores.

Mautino y Ramirez (2017) indican, desde un punto financiero, que San Isidro es uno de los distritos en donde más se invierte tecnología para la gestión organizacional y esto no es solo de manera municipal sino también a nivel de organizaciones e negocios. De igual manera, los establecimientos de hospedajes no son ajenos a ello puesto que buscan innovar y cumplir las expectativas del mercado competitivo. Además, estas TIC se adecuan al estilo predeterminado que

cuentan los hospedajes categorizados en 5 estrellas como lo son los hoteles de tipo empresarial como el Hyatt Centric Hotel o de tipo rustico moderno como el Country Club Hotel.

Goinochea (2019) señala que la calidad es un punto de importancia la cual no se debe pasar por alto al momento de brindar algún servicio, por lo mismo que de este factor depende que los clientes vuelvan por adquirir el producto o busquen en otro establecimiento satisfacer sus expectativas y encontrar esas experiencias. Teniendo en cuenta lo mencionado por el autor, la calidad del servicio en un hotel es un elemento primordial tanto por imagen del mismo o la percepción que puedan tener el mercado sobre el producto que están adquiriendo.

1.2 Justificación

1.2.1 Importancia de la investigación

El estudio se considera relevante en los siguientes niveles:

Implicancia social: En el nivel social, el turismo es un factor muy importante por las oportunidades que brinda para mejorar la calidad de vida de los locales gracias que genera trabajo. La presente investigación, demostrará a la población sobre los impactos positivos de este sector y que tan viable es para dedicarse a la misma.

Implicaciones prácticas: A nivel de prácticas, el presente estudio presenta un enfoque analítico sobre el cambio que generan las herramientas tecnológicas en el uso operacional de los establecimientos de hospedajes desde la perspectiva de los especialistas del rubro hotelero, los cuales tienen un gran impacto y cómo estas las benefician.

Valor teórico: Las variables utilizadas en el presente trabajo ayudarán para profundizar más en el tema, y así, poder brindar una mejor perspectiva analítica que ayude a generar incentivos de investigación a futuro sobre el tema.

Implicancia metodológica: La naturaleza del presente trabajo de investigación es de tipo cualitativo y de diseño fenomenológico, esto es porque las herramientas a utilizar para recopilar información será mediante unas entrevistas a profundidad hacía los especialistas del sector hotelero en San Isidro; es decir que, los testimonios recopilados ayudarán para identificar, analizar, describir y complementar la información encontrada.

1.2.2. Limitaciones de la investigación

Debido a la situación actual, por el crecimiento de infectados a nivel nacional por el COVID-19, el presente trabajo de investigación se encuentra limitado por el motivo que se sigue las indicaciones del estado de emergencia y el distanciamiento social brindadas por el Estado. Es por ello que, la recopilación de datos para el desarrollo del estudio se hizo mediante herramientas informáticas que facilitan la comunicación y la investigación. La segunda limitación son las constantes pausas temporales de actividades de algunos establecimientos de hospedaje por indicaciones del mismo Estado y el aforo reducido que deben manejar actualmente, los cuales podrían haber facilitado la obtención de información.

1.3. Antecedentes de la investigación

1.3.1. Antecedentes internacionales

Figuroa (2020) en su tesis “Estudio de las nuevas tecnologías aplicadas en el campo del turismo y la hotelería”; sustenta como el objeto de su estudio el analizar cómo las herramientas tecnológicas están trascendiendo con el tiempo junto al turismo y la hotelería, además, como estas se adecuan para la atención y comunicación con los clientes ofreciendo servicios turísticos que estén acordes a las necesidades de los mismos.

La tesis en mención presenta una metodología de tipo documental, ya que esta se basa en las consultas y revisiones de distintas fuentes de informaciones como lo son libros, artículos científicos, reportes y otros que se pueden encontrar por la web. Durante el análisis de sus fuentes sobre el tema tuvo como resultado el hallazgo de las herramientas más novedosas utilizadas en el sector turístico de manera global los cuales permiten un mejoramiento en sus servicios.

De igual manera, la tesis en mención concluye que el uso de estas herramientas aplicadas al campo turístico facilita el proceso de gestión de actividades y estas además ofrecen un servicio complementario de sistemas que se adaptan al modelo turístico y hotelero. El aporte del estudio en mención es el enfoque analítico que da sobre las competencias de los prestadores turísticos que cuentan con una estructura tecnológica en sus instalaciones y las que no, demostrando una realidad problemática que ayuda como punto de partida para esta investigación.

Alagna (2020) en su tesis “El uso de las TIC en la hotelería. Caso de estudio: La Plata”; sustenta como el objeto de su estudio el analizar el grado de implementación tecnológica en las características de los establecimientos de

hospedaje, en la ciudad de la Plata, para la verificación de algún tipo de correlación entre ambos temas.

La tesis en mención presenta una metodología de tipo cuantitativa, en la cual se utilizaron encuestas como herramienta de análisis para que los distintos establecimientos de hospedaje detallen el nivel de implementación tecnológica. Durante el análisis de las encuestas realizadas sobre el tema tuvo como resultados la correlación entre la implementación tecnológica y las características de los hospedajes en ciudad de la Plata.

De igual manera, la tesis en mención concluye que hay ciertos elementos en común que relacionan a los establecimientos encuestados como lo es la aplicación de la tecnología en sus instalaciones en distintos aspectos como lo es la gestión de la información, la fidelización o el aumento de la calidad de sus servicios. El aporte del estudio en mención es el enfoque que tuvo al momento de recopilar información, ya que nos muestra más a detalle que tanto impacto pueden tener estas herramientas en la cotidianidad hotelera.

Ortega y Pacheco (2020) en su tesis “Análisis de las preferencias de uso de tecnología durante el alojamiento por parte de los huéspedes de hoteles de primera categoría en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas”; sustenta como el objeto de su estudio el analizar las preferencias de los turistas en el uso de la tecnología durante su estadía en hoteles de primera categoría en la ciudad de Guayaquil.

La tesis en mención presenta una metodología de tipo deductivo, enfocada en un método cuantitativo, se utilizaron encuestas como herramientas cuantitativas a

los huéspedes que hayan estado hospedados en hoteles de Guayaquil. Durante el análisis de las encuestas realizadas sobre el tema tuvo como resultados que la mayoría de los turistas encuestados consideran importante el uso de las nuevas tecnologías por la facilidad que les brinda durante su estadía.

De igual manera, la tesis en mención concluye que los turistas ya consideran a la tecnología como una herramienta fundamental en los establecimientos turísticos, por el hecho que ya se ha vuelto parte de su rutina turística porque influye en su opinión y en la percepción que tienen de los servicios. El aporte del estudio en mención es el análisis de como los turistas perciben a la tecnología como un elemento más para realizar mejores sus actividades dentro de sus instalaciones.

Torres (2016) en su tesis “Importancia del uso de las redes sociales para promocionar los servicios que ofrecen las cadenas hoteleras de Guayaquil”; sustenta como el objeto de su estudio el determinar cuál es la importancia del uso de las redes sociales como medio de promoción y difusión enfocadas en los servicios de los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Guayaquil.

La tesis en mención presenta una metodología de investigación descriptiva que se da como sustento las referencias bibliográficas para realizar dicho estudio. Además se realizaron sondeos de perfiles de 3 establecimientos de hospedaje, de la misma ciudad de Guayaquil, como herramienta de recopilación de información para comparar y analizar los contenidos de sus redes sociales y sus contenidos.

De igual manera, la tesis en mención concluye que el uso de estas herramientas como lo son las redes sociales traen consigo beneficios de expandir sus servicios a distintos y potenciales mercados. El aporte del estudio en mención es el análisis

de una herramienta fundamental para dichos establecimientos que ayudan a los mismos a tener un mayor alcance adquisitivo si es que de clientes se refiere.

1.3.2. Antecedentes nacionales

Corimanya (2018) en su tesis “Uso de las TIC, en las empresas hoteleras categoría tres estrellas de la Ciudad de Arequipa, a Julio del 2018”; sustenta como el objeto de su estudio el evidenciar como el turismo se ha convertido en un motor importante en el progreso económico del país, además vincular el crecimiento de las mismas con el uso de las TIC enfocadas en la competitividad de los hoteles categorizados de 3 estrellas en la ciudad de Arequipa.

La tesis en mención presenta una metodología de enfoque mixto descriptivo, con un perfil cualitativo y cuantitativo, además se basa en el análisis de los elementos más relevantes del objeto de estudio para realizar una descripción de la situación del respectivo tema. Durante el análisis y estudio de las encuestas realizadas sobre el tema se tuvo como resultados que todos los hospedajes encuestados utilizan las TIC como instrumentos claves para poder analizar más a detalle su mercado y estar actualizados en sus requerimientos.

De igual manera, la tesis en mención concluye que confirman que el uso de las TIC en el sector hotelero mejora la competitividad y la demanda de sus servicios de una manera más efectiva en un modo en que satisfacen a sus clientes. El aporte del estudio en mención es el giro que da a la investigación refiriéndose a las TIC como herramientas de gestión en el sector hotelero con un enfoque analítico en la demanda y oferta de las mismas desde un punto de vista económico.

Hualpa (2018) en su tesis “Tecnologías de información y comunicación y su relación con la satisfacción de los turistas en hoteles de categoría cuatro estrellas de la ciudad de Puno 2018”; sustenta como el objeto de su estudio el analizar la relación de la satisfacción del turista enfocada al uso de las TIC en los establecimientos de hospedajes de 4 estrellas en la ciudad de Puno.

La tesis en mención presenta una metodología de tipo descriptivo correlacional y el diseño no experimental, enfocado en herramientas cuantitativas en donde se realizaron encuestas del modelo SERVPERF y además tuvo un análisis informativo con el programa estadístico SPSS. Durante el análisis de los datos sobre el tema se tuvo como resultado el rol que cumplen las TIC para mejorar el servicio al turista y como estas crean grandes brechas de ventajas y oportunidades sobre otros establecimientos.

De igual manera, la tesis en mención concluye que confirman de manera positiva una relación entre las TIC y la satisfacción del turista, en la cual la competencia se basa en la innovación y en la mejora contigua de estos establecimientos. El aporte del estudio en mención es el énfasis que se da en la percepción de los turistas en la innovación de los establecimientos mediante las TIC generando una respuesta satisfactoria.

Bravo y Jayme (2020) en su tesis “El uso de las TIC en hoteles del distrito de San Isidro, 2020”; sustentan como el objeto de su estudio el determinar de qué manera son utilizadas las herramientas TIC en los servicios ofrecidos dentro de los hoteles del distrito de San Isidro y la influencia que estas hayan tenido.

La tesis en mención presenta una metodología de tipo cualitativa la cual

presenta un diseño fenomenológico, en donde se utilizaron las entrevistas a profundidad como herramienta de investigación a hoteles de 4 y 5 estrellas. Durante la investigación sobre el tema se tuvo como resultados que las herramientas tecnológicas más utilizadas fueron las redes sociales, sistemas hoteleros y plataformas digitales, además se consideran con una herramienta eficaz en el servicio y comunicación.

De igual manera, la tesis en mención concluye que las TIC desde un punto de vista operacional brindan un mayor soporte y facilitan el desarrollo de actividades de los colaboradores de los hospedajes. El aporte del estudio en mención es el enfoque de las TIC desde un punto operacional en donde se da más énfasis de como los colaboradores hoteleros perciben el desarrollo de sus actividades con la ayuda de herramientas tecnológicas.

León (2018) en su tesis “Calidad de servicio percibido por el huésped en el Royal Park Hotel, San Isidro, 2018”; sustenta como objeto de su estudio el determinar cómo los huéspedes del establecimiento de hospedaje Royal Park analizan la calidad del servicio del hotel con el propósito de verificar eficacia laboral del mismo.

La tesis en mención presenta una metodología de tipo cuantitativo y posee un método de estudio descriptivo, en donde se fueron utilizadas las encuestas como herramienta de recopilación de datos las cuales la realizaron trescientos ochenta y cinco huéspedes del mismo hospedaje. El aporte del estudio en mención es la correlación que presenta el mismo objetivo, detalles y condiciones que se tocan en la presente tesis.

De igual manera, la tesis en mención concluye que el buen manejo del personal hacia los clientes puede mejorar la experiencia de los huéspedes. No obstante, los resultados presentados muestran un alto porcentaje de satisfacción debido a la infraestructura y equipos modernos que el hotel posee además de sus servicios, dando a entender que la tecnología es parte vital para brindar una mejor experiencia durante la estadía.

1.4 Base teórica

1.4.1 HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

El uso de las herramientas tecnológicas están teniendo un impacto significativo en la época actual, ya que estos elementos están tomando un rol importante en las gestiones administrativas y operacionales de distintas organizaciones por las cuales brindan un único sistema para simplificar la productividad de las mismas de manera eficientes. Según Osorio (2015), la coordinadora general del Congreso Internacional de Transformación Educativa del Estado de México, sustenta que las herramientas tecnológicas en términos de gestiones administrativas se encargan de almacenar, procesar y transmitir data referente a las funciones operacionales de la misma organización.

Por otro lado, Orduz (2012), director ejecutivo de la editora Colombia Digital, menciona que las TIC son los productos que crean conexiones entre la humanidad y el mundo informático en el cual produce, gestiona y protege la información. Como se viene mencionando estas instrumentos digitales abarcan un todo, es decir, no solo busca enfocarse en la parte de la infraestructura de una entidad sino en lo

que ocurre en el entorno. Es por ello que el autor Vergara (2019), magister en docencia superior, señala que estas herramientas no solo ayudan al crecimiento operacional sino también al incremento del soporte de las habilidades y destrezas de los usuarios para un desarrollo más óptimo en las actividades.

1.4.1.1 Accesibilidad

Según Rivoir y Morales (2019), coordinadoras del citado libro, señalan como concepto que la accesibilidad es la flexibilidad de obtener la información las cuales se acomodan a las necesidades de los usuarios según lo requieran esto puede ser mediante un medio físico como libros o informes o mediante medios virtuales como ebooks, tesis, etc. Gracias a los mediadores como lo puede ser la web o las bibliotecas, se puede tener acceso a la información para generar más estudios mejorando así los recursos de investigación para próximos trabajos; no cabe duda que, este concepto describe a la era digital y a sus herramientas los cuales brindan gran acceso a diversos procesos para la realización de actividades en diferentes sectores. Es por ello que Revilla y Carreras (2018), autoras y editoras del libro accesibilidad web, agrega al concepto de accesibilidad como una herramienta que los usuarios pueden utilizar para mejorar y crear diferentes tipos de productos con una calidad informática u operacional según la información extraída y poder exponerlos en las mismas para tener un mejor alcance. Esto se puede deber que este tipo de portales tienen la facultad global de hacer llegar la información a distintos portales, usuarios o medios.

1.4.1.2 Redes sociales

Las redes sociales son elementos que crecieron en impacto junto a la era digital, teniendo presencia no solo como un factor de entretenimiento sino como factor empresarial para mejorar el ámbito comercial de las mismas. Según la Biblioteca Felipe Herrera (2013), perteneciente del Banco Interamericano de Desarrollo, señalan que las redes sociales son un tipo de sistemas que se encargan de la interacción social a partir del intercambio y creación de la información en distintos portales virales. Se puede decir que, las organizaciones usaron estas características para emplear como un medio amplio de alcance a diferentes usuarios. Asimismo, Dabas (1993) citado por Ávila (2012), analítico y editor de esta edición, sustenta que las redes sociales son procesos continuos de construcción que se produce de manera tanto individual como colectivo para hacer cambios relativos de información que ayuda para la retroalimentación para que estos recursos sean potencializados.

Por otro lado, Islas y Ricaurte (2013), autoras del presente libro citado, complementa que las redes sociales como un tipo de estructura que ayuda a conectar a las personas. Si enfocamo este concepto al rubro hotelero se puede señalar que los usuarios utilizan este medio como portal para conocer o investigar sobre lugares turísticos u otros establecimientos, por lo que distribuyen información sobre aquellos lugares que han visitado y dejando ciertos comentarios tanto positivos como negativos.

1.4.1.3 Innovación tecnológica

Según Loaiza (2018), magister y parte del comité editorial de CIMTED, alude que la innovación tecnológica es una herramienta que permite a las empresas tener un crecimiento enfocado a operaciones y la competitividad entre empresas. Para añadir a este concepto, se puede decir que esta herramienta es necesaria para aumentar y atender las demandas las cuales ayudarán a mejorar distintos aspectos en calidad. Añadiéndole a esto el Manuel de Oslo (2005) citado por Ortiz y Nagles (2013), autores y editores del citado trabajo de investigación, señalan que la innovación tecnológica es la introducción de un nuevo método organizativo que ayudará en la mejora de prácticas internas en una empresa con el fin de mejorar el proceso significativamente. Esto también se puede definir como un proceso base por la cual busca incrementar su valor al presentar una cierta presencia ante un producto similar o igual. Para agregar un poco más de énfasis a lo mencionado anteriormente las autoras Sánchez, Zerón y Hernández (2019), coordinadoras de la primera edición del citado libro, agregan que la innovación es un acto que se enfoca en los procesos que se encuentren ya establecidos como una función externa que acelere los servicios de la organización de una manera eficiente y rápida. Como valor agregado.

1.4.2 CALIDAD DEL SERVICIO

Según Iruita y Villanueva (2012), autores del libro de gestión de calidad, mencionan que la calidad de servicio es un conjunto de características que ayudan a convertir un producto o insumo a algo idóneo que satisfaga las necesidades del cliente y supere sus expectativas, además que este elemento es una herramienta esencial que generan rentabilidad. Este factor, más que todo, influye

determinantemente a la percepción del consumidor el cual define “un buen servicio” según las experiencias vividas en el establecimiento. Es por ello que, según Tigani (2006), autor del libro de excelencia en servicio, agrega que la calidad del servicio es una condición que una empresa debe de otorgar a sus usuarios creándole así un beneficio de valor agregado a los productos. Lo mencionado anteriormente, se puede interpretar como un intercambio entre la empresa y el usuario, esto mediante a que la empresa entrega productos de calidad y el usuario remunera monetariamente por el producto o servicio recibido. Además Carro y Gonzáles (2012), agregan a este concepto según interpretación de la norma internacional ISO9000 que la calidad es una característica que debe poseer una empresa y esta tenga incluido a sus procesos, productos o personas. Según estos factores mencionados, serán la base para una organización para mantener y cumplir la satisfacción de sus clientes; además, se puede señalar como un punto determinante para hacer frente a sus competidores que dean un servicio igual o similar. Este concepto es fundamental para el rubro hotelero.

1.4.2.1 Competitividad

Según Alonso y Quijano (2019), autores del Nivel Competitividad de las pymes del sector hotelero en Bogotá, sustentan que la palabra competitividad nace en el emprendimiento de los colaboradores de diferentes sujetos en instituciones, empresas, universidades, etc. En donde desarrollan habilidades eficaces para desenvolverse en actividades. De esta manera, se puede definir este concepto como una oportunidad de crecimientos para las organizaciones, ya que buscarán

estrategias comerciales para tener un crecimiento sólido; las cuales se puede reflejar en la creación de nuevos productos o servicios. Es por ello que Perdomo (2010), el autor del libro citado, indica que la competitividad junto con la calidad tienen como objetivo inicial la satisfacción de los clientes, esto se puede deber, a que gracias a los usuarios son la razón de la continuidad de una empresa. Mencionado lo anterior, se deduce que las organizaciones no solo deben enfocarse en ventas sino en mantener una relación estrecha con sus usuarios. Es por ello que, la competitividad se basa de tres factores como lo es la calidad, productividad y rentabilidad. El crecimiento y desenvolvimiento de estos elementos hacen frente a otras entidades, los cuales crean nuevas estrategias comerciales que creen lazos de fidelización con los usuarios.

1.4.2.2 Gestión de calidad

Según González y Arciniegas (2015), autores del libro de sistemas de gestión de calidad, sustentan que la calidad es un bien o servicio la cual se puede crear o producir, este factor está basado en las normas ISO 9000 que es una guía que asegura mantener los procesos de calidad del producto y servicio ofrecido. Por otro lado el autor Ishikawa (1986) citado por Tomasini (1990), entienden a este concepto de dos formas: primero como la esencia de un producto que se ve enfocado de ciertas características de unas normas que las regulan y la segunda se interpreta como el resultado del trabajo en conjunto de distintas áreas. Así como se señala, este concepto es como una guía que se basa en el trabajo en conjunto de diversas áreas para la elaboración de un producto o servicio que presente todas las

características que cumplan las necesidades de los usuarios, es por ello que, cada entidad crea diversos procesos para alcanzar la eficacia del mismo. Agregando a esto la autora Mejía (2002) adelante a este concepto como uno que cambia según la percepción de los clientes a base de los resultados de la gestión de la empresa. Por lo que se puede determinar que la calidad no es un elemento que se genere tan fácilmente sino se basa en distintas normas, tomas de decisiones, procesos y demás para poder generarla.

1.4.2.3 Atención al cliente

Según FORETUR, perteneciente de la consejería de turismo, define este concepto como un elemento fundamental para brindar un servicio excelente, además se define también como un factor de éxito desplazando al producto. Este concepto nace de la percepción de los clientes sobre la atención que reciben y además pueden definir tanto positivamente como negativamente sobre la calidad de un producto o servicio. Por otro lado, Villa (2014) agrega a este concepto como una herramienta guía para las empresas para el mejoramiento de sus procedimientos que se genere la calidad que un usuario espera. Se puede asumir que este concepto es algo fundamental para la retroalimentación necesaria y la mejorar los puntos críticos de un producto o servicio. Como se viene mencionando, en el rubro hotelero tener bien definido lo que es atención al cliente, ayuda a fortalecer la opinión de los usuarios hacía los establecimientos. Si hay una buena atención, hay calidad. Son conceptos vinculados, que ayudarán a incrementar el mercado del mismo.

1.5. Formulación del problema

1.5.1 Problema general

¿Qué cambios genera el uso operacional de las herramientas tecnológicas en la calidad del servicio desde la perspectiva de los especialistas del sector en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021?

1.5.2 Problemas específicos

- ¿Qué tan influyente es el uso de las herramientas tecnológicas para mejorar la competitividad en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021?
- ¿Qué uso dan los especialistas del sector a las herramientas tecnológicas en la gestión de calidad actual en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021?
- ¿Por qué es relevante el uso de las herramientas tecnológicas en la atención al cliente en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021?

1.6 Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Determinar los cambios que genera el uso operacional de las herramientas tecnológicas en la calidad del servicio desde la perspectiva de los especialistas del sector en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021.

1.6.2. Objetivos específicos

- Comrpobar que tan influyente es el uso de las herramientas tecnológicas para mejorar la competitividad en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021.
- Identificar el uso que dan los especialistas del sector a las herramientas tecnológicas en la gestión de calidad actual en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021.
- Determinar la relevancia del uso de las herramientas tecnológicas en la atención al cliente en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1 Tipo de investigación

2.1.1 Investigación cualitativa

El estudio de investigación es desarrollado desde un enfoque cualitativo, según Escudero y Cortez (2018) en su libro de métodos cualitativos para la investigación científica definen a la investigación cualitativa como aquel método que recauda la información no cuantificable mediante las experiencias, interacciones y documentos en su contexto natural lo cual permiten su interpretación mediante la observación.

Cabe mencionar que, se seleccionó este tipo de estudio ya que este permite analizar el objeto de investigación desde una perspectiva más personalizada, esto es

mediante que la información se obtiene a partir de alguna experiencia o vivencia de un individuo, lo cual genera que estos datos se complementen con información de otras fuentes tanto primarias como secundarias. Esto permite que la investigación se pueda orientar desde una perspectiva más personalizada.

Según Quecedo y Castaño (2002) señalan este tipo de investigación como inductiva ya que su metodología ayuda a comprender los datos obtenidos mediante distintas fuentes sin descartar ninguna posibilidad teórica, y poder así, evaluar más alternativas que puedan ayudar a complementar los resultados de la misma. De igual manera, los autores Balcázar, P.; González, N.; Gurrola, G; & Moysén, A. (2013) alegan a la contribución de esta metodología como una forma de interpretar a los fenómenos complejos antes de proceder a su cuantificación; y así, definir eficazmente la información a resultados exactos y analíticos.

2.1.2 Diseño de la investigación

El diseño metodológico que va a seguir esta investigación es del tipo fenomenológico, ya que como Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) señala que el intención de este diseño es tanto de explorar como comprender las experiencias y diferentes perspectivas de los individuos ante un tipo de fenómeno. Esta además decir que, el enfoque que brindan los especialistas del sector frente a este fenómeno que es la era digital es vital para entender todos los hechos ocurridos en el contexto actual. Por lo que Fuster (2019) señala que este diseño busca aproximarse más a los datos del conocimiento, ya que este puede brindar resultados más eficaces que pueden ser enfocadas tanto a las

ciencias humanas como a las ciencias sociales; esto mediante, un enfoque que ayude a dar un mejor entendimiento de los resultados con subjetividad.

En el presente trabajo de investigación el cual busca determinar los cambios que genera el uso operacional de las herramientas tecnológicas en la calidad de los servicios en los hospedajes desde la perspectiva de los especialistas del rubro, lo cual busca utilizar este diseño metodológico para analizar desde distintos puntos de vistas que se complementarán con información empírica de cómo estos elementos son influyentes en el desarrollo gestional y operacional del distrito de San Isidro en el 2021. Como lo explican Marí, R.; Bo Bonet, R.; Climent, C. (2010) que el objeto del conocimiento de este tipo de investigación no busca solo enfocarse en el individuo o el mundo, sino el contexto vivido por el individuo. Gracias a esto, el modelo fenomenológico ayudará a brindar una vista más detallada en los resultados de la presente investigación; así como se refleja en las deficiones de dicho método es entender a los hospedaje dentro del contexto de la era digital.

2.1.3 Categorías de estudio

Para la formulación del objetivo de la presente investigación se hizo uso de dos categorías para orientar el rumbo del estudio, estas tienen como finalidad ser asimiladas con el objetivo del estudio. Como consecuencia de ello, se han originado 3 subcategorías para cada variable lo cual se podrá observar en la siguiente tabla que detalla los elementos obtenidos.

Tabla 1. Categorías de estudio

CATEGORÍA GENERAL	SUBCATEGORÍAS
Herramientas tecnológicas	Accesibilidad
	Redes sociales
	Innovación tecnológica
Calidad del servicio	Competitividad
	Gestión de calidad
	Atención al cliente

Fuente: Elaboración propia.

Examinando la data presentada en la tabla 1, se hizo el desarrollo del presente estudio en donde se realiza una perspectiva que complementa la categoría de las herramientas tecnológicas con las subcategorías de calidad del servicio.

2.2 Población y muestra

2.2.1 Población

Según Arias, Villasís y Miranda (2016) definen a la población como un conjunto de casos los cuales se pueden definir, limitar y tener accesibilidad; gracias a estos factores se dará un criterio para poder seleccionar una muestra, las cuales deberán cumplir con una serie de requisitos con la finalidad de poder estudiar y entender las características de los elementos según el objeto de la investigación o para cualquier motivo en común que ayude al estudio.

Es por ello que, la unidad para el análisis del objetivo del presente estudio serán las personas contribuyentes al sector hotelero en el distrito de San Isidro, 2021.

2.2.2 Muestra

Según Arias, Villasís y Miranda (2016) definen a la muestra como un número específico de participantes los cuales son un factor importante, ya que estos ayudarán a cumplir los objetivos del estudio. Es por ello que, que el tipo de muestra que se utilizará para cumplir con el objetivo de este estudio es de tipo no probabilístico ya que este tipo de muestra no se basa en estadística sino de ciertas características que toma en consideración el investigador, según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018). Este trabajo se orienta en el entendimiento del entorno del sector desde la vista de los especialista, como propósito fundamental. De tal modo que la muestra se compondrá por 6 personas los cuales cumplen con las condiciones necesarias para poder realizar esta investigación.

Como se mencionó, el presente estudio cuenta con un número de muestra de 6 personas, los cuales son especialistas en el tema a tratar. Estos colaboradores ayudarán en la recopilación de información necesaria para el desarrollo de esta investigación los cuales serán intervenidos con una entrevista como técnica de recolección de datos. De igual manera, se tendrá una guía de preguntas en conjunto con una introducción al tema que será de elaboración propia.

Los autores Escudero y Cortez (2017) indican que este tipo de técnica de recopilación de datos se basa en una serie de cuestiones que son previamente establecidas

y se encuentran plasmadas en un cuestionario guía. Complementando la idea brindada por los autores, esta técnica para obtener los datos es mucho más personalizada y permite crear un campo mucho más amplio para resguardar el tema del estudio.

2.3 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de dato

En el presente estudio cuenta con un número de muestra de 6 personas, los cuales son especialistas con mucho tiempo de experiencia en el sector hotelero. Estos colaboradores ayudarán en la recopilación de información necesaria para el desarrollo de esta investigación los cuales serán intervenidos con una entrevista estructurada como técnica de recolección de datos. Por tal motivo, se hizo el análisis de las bases teóricas para la elaboración y formulación de las preguntas a realizar en la entrevista, los cuales tengan una estructura que valide el objetivo de las mismas para alcanzar los resultados del presente trabajo. La estructura de la entrevista se puede encontrar en la sección de Anexos como Anexo 1.

2.3.1 Entrevistas estructuradas

Los autores Escudero y Cortez (2017) indican que este tipo de técnica de recopilación de datos se basa en una serie de cuestiones que son previamente establecidas y se encuentran plasmadas en un cuestionario guía. Complementando la idea brindada por los autores, esta técnica tendrá una guía de preguntas en conjunto con una introducción al tema que será de elaboración propia, para así, obtener los datos y permitir crear un campo mucho más amplio para resguardar el tema del estudio.

Este tipo de entrevistas según Hernández & García (2008), estas entrevistas cuentan con preguntas predeterminadas las cuales siguen una secuencia ya establecida por el investigador. Es por ello que se realizó un formato en donde se especifica la estructura de la entrevista con una introducción al tema, las preguntas validadas por los docentes y el cierre de la misma. Estas se pueden observar en Anexos.

2.4 Procedimiento

Para la obtención de datos para esta investigación se inició analizando los establecimientos de hospedajes que cuenten con una categoría de 5 estrellas en el distrito de San Isidro, con el fin de entrevistar a un grupo de especialistas con experiencia en el campo de la hotelería para contar con perspectiva frente a la situación actual; de igual manera, se buscó a 2 expertos con conocimiento teórico respecto al tema que pudieran complementar la información obtenida con los especialistas. Debido a la coyuntura, toda comunicación y entrevista se realizó de manera virtual (correo, whatsapp, zoom, etc.), de igual manera la coordinación de horarios de los especialistas para realizar las mismas.

Se aplicó una guía de elaboración propia para poder realizar las entrevistas la cual presentaba el tema de investigación y su propósito hacía los especialistas, seguidamente de las preguntas previamente aprobadas por los docentes de la universidad y el cierre en conjunto de los agradecimientos por haber participado y brindar un poco de su tiempo para esta investigación. Luego de haber recolectado los datos, se procedió al análisis y transcripción de la información brindada por cada experto, utilizando la triangulación de datos para tener un mejor entendimiento de las diferentes perspectivas. Cabe mencionar

que se realizó este método por cada pregunta realizada para obtener una sola interpretación en los resultados. Todo lo mencionado se puede encontrar en el Capítulo III en Resultados.

2.5 Aspectos éticos

Para la elaboración del presente estudio la cual cuenta con información complementaria que ayudará en la contribución y en la base para próximas investigaciones, y con estas ampliar esta temática con datos óptimos, esto con el resguardo de la técnica y el instrumento a utilizar que facilitan la recopilación de datos. También mencionar que la información utilizada para desarrollar esta investigación, la cual se contempla en referencias, son extraídas de bases de datos como Scielo, Redalyc, entre otras.

Por otro lado, es preciso mencionar que el presente trabajo se encuentra bajo la estructura de la Normativa APA 7ma edición, la cual es requerida para la elaboración y su continua presentación ante la Universidad Privada del Norte, 2021.

2.6. Matriz de consistencia y cronograma

2.6.1. Matriz de consistencia

Tabla 2. Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	METODOLÓGIA
¿Qué cambios genera el uso operacional de las herramientas tecnológicas en la calidad del servicio desde la perspectiva de los especialistas del sector en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021?	Determinar los cambios que genera el uso operacional de las herramientas tecnológicas en la calidad del servicio desde la perspectiva de los especialistas del sector en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021.	Herramientas tecnológicas	Accesibilidad	1. Tipo de investigación Cualitativa
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS		Redes sociales	2. Diseño de la investigación Fenomenológico
¿Qué tan influyente es el uso de las herramientas tecnológicas para mejorar la competitividad en hoteles de 3-5 estrellas en San Isidro, 2021?	Comprobar que tan influyente es el uso de las herramientas tecnológicas para mejorar la competitividad en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021.	Calidad del servicio	Innovación tecnológica	3. Población Especialistas del sector hotelero
¿Qué uso dan los especialistas del sector a las herramientas tecnológicas en la gestión de calidad actual en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021?	Identificar el uso que dan los especialistas del sector a las herramientas tecnológicas en la gestión de calidad actual en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021.		Competitividad	4. Muestra 6 especialistas del sector
¿Por qué es relevante el uso de las herramientas tecnológicas en la atención al cliente en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021?	Determinar la relevancia del uso de las herramientas tecnológicas en la atención al cliente en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021.		Gestión de calidad	5. Técnica de recopilación de datos Entrevistas estructuradas
			Atención al cliente	

Fuente: Elaboración propia

2.6.2. Matriz de operacionalización de las categorías

Tabla 3. Matriz de operacionalización de categorías

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	SUB CATEGORÍAS	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	Según Osorio (2015), la coordinadora general del Congreso Internacional de Transformación Educativa del Estado de México, sustenta que las herramientas tecnológicas en términos de gestiones administrativas se encargan de almacenar, procesar y transmitir data referente a las funciones operacionales de la misma organización.	Accesibilidad	Según Rivoir y Morales (2019), coordinadoras del citado libro, señalan como concepto que la accesibilidad es la flexibilidad de obtener la información las cuales se acomodan a las necesidades de los usuarios según lo requieran.	Flexibilidad de información Alcance	1;2
		Redes sociales	Según la Biblioteca Felipe Herrera (2013), perteneciente del Banco Interamericano de Desarrollo, señalan que las redes sociales son un tipo de sistemas que se encargan de la interacción social a partir del intercambio y creación de la información en distintos portales virales.	Interacción social Retroalimentación	3;4
		Innovación tecnológica	Según Loaiza (2018), magister y parte del comité editorial de CIMTED, alude que la innovación tecnológica es una herramienta	Crecimiento operacional Eficacia laboral	5;6

			que permite a las empresas tener un crecimiento enfocado a operaciones y la competitividad entre empresas.		
CALIDAD DEL SERVICIO	Según Iruita y Villanueva (2012), autores del libro de gestión de calidad, mencionan que la calidad de servicio es un conjunto de características que ayudan a convertir un producto o insumo a algo idóneo que satisfaga las necesidades del cliente y supere sus expectativas, además que este elemento es una herramienta esencial que generan rentabilidad.	Competitividad	Según Alonso y Quijano (2019), autores del Nivel Competitividad de las pymes del sector hotelero en Bogotá, sustentan que la palabra competitividad nace en el emprendimiento de los colaboradores en donde desarrollan habilidades eficaces para desenvolverse en actividades.	Nivel de competitividad Innovación	7;8
		Gestión de calidad	Según González y Arciniegas (2015), autores del libro de sistemas de gestión de calidad, sustentan que la calidad es un bien o servicio la cual se puede crear o producir, este factor está basado en las normas ISO 9000 que es una guía que asegura mantener los procesos de calidad del producto y servicio ofrecido.	Enfoque al cliente Participación del personal	9;10

		Atención al cliente	Según FORETUR define este concepto como un elemento fundamental para brindar un servicio excelente, además se define también como un factor de éxito desplazando al producto ya que nace de la percepción de los clientes sobre algún producto y servicio.	Grado de satisfacción Fidelización	11;12
--	--	---------------------	--	---------------------------------------	-------

Fuente: Elaboración propia

2.6.3 Cronograma

Tabla 4. Cronograma de actividades

Actividad	Inicio	Final	Mayo	Junio	Julio
Formulación del título de la investigación	19/05/2021	21/05/2021			
Búsqueda de fuentes de información para la realidad problemática	22/05/2021	24/05/2021			
Desarrollo de realidad problemática y justificación	25/05/2021	28/05/2021			
Búsqueda de fuentes para antecedentes nacionales e internacionales	29/05/2021	31/05/2021			
Desarrollo de antecedentes nacional e internacionales	1/06/2021	8/06/2021			
Búsqueda de fuentes para la base teórica	9/06/2021	12/06/2021			
Desarrollo de base teórica y matriz de operacionalización	13/06/2021	16/06/2021			
Formulación de objetivos y problemas	17/06/2021	19/06/2021			
Revisión, corrección y modificación del trabajo de investigación	20/06/2021	28/06/2021			
Desarrollo de metodología	1/07/2021	8/07/2021			

Fuente: Elaboración propia

2.7 Validez y confiabilidad de instrumentos

Para todo trabajo de investigación la validez y la confiabilidad de los instrumentos empleados en el estudio son factores fundamentales. Esto es debido a que brindan a la investigación abrirse paso para nuevas investigaciones de sus variables. La validez de la información gracias a distintos conceptos brindados por diversos autores complementados con datos, por criterio de la presente autora, que ayuda brindar un rumbo a las variables utilizadas. La confiabilidad de la información, desarrollada de tal manera, con información previa perfeccionada con fuentes obtenidas ayuda a que la información utilizada presente un cierto grado de correlación entre las variables que hace de este estudio un instrumento verídico.

La validación de las preguntas formuladas para realizar las entrevistas fue presentada a los siguientes expertos: Dra. Mónica Regalado, Randolf Ñiquen y Adrian Colomer; mediante un documento de juicio de expertos, los cuales fueron firmados y aprobados con el fin de demostrar la fiabilidad de la presente investigación. Estos se pueden observar en la sección de anexos como: Anexo 2, Anexo 3 y Anexo 4.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Presentación de los resultados

3.1.1 Análisis de la entrevista

Para la obtención de los resultados se realizaron unas entrevistas a especialistas sobre el tema de los cuales se dividen en 2 grupos. El primer grupo, el cual está conformado por 2 personas, son de docentes expertos sobre teoría y funcionamiento de la hotelería; y el segundo grupo, el cual está conformado por 4 personas, son de colaboradores encargados en el rubro hotelero. Los 4 hoteles participantes de las entrevistas son el Hotel Sonesta, Hotel Vila Santa, Hotel Holiday Inn Express y Hotel Hyatt Centric. Las respuestas de ambos grupos se analizarán mediante la matriz de triangulación. A continuación se presentará un resumen del objeto de las entrevistas para esta investigación.

Tabla 5. Resumen del objeto de la investigación

RESUMEN DE LA INVESTIGACIÓN	
Título	“Cambios que genera el uso operacional de las herramientas tecnológicas en la calidad del servicio desde la perspectiva de los especialistas del sector en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021”
Problema General	¿Qué cambios genera el uso operacional de las herramientas tecnológicas en la calidad del servicio desde la perspectiva de los especialistas del sector en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021?
Objetivo General	Determinar los cambios que genera el uso operacional de las herramientas tecnológicas en la calidad del servicio desde la perspectiva de los especialistas del sector en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021.
Participantes	Especialistas del sector.

Fuente: Elaboración propia

3.1.1.1 Entrevista a docentes expertos

Tabla 6. Experto 1, Roberto Pablo Barraza Lino

CATEGORÍA	INDICADORES/ITEMS	RESULTADOS	CODIFICACIÓN
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	¿Cómo ayudan las herramientas informáticas a los establecimientos de hospedaje en la flexibilidad de información para una estrategia comercial?	El programa que ha roto mercado en cadenas hoteleras y se está en el mundo es el sistema Opera. Y han salido más programas que están utilizando en los hoteles y estos programas son completamente dirigidos entre áreas (RR.HH., contabilidad, logística, recepción, etc.) que prácticamente ayuda bastante en dar una información al 100% actualizada.	<i>“Programas que rompen el mercado”</i>
	¿Qué tipo de beneficios puede brindar el alcance de las herramientas tecnológicas en el rubro hotelero?	Cuando comenzó el uso del internet, la mayoría de hoteles comenzó a trabajar con sus propias páginas web y ahora estas se encuentran bien desarrolladas donde puedes hacer una reserva o en algunos casos hay hoteles que ya usan aplicativos donde no solo haces reservas para habitaciones sino también para el comedor, el bar. Esto ayuda bastante a agilizar el trabajo del recepcionista donde antes usaba un montón de formatos y ahora el mismo cliente es quien se registra y automáticamente presenta sus documentos y ya se maneja.	<i>“Agiliza el trabajo”</i>
	¿Qué beneficios se obtiene de la interacción social en redes sociales con los clientes para un establecimiento hotelero?	Hay otras publicidades que lo maneja google donde se paga una publicidad, al igual que Facebook e Instagram. Los cuales estos hoteles lo están manejando, además los usuarios	<i>“Alcance por redes”</i>

	<p>buscan palabras claves y se encuentran distintos avisos de los hoteles. Que gracias a tus historiales se encuentran opciones que se acoplen a tus preferencias.</p>	
<p>¿Cómo afecta la retroalimentación obtenida por redes sociales en la mejora de la calidad de servicios en el sector hotelero?</p>	<p>Estos pueden ayudar mucho pero a la vez te pueden destruir porque tú puedes poner los comentarios que todo haya ido bien, pero luego viene la parte destructiva en donde se ha tenido una mala experiencia se puede publicar.</p>	<p><i>“Redes sociales como armas de doble filo”</i></p>
<p>¿De qué manera ayuda la innovación tecnológica con el crecimiento operacional en los hoteles?</p>	<p>Estas plataformas te ayudan en la manera de promocionar, aunque realmente las cadenas hoteleras de épocas atrás no invierten mucho en publicidad porque su publicidad es su marca misma. Ahora con el tema de la pandemia los hoteles, en general aquí en Lima, están dando muy buenas ofertas pero también te están vendiendo la seguridad como cliente dando la idea que no te vas a contagiar.</p>	<p><i>“Venden seguridad”</i></p>
<p>¿Qué tipo de ventajas genera la innovación tecnológica respecto a la eficacia laboral en el sector hotelero?</p>	<p>Dividamos lo que se puede mencionar como tecnología porque si hay hoteles que cuentan con su propio departamento de marketing, y si te das cuenta siempre están actualizando sus datos en sus diferentes portales, eso sería el primer punto. El segundo punto, es la facilidad que tienen más que todo para captar a los clientes ya que en diferentes casos tienes que realizar una reserva con tiempo tanto para habitaciones como el restaurante. ¿Y cómo te enteras de estas promociones? Pues con las redes sociales. Esto se podría</p>	<p><i>“Facilidad de captar clientes”</i></p>

		interpretar que gracias a estas herramientas se facilitan o disminuyen varios procesos tanto para los colaboradores como los visitantes.	
CALIDAD DEL SERVICIO	¿Cómo las herramientas tecnológicas mejoran el nivel de competitividad del sector hotelero respecto a sus servicios?	Nosotros vendemos otro tipo de turismo a comparación de EE.UU., ya que ellos te venden modernidad. Nosotros contamos algunos hoteles con bastante auge como el Sheraton y el Country Club que son hoteles que aún se conservan hasta el día de hoy. No hay que olvidar que la temática antiguamente era descansar. La temática del Hotel Marriot es más moderna cuando fue creada en un ciclo nuevo maso menos por los 2000, y así con el tiempo, se han ido acomodando a los tiempos actuales por las tendencias modernas; no obstante, aún esta tendencia está avanzando de a poco.	<i>“Tendencias modernas”</i>
	¿Cree que la innovación operacional este sujeto al uso de la tecnología?	El Westin es uno de los hoteles más modernos, ellos cuentan con una tecnología y redujeron costos aplicando mejor tecnología en sus procesos y equipamiento. ¿Cómo? Eso lo mencionó hace tiempo al primer gerente el primer gerente del Westin, Paul Ingebretsen, quien redujo costos quitando mano de obra pero invirtió en tecnología. Por ejemplo, antes se tenían que inventariar todo lo que había en el frigo bar lo cual lo realizaba housekeeping, pero ahora puedes sacar una botella del frigo bar y automáticamente te cobra por la botella o contabiliza como es en el caso del Westin.	<i>“Invertir en tecnología”</i>

<p>¿Cómo ayudarían las herramientas tecnológicas a mejorar la gestión de calidad en el sector hotelero respecto al enfoque al cliente?</p>	<p>Siguiendo con el ejemplo del Westin y con lo que te decía anteriormente. En esas herramientas es donde se están reduciendo tiempo y también un poco el fastidio porque cuando un huésped llega al hotel lo primero que gustaría es ir a descansar, y esperar un poco cuando se realizan todos sus protocolos a veces causa molestia al cliente. Pero bueno, esto con el tiempo va a ir cambiando puede que hasta mejorar y lo que se ve actualmente se vea “antiguo”.</p>	<p><i>“Reducir tiempo en procesos”</i></p>
<p>¿El trabajo en conjunto de la tecnología con la participación del personal fomenta a la mejora en la calidad del servicio en el establecimiento?</p>	<p>Como lo mencioné, la tecnología va a ayudar pero hay que saberla manejar adecuadamente, tanto las redes sociales como los aplicativos pero si no das un buen servicio de calidad o no tienes una ventaja competitiva para brindar tus servicios, por más que tengan buena infraestructura tecnológica. Sin esos factores, no se va a tener clientes a quienes satisfacer las necesidades que ellos quieren. Hay que recordar que en este rubro dependemos mucho de las experiencias.</p>	<p><i>“Ventaja competitiva”</i></p>
<p>¿La inclusión de nueva tecnología en el sector hotelero genera una mejora en el grado de satisfacción al cliente respecto a sus servicios?</p>	<p>Esto dependería de las generaciones, si vez a unas generaciones de 60 años a más son muy inseguros de utilizar las plataformas, por otro lado, tenemos a la generación de 40 – 50 años se están adaptando a la tecnología y bueno la generación millennial hacía delante ya manejan estas herramientas. Aunque estas facilitan los procesos de registro o experiencia en las instalaciones algunos optarán por lo convencional.</p>	<p><i>“Facilitan procesos”</i></p>

	<p>¿Cómo los programas de fidelización de los establecimientos se ven afectados por la inclusión de la tecnología?</p>	<p>En algunos casos, hay algunos hoteles o hasta en restaurantes en donde se han visto a personas que viven o son influencers en donde les conviene mucho que tengan una buena experiencia del mismo lugar y no referencias negativas al momento de consumir. Ya que puede estos métodos ayudan a captar clientes nuevos y hasta fidelizarlos, pero también te pueden destruir.</p>	<p><i>“Nuevos métodos para captar clientes”</i></p>
--	--	---	---

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Experto 2, Vanessa Raquel Barrantes Chavez

CATEGORÍA	INDICADORES/ITEMS	RESULTADOS	CODIFICACIÓN
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	¿Cómo ayudan las herramientas informáticas a los establecimientos de hospedaje en la flexibilidad de información para una estrategia comercial?	El alcance que tienen estas herramientas es muy vital para la realización de distintas operaciones y brindar, conectar con los clientes. Esto va de la mano con el estudio de mercado que ayuda a ajustar los servicios a las necesidades de estas para un mejor servicio. Hay muchas maneras de poder recopilar información y con esta data se pueden plantear las estrategias necesarias para captar nuevos clientes o fidelizarlos.	<i>“Plantea estrategias”</i>
	¿Qué tipo de beneficios puede brindar el alcance de las herramientas tecnológicas en el rubro hotelero?	El mejor feedback que puedes tener es el cliente que te visitó porque puedes hallar puntos críticos y darles solución, se puede decir que es una forma de mejora. El uso de sistemas, software ayudan en todas las áreas para tener información de lo que ocurra dentro de las instalaciones. Con esto si hubiese algún inconveniente se puede brindar una respuesta rápida.	<i>“Halla puntos críticos”</i>
	¿Qué beneficios se obtiene de la interacción social en redes sociales con los clientes para un establecimiento hotelero?	Todo lo que tenga que ver con estas plataformas que nos acercan más a los clientes o incluso hasta los alejan, tiene que haber personal capacitado para poder interactuar con ellos. A este segmento tecnológico se guían de estas plataformas, yo creo que lo que se opta normalmente es que la persona puede dar un seguimiento adecuado según a los	<i>“Las plataformas nos acercan y alejan de los clientes”</i>

	requerimientos que este solicita. Además, para averiguar qué tipo de inconvenientes hay en el establecimiento y hacer el seguimiento correspondiente para solucionarlos.	
¿Cómo afecta la retroalimentación obtenida por redes sociales en la mejora de la calidad de servicios en el sector hotelero?	De igual manera, estas plataformas en donde permiten los comentarios tanto positivos como negativos de los servicios del hotel por parte de los visitantes. Esto permite poder darles seguimiento, averiguar en qué tipo de área hubieron los inconvenientes para poder darle una solución y las disculpas del caso. Por otro lado, esto también ayuda a ver a los clientes que siempre tomamos sus comentarios para la mejora de nuestros servicios.	<i>“Permite el seguimiento”</i>
¿De qué manera ayuda la innovación tecnológica con el crecimiento operacional en los hoteles?	No contar con las herramientas tecnológicas necesarios es algo que te limita porque no te deja avanzar pero esto siempre va a depender de los hoteles. Este tipo de inversión para que tengan para brindar una mejor atención y posiblemente abrir más procesos más funciones que ayuden agilizar el servicio. Hay que verlo con esta perspectiva, de que el cambio la inversión viene para mejorar.	<i>“Sin tecnología, te limita avanzar”</i>
¿Qué tipo de ventajas genera la innovación tecnológica respecto a la eficacia laboral en el sector hotelero?	Ahora en pandemia varias áreas de diferentes hoteles han buscado la manera de mantener el menos contacto posible. Un ejemplo de eso es el check-in que ahora se realizan en cabinas, o donde se realiza el auto check-in, se usan las pulseras o hasta un código qr. Y hasta en algunos hoteles poseen al asistente que indica información referente al hotel.	<i>“Impulso por pandemia”</i>

CALIDAD DEL SERVICIO	<p>¿Cómo las herramientas tecnológicas mejoran el nivel de competitividad del sector hotelero respecto a sus servicios?</p>	<p>Si hablamos de hoteles de cadenas pues ellos sí se encargan de invertir lo que más que puedan porque es parte de su pensamiento ya que ellos se controlan a través de la matriz para que puedan mantener un posicionamiento. Si hablamos de hoteles en Perú los que están dentro del mercado formal y los que cuentan con inversión extranjera también invierten y compiten por la calidad de sus servicios. Y si hablamos de hoteles de 2 o 3 estrellas, si es un poco más difícil si bien no invierten mucho en tecnología, tratan de mantener un gran servicio y mantenerse a la par con la competencia.</p>	<p><i>“Mantener el posicionamiento”</i></p>
	<p>¿Cree que la innovación operacional este sujeto al uso de la tecnología?</p>	<p>La tecnología va a ir avanzando y aunque reduzcan las funciones también va a crear nuevos puestos de trabajo porque, por ejemplo, antes no se necesitaba alguien encargada de un revenue manager y ahora hay un área específica para ello. Antes no se tenía tan estructurado un hotel con tantos departamentos pero con estas herramientas ahora se puede lograr. A lo que voy es que siempre se van a abrir nuevas oportunidades laborales así como otras que van a cerrar porque están siempre a la vanguardia.</p>	<p><i>“Crea nuevos puestos de trabajo”</i></p>
	<p>¿Cómo ayudarían las herramientas tecnológicas a mejorar la gestión de calidad en el sector hotelero respecto al enfoque al cliente?</p>	<p>El tema de avanzar y buscar diferentes sistemas es inversión, mientras se siga brindando un buen servicio en la parte interna eso ya va según la percepción del cliente. Hasta un cierto punto se puede mezclar la tecnología con la calidad, y esto puede afectar también a la percepción del cliente sobre la atención y sus servicios.</p>	<p><i>“Mezclar tecnología con calidad”</i></p>

<p>¿El trabajo en conjunto de la tecnología con la participación del personal fomenta a la mejora en la calidad del servicio en el establecimiento?</p>	<p>Creo que la presencia humana es algo fundamental porque este es un tema de servicio porque transmite muchas sensaciones que un robot o máquina pueda hacerlo. Si hablamos de restaurantes en donde más se ve el servicio donde buscan ese ambiente de calidez y si le pones un robot no sabría decir qué tan cálido el servicio podría ser. Creo que es un mundo que se está abriendo a diferentes formas de trabajo que va a ir jalando un nicho de mercado pero siempre vas a tener tu mercado clásico que va a optar por lo convencional que posiblemente se resista al cambio.</p>	<p><i>“Se abren diferentes formas de trabajo”</i></p>
<p>¿La inclusión de nueva tecnología en el sector hotelero genera una mejora en el grado de satisfacción al cliente respecto a sus servicios?</p>	<p>Hemos visto prácticamente que la tecnología ha dado un salto gigante tanto para la hotelería y los demás en el rubro. Yo creo que tiene sus pros u sus contras porque hay clientela que no se va a adecuar a esta tecnología y van a querer lo clásico, y van a optar por eso. Al final de todo, se puede sofisticar de todas las formas que quieras pero al final lo que siempre va a falta ahí es el plus adicional que vendría hacer el contacto humano. Esa esencia de seguridad, tranquilidad, confort que puede compartir una persona.</p>	<p><i>“Contacto humano como plus adicional”</i></p>
<p>¿Cómo los programas de fidelización de los establecimientos se ven afectados por la inclusión de la tecnología?</p>	<p>Creo que hay público para todo, la tecnología va a ir avanzando las tendencias van a seguir fluyendo, van a ver nuevos inventos más sofisticados y va haber un mercado para ese segmento. Y también va a haber el segmento justamente para las personas que aún optan por lo convencional. De igual manera este tema se ve en turismo, puedes crear nuevas tendencias para que se acoplen los futuros nuevos turistas, y hasta a veces pueda prevalecer</p>	<p><i>“Han un nicho de mercado para todos”</i></p>

		lo convencional de alguna u otra manera ambas van de la mano y afectan el fidelización y grado de satisfacción.	
--	--	---	--

Fuente: Elaboración propia

3.1.1.2 Entrevista a colaboradores del rubro hotelero

Tabla 8. Experto 3, Josué Bravo - Encargado de Reservas en Hotel Vila Santa

CATEGORÍA	INDICADORES/ITEMS	RESULTADOS	CODIFICACIÓN
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	¿Cómo ayudan las herramientas informáticas a los establecimientos de hospedaje en la flexibilidad de información para una estrategia comercial?	Como usamos un solo software para manejar todo el tema del hotel, nos da mucha velocidad para la resolución de conflictos y faltas. Y enfocándolo a mi área, que es recepción y reservas, estas herramientas nos ayudan a tener una ventaja competitiva referente a procesos con otros hoteles. La tecnología nunca va a dejar de avanzar y si no estamos a la par de ella o no estamos preparados, sería quedarte atrás. Es constante de cambio, es como una carrera que tenemos con la tecnología y tu competencia.	<i>“Ventaja competitiva”</i>
	¿Qué tipo de beneficios puede brindar el alcance de las herramientas tecnológicas en el rubro hotelero?	Es muy indispensable, la competitividad encima de la tecnología es una de las claves. Si yo no soy rápido en responder o sino no tengo un programa que me ayude a crearlo de manera más rápida voy a perder esa parte de la competitividad, que no son digamos mucho trato con el cliente.	<i>“Competitividad”</i>

	<p>¿Qué beneficios se obtiene de la interacción social en redes sociales con los clientes para un establecimiento hotelero?</p>	<p>Hace como 2 años que comencé a trabajar en el Hotel Vila Santa, y déjame comentarte que no eran muy constantes los comentarios en google y trip advisor, booking, expedia y otras páginas hoteleras. No es que recién hayan aparecido, ya estaban en el mercado pero recién están siendo usados por el mercado acá en Lima. De ese tiempo a ahora, es muy común que te llamen o que te escriban por redes, indicando que le gustaron los comentarios de otras personas en estas plataformas y que quieren hospedarse con nosotros. Es influyente, sí, los buenos comentarios para nosotros.</p>	<p><i>“Influencia por redes”</i></p>
	<p>¿Cómo afecta la retroalimentación obtenida por redes sociales en la mejora de la calidad de servicios en el sector hotelero?</p>	<p>Es correcto que afecta de alguna manera pero ayuda mucho el tema de los malos comentarios porque en si son clientes que sean sentido descontentos y se trata como sea arreglarlo y hacerlos sentir bien. Es como decir, que tú quieres contratar un servicio y no sabes a lo que te vas a enfrentar, y tratas de buscar comentarios de otras personas. Así que si alguien ve un mal comentario, te puede hacer perder hasta la reserva o al cliente.</p>	<p><i>“Afecta a la toma de decisiones”</i></p>
	<p>¿De qué manera ayuda la innovación tecnológica con el crecimiento operacional en los hoteles?</p>	<p>Depende del software que utilicen los hoteles. Pero acá para el manejo interno se usa el programa Sherlock. El cual nos ayuda en prácticamente todo lo que viene ser recepción, restaurante y housekeeping, además mira lo que es contabilidad, ve más que todo el manejo del hotel en su totalidad. Generando data y agrupándolos para así poder tener un mejor orden de información.</p>	<p><i>“Manejo total del hotel”</i></p>

	¿Qué tipo de ventajas genera la innovación tecnológica respecto a la eficacia laboral en el sector hotelero?	Teniendo como referencia a las paginas hoteleras o cuando ya llega el huésped, el manejo que viene ser de toda el área de recepción, reservas y datos. Estas tecnologías dependerían de cada hotel. Ahora a lo que viene a tu pregunta, sí, ha influenciado y ayudado bastante en la mejora del proceso, con la rapidez y con una buena recolección de datos.	<i>“Influencia en mejora del proceso”</i>
CALIDAD DEL SERVICIO	¿Cómo las herramientas tecnológicas mejoran el nivel de competitividad del sector hotelero respecto a sus servicios?	Estas herramientas afectan en la competitividad, pues si tienes un buen software y sabes cómo emplearlo adecuadamente se vuelve una de las piezas claves para poder mejorar. El tema de la competencia influye en demasiados aspectos.	<i>“Pieza clave para mejorar”</i>
	¿Cree que la innovación operacional este sujeto al uso de la tecnología?	Sí, es muy indispensable. La innovación operacional está sujeta con la competitividad y la tecnología, siendo estos factores claves para un mejor proceso. Por ejemplo, si no tuviera un programa que me ayude a crear mensajes de respuesta rápida o crear nuevas reservas y tuviera que hacerlo de manera manual, estuviera alargando demasiado los proceso de check-in y esto puede causar molestias a los clientes. Siempre se debe de mantener una experiencia positiva hacia ellos. Ahora con el tema de la pandemia, hay que ser mucho más rápidos y mantener el contacto mínimo con los clientes por protocolos.	<i>“Mantener experiencias positivas”</i>
	¿Cómo ayudarían las herramientas tecnológicas a mejorar la gestión de calidad en el sector hotelero respecto al enfoque al cliente?	Estas herramientas afectan en la competitividad y gestión, pues si tienes un buen software y sabes cómo emplearlo adecuadamente se vuelve una de las piezas claves para poder mejorar, pues este influye en demasiados aspectos. Pero, como indicas, hay turistas para	<i>“Variedad de turistas”</i>

	ese tipo de turismo, sin embargo no son todos, los turistas son muy variados, tenemos diferentes tipos de turismos y también la zona en donde se encuentren.	
¿El trabajo en conjunto de la tecnología con la participación del personal fomenta a la mejora en la calidad del servicio en el establecimiento?	Sé que los hoteles que cuentan con mayor gama con respecto a tecnología o que se ven mucho más en áreas como Asia y todo eso. Pero siempre el factor humano es siempre necesario. Si sería bueno tenerlos o que va a suceder en algún momento en el establecimiento, pero siempre va a necesitar tener a alguien detrás. Por ejemplo, si hubiera aquí un problema, de aquí a 5 años, el tema de la robótica en el área de recepción no esta tan avanzando complejamente y recordemos que el humano es un ser complejo y cuenta con más raciocinio para poder buscar soluciones. En un mundo lleno de tecnología e innovación, todavía hay espacio para los que estudiamos esta rama.	<i>“Espacio para los profesionales de turismo”</i>
¿La inclusión de nueva tecnología en el sector hotelero genera una mejora en el grado de satisfacción al cliente respecto a sus servicios?	Si esto lo reflejamos a hasta qué punto sería bueno el uso de la tecnología, pues sería hasta el punto en donde no cambie la esencia de tu producto, si tu producto así como lo indicas en un área que viene a ser receptivo. Por ejemplo que fuéramos un hotel en el Cusco, los turistas vienen a ver el tema de Machu Picchu, ruinas, la experiencia, la tecnología no puede influir hasta el punto que sea todo robotizado porque si no se pierde el encanto.	<i>“Esencia del producto”</i>

<p>¿Cómo los programas de fidelización de los establecimientos se ven afectados por la inclusión de la tecnología?</p>	<p>A veces el sistema no es 100% confiable, ya que es un sistema que debe ser actualizado las 24 hrs. Si tenemos un problema con la caída de internet en la zona, se nos muere el software de igual manera si es un problema de que si se va la luz. Siempre hay que tener un sistema de respaldo como un dicho que antes se escuchaba “papel nunca muere” lo cual llega a hacer nuestro respaldo diario de lo que tenemos como los montos de las salidas y lo que consumieron.</p>	<p><i>“Sistema de respaldo”</i></p>
--	---	-------------------------------------

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. Experto 4, Nathali Barcio - Gerente Comercial en Hotel Holiday Inn Express

CATEGORÍA	INDICADORES/ITEMS	RESULTADOS	CODIFICACIÓN
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	¿Cómo ayudan las herramientas informáticas a los establecimientos de hospedaje en la flexibilidad de información para una estrategia comercial?	Sin duda es una herramienta de trabajo indispensable en la industria hotelera, las mismas que han ayudado a mejorar la experiencia de los huéspedes y superar sus expectativas, además de optimizar los procesos y trabajar orientados a alcanzar los resultados. La tecnología para hoteles es tendencia hoy en día; y estamos casi obligados a estar en vanguardia y siempre innovando. Desde tener un buen contenido, fotos, comentarios de huéspedes en las plataformas de venta online; hasta las llaves móviles, son de las acciones que nos ponen en carrera.	<i>“Optimiza procesos”</i>
	¿Qué tipo de beneficios puede brindar el alcance de las herramientas tecnológicas en el rubro hotelero?	En general, la tecnología en las empresas tiene un efecto transformador. Ese efecto genera una oportunidad para evolucionar; para aumentar el negocio, generar nuevas actividades y acciones, mejorar productos y servicios o la atención a clientes. Sin duda, estamos ante una nueva y apasionante oportunidad.	<i>“Genera oportunidad”</i>
	¿Qué beneficios se obtiene de la interacción social en redes sociales con los clientes para un establecimiento hotelero?	Para mí las redes sociales principalmente Instagram, Facebook, LinkedIn, se están utilizando muchísimo. Yo creo que de alguna manera a las empresas en general el uso de estas son un impacto positivo viendo por ambos lados	<i>“Impacto positivo”</i>

<p>¿Cómo afecta la retroalimentación obtenida por redes sociales en la mejora de la calidad de servicios en el sector hotelero?</p>	<p>Definitivamente toda retroalimentación impacta de manera positiva; si es un comentario positivo o constructivo nos inyecta a mantener y seguir ese camino, y si es un comentario por una mala experiencia, nos ayuda a reforzar con los equipos de trabajo y tomar acciones inmediatas para la mejora de la misma. Sirven al rubro más que todo para conocer un poco sobre qué preferencias tienen ahora y con esto hacemos estudios, filtros.</p>	<p><i>“Reforzar los puntos débiles”</i></p>
<p>¿De qué manera ayuda la innovación tecnológica con el crecimiento operacional en los hoteles?</p>	<p>Todo lo que es sistemas de reservas usamos el sistema Opera, para la parte contable usamos Opera y SAP pero todo básicamente se consolida a través de Opera. Nosotros también trabajamos con uno que es Concerto que es una plataforma que está relacionado con todos los motores de reservas ya sea por web o todos los canales que son los GDS u otros portales que son más conocidos como booking, expedia. Ya no es como antes que llegaban de pronto al correo a las personas de reservas, ahora todo se consolida y a través de Concerto ahora nos llega directamente al sistema con esto ya no se debe de ingresar manualmente.</p>	<p><i>“Concerto como motor de reservas”</i></p>
<p>¿Qué tipo de ventajas genera la innovación tecnológica respecto a la eficacia laboral en el sector hotelero?</p>	<p>Las ventajas que genera la innovación tecnológica son innumerables, sobre todo si nos enfocamos como resultado final en la rentabilidad y la ganancia en productividad. Para innovar debemos conocer perfectamente nuestro producto y modelo de negocio, de esta manera las herramientas tecnológicas optimizarán nuestros procesos, generaremos ingresos y ahorros para la empresa.</p>	<p><i>“Rentabilidad y ganancia en productividad”</i></p>

CALIDAD DEL SERVICIO	<p>¿Cómo las herramientas tecnológicas mejoran el nivel de competitividad del sector hotelero respecto a sus servicios?</p>	<p>La tecnología puede aportar grandes beneficios y si hablamos sobre los servicios ofrecidos, el resultado final es una experiencia inolvidable para los huéspedes. Por ejemplo, llegar al hotel después de un largo viaje, y encontrar una máquina scanner en la recepción que al solo contacto de inmediato tenemos los datos del huésped en nuestro sistema hotelero, y terminar teniendo la llave de tu habitación desde el celular, son de los avances que marcan diferencia y mejoran nuestro nivel de competencia.</p>	<p><i>“Mejoran el nivel de competencia”</i></p>
	<p>¿Cree que la innovación operacional este sujeto al uso de la tecnología?</p>	<p>A raíz de la pandemia nos hemos visto obligados a adaptarnos a este cambio, y ahora mismo que nos están ayudando muchísimos como las llaves móviles, que si bien es cierto en otros países como en Europa e Asia esta ya no es novedad porque lo llevan trabajando de hace tiempo. Pero en Lima son muy pocas las marcas que las usamos, incluyéndonos. Esto ayudó a optimizar el proceso de check-in lo que antes te demorabas en 5, 10 min ahora te dura segundos porque ya el huésped hace uso del aplicativo en celular y hace en automático hace el check-in y tiene ya la misma llave integrada a su celular, evitando el uso de tarjetas que con anterioridad se usaba.</p>	<p><i>“Adaptarse al cambio”</i></p>
	<p>¿Cómo ayudarían las herramientas tecnológicas a mejorar la gestión de calidad en el sector hotelero respecto al enfoque al cliente?</p>	<p>Sin duda, todo trabajo en equipo mejora la calidad del servicio y sumarle las herramientas tecnológicas marca una gran brecha, si todos estamos enfocados a un mismo resultado. El uso y manejo de las redes sociales cobran mayor importancia en el sector hotelero, realmente ha revolucionado la industria, por tal motivo es de suma importancia darle el tiempo necesario para revisar los comentarios de los huéspedes. Es una plataforma donde</p>	<p><i>“Trabajo en equipo mejora la calidad”</i></p>

	podemos filtrar experiencias, comentarios generales, preferencias, comparaciones, etc. y esto nos da un panorama de las exigencias por parte de los usuarios.	
¿El trabajo en conjunto de la tecnología con la participación del personal fomenta a la mejora en la calidad del servicio en el establecimiento?	No creo que en la parte de hotelería sobretodo la tecnología llegue a cubrir la parte humana porque nosotros somos una industria de servicios, y al ser una en donde te ofrece servicios, el factor humano es algo intangible porque es un plus que agregamos. Podemos tener sistemas sofisticados, innovadores como precisamente tiene el hotel; sin embargo, en la postventa o post servicios no lo hace un sistema, si bien es cierto pueden haber encuestas que te ayuden a filtrar información o los índices. Pero el que cierra el ciclo es una persona. Es cierto que la tecnología ayuda muchísimo y es indispensable porque te ayuda tener los resultados, optimizar tiempos en los procesos que son importantes, pero yo considero que no va a reemplazar del todo a la persona en su puesto porque es un medio de servicio.	<i>“Tecnología no reemplaza a la persona”</i>
¿La inclusión de nueva tecnología en el sector hotelero genera una mejora en el grado de satisfacción al cliente respecto a sus servicios?	Por supuesto, se debe tener en cuenta que los avances tecnológicos son muy relevantes en la actualidad, pues son un motor de progreso en el sector hotelero, Este factor impulsa un cambio en la sociedad y busca la satisfacción del cliente, generando experiencias positivas para los mismos. El grado de satisfacción de un cliente, marca un antes y un después, y define su lealtad.	<i>“Motor de progreso”</i>

	<p>¿Cómo los programas de fidelización de los establecimientos se ven afectados por la inclusión de la tecnología?</p>	<p>Esta nueva cultura se está implementando, como ejemplo el tema de las llaves móviles, no todos los huéspedes aceptan el tema de las llaves en un aplicativo sino piden su tarjeta. No obstante, es una meta que nos hemos trazado para lealmente lograr nuestros objetivos y tener por lo menos a fin de año la mayoría de nuestros huéspedes usando las llaves móviles. Nosotros recibimos huéspedes de todas partes del mundo y no todos son tecnológicos. Pero en algún momento, ambas partes nos debemos de adaptar porque de pronto nos puedan desaparecer lo antes conocido en este caso las tarjetas y solo quedarían las llaves móviles. Pero claro que tomará su tiempo, pero estoy segura que esto se va implementar al 100% en un futuro.</p>	<p><i>“Nueva cultura”</i></p>
--	--	---	-------------------------------

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10. Experto 5, Paulo Campos - Encargado del Front Office en Hotel Hyatt Centric

CATEGORÍA	INDICADORES/ITEMS	RESULTADOS	CODIFICACIÓN
HERRAMIENTAS	¿Cómo ayudan las herramientas informáticas a los establecimientos de hospedaje en la flexibilidad de información para una estrategia comercial?	Desde mi punto de vista como corporación, Hyatt Hotels Corporation tanto en todo el mundo como en Lima, la calidad del servicio para el huésped siempre ha sido lo más importante y esto viene desde tiempos antes de pandemia. Esta idea viene del corporativo de Hyatt hacerles la tarea más fácil a los huéspedes y eso significaba tener una cultura contact less, mientras más rápido y eficiente funcionara la tecnología para poder facilitar el check-in o un servicio o lo que el huésped requiera es mucho mejor.	<i>“Cultura contact less”</i>
	¿Qué tipo de beneficios puede brindar el alcance de las herramientas tecnológicas en el rubro hotelero?	Los reviews que tenemos sobre las mediciones que hace Hyatt, sobre de qué tan eficiente y qué tan rápido funciona la tecnología para facilitarles la estadía a los huéspedes son siempre óptimos. Y óptimo para Hyatt es de un review del 0 al 100% por encima del 90%. Se puede decir que gracias a estas plataformas nos ayuda optimizar al máximo nuestras operaciones.	<i>“Optimiza al máximo operaciones”</i>

	<p>¿Qué beneficios se obtiene de la interacción social en redes sociales con los clientes para un establecimiento hotelero?</p>	<p>Ahora ese concepto contact less del que te estaba comentando, se le hace mucho más fácil a Hyatt durante la pandemia porque ahora todo requiere ser así y digamos que nosotros siempre hemos estado un paso más adelante, y lo único que hemos tenido que hacer es ajustar esa cultura a los protocolos en cada Hotel Hyatt en diferentes países. Se ha tenido respuestas positivas esta cultura mediante el transcurso de la coyuntura. Podemos decir que estamos un poco adelantados.</p>	<p><i>“Ajustar cultura a protocolos”</i></p>
	<p>¿Cómo afecta la retroalimentación obtenida por redes sociales en la mejora de la calidad de servicios en el sector hotelero?</p>	<p>El departamento de marketing que lo maneja la franquicia en Chile en este caso, se preocupan mucho por las redes sociales y por el tema de la publicidad. Tanto Hyatt como el Bistrot Limeño restaurant cuentan con sus propias redes sociales, y estos tratan de mantener el contacto con influencers, casos sociales, con ONG. Por ejemplo, hace poco se ha vivido un desfile de moda en las instalaciones del Hyatt lo cual tiene como público un segmento específico también hemos tenido un trabajo en conjunto con la Municipalidad Provincial del Callao por su aniversario en donde llevamos un poco la cultura del Callao a San Isidro. Con esto Hyatt Centric trata de moverse por las redes sociales.</p>	<p><i>“Participación en diferentes eventos como alcance”</i></p>
	<p>¿De qué manera ayuda la innovación tecnológica con el crecimiento operacional en los hoteles?</p>	<p>Contamos con nuestro propio sistema de reservas que es Reserve, también utiliza un propio sistema de eventos que es Envision y la interfaz se llama Prio, para recepción utilizan Opera, para un tema de mantenimiento y comunicación con housekeeping utilizan HotSOS que es un sistema de requerimiento de servicio hotelero online optimizado los</p>	<p><i>“Sistema de requerimiento a tiempo real”</i></p>

		cuales son a tiempo real, para restaurantes se utiliza todo o que son pagos con web link que utilizan códigos qr y portales de reservas como Mesa 24/7 y Meitre.com.	
	¿Qué tipo de ventajas genera la innovación tecnológica respecto a la eficacia laboral en el sector hotelero?	Como te mencioné antes sobre nuestros sistemas, si bien son varios sistemas los que se deben de utilizar, estos nos ayudan a tener un manejo total dentro del hospedaje y brindar un mejor servicio esto es tanto para los colaboradores como los clientes que tenemos.	<i>“Manejo total y calidad servicio”</i>
CALIDAD DEL SERVICIO	¿Cómo las herramientas tecnológicas mejoran el nivel de competitividad del sector hotelero respecto a sus servicios?	En cuanto a la medición de indicadores de satisfacción del huésped estamos mejor posicionados que la competencia y esto se debe a los sistemas de respuesta rápida. Lo que los huéspedes nos indican en las encuestas en donde se mide o se percibe de los servicios del hotel es y nos dejan su feedback podemos ver de cómo se sorprenden de lo rápido y de lo atento que es el servicio porque es muy distinto escalar una solicitud de un área hasta que llegue a otra área a lo que es recibirlo a tiempo real. Entonces eso cómo se ve reflejado con la competitividad del mercado, pues somos número 1 o 2 constantemente en trip advisor hace más de 1 año.	<i>“Posicionamiento por uso correcto de sistemas”</i>
	¿Cree que la innovación operacional este sujeto al uso de la tecnología?	Según mi punto de vista, te puedo decir que la tecnología nos ha ayudado bastante, ha cortado bastantes brechas y ha permitido llegar de una forma distinta y más rápida al huésped para brindar cualquiera de las oportunidades que tengamos como el primer contacto con ellos, durante su estadía y en el servicio post venta. El trabajo en conjunto de uno junto a la tecnología puede ayudar a crear un servicio de calidad.	<i>“Corta brechas operativas”</i>

<p>¿Cómo ayudarían las herramientas tecnológicas a mejorar la gestión de calidad en el sector hotelero respecto al enfoque al cliente?</p>	<p>El huésped en sí se ha vuelto exigente a lo largo de los años, si el turista en general que visita América se informa e investiga se vuelve cada vez más exigente. Y en este caso, los turistas corporativos lo son más porque necesitan estar mejor conectados, necesitan tomar decisiones más rápido. Todo es súper ágil, súper rápido y nosotros debemos estar a la altura, ya que ellos no solo te exigen una simple conexión wifi ni tranquilidad en el cuarto. Ellos piden un salón de eventos, te piden cosas que vayan más allá que estén de acuerdo a su perfil; ellos casi no prefieren el contacto con el personal porque asisten a diferentes reuniones y se tienen que trasladar rápido. Aquí en Lima el Hyatt Centric está orientado al mercado corporativo, nuestros clientes son siempre de empresas.</p>	<p><i>“El mercado corporativo busca agilidad”</i></p>
<p>¿El trabajo en conjunto de la tecnología con la participación del personal fomenta a la mejora en la calidad del servicio en el establecimiento?</p>	<p>El corporativo necesita el servicio radio y ágil, pero la tecnología no reemplaza al colaborador simplemente nos ayuda a facilitar la agilidad del servicio porque si vemos la otra cara de la moneda cuando hay alguna queja sobre algún servicio del hotel, siempre buscan no hacerlo a través de un review sino nos buscan directamente. Creo que es el canal natural de hacerlo, entonces para mí la tecnología es una herramienta que no puede suplantar completamente a la experiencia brindada por nuestros colaboradores. Nos va a permitir, sí, a nuestros clientes a futuro pero de vez en cuando hasta donde lo permitamos.</p>	<p><i>“La tecnología no reemplaza al colaborador solo ayuda a facilitar la agilidad”</i></p>
<p>¿La inclusión de nueva tecnología en el sector hotelero genera una mejora en el grado de satisfacción al cliente respecto a sus servicios?</p>	<p>Calidad en los servicios es la experiencia que se lleva el huésped de cada propiedad Hyatt que visita y como se le hizo más fácil o rápido tener una conexión con nosotros esto sea desde detrás de un computador o, cara a cara con el huésped, en su experiencia post venta.</p>	<p><i>“Vanguardia en la tecnología”</i></p>

		<p>Es por ello que nosotros hemos implementado algunas opciones en las diferentes áreas del hotel tanto para housekeeping, mantenimiento, recepción y reservas, contamos con miles de opciones en cuanto a vanguardia de tecnología que nos facilitan el poder dar ese servicio rápido de acuerdo a como lo quieran los corporativos.</p>	
	<p>¿Cómo los programas de fidelización de los establecimientos se ven afectados por la inclusión de la tecnología?</p>	<p>Gracias a todos los programas que usamos, podemos tener un control total y poder brindar respuestas rápidas ante las solicitudes. Además, brindamos ambientes equipados para poder cubrir esas necesidades y también buscar tener un lazo más estrecho con nuestros clientes para hacer de su experiencia la más óptima.</p>	<p><i>“Brindar experiencias más óptimas”</i></p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11. Experto 6, Ursula Hinostroza - Directora de Sistemas de Servicios en Hotel Sonesta

CATEGORÍA	INDICADORES/ITEMS	RESULTADOS	CODIFICACIÓN
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	¿Cómo ayudan las herramientas informáticas a los establecimientos de hospedaje en la flexibilidad de información para una estrategia comercial?	La tecnología es una herramienta de apoyo y de agilidad para el trabajo, yo creo de cómo va cambiando hay que ir adaptándose ya que es una herramienta fundamental para poder avanzar. De igual manera para utilizamos para hacer un estudio de mercado sobre las necesidades y revisamos nuestras redes para ver qué tan funcional son nuestros procesos y metodologías.	<i>“Herramienta de apoyo”</i>
	¿Qué tipo de beneficios puede brindar el alcance de las herramientas tecnológicas en el rubro hotelero?	Ahora que se está mencionando esto de las tarifas flexibles en el mercado, por ejemplo cuando tu entras a un portal de reserva como booking o expedia, e ingresas a realizar una reserva puede que hoy te encuentras con una tarifa muy alta pero realizas un seguimiento y puedas encontrar una tarifa promocionada. Con esa tarifa dinámica permite al cliente buscar su mejor opción y terminar pagando menos, esto comparando distintos precios de diferentes hoteles para la selección de su preferencia y comodidad.	<i>“Tarifas flexibles por portales de reservas”</i>
	¿Qué beneficios se obtiene de la interacción social en redes sociales con los clientes para un establecimiento hotelero?	Nosotros tenemos este tipo de aplicativo desde antes pero nuestros clientes no lo usaban porque aún no tenían la costumbre de este tipo de herramienta, pero ahora con lo del a pandemia se comenzó a utilizar con muchísima más fuerza. Y lo que hemos hecho con	<i>“Se fortaleció los procesos por la pandemia”</i>

	esto, es arreglarlo para su fácil uso porque antes solo se podía observar el directorio del hotel y ahora incluye más áreas del hotel y hasta cuenta con un carrito de compras para que tengan un mayor alcance en otras áreas dentro del establecimiento.	
¿Cómo afecta la retroalimentación obtenida por redes sociales en la mejora de la calidad de servicios en el sector hotelero?	Sí que puede afectar, hay muchas personas que ya ni siquiera buscan solamente una buena imagen o van de frente a un local para experimentarlos por su cuenta sino se van de frente a las redes sociales y buscan comentarios de personas que hayan visitado ya el local para tomar una decisión. Y nos puede afectar si hay comentarios negativos y yo creo que la mejor estrategia para evitar que esos comentarios afecten en la decisión de futuros clientes es responder. Esto lo comento porque nos ha pasado que hemos recibido este tipo de comentarios de personas que no han ido a visitar si quiera nuestras instalaciones porque no nos llegan a responder sobre nuestros mensajes para que nos aclaren qué parte del servicio no fue de su agrado y así ver cómo mejorar, es por ello que nosotros asumimos. Y con esto te comento que puede ser un arma de doble filo porque hay muchos clientes que solo basan sus decisiones leyendo los comentarios.	<i>“Clientes basan sus decisiones leyendo comentarios”</i>
¿De qué manera ayuda la innovación tecnológica con el crecimiento operacional en los hoteles?	Todo sistema puede tener una falla y puede dejar a uno como establecimiento colgado, por así decirlo, lo que nos ha impedido revisar los estados de los huéspedes, sus cuentas o solicitudes, esto más que todo se ocupa un sistema. Y es un poco difícil pues con esto se ve que reservas, son no show, cuándo llegan, cuándo salen. Si bien son muy	<i>“Facilita procesos pero puede fallar”</i>

		importantes para facilitar estos procesos, existe la posibilidad de que el sistema falle por diversos motivos, por eso siempre hay que contar con planes de contingencia.	
	¿Qué tipo de ventajas genera la innovación tecnológica respecto a la eficacia laboral en el sector hotelero?	Esto tiene ventajas ya que nos jacta a nosotros porque nos permite replantear lo que ponemos en cada página, porque si no quedamos fuera del mercado y nosotros necesitamos correr muy por encima de nuestra competencia pero a la vez también es un poco riesgoso porque puedes colocar una tarifa muy baja para poder competir y finalmente todo se llena de un día para otro, y al momento de hacer el cambio de tarifa ya hay clientes que te toma con otro tipo de tarifa lo que ocasionaría discordia. No obstante es parte de las tarifas dinámicas, sí, sirve mucho porque abres y cierras canales, o si tú quieres vender las habitaciones más costosas que tengas en el hotel tienes la posibilidad de apertura ese tipo de habitación, y posiblemente generar la venta de esta.	<i>“Ventajas para replantear estrategias”</i>
CALIDAD DEL SERVICIO	¿Cómo las herramientas tecnológicas mejoran el nivel de competitividad del sector hotelero respecto a sus servicios?	La competencia sí se ve afectada y aún más ahora por el tema de covid, la gente prefiere el menor contacto posible con otras personas, y entonces es desarrollar herramientas tecnológicas como los aplicativos en donde se puede escanear un qr tanto para la carta de un restaurante, o como llave de habitación, o como un medio de pago. Todos esos servicios se pueden ver reflejados en una sola aplicación y esto agiliza muchos procesos y brinda seguridad a los huéspedes al momento de tener el menor contacto. Y ahora más	<i>“Sin herramientas tecnológicas no hay competencia”</i>

	que nunca que se nos exige, y aquellos establecimientos que no lo hagan probablemente puedan quedar un poco rezagados porque ahora es lo que se necesita.	
¿Cree que la innovación operacional este sujeto al uso de la tecnología?	Nosotros utilizamos el programa Zeus, la cual maneja la parte de recepción, tiene reservas, tiene mantenimiento para bloqueo de habitaciones y trabajos que se realicen en ella, tiene housekeeping para la asignación de habitaciones, también realiza una auditoria nocturna toda la parte de ingresos y egresos , lo que es contabilidad. Más que todo abarca esas áreas.	<i>“Cobertura en diferentes áreas”</i>
¿Cómo ayudarían las herramientas tecnológicas a mejorar la gestión de calidad en el sector hotelero respecto al enfoque al cliente?	Yo creo que todo se va a la modernidad, mientras más desarrollo tengamos de tecnología será mejor valorado pero también hay 2 tipos de clientes que hay que evaluar, dependiendo de la edad que tenga el cliente se va a requerir 1 o 2 tipos de sistemas eso lo vamos viendo día a día. De igual manera, la inclusión de estas herramientas mejora procesos y facilita un montón las cosas. Además, con este tema de la pandemia ayuda mucho para evitar el contacto y los contagios, esto también se puede reflejar en la calidad de los clientes.	<i>“La inclusión de estas herramientas mejora procesos”</i>
¿El trabajo en conjunto de la tecnología con la participación del personal fomenta a la mejora en la calidad del servicio en el establecimiento?	En temas comerciales las herramientas tecnológicas nos ayudan porque es de respuestas inmediatas, ya que los clientes ya no quieren esperar mucho tiempo de respuesta y cuando tú tienes herramientas que te permitan dar tarifas flexibles o dinámicas te vuelves	<i>“Optimiza las ventas”</i>

	<p>competitivo en el mercado. Además, en estas plataformas puedes optimizar la venta con la información que puedas poner, el precio, días de promoción. Y eso es una herramienta fácil y no hay la necesidad de gastar un salario en una persona para que realice esa tarea porque eso ya lo realiza el sistema.</p>	
<p>¿La inclusión de nueva tecnología en el sector hotelero genera una mejora en el grado de satisfacción al cliente respecto a sus servicios?</p>	<p>Creo que no, hay hoteles en Asia y hasta incluso en Europa donde no hacen check-in y lo realizan desde su teléfono, ingresan al hotel y ya cuentan con su llave por la programación y con esa misma entran a sus habitaciones. Creo que si en una industria de servicios como la nuestra siempre se va a requerir a la persona para esa conexión de ser atendido, a pesar de tener a la mano esas conexiones tecnológicas que puedan agilizar algunas cosas. Pero siempre habrá cosas donde se va a necesitar a las personas, por ello pienso que la tecnología no podrá a reemplazar a una persona, puede que pueda cubrir algunas funciones pero no retirar a la persona.</p>	<p><i>“Una industria de servicios como la nuestra siempre se va a requerir a la persona”</i></p>
<p>¿Cómo los programas de fidelización de los establecimientos se ven afectados por la inclusión de la tecnología?</p>	<p>Sí, por ejemplo nosotros tenemos un chatbot para que responda de manera automatizada las dudas de los clientes pero ya en el momento en donde la información es más detallada y se tiene que concretar la solicitud como acomodar tarifas, ver fechas y demás ahí se necesita de una persona. Lo mismo para cualquier otro servicio, estas herramientas solo van a poder ocupar hasta cierta parte un proceso pero lo que lo termina de concretar será una persona, se puede decir que es como un trabajo en conjunto.</p>	<p><i>“Las herramientas ocupan solo un proceso”</i></p>

Fuente: Elaboración propia

3.1.2 Matriz de triangulación

Tabla 12. Triangulación de datos pregunta 1

CATEGORÍA: HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS			
SUBCATEGORÍA: ACCESIBILIDAD			
PREGUNTA 1: ¿Cómo ayudan las herramientas informáticas a los establecimientos de hospedaje en la flexibilidad de información para una estrategia comercial?			
	RESPUESTA DE ENTREVISTADOS	COMPARACIÓN	RESULTADOS
EXPERTO 1	El programa que ha roto mercado en cadenas hoteleras y se está en el mundo es el sistema Opera. Y han salido más programas que están utilizando en los hoteles y estos programas son completamente dirigidos entre áreas (RR.HH., contabilidad, logística, recepción, etc.) que prácticamente ayuda bastante en dar una información al 100% actualizada.	El experto 1 y el experto 2 tienen un concepto de las herramientas tecnológicas como un sistema de actualización y recopilación de datos. Tal y como lo menciona el experto 6 mientras se use correctamente para un estudio de mercado se pueden crear estrategias. De igual manera, el experto 5 va de acuerdo con este concepto al decir que esta nueva cultura es más rápida y eficiente. Por otro lado, los expertos 3 y 4	La tecnología como tal es una herramienta vital que ayuda como un medio de estudio de mercado que ayuda a analizar, recopilar datos para crear e implementar estrategias. La tendencia actual es tecnología, estas herramientas de vanguardia van a seguir avanzando y no se detendrá. Innovando así en los procesos de los establecimientos y creando ventajas.

<p style="text-align: center;">EXPERTO 2</p>	<p>El alcance que tienen estas herramientas es muy vital para la realización de distintas operaciones y brindar, conectar con los clientes. Esto va de la mano con el estudio de mercado que ayuda a ajustar los servicios a las necesidades de estas para un mejor servicio. Hay muchas maneras de poder recopilar información y con esta data se pueden plantear las estrategias necesarias para captar nuevos clientes o fidelizarlos.</p>	<p>respondieron esta pregunta como que la tecnología de vanguardia es la nueva tendencia para los servicios de hoy, y que este proceso no va a dejar de avanzar. De igual manera, el experto 3 agrega que mantenernos siempre a la par a la innovación puede crear una ventaja de procesos por encima de otros establecimientos.</p>	
<p style="text-align: center;">EXPERTO 3</p>	<p>Como usamos un solo software para manejar todo el tema del hotel, nos da mucha velocidad para la resolución de conflictos y faltas. Y enfocándolo a mi área, que es recepción y reservas, estas herramientas nos ayudan a tener una ventaja competitiva referente a procesos con otros hoteles. La tecnología nunca va a dejar de avanzar y si no estamos a la par de ella o no estamos preparados, sería quedarte atrás. Es constante de cambio, es como una carrera que tenemos con la tecnología y tu competencia.</p>		

<p style="text-align: center;">EXPERTO 4</p>	<p>Sin duda es una herramienta de trabajo indispensable en la industria hotelera, las mismas que han ayudado a mejorar la experiencia de los huéspedes y superar sus expectativas, además de optimizar los procesos y trabajar orientados a alcanzar los resultados. La tecnología para hoteles es tendencia hoy en día; y estamos casi obligados a estar en vanguardia y siempre innovando. Desde tener un buen contenido, fotos, comentarios de huéspedes en las plataformas de venta online; hasta las llaves móviles, son de las acciones que nos ponen en carrera.</p>		
<p style="text-align: center;">EXPERTO 5</p>	<p>Desde mi punto de vista como corporación, Hyatt Hotels Corporation tanto en todo el mundo como en Lima, la calidad del servicio para el huésped siempre ha sido lo más importante y esto viene desde tiempos antes de pandemia. Esta idea viene del corporativo de Hyatt hacerles la tarea más fácil a los huéspedes y eso significaba tener una cultura contact less, mientras más rápido y eficiente</p>		

	<p>funcionara la tecnología para poder facilitar el check-in o un servicio o lo que el huésped requiera es mucho mejor.</p>		
<p>EXPERTO 6</p>	<p>La tecnología es una herramienta de apoyo y de agilidad para el trabajo, yo creo de cómo va cambiando hay que ir adaptándose ya que es una herramienta fundamental para poder avanzar. De igual manera para utilizamos para hacer un estudio de mercado sobre las necesidades y revisamos nuestras redes para ver qué tan funcional son nuestros procesos y metodologías.</p>		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13. Triangulación de datos pregunta 2

CATEGORÍA: HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS			
SUBCATEGORÍA: ACCESIBILIDAD			
PREGUNTA 2: ¿Qué tipo de beneficios puede brindar el alcance de las herramientas tecnológicas en el rubro hotelero?			
	RESPUESTA DE ENTREVISTADOS	COMPARACIÓN	RESULTADOS
EXPERTO 1	<p>Cuando comenzó el uso del internet, la mayoría de hoteles comenzó a trabajar con sus propias páginas web y ahora estas se encuentran bien desarrolladas donde puedes hacer una reserva o en algunos casos hay hoteles que ya usan aplicativos donde no solo haces reservas para habitaciones sino también para el comedor, el bar. Esto ayuda bastante a agilizar el trabajo del recepcionista donde antes usaba un montón de formatos y ahora el mismo cliente es quien se registra y automáticamente presenta sus documentos y ya se maneja.</p>	<p>Con respecto a la accesibilidad el experto 1 indica que cuando se comenzó la implementación del internet en los establecimientos hoteleros, estos comenzaron a adaptarse y crear portales para digitalizar sus documentos y procesos. El experto 2, en cambio, dice que la accesibilidad que brindan es como un medio de tener un feedback que utilizan todas las áreas del establecimiento. Por ello es una herramienta indispensable como un efecto transformador que ayuda a generar oportunidades, es lo que mencionan los</p>	<p>La accesibilidad que brinda la tecnología es indispensable como herramienta, ya que ayuda a transformar los procesos para que puedan generar oportunidades. Esto viene de mucho atrás cuando se comenzó a implementar, muchos establecimientos se comenzaron a adaptar y digitalizar varios procesos. Un ejemplo de eso son los reviews encontrados en las plataformas de reservas como Expedia y Booking donde permiten el primer contacto con el cliente.</p>

<p style="text-align: center;">EXPERTO 2</p>	<p>El mejor feedback que puedes tener es el cliente que te visitó porque puedes hallar puntos críticos y darles solución, se puede decir que es una forma de mejora. El uso de sistemas, software ayudan en todas las áreas para tener información de lo que ocurra dentro de las instalaciones. Con esto si hubiese algún inconveniente se puede brindar una respuesta rápida.</p>	<p>expertos 3 y 4. Por otro lado, los expertos 5 y 6 mencionan unas herramientas como lo son las reviews o comentarios que se encuentran en las plataformas de reservas en donde se crea el primer contacto con el cliente, y también como estos brindan estrategias como tarifas flexibles para captar clientes.</p>
<p style="text-align: center;">EXPERTO 3</p>	<p>Es muy indispensable, la competitividad encima de la tecnología es una de las claves. Si yo no soy rápido en responder o sino no tengo un programa que me ayude a crearlo de manera más rápida voy a perder esa parte de la competitividad, que no son digamos mucho trato con el cliente.</p>	
<p style="text-align: center;">EXPERTO 4</p>	<p>En general, la tecnología en las empresas tiene un efecto transformador. Ese efecto genera una oportunidad para evolucionar; para aumentar el negocio, generar nuevas actividades y acciones, mejorar productos y servicios o la atención a</p>	

	<p>clientes. Sin duda, estamos ante una nueva y apasionante oportunidad.</p>	
EXPERTO 5	<p>Los reviews que tenemos sobre las mediciones que hace Hyatt, sobre de qué tan eficiente y qué tan rápido funciona la tecnología para facilitarles la estadía a los huéspedes son siempre óptimos. Y óptimo para Hyatt es de un reviews del 0 al 100% por encima del 90%. Se puede decir que gracias a estas plataformas nos ayuda optimizar al máximo nuestras operaciones.</p>	
EXPERTO 6	<p>Ahora que se está mencionando esto de las tarifas flexibles en el mercado, por ejemplo cuando tu entras a un portal de reserva como booking o expedia, e ingresas a realizar una reserva puede que hoy te encuentras con una tarifa muy alta pero realizas un seguimiento y puedas encontrar una tarifa promocionada. Con esa tarifa dinámica permite al cliente buscar su mejor opción y</p>	

terminar pagando menos, esto comparando distintos precios de diferentes hoteles para la selección de su preferencia y comodidad.		
--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. Triangulación de datos pregunta 3

CATEGORÍA: HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS			
SUBCATEGORÍA: REDES SOCIALES			
PREGUNTA 3: ¿Qué beneficios se obtiene de la interacción social en redes sociales con los clientes para un establecimiento hotelero?			
	RESPUESTA DE ENTREVISTADOS	COMPARACIÓN	RESULTADOS
EXPERTO 1	Hay otras publicidades que lo maneja google donde se paga una publicidad, al igual que Facebook e Instagram. Los cuales estos hoteles lo están manejando, además los usuarios buscan palabras claves y se encuentran distintos avisos de los hoteles. Que gracias a tus historiales se encuentran opciones que se acoplen a tus preferencias.	El experto 4 menciona que las plataformas como Facebook e Instagram son portales que afectan de manera positiva a ambas partes (clientes y hoteles). Esto se complementa con la idea del experto 1, que señala que con el uso de estos portales puedes encontrar avisos de distintos establecimientos, simplemente usando palabras claves. Por otro lado, el experto 3 agrega que estos portales han ido tomando fuerzas actualmente en el mercado. Esto se debe a que	La tecnología brinda muchos beneficios para un establecimiento hotelero como por ejemplo el concepto contactless. Este concepto a tomado más fuerza debido a la pandemia que es más que todo el uso de plataformas para el contacto con el cliente, con esto se busca tener el menor contacto posible y brindar seguridad. Estas plataformas, al igual que Facebook e Instagram, ayudan a difundir los servicios, promociones y ofertas que pueda brindar un hotel, esto mediante con una palabra que le brinda a su alcance una lista personalizada según sus preferencias.
EXPERTO 2	Todo lo que tenga que ver con estas plataformas que nos acercan más a los clientes o incluso hasta los alejan, tiene que haber personal capacitado para poder interactuar con ellos. A este segmento tecnológico se guían de estas plataformas, yo creo		

	<p>que lo que se opta normalmente es que la persona puede dar un seguimiento adecuado según a los requerimientos que este solicita. Además, para averiguar qué tipo de inconvenientes hay en el establecimiento y hacer el seguimiento correspondiente para solucionarlos.</p>	<p>estas herramientas nos acercan más a los clientes, pero también los puede alejar, señala el experto 2. Asimismo, el experto 5 menciona sobre el concepto contactless que los ha ayudado afrontar esta dificultad actual que es la pandemia y en cierto grado es una forma de brindar calidad a los clientes. Igualmente, el</p>
<p>EXPERTO 3</p>	<p>Hace como 2 años que comencé a trabajar en el Hotel Vila Santa, y déjame comentarte que no eran muy constantes los comentarios en google y trip advisor, booking, expedia y otras páginas hoteleras. No es que recién hayan aparecido, ya estaban en el mercado pero recién están siendo usados por el mercado acá en Lima. De ese tiempo a ahora, es muy común que te llamen o que te escriban por redes, indicando que le gustaron los comentarios de otras personas en estas plataformas y que quieren hospedarse con nosotros. Es influyente, sí, los buenos comentarios para nosotros.</p>	<p>experto 6 menciona lo mismo que el experto 5 que gracias a esta situación que se vive han implementado este tipo de herramienta que evita el contacto a lo más mínimo, si bien aún no cuenta con mucha aceptación por los clientes esto puede llegar a ser el nuevo hoy dentro del establecimiento.</p>

<p>EXPERTO 4</p>	<p>Para mí las redes sociales principalmente Instagram, Facebook, LinkedIn, se están utilizando muchísimo. Yo creo que de alguna manera a las empresas en general el uso de estas es un impacto positivo viendo por ambos lados.</p>		
<p>EXPERTO 5</p>	<p>Ahora ese concepto contactless del que te estaba comentando, se le hace mucho más fácil a Hyatt durante la pandemia porque ahora todo requiere ser así y digamos que nosotros siempre hemos estado un paso más adelante, y lo único que hemos tenido que hacer es ajustar esa cultura a los protocolos en cada Hotel Hyatt en diferentes países. Se ha tenido respuestas positivas esta cultura mediante el transcurso de la coyuntura. Podemos decir que estamos un poco adelantados.</p>		
<p>EXPERTO 6</p>	<p>Nosotros tenemos este tipo de aplicativo desde antes pero nuestros clientes no lo usaban porque aún no tenían la costumbre de este tipo de herramienta, pero ahora con lo del a pandemia se</p>		

comenzó a utilizar con muchísima más fuerza. Y lo que hemos hecho con esto, es arreglarlo para su fácil uso porque antes solo se podía observar el directorio del hotel y ahora incluye más áreas del hotel y hasta cuenta con un carrito de compras para que tengan un mayor alcance en otras áreas dentro del establecimiento.		
--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Triangulación de datos pregunta 4

CATEGORÍA: HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS			
SUBCATEGORÍA: REDES SOCIALES			
PREGUNTA 4: ¿Cómo afecta la retroalimentación obtenida por redes sociales en la mejora de la calidad de servicios en el sector hotelero?			
	RESPUESTA DE ENTREVISTADOS	COMPARACIÓN	RESULTADOS
EXPERTO 1	Estos pueden ayudar mucho pero a la vez te pueden destruir porque tú puedes poner los comentarios que todo haya ido bien, pero luego viene la parte destructiva en donde se ha tenido una mala experiencia se puede publicar.	El experto 6 menciona que en la actualidad hay personas que ya se toman la molestia de visitar por primera vez un local, sino solo buscan por redes el buzón de comentarios sobre personas que ya visitaron y cuentan sus experiencias. Esto se puede interpretar que los clientes basan su toma de decisiones por estos comentarios. En cambio, el experto 5 señala que es importante mantener una imagen importante por redes o recurrir a ciertas personas como influencers que brinden buenos comentarios sobre el hotel para brindar un mensaje positivo y captar clientes. El experto 4 habla que la retroalimentación por redes puedes ser tanto	La retroalimentación obtenida por las redes sociales es algo que ha ido tomando fuerza de a poco, esto se puede evidenciar en cómo antes los clientes iban y experimentaban un nevo local o servicio por su cuenta, pero en la actualidad esto ya no se da sino ahora basan sus decisiones a base de los comentarios que pueden encontrar en redes. Siempre es importante mantener una buena imagen para los clientes ya que esto puede ser el detonante para aptar nuevos clientes, pero estas redes se pueden encontrar tanto comentarios positivos como negativos que van a afectar significativamente la imagen y la toma de estrategias para la mejora continua. Se puede decir que es
EXPERTO 2	De igual manera, estas plataformas en donde permiten los comentarios tanto positivos como negativos de los servicios del hotel por parte de los visitantes. Esto permite poder darles seguimiento, averiguar en qué tipo de área hubieron los inconvenientes para poder darle una solución y las disculpas del caso. Por otro lado, esto también ayuda a ver a los clientes que siempre tomamos		

	<p>sus comentarios para la mejora de nuestros servicios.</p>	<p>positivo como negativo, positivo de manera que están realizando sus procesos correctamente y negativo cuando se encuentran puntos críticos. Dando la razón el experto 3 habla de los malos comentarios que se encuentran si bien puede ser perjudicial para su imagen, estos los ayudan a poder mejorar. Los expertos 1 y 2 señalan que estos tipos de comentarios por redes son como un arma de doble filo porque estos afectan directamente a la imagen, a la gestión y los procesos de un hotel.</p>	<p>un arma de doble filo que pone cautiva a la calidad del servicio de los establecimientos.</p>
<p>EXPERTO 3</p>	<p>Es correcto que afecta de alguna manera pero ayuda mucho el tema de los malos comentarios porque en si son clientes que sean sentido descontentos y se trata como sea arreglarlo y hacerlos sentir bien. Es como decir, que tú quieres contratar un servicio y no sabes a lo que te vas a enfrentar, y tratas de buscar comentarios de otras personas. Así que si alguien ve un mal comentario, te puede hacer perder hasta la reserva o al cliente.</p>		
<p>EXPERTO 4</p>	<p>Definitivamente toda retroalimentación impacta de manera positiva; si es un comentario positivo o constructivo nos inyecta a mantener y seguir ese camino, y si es un comentario por una mala experiencia, nos ayuda a reforzar con los equipos de trabajo y tomar acciones inmediatas para la mejora de la misma. Sirven al rubro más que todo</p>		

	<p>para conocer un poco sobre qué preferencias tienen ahora y con esto hacemos estudios, filtros.</p>		
<p>EXPERTO 5</p>	<p>El departamento de marketing que lo maneja la franquicia en Chile en este caso, se preocupan mucho por las redes sociales y por el tema de la publicidad. Tanto Hyatt como el Bistro Limeño restaurant cuentan con sus propias redes sociales, y estos tratan de mantener el contacto con influencers, casos sociales, con ONG. Por ejemplo, hace poco se ha vivido un desfile de moda en las instalaciones del Hyatt lo cual tiene como público un segmento específico también hemos tenido un trabajo en conjunto con la Municipalidad Provincial del Callao por su aniversario en donde llevamos un poco la cultura del Callao a San Isidro. Con esto Hyatt Centric trata de moverse por las redes sociales.</p>		

EXPERTO 6

Sí que puede afectar, hay muchas personas que ya ni siquiera buscan solamente una buena imagen o van de frente a un local para experimentarlos por su cuenta sino se van de frente a las redes sociales y buscan comentarios de personas que hayan visitado ya el local para tomar una decisión. Y nos puede afectar si hay comentarios negativos y yo creo que la mejor estrategia para evitar que esos comentarios afecten en la decisión de futuros clientes es responder. Esto lo comento porque nos ha pasado que hemos recibido este tipo de comentarios de personas que no han ido a visitar si quiera nuestras instalaciones porque no nos llegan a responder sobre nuestros mensajes para que nos aclaren qué parte del servicio no fue de su agrado y así ver cómo mejorar, es por ello que nosotros asumimos. Y con esto te comento que puede ser un arma de doble filo porque hay muchos clientes que solo basan sus decisiones leyendo los comentarios.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16. Triangulación de datos pregunta 5

CATEGORÍA: HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS
SUBCATEGORÍA: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

PREGUNTA 5: ¿De qué manera ayuda la innovación tecnológica con el crecimiento operacional en los hoteles?			
	RESPUESTA DE ENTREVISTADOS	COMPARACIÓN	RESULTADOS
EXPERTO 1	Estas plataformas te ayudan en la manera de promocionar, aunque realmente las cadenas hoteleras de épocas atrás no invierten mucho en publicidad porque su publicidad es su marca misma. Ahora con el tema de la pandemia los hoteles, en general aquí en Lima, están dando muy buenas ofertas pero también te están vendiendo la seguridad como cliente dando la idea que no te vas a contagiar.	El experto 2 hace mención que sin la inclusión de la tecnología te puede limitar en diferentes aspectos y que la inversión en estos elementos es para el mejoramiento. Por ello los expertos 4 y 5 mencionan que sus sistemas les ayudan a mantener un control total sobre sus departamentos ya que les facilitan muchos pasos y optimizan tiempos brindando eficacia laboral. Por otro lado, el experto 3 señala que esta eficacia puede depender del sistema que tenga implementado el establecimiento, ya que cada sistema brinda ventajas y beneficios diferentes. Es por ello que el experto 1 señala que estas plataformas, la agilidad puedes ser un método de publicidad que ayude a la calidad.	La innovación tecnológica es parte vital para un establecimiento, ya que si no cuentas con ellos puede limitar muchos procesos. Existen sistemas hoteleros en donde los cuales abarcan gran gama de departamentos y los une en un único feed, sin embargo, hay sistemas que solo pueden abarcar 1 departamento y los demás procesos son manuales. La inversión de estas herramientas brinda ventajas operacionales que benefician a los establecimientos.
EXPERTO 2	No contar con las herramientas tecnológicas necesarios es algo que te limita porque no te deja avanzar pero esto siempre va a depender de los hoteles. Este tipo de inversión para que tengan para brindar una mejor atención y posiblemente abrir más procesos más funciones que ayuden agilizar el servicio. Hay que verlo con esta		

	<p>perspectiva, de que el cambio la inversión viene para mejorar.</p>		
EXPERTO 3	<p>Depende del software que utilicen los hoteles. Pero acá para el manejo interno se usa el programa Sherlock. El cual nos ayuda en prácticamente todo lo que viene ser recepción, restaurante y housekeeping, además mira lo que es contabilidad, ve más que todo el manejo del hotel en su totalidad. Generando data y agrupándolos para así poder tener un mejor orden de información.</p>		
EXPERTO 4	<p>Todo lo que es sistemas de reservas usamos el sistema Opera, para la parte contable usamos Opera y SAP pero todo básicamente se consolida a través de Opera. Nosotros también trabajamos con uno que es Concerto que es una plataforma que está relacionado con todos los motores de reservas ya sea por web o todos los canales que son los GDS u otros portales que son más</p>		

	<p>conocidos como booking, expedia. Ya no es como antes que llegaban de pronto al correo a las personas de reservas, ahora todo se consolida y a través de Concerto ahora nos llega directamente al sistema con esto ya no se debe de ingresar manualmente.</p>		
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">EXPERTO 5</p>	<p>Contamos con nuestro propio sistema de reservas que es Reserve, también utiliza un propio sistema de eventos que es Envision y la interfaz se llama Prio, para recepción utilizan Opera, para un tema de mantenimiento y comunicación con housekeeping utilizan HotSOS que es un sistema de requerimiento de servicio hotelero online optimizado los cuales son a tiempo real, para restaurantes se utiliza todo o que son pagos con web link que utilizan códigos qr y portales de reservas como Mesa 24/7 y Meitre.com.</p>		

EXPERTO 6	<p>Todo sistema puede tener una falla y puede dejar a uno como establecimiento colgado, por así decirlo, lo que nos ha impedido revisar los estados de los huéspedes, sus cuentas o solicitudes, esto más que todo se ocupa un sistema. Y es un poco difícil pues con esto se ve que reservas, son no show, cuándo llegan, cuándo salen. Si bien son muy importantes para facilitar estos procesos, existe la posibilidad de que el sistema falle por diversos motivos, por eso siempre hay que contar con planes de contingencia.</p>		
------------------	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17. Triangulación de datos pregunta 6

CATEGORÍA: HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS			
SUBCATEGORÍA: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA			
PREGUNTA 6: ¿Qué tipo de ventajas genera la innovación tecnológica respecto a la eficacia laboral en el sector hotelero?			
	RESPUESTA DE ENTREVISTADOS	COMPARACIÓN	RESULTADOS
EXPERTO 1	<p>Dividamos lo que se puede mencionar como tecnología porque si hay hoteles que cuentan con su propio departamento de marketing, y si te das cuenta siempre están actualizando sus datos en sus diferentes portales, eso sería el primer punto. El segundo punto, es la facilidad que tienen más que todo para captar a los clientes ya que en diferentes casos tienes que realizar una reserva con tiempo tanto para habitaciones como el restaurante. ¿Y cómo te enteras de estas promociones? Pues con las redes sociales. Esto se podría interpretar que gracias a estas herramientas se facilitan o</p>	<p>El experto 2 menciona que debido a la pandemia los distintos departamentos han tenido que adaptarse a nuevos protocolos para brindar seguridad y calidad a los clientes, y en esto las herramientas tecnológicas brindan una gran ventaja en ello. El experto 3 afirma que sí a influenciado en la mejora de proceso y a la recopilación de datos, señala como ventaja. De igual manera el experto 6 comenta que una ventaja es que pueden replantear estrategias para que puedan mantenerse a la par con el mercado</p>	<p>Si lo ponemos en el contexto actual, lo que viene siendo la situación de la pandemia. Varios establecimientos junto sus departamentos se han tenido que ir adaptando a estos nuevos protocolos si bien por brindar comodidad como seguridad. Es por ello que se cuenta como una gran ventaja el uso de la tecnología que ha influencia de manera significativa este tipo de servicio, además de que permite plantearse nuevas estrategias para crear una brecha ventajosa con respecto a otros establecimientos.</p>

	<p>disminuyen varios procesos tanto para los colaboradores como los visitantes.</p>	<p>y mantenerse encima de la competencia. El experto 5 replantea su opinión sobre sus sistemas que la ventaja que les brindan es el manejo total sobre las decisiones con un solo click. Y el experto 1 agrega</p>	
<p>EXPERTO 2</p>	<p>Ahora en pandemia varas áreas de diferentes hoteles han buscado la manera de mantener el menos contacto posible. Un ejemplo de eso es el check-in que ahora se realizan en cabinas, o donde se realiza el auto check-in, se usan las pulseras o hasta un código qr. Y hasta en algunos hoteles poseen al asistente que indica información referente al hotel.</p>	<p>que etas herramientas te facilitan y disminuyen los pasos protocolares a realizar por los colaboradores.</p>	
<p>EXPERTO 3</p>	<p>Teniendo como referencia a las paginas hoteleras o cuando ya llega el huésped, el manejo que viene ser de toda el área de recepción, reservas y datos. Estas tecnologías dependerían de cada hotel. Ahora a lo que viene a tu pregunta, sí, ha influenciado y ayudado bastante en la mejora del proceso, con la rapidez y con una buena recolección de datos.</p>		

<p style="text-align: center;">EXPERTO 4</p>	<p>Las ventajas que genera la innovación tecnológica son innumerables, sobre todo si nos enfocamos como resultado final en la rentabilidad y la ganancia en productividad. Para innovar debemos conocer perfectamente nuestro producto y modelo de negocio, de esta manera las herramientas tecnológicas optimizarán nuestros procesos, generaremos ingresos y ahorros para la empresa.</p>		
<p style="text-align: center;">EXPERTO 5</p>	<p>Como te mencioné antes sobre nuestros sistemas, si bien son varios sistemas los que se deben de utilizar, estos nos ayudan a tener un manejo total dentro del hospedaje y brindar un mejor servicio esto es tanto para los colaboradores como los clientes que tenemos.</p>		
<p style="text-align: center;">EXPERTO 6</p>	<p>Esto tiene ventajas ya que nos jacta a nosotros porque nos permite replantear lo que ponemos en cada página, porque si no quedamos fuera del mercado y nosotros necesitamos correr muy por encima de nuestra competencia pero a la vez</p>		

<p>también es un poco riesgoso porque puedes colocar una tarifa muy baja para poder competir y finalmente todo se llena de un día para otro, y al momento de hacer el cambio de tarifa ya hay clientes que te toma con otro tipo de tarifa lo que ocasionaría discordia. No obstante es parte de las tarifas dinámicas, sí, sirve mucho porque abres y cierras canales, o si tú quieres vender las habitaciones más costosas que tengas en el hotel tienes la posibilidad de apertura ese tipo de habitación, y posiblemente generar la venta de esta.</p>		
--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18. Triangulación de datos pregunta 7

CATEGORÍA: CALIDAD DEL SERVICIO			
SUBCATEGORÍA: COMPETITIVIDAD			
PREGUNTA 7: ¿Cómo las herramientas tecnológicas mejoran el nivel de competitividad del sector hotelero respecto a sus servicios?			
	RESPUESTA DE ENTREVISTADOS	COMPARACIÓN	RESULTADOS
EXPERTO 1	Nosotros vendemos otro tipo de turismo a comparación de EE.UU., ya que ellos te venden modernidad. Nosotros contamos algunos hoteles con bastante auge como el Sheraton y el Country Club que son hoteles que aún se conservan hasta el día de hoy. No hay que olvidar que la temática antiguamente era descansar. La temática del Hotel Marriot es más moderna cuando fue creada en un ciclo nuevo maso menos por los 2000, y así con el tiempo, se han ido acomodando a los tiempos actuales por las tendencias modernas; no obstante, aún esta tendencia está avanzando de a poco.	El experto 3 señala que estas herramientas pueden afectar a la competitividad, pero esto solo puede ser afectado si se sabe el uso adecuado de los sistemas que se están utilizando. En cambio, el experto 1 habla que la competitividad es más que todo por los tipos de turismo que buscan los clientes y no mucho incluye a la tecnología. Por otro lado, el experto 6 lo ve por el lado de la pandemia ya que los clientes van a buscar un establecimiento que les brinde la mejor seguridad posible. Sin embargo, los expertos	La competitividad en el rubro hotelero se puede deber a muchos factores y esto se ve influenciado según las perspectivas de los clientes si bien algunos van a buscar la comodidad o seguridad, otros buscaran la modernidad. Enfocándonos en las herramientas tecnológicas la buena inversión en estas, ayudan a mejorar el posicionamiento en el mercado tanto en hoteles en cadenas como hoteles pequeños.

<p style="text-align: center;">EXPERTO 2</p>	<p>Si hablamos de hoteles de cadenas pues ellos sí se encargan de invertir lo que más que puedan porque es parte de su pensamiento ya que ellos se controlan a través de la matriz para que puedan mantener un posicionamiento. Si hablamos de hoteles en Perú los que están dentro del mercado formal y los que cuentan con inversión extranjera también invierten y compiten por la calidad de sus servicios. Y si hablamos de hoteles de 2 o 3 estrellas, si es un poco más difícil si bien no invierten mucho en tecnología, tratan de mantener un gran servicio y mantenerse a la par con la competencia.</p>	<p>5 y 4 ven el tema de competitividad con tecnología ya que eso mide más que todo su posicionamiento en el mercado que por el uso de las herramientas afectan a la experiencia de sus clientes. Y al último el experto 2 agrega que la competencia a nivel en hoteles en cadena es mucho más grande ya que ellos están muchos más adentrados en este tipo de temas de innovación e implementación.</p>	
<p style="text-align: center;">EXPERTO 3</p>	<p>Estas herramientas afectan en la competitividad, pues si tienes un buen software y sabes cómo emplearlo adecuadamente se vuelve una de las piezas claves para poder mejorar. El tema de la competencia influye en demasiados aspectos.</p>		

EXPERTO 4	<p>La tecnología puede aportar grandes beneficios y si hablamos sobre los servicios ofrecidos, el resultado final es una experiencia inolvidable para los huéspedes. Por ejemplo, llegar al hotel después de un largo viaje, y encontrar una máquina scanner en la recepción que al solo contacto de inmediato tenemos los datos del huésped en nuestro sistema hotelero, y terminar teniendo la llave de tu habitación desde el celular, son de los avances que marcan diferencia y mejoran nuestro nivel de competencia.</p>		
EXPERTO 5	<p>En cuanto a la medición de indicadores de satisfacción del huésped estamos mejor posicionados que la competencia y esto se debe a los sistemas de respuesta rápida. Lo que los huéspedes nos indican en las encuestas en donde se mide o se percibe de los servicios del hotel es y nos dejan su feedback podemos ver de cómo se sorprenden de lo rápido y de lo atento que es el servicio porque es muy distinto escalar una</p>		

	<p>solicitud de un área hasta que llegue a otra área a lo que es recibirlo a tiempo real. Entonces eso cómo se ve reflejado con la competitividad del mercado, pues somos número 1 o 2 constantemente en trip advisor hace más de 1 año.</p>		
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">EXPERTO 6</p>	<p>La competencia sí se ve afectada y aún más ahora por el tema de covid, la gente prefiere el menor contacto posible con otras personas, y entonces es desarrollar herramientas tecnológicas como los aplicativos en donde se puede escanear un qr tanto para la carta de un restaurante, o como llave de habitación, o como un medio de pago. Todos esos servicios se pueden ver reflejados en una sola aplicación y esto agiliza muchos procesos y brinda seguridad a los huéspedes al momento de tener el menor contacto. Y ahora más que nunca que se nos exige, y aquellos establecimientos que no lo hagan probablemente puedan quedar un poco rezagados porque ahora es lo que se necesita.</p>		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19. Triangulación de datos pregunta 8

CATEGORÍA: CALIDAD DEL SERVICIO			
SUBCATEGORÍA: COMPETITIVIDAD			
PREGUNTA 8: ¿Cree que la innovación operacional este sujeto al uso de la tecnología?			
	RESPUESTA DE ENTREVISTADOS	COMPARACIÓN	RESULTADOS
EXPERTO 1	<p>El Westin es uno de los hoteles más modernos, ellos cuentan con una tecnología y redujeron costos aplicando mejor tecnología en sus procesos y equipamiento. ¿Cómo? Eso lo mencionó hace tiempo al primer gerente el primer gerente del Westin, Paul Ingebretsen, quien redujo costos quitando mano de obra pero invirtió en tecnología. Por ejemplo, antes se tenían que inventariar todo lo que había en el frigo bar lo cual lo realizaba housekeeping, pero ahora puedes sacar una botella del frigo bar y automáticamente te cobra por la botella o contabiliza como es en el caso del Westin.</p>	<p>El experto 1 menciona como la inversión en tecnología ayudaron de alguna manera a reducir costos y agilizando procesos esto también redujo costos en mano de obra. Por otro lado, el experto 2 menciona que si bien la tecnología pueda aplazar a algunas personas en ciertas funciones o puestos de trabajo también genera y apertura nuevos puestos. Esto se ve más que todo por la estructuración de los departamentos con sistemas de vanguardia. Afirma lo mismo el experto 3 que innovación operacional va de la mano con la tecnología y esta se le es indispensable como factor clave de mejora. El experto 4 se enfoca desde un punto de vista a través</p>	<p>La inversión que se le puede dar a la tecnología para implementarlos en la innovación operacional muestra un impacto positivo, ya que esta ayudará a estructurar de manera simultánea todas las áreas del establecimiento. Si bien esto puede incurrir a reducir el capital humano en algunas funciones, esto también puede generar nuevas oportunidades para mejorar en los procesos y abrir nuevas plazas que ayudarán tanto al establecimiento como los colaboradores. Uno de los objetivos de ello es acortar brechas y facilitar la asistencia a los huéspedes.</p>

EXPERTO 2	<p>La tecnología va a ir avanzando y aunque reduzcan las funciones también va a crear nuevos puestos de trabajo porque, por ejemplo, antes no se necesitaba alguien encargada de un revenue manager y ahora hay un área específica para ello. Antes no se tenía tan estructurado un hotel con tantos departamentos pero con estas herramientas ahora se puede lograr. A lo que voy es que siempre se van a abrir nuevas oportunidades laborales así como otras que van a cerrar porque están siempre a la vanguardia.</p>	<p>de la pandemia donde menciona que hay que adaptarse al cambio porque las tendencias modernas buscan el éxito. Desde el punto de vista del experto 5, menciona a la tecnología como una herramienta que ha acortado brechas y permite de llegar de manera más rápida a los clientes. Por otro lado, el experto 6 habla de sus sistemas como un medio que ayuda a facilitar los reportes de los procesos que se realizan al día dentro del establecimiento.</p>	
EXPERTO 3	<p>Sí, es muy indispensable. La innovación operacional está sujeta con la competitividad y la tecnología, siendo estos factores claves para un mejor proceso. Por ejemplo, si no tuviera un programa que me ayude a crear mensajes de respuesta rápida o crear nuevas reservas y tuviera que hacerlo de manera manual, estuviera alargando demasiado los proceso de check-in y esto puede causar molestias a los clientes. Siempre</p>		

	<p>se debe de mantener una experiencia positiva hacía ellos. Ahora con el tema de la pandemia, hay que ser mucho más rápidos y mantener el contacto mínimo con los clientes por protocolos.</p>		
<p>EXPERTO 4</p>	<p>A raíz de la pandemia nos hemos visto obligados a adaptarnos a este cambio, y ahora mismo que nos están ayudando muchísimos como las llaves móviles, que si bien es cierto en otros países como en Europa e Asia esta ya no es novedad porque lo llevan trabajando de hace tiempo. Pero en Lima son muy pocas las marcas que las usamos, incluyéndonos. Esto ayudó a optimizar el proceso de check-in lo que antes te demorabas en 5, 10 min ahora te dura segundos porque ya el huésped hace uso del aplicativo en celular y hace en automático hace el check-in y tiene ya la misma llave integrada a su celular, evitando el uso de tarjetas que con anterioridad se usaba.</p>		

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">EXPERTO 5</p>	<p>Según mi punto de vista, te puedo decir que la tecnología nos ha ayudado bastante, ha cortado bastantes brechas y ha permitido llegar de una forma distinta y más rápida al huésped para brindar cualquiera de las oportunidades que tengamos como el primer contacto con ellos, durante su estadía y en el servicio post venta. El trabajo en conjunto de uno junto a la tecnología puede ayudar a crear un servicio de calidad.</p>		
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">EXPERTO 6</p>	<p>Nosotros utilizamos el programa Zeus, la cual maneja la parte de recepción, tiene reservas, tiene mantenimiento para bloqueo de habitaciones y trabajos que se realicen en ella, tiene housekeeping para la asignación de habitaciones, también realiza una auditoria nocturna toda la parte de ingresos y egresos , lo que es contabilidad. Más que todo abarca esas áreas.</p>		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20. Triangulación de datos pregunta 9

CATEGORÍA: CALIDAD DEL SERVICIO			
SUBCATEGORÍA: GESTIÓN DE CALIDAD			
PREGUNTA 9: ¿Cómo ayudarían las herramientas tecnológicas a mejorar la gestión de calidad en el sector hotelero respecto al enfoque al cliente?			
	RESPUESTA DE ENTREVISTADOS	COMPARACIÓN	RESULTADOS
EXPERTO 1	<p>Siguiendo con el ejemplo del Westin y con lo que te decía anteriormente. En esas herramientas es donde se están reduciendo tiempo y también un poco el fastidio porque cuando un huésped llega al hotel lo primero que gustaría es ir a descansar, y esperar un poco cuando se realizan todos sus protocolos a veces causa molestia al cliente. Pero bueno, esto con el tiempo va a ir cambiando puede que hasta mejorar y lo que se ve actualmente se vea “antiguo”.</p>	<p>El experto 6, percata que la calidad se va a enfocar en la modernidad y tanto cliente como establecimiento tienen que adaptarse. Por otro lado, el experto 5 quien se dirige a un mercado ejecutivo menciona que a través del tiempo los clientes se han vuelto más exigentes porque hay algunos que exigen mejor conectividad. En cambio, el experto 4 habla que un trabajo en conjunto entre tecnología y capital humano puede remarcar un servicio de excelencia si se enfoca en un solo resultado.</p>	<p>La gestión de calidad se enfoca en gran parte en la modernidad de su infraestructura y según la percepción del cliente puede afectar de manera positiva como negativa, pero esto siempre puede variar según el tipo de mercado se vea enfocado porque habrá grupos que opten por ese tipo de servicios. Se tiene que recalcar que la evolución de estas herramientas nunca se va a detener y traerán consigo nuevos protocolos y estrategias que se convertirán en el nuevo hoy.</p>

<p style="text-align: center;">EXPERTO 2</p>	<p>El tema de avanzar y buscar diferentes sistemas es inversión, mientras se siga brindando un buen servicio en la parte interna eso ya va según la percepción del cliente. Hasta un cierto punto se puede mezclar la tecnología con la calidad, y esto puede afectar también a la percepción del cliente sobre la atención y sus servicios.</p>	<p>Asimismo, el experto 3 reafirma su posición en que la tecnología influye de manera significativa a los clientes. Aunque esto puede variar según el tipo de turista. Sin embargo, los expertos 1 y 2 hablan del que el servicio va a ir evolucionando con nuevas estrategias, nuevos protocolos.</p>	
<p style="text-align: center;">EXPERTO 3</p>	<p>Estas herramientas afectan en la competitividad y gestión, pues si tienes un buen software y sabes cómo emplearlo adecuadamente se vuelve una de las piezas claves para poder mejorar, pues este influye en demasiados aspectos. Pero, como indicas, hay turistas para ese tipo de turismo, sin embargo no son todos, los turistas son muy variados, tenemos diferentes tipos de turismos y también la zona en donde se encuentren.</p>		
<p style="text-align: center;">EXPER</p>	<p>Sin duda, todo trabajo en equipo mejora la calidad del servicio y sumarle las herramientas tecnológicas marca una gran brecha, si todos</p>		

	<p>estamos enfocados a un mismo resultado. El uso y manejo de las redes sociales cobran mayor importancia en el sector hotelero, realmente ha revolucionado la industria, por tal motivo es de suma importancia darle el tiempo necesario para revisar los comentarios de los huéspedes. Es una plataforma donde podemos filtrar experiencias, comentarios generales, preferencias, comparaciones, etc. y esto nos da un panorama de las exigencias por parte de los usuarios.</p>		
<p>EXPERTO 5</p>	<p>El huésped en sí se ha vuelto exigente a lo largo de los años, si el turista en general que visita América se informa e investiga se vuelve cada vez más exigente. Y en este caso, los turistas corporativos lo son más porque necesitan estar mejor conectados, necesitan tomar decisiones más rápido. Todo es súper ágil, súper rápido y nosotros debemos estar a la altura, ya que ellos no solo te exigen una simple conexión wifi ni tranquilidad en el cuarto. Ellos piden un salón de eventos, te piden</p>		

	<p>cosas que vayan más allá que estén de acuerdo a su perfil; ellos casi no prefieren el contacto con el personal porque asisten a diferentes reuniones y se tienen que trasladar rápido. Aquí en Lima el Hyatt Centric está orientado al mercado corporativo, nuestros clientes son siempre de empresas.</p>		
<p>EXPERTO 6</p>	<p>Yo creo que todo se va a la modernidad, mientras más desarrollo tengamos de tecnología será mejor valorado pero también hay 2 tipos de clientes que hay que evaluar, dependiendo de la edad que tenga el cliente se va a requerir 1 o 2 tipos de sistemas eso lo vamos viendo día a día. De igual manera, la inclusión de estas herramientas mejora procesos y facilita un montón las cosas. Además, con este tema de la pandemia ayuda mucho para evitar el contacto y los contagios, esto también se puede reflejar en la calidad de los clientes.</p>		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21. Triangulación de datos pregunta 10

CATEGORÍA: CALIDAD DEL SERVICIO			
SUBCATEGORÍA: GESTIÓN DE CALIDAD			
PREGUNTA 10: ¿El trabajo en conjunto de la tecnología con la participación del personal fomenta a la mejora en la calidad del servicio en el establecimiento?			
	RESPUESTA DE ENTREVISTADOS	COMPARACIÓN	RESULTADOS
EXPERTO 1	Como lo mencioné, la tecnología va a ayudar pero hay que saberla manejar adecuadamente, tanto las redes sociales como los aplicativos pero si no das un buen servicio de calidad o no tienes una ventaja competitiva para brindar tus servicios, por más que tengan buena infraestructura tecnológica. Sin esos factores, no se va a tener clientes a quienes satisfacer las necesidades que ellos quieren. Hay que recordar que en este rubro dependemos mucho de las experiencias.	El experto 1 señala que tener una buena infraestructura tecnológica no solo afecta al servicio sino también depende de las experiencias que se puedan brindar para crear una ventaja. Sin embargo, si no se mantiene un lineamiento exacto por más modernizado y estructurado este un establecimiento, no va a generar la satisfacción ni la	Es bien sabido que la tecnología va a fomentar no solo a la modernidad y al futurismo dentro del turismo sino también buscará ese complemento por ambas partes (humano y moderno) que pueda brindar en todo aspecto un servicio de calidad, generando buenas e experiencias con una eficacia laboral.

<p style="text-align: center;">EXPERTO 2</p>	<p>Creo que la presencia humana es algo fundamental porque este es un tema de servicio porque transmite muchas sensaciones que un robot o máquina pueda hacerlo. Si hablamos de restaurantes en donde más se ve el servicio donde buscan ese ambiente de calidez y si le pones un robot no sabría decir qué tan cálido el servicio podría ser. Creo que es un mundo que se está abriendo a diferentes formas de trabajo que va a ir jalando un nicho de mercado pero siempre vas a tener tu mercado clásico que va a optar por lo convencional que posiblemente se resista al cambio.</p>	<p>calidad. Por otro lado, los demás expertos concuerdan que la tecnología no podrá reemplazar en su totalidad al capital humano como medio de servicios, ya que estos son un factor primordial para hacer de la experiencia algo genuina.</p>
<p style="text-align: center;">EXPERTO 3</p>	<p>Sé que los hoteles que cuentan con mayor gama con respecto a tecnología o que se ven mucho más en áreas como Asia y todo eso. Pero siempre el factor humano es siempre necesario. Si sería bueno tenerlos o que va a suceder en algún momento en el establecimiento, pero siempre va a necesitar tener a alguien detrás. Por ejemplo, si</p>	

	<p>hubiera aquí un problema, de aquí a 5 años, el tema de la robótica en el área de recepción no esta tan avanzando complejamente y recordemos que el humano es un ser complejo y cuenta con más raciocinio para poder buscar soluciones. En un mundo lleno de tecnología e innovación, todavía hay espacio para los que estudiamos esta rama.</p>		
<p>EXPERTO 4</p>	<p>Yo creo que en la parte de hotelería sobretodo la tecnología llegue a cubrir la parte humana porque nosotros somos una industria de servicios, y al ser una en donde te ofrece servicios, el factor humano es algo intangible porque es un plus que agregamos. Podemos tener sistemas sofisticados, innovadores como precisamente tiene el hotel; sin embargo, en la postventa o post servicios no lo hace un sistema, si bien es cierto pueden haber encuestas que te ayuden a filtrar información o los índices. Pero el que cierra el ciclo es una persona. Es cierto que la tecnología ayuda muchísimo y es indispensable porque te ayuda tener los resultados,</p>		

	<p>optimizar tiempos en los procesos que son importantes, pero yo considero que no va a reemplazar del todo a la persona en su puesto porque es un medio de servicio.</p>		
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">EXPERTO 5</p>	<p>El corporativo necesita el servicio radio y ágil, pero la tecnología no reemplaza al colaborador simplemente nos ayuda a facilitar la agilidad del servicio porque si vemos la otra cara de la moneda cuando hay alguna queja sobre algún servicio del hotel, siempre buscan no hacerlo a través de un review sino nos buscan directamente. Creo que es el canal natural de hacerlo, entonces para mí la tecnología es una herramienta que no puede suplantar completamente a la experiencia brindada por nuestros colaboradores. Nos va a permitir, sí, a nuestros clientes a futuro pero de vez en cuanto hasta donde lo permitamos.</p>		

EXPERTO 6	<p>En temas comerciales las herramientas tecnológicas nos ayudan porque es de respuestas inmediatas, ya que los clientes ya no quieren esperar mucho tiempo de respuesta y cuando tú tienes herramientas que te permitan dar tarifas flexibles o dinámicas te vuelves competitivo en el mercado. Además, en estas plataformas puedes optimizar la venta con la información que puedas poner, el precio, días de promoción. Y eso es una herramienta fácil y no hay la necesidad de gastar un salario en una persona para que realice esa tarea porque eso ya lo realiza el sistema.</p>		
------------------	---	--	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22. Triangulación de datos pregunta 11

CATEGORÍA: CALIDAD DEL SERVICIO			
SUBCATEGORÍA: ATENCIÓN AL CLIENTE			
PREGUNTA 11: ¿La inclusión de nueva tecnología en el sector hotelero genera una mejora en el grado de satisfacción al cliente respecto a sus servicios?			
	RESPUESTA DE ENTREVISTADOS	COMPARACIÓN	RESULTADOS
EXPERTO 1	Esto dependería de las generaciones, si vez a unas generaciones de 60 años a más son muy inseguros de utilizar las plataformas, por otro lado, tenemos a la generación de 40 – 50 años se están adaptando a la tecnología y bueno la generación millennial hacía delante ya manejan estas herramientas. Aunque estas facilitan los procesos de registro o experiencia en las instalaciones algunos optarán por lo convencional.	El experto 1 señala que el grado de satisfacción va a depender de las generaciones ya que no todo está tan relacionado con la tecnología. El experto 2 de igual manera indica que habrá algunos clientes que no se van a sentir a gusto con el nuevo cambio con la tecnología y van a seguir optando por lo clásico. Por otro lado, el experto 3 señala que esto podría	El grado de satisfacción al cliente va a estar muy ligado a las generaciones de los clientes y sus perspectivas de servicios, ya que no todos están dispuestos a entrar a la época de la modernidad y van a andar en busca de los convencional rustico. No obstante, el nicho de mercado que sí esta dispuesto a sufrir esos cambios y buscan

EXPERTO 2	<p>Hemos visto prácticamente que la tecnología ha dado un salto gigante tanto para la hotelería y los demás en el rubro. Yo creo que tiene sus pros u sus contras porque hay clientela que no se va a adecuar a esta tecnología y van a querer lo clásico, y van a optar por eso. Al final de todo, se puede sofisticar de todas las formas que quieras pero al final lo que siempre va a falta ahí es el plus adicional que vendría hacer el contacto humano. Esa esencia de seguridad, tranquilidad, confort que puede compartir una persona.</p>	<p>afectar si no se distorsiona la esencia del producto brindado. El experto 4 indica que las herramientas son un motor de progreso que impulsara el cambio en la sociedad. El experto 5, enfocándose en su mercado corporativo, habla de las conexiones que buscan sus clientes al mantener una conectividad fluida sin interrupciones. Y por ultimo el experto 6 menciona sobre herramientas que utilizan clientes en otras partes del mundo y como afecta positivamente la atención.</p>	<p>experimentar van a buscar no solamente la experiencia tecnología sino la conexión del factor humano y tecnológico al brindar un servicio.</p>
EXPERTO 3	<p>Si esto lo reflejamos a hasta qué punto sería bueno el uso de la tecnología, pues sería hasta el punto en donde no cambie la esencia de tu producto, si tu producto así como lo indicas en un área que viene a ser receptivo. Por ejemplo que fuéramos un hotel en el Cusco, los turistas vienen a ver el tema de Machu Picchu, ruinas, la experiencia, la tecnología no puede influir hasta el punto que sea todo robotizado porque si no se pierde el encanto.</p>		

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">EXPERTO 4</p>	<p>Por supuesto, se debe tener en cuenta que los avances tecnológicos son muy relevantes en la actualidad, pues son un motor de progreso en el sector hotelero, Este factor impulsa un cambio en la sociedad y busca la satisfacción del cliente, generando experiencias positivas para los mismos. El grado de satisfacción de un cliente, marca un antes y un después, y define su lealtad.</p>		
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">EXPERTO 5</p>	<p>Calidad en los servicios es la experiencia que se lleva el huésped de cada propiedad Hyatt que visita y como se le hizo más fácil o rápido tener una conexión con nosotros esto sea desde detrás de un computador o, cara a cara con el huésped, en su experiencia post venta. Es por ello que nosotros hemos implementado algunas opciones en las diferentes áreas del hotel tanto para housekeeping, mantenimiento, recepción y reservas, contamos con miles de opciones en cuanto a vanguardia de tecnología que nos facilitan el poder dar ese</p>		

	servicio rápido de acuerdo a como lo quieran los corporativos.		
EXPERTO 6	<p>Creo que no, hay hoteles en Asia y hasta incluso en Europa donde no hacen check-in y lo realizan desde su teléfono, ingresan al hotel y ya cuentan con su llave por la programación y con esa misma entran a sus habitaciones. Creo que si en una industria de servicios como la nuestra siempre se va a requerir a la persona para esa conexión de ser atendido, a pesar de tener a la mano esas conexiones tecnológicas que puedan agilizar algunas cosas. Pero siempre habrá cosas donde se va a necesitar a las personas, por ello pienso que la tecnología no podrá a reemplazar a una persona, puede que pueda cubrir algunas funciones pero no retirar a la persona.</p>		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23. Triangulación de datos pregunta 12

CATEGORÍA: CALIDAD DEL SERVICIO			
SUBCATEGORÍA: ATENCIÓN AL CLIENTE			
PREGUNTA 12: ¿Cómo los programas de fidelización de los establecimientos se ven afectados por la inclusión de la tecnología?			
	RESPUESTA DE ENTREVISTADOS	COMPARACIÓN	RESULTADOS
EXPERTO 1	En algunos casos, hay algunos hoteles o hasta en restaurantes en donde se han visto a personas que viven o son influencers en donde les conviene mucho que tengan una buena experiencia del mismo lugar y no referencias negativas al momento de consumir. Ya que puede estos métodos ayudan a captar clientes nuevos y hasta fidelizarlos, pero también te pueden destruir.	El experto 1 menciona que habrá casos que se utilizan otros medios para buscar la fidelización como el uso de influencers que pueden afectar a la toma de opiniones de futuros clientes. Sin embargo, el experto 2 señala que hay un público para todo, las tendencias van a evolucionar rápidamente, pero los clientes y su percepción de servicio no. De igual manera el experto 3 señala que a veces no es muy confiable el uso de sistemas ya que estos de alguna manera podrían fallar. El experto 4, se refiere a esto como una nueva cultura que va abriendo paso de a poco y se va implementar de una manera	La fidelización se basa de diferentes estrategias, si bien se habla de tecnología hasta qué punto sería bueno implementarlo para captar y fidelizar clientes. Algunos establecimientos utilizan influencers, youtubers como medio de difusión y captación de clientes a base de un contenido dinámico perceptivo. En cambio, la tecnología es implementar y modernizar ciertas estructuras que utilizan los clientes para brindar un ambiente agradable y actividades eficaces para una mejor experiencia.
EXPERTO 2	Creo que hay público para todo, la tecnología va a ir avanzando las tendencias van a seguir fluyendo, van a ver nuevos inventos más sofisticados y va a haber un mercado para ese segmento. Y también va a haber el segmento justamente para las		

	<p>personas que aún optan por lo convencional. De igual manera este tema se ve en turismo, puedes crear nuevas tendencias para que se acoplen los futuros nuevos turistas, y hasta a veces pueda prevalecer lo convencional de alguna u otra manera ambas van de la mano y afectan el fidelización y grado de satisfacción.</p>	<p>significativa. El experto 5 habla sobre los lazos que se pueden crear gracias a estas herramientas que hacen de la experiencia del cliente, satisfactoria. El experto 6 firmemente afirma que hay un punto hasta donde afecta la tecnología con la fidelización. El factor humano es esencial para poder culminar un proceso y brindar un plus en la experiencia del</p>	
<p>EXPERTO 3</p>	<p>A veces el sistema no es 100% confiable, ya que es un sistema que debe ser actualizado las 24 hrs. Si tenemos un problema con la caída de internet en la zona, se nos muere el software de igual manera si es un problema de que si se va la luz. Siempre hay que tener un sistema de respaldo como un dicho que antes se escuchaba “papel nunca muere” lo cual llega a hacer nuestro respaldo diario de lo que tenemos como los montos de las salidas y lo que consumieron.</p>	<p>cliente.</p>	

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">EXPERTO 4</p>	<p>Esta nueva cultura se está implementando, como ejemplo el tema de las llaves móviles, no todos los huéspedes aceptan el tema de las llaves en un aplicativo sino piden su tarjeta. No obstante, es una meta que nos hemos trazado para lealmente lograr nuestros objetivos y tener por lo menos a fin de año la mayoría de nuestros huéspedes usando las llaves móviles. Nosotros recibimos huéspedes de todas partes del mundo y no todos son tecnológicos. Pero en algún momento, ambas partes nos debemos de adaptar porque de pronto nos puedan desaparecer lo antes conocido en este caso las tarjetas y solo quedarían las llaves móviles. Pero claro que tomará su tiempo, pero estoy segura que esto se va implementar al 100% en un futuro.</p>		
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">EXPERT</p>	<p>Gracias a todos los programas que usamos, podemos tener un control total y poder brindar respuestas rápidas ante las solicitudes. Además, brindamos ambientes equipados para poder cubrir</p>		

	<p>esas necesidades y también buscar tener un lazo más estrecho con nuestros clientes para hacer de su experiencia la más óptima.</p>		
<p>EXPERTO 6</p>	<p>Sí, por ejemplo nosotros tenemos un chatbot para que responda de manera automatizada las dudas de los clientes pero ya en el momento en donde la información es más detallada y se tiene que concretar la solicitud como acomodar tarifas, ver fechas y demás ahí se necesita de una persona. Lo mismo para cualquier otro servicio, estas herramientas solo van a poder ocupar hasta cierta parte un proceso pero lo que lo termina de concretar será una persona, se puede decir que es como un trabajo en conjunto.</p>		

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 DISCUSIÓN

Durante el desarrollo del presente trabajo de investigación, luego de obtener los resultados se desarrolló la presente discusión que tiene como propósito asimilar y cumplir con los objetivos propuestos de la misma investigación.

4.1.1 Discusión general

De este modo, en relación con el objetivo general de la investigación que buscaba determinar los cambios que genera el uso operacional de las herramientas tecnológicas en la calidad del servicio desde la perspectiva de los especialistas del sector en hoteles de 5 estrellas en San Isidro 2021, en suma con la información obtenida, se deduce lo siguiente:

Actualmente los hospedajes ubicados en el distrito de San Isidro, la inclusión de estas herramientas les ha ayudado mucho en su crecimiento ya que basan sus estrategias comerciales no solamente en las infraestructuras de sus servicios sino también en las tendencias actuales. Es por ello que buscan mantenerse siempre actualizados, con el fin de mantener o incrementar su ventaja competitiva dentro de otros establecimientos; esto más que todo para acelerar de manera más eficiente sus operaciones y brindar muy buen servicio a sus clientes. Esto se puede afirmar en lo estudiado por Gonzales y Julca (2005), en su tesis de pre grado en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, concluyen que el sector turismo es sus diferentes presentaciones son parte vital para la generación de divisas en el país y es por ello que las organizaciones nacionales deben adentrarse más en el comercio electrónico, puesto que siempre hay que buscar adaptarse a los nuevos perfiles de los consumidores.

Mencionado lo anterior, los autores Prieto, Alfonso y Filián (2003) citado por Bardales (2019), afirman en su investigación que estas herramientas son oportunidades que obtienen las empresas para tener una interacción más cercana con sus clientes. Ya que esto permite conocer las necesidades del mismo mercado y ayuda a crear estrategias específicas con el fin de satisfacer necesidades y mejorando el factor “fidelidad” con el cliente, es por ellos que el alcance que tienes estas herramientas es muy beneficiosa para un establecimiento porque permite transmitir sus ofertas mediante estas.

4.1.2 Discusión específica 1

En relación con el primer objetivo específico referido a comprobar que tan influyente es el uso de las herramientas tecnológicas para mejorar la competitividad en hoteles de 5 estrellas en San Isidro 2021, la mayoría de los expertos infieren que la tecnología sí afecta de alguna manera a la competitividad entre establecimientos ya que estos ayudan a tener un mejor posicionamiento en el mercado. Por el hecho que, facilitan muchos procesos tanto para los colaboradores que para los mismos usuarios del hospedaje.

Esto se puede reafirmar con el autor Perdomo (2010) que menciona en su estudio sobre la competitividad complementada con la calidad de un servicio, que en sí buscan la satisfacción de los clientes. De esta forma, se puede interpretar que en algunos casos la tecnología no pueda cubrir la necesidad de ciertos segmentos del mercado, esto también es mencionado por los expertos. Sin embargo, en hoteles con categorización de 5 estrellas (establecimientos cadena) son las que más buscan adaptarse a la actualidad y a las nuevas

tendencias, ya que estos establecimientos se pueden encontrar en diferentes partes del mundo en donde existe un porcentaje alto de usuarios que buscan la modernidad.

4.1.3 Discusión específica 2

Según el segundo objetivo específico referido a identificar el uso que dan los especialistas del sector a las herramientas tecnológicas en la gestión de calidad actual en hoteles de 5 estrellas en San Isidro 2021, según los expertos, el manejo de la tecnología dentro de las infraestructuras de la gestión de calidad se basan en el concepto modernidad ya que estos se pueden marcar como un servicio de excelencia. Un claro ejemplo de ello, es lo que se está viviendo actualmente por la pandemia ya que varios establecimientos de hospedaje han optado por protocolos modernos para salvaguardar la seguridad de sus usuarios, lo cual es accesible con el uso de herramientas tecnológicas y la buena gestión.

De cierto modo, se puede inducir que en algunos casos se puede crear o producir la percepción de calidad del servicio ofrecido en un usuario según se amerite, señala los autores González y Arciniegas (2015). Esto se puede contemplar con el ejemplo anterior de la pandemia, puesto que varios establecimientos juntos sus departamentos se han tenido que ir adaptando a estos nuevos protocolos con el fin de brindar comodidad y seguridad a sus clientes. Mencionado lo anterior, podemos decir que la flexibilidad del concepto calidad puede generar ciertas ventajas sobre otros establecimientos ya que estos son características que influyen al consumidor para su adquisición de servicios, según Iruita y Villanueva (2012).

4.1.4 Discusión específica 3

Según el tercer objetivo específico referido a determinar la relevancia del uso de las herramientas tecnológicas en la atención al cliente en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021, según algunos expertos señalan a la tecnología como un factor de cambio en la sociedad que busca generar satisfacción en sus necesidades; en este sentido, se le puede denominar a estas herramientas como un motor de progreso para el sector hotelero por el hecho que se puede brindar enfoques más centrados a lo que respecta a la fidelización y credibilidad del mercado objetivo. De igual forma, con el tiempo muchos procesos irán sofisticándose y llegarán hasta la modernidad que se convertirá en el nuevo hoy.

No obstante, como algunos expertos también agregan que esto puede depender también al tipo de experiencia esté buscando el turista, esto por el hecho que aún hay un porcentaje significativo de turistas solo buscan lo rustico o lo tradicional antes que la tecnología. Además, un hospedaje se caracteriza no solo por sus instalaciones sino también por el servicio que puede ofrecer el personal del mismo, ya que este es parte vital de la esencia del producto y servicio ofrecido. Es por ello que Ishikawa (1986) en su estudio menciona que estos 2 conceptos que regulan la creación de un servicio por parte de la organización y la percepción del resultado por parte del cliente, puede crear la resolución de satisfacción o no.

Limitaciones post-investigación

Debido a la situación actual, tanto por el porcentaje de infectados que hay a nivel nacional por el COVID-19 y los cronogramas de vacunación que se están dando, el presente

trabajo de investigación durante la recopilación de datos con los expertos surgieron algunas limitaciones por el motivo que aún se encuentran las restricciones e indicaciones brindadas por el Estado. Es por ello que toda comunicación con los expertos ha sido por mensajes en WhatsApp y Gmail, de igual manera las entrevistas han sido realizadas mediante la plataforma de Zoom. La segunda limitación fueron los cronogramas de entrevista que se coordinaban con los expertos por el motivo de las ajustadas agendas de los especialistas. La tercera limitación fue que hubo un cambio repentino de especialista, por parte de un miembro del grupo de colaboradores hoteleros, que por motivos laborales no pudo atender la entrevista; sin embargo, dejó encargado para brindar toda la información necesaria a uno de sus colaboradores el cual es jefe de área de recepción y reservas. A pesar de todas las limitaciones encontradas durante la realización de esta investigación, se pudo desarrollar sin demora alguna la cual permitió la realización y enfocar las mismas hacia el objetivo de este trabajo.

Implicancias de la investigación

Las implicancias del presente trabajo de investigación se agrupan en: implicancias prácticas, el valor teórico de la investigación e implicancias metodológicas.

Desde un punto de vista teórico, el estudio realizado ha permitido analizar a fondo sobre la influencia y aporte de estas herramientas en los servicios, las cuales cuentan con una base de las opiniones y experiencias sobre esta temática dando una perspectiva objetiva demostrando los positivos de este sector y que es un factor viable para mejorar la calidad.

Desde un punto de vista práctico, las conclusiones de esta investigación permiten entender el funcionamiento y la relevancia de los programas hoteleros en los establecimientos que ayudan a entender el alcance que puedan tener, esto mediante un enfoque analítico y la extensión en el sector y cómo las benefician.

Desde un punto de vista metodológico, la naturaleza del presente trabajo de investigación ha permitido un acercamiento de opinión más exacta gracias al método de recopilación de información que permitió analizar desde un enfoque más personal los puntos de vistas de cada especialista, lo cual permite un acercamiento a la realidad de los hospedajes en el país.

4.2 CONCLUSIONES

En relación con lo investigado, después de haber realizado un análisis durante de los resultados del presente trabajo con el propósito de cumplir los objetivos propuestos, se puede definir las siguientes conclusiones.

4.2.1 Conclusión general

La cual busca determinar los cambios que genera el uso operacional de las herramientas tecnológicas en la calidad del servicio desde la perspectiva de los especialistas del sector en hoteles de 5 estrellas en San Isidro 2021, con base a la información obtenida, se concluye lo siguiente:

No cabe duda que, en la actualidad, han surgido muchas oportunidades de crecimiento para los distintos establecimientos de hospedaje en el Perú al pasar del tiempo

gracias a la innovación tecnológica. Mencionado lo anterior, el acoplamiento de la tecnología con la estructura operacional de dichos establecimientos han ayudado a mantener un control total sobre la mayoría de los procesos en distintas áreas de los mismos. Un claro ejemplo de estos son los programas Zeus, Reserve, Envision, Concerto, Opera, Prio, HotSOS y SAP; los cuales son algunos de los softwares hoteleros utilizados por los establecimientos quienes fueron entrevistados nuestros especialistas. Gracias a estos programas ayudan a comprender la mayoría de funciones dentro del hospedaje (tanto administrativos como operativos) y estos permiten un aumento operacional significativo, optimizando operaciones para agilizar la atención. Asimismo, estos ayudan a analizar y recopilar datos para crear e implementar estrategias que faciliten aspectos administrativos, productivos y financieros. La retroalimentación que se obtienen de estos medios ayuda para que los encargados basen su toma de decisiones y elaboren estrategias para eludir o evitar puntos críticos que sean perjudiciales para el hospedaje, es por ello que la tecnología es vital como herramienta ya que va innovando en los procesos de los establecimientos y creando ventajas competitivas.

1. El primer objetivo específico referido a comprobar que tan influyente es el uso de las herramientas tecnológicas para mejorar la competitividad en hoteles de 5 estrellas en San Isidro 2021, se concluye que esta influencia puede variar según las preferencias de los clientes ya que estos pueden variar su perspectivas de atención, confort o otros factores, que ayudarán en el posicionamiento en el mercado. Por otro lado, si nos adentramos a la situación actual por la pandemia, estas herramientas han sido un plus para el servicio hacía los clientes ya que se evitaba el contacto y brindaba seguridad a sus usuarios; esto se le denomina como estrategia contactless, la cual ha ido

tomando fuerza en estos últimos periodos debido a las circunstancias y que es un medio necesario para que los hospedajes se adaptaran a nuevos protocolos y estrategias comerciales.

2. En relación con el segundo objetivo específico referido a identificar el uso que dan los especialistas del sector a las herramientas tecnológicas en la gestión de calidad actual en hoteles de 5 estrellas en San Isidro 2021, la investigación muestra que gracias a la inversión que se están llevando acabo de estas herramientas ha afectado de alguna forma a la calidad del sector hotelero, ya que por testimonio de nuestros especialistas estos generan una mejora la infraestructura de los departamentos de los mismos. Por otro lado, si bien ha reducido la participación del capital humano en algunas áreas, también ha permitido abrir algunos otros puestos los cuales se brinda un servicio más personalizado para sus clientes; el complemento operacional que brinda la tecnología con el capital humano dentro del establecimiento muestran un gran enfoque con lo que respecta a la calidad, ya que abarca un control de área muy amplio y los une un único feed.
3. Finalmente, en relación con el tercer objetivo específico referido a determinar la relevancia del uso de las herramientas tecnológicas en la atención al cliente en hoteles de 5 estrellas en San Isidro 2021, se concluye que el uso de herramientas tecnológicas externas como lo son las redes sociales (Facebook y Instagram) o portales de reservas (Booking, Expedia, etc.) son medios que ayudan a tener una relación más estrecha con los clientes para poder saber sus requerimientos para adquirir un servicio o dejar

un feedback para el mejoramiento del establecimiento. Gracias a lo estudiado en el presente trabajo, se puede apreciar el impacto que tienen el uso de estos portales tecnológicos, ya que implementan y modernizan ciertas estructuras que utilizan los clientes para brindar un ambiente agradable y actividades eficaces para una mejor experiencia, esto también se ve reflejado al momento de crear programas de fidelización al cliente.

4.3 RECOMENDACIONES

En base a todo el análisis obtenido de los resultados de la investigación e investigado de distintas fuentes verídicas, se precisa necesario realizar las siguientes recomendaciones:

4.3.1 Recomendación general

En relación con el objetivo general que buscaba determinar los cambios que genera el uso operacional de las herramientas tecnológicas en la calidad del servicio desde la perspectiva de los especialistas del sector en hoteles de 5 estrellas en San Isidro 2021, se recomienda tanto a los establecimientos como los mismos colaboradores siempre estar actualizados sobre nuevas herramientas tecnológicas y estar en busca de un punto de equilibrio en esta nueva metodología moderna. Para tener un mejor rendimiento en esta nueva era siempre se deberá buscar el adaptarse e innovar, porque tecnología como tal es una herramienta vital que ayuda como medio de estudio de mercado porque da énfasis en analizar, recopilar datos para crear e implementar estrategias.

1. En relación con el primer objetivo específico referido comprobar que tan influyente es el uso de las herramientas tecnológicas para mejorar la competitividad en hoteles de 5 estrellas en San Isidro 2021, es conveniente analizar todas las estrategias empleadas por la competencia para la captación de clientes o de qué manera ofrecen sus servicios. De igual manera, mantener un uso constante de las redes sociales ya que son el primer contacto que se tienen con los clientes, y la retroalimentación obtenida por estos medios es algo que va a tomar fuerza de a poco, esto se puede evidenciar en las cajas de comentarios, la puntuación y las sugerencias que dejan los clientes mientras experimentan el servicio. Por ello que la innovación tecnológica es parte vital para un establecimiento, ya que si no cuentas con ellos puede limitar muchos procesos.
2. En relación con el segundo objetivo específico referente a identificar el uso que dan los especialistas del sector a las herramientas tecnológicas en la gestión de calidad actual en hoteles de 5 estrellas en San Isidro 2021, el uso que se le puede brindar a estas herramientas es muy variada, y esto se puede ver reflejada en las funciones que realizan nuestros especialistas con las mismas en sus respectivas áreas. Por ello, siempre es recomendable que las estructuras que impongan los usuarios hoteleros de estas plataformas presenten una organización que sea eficaz y óptima. Esto mediante a la multifuncionalidad de los softwares, como lo son Cloudbeds, Hotelogix, WebRExPro como sistemas competitivos que ayudan a que la gestión de calidad. Por otro lado, si bien es importante mantener un figura sistematizada en las áreas también siempre es vital mantener la esencia de servicio eficaz controlando todos los puntos

críticos para mantener la calidad y con estos sistemas hoteleros se podrá lograr ese objetivo.

3. Finalmente, en relación con el tercer objetivo específico referente a determinar la relevancia del uso de las herramientas tecnológicas en la atención al cliente en hoteles de 5 estrellas en San Isidro 2021, el fuerte impacto de las redes sociales en la opinión pública sobre cualquier establecimiento, y es por ello que, se recomienda adaptarse a las nuevas tendencias digitales para tener un seguimiento a fondo de sus clientes o mostrar de una manera más dinámica la información sobre los servicios del establecimiento.

REFERENCIAS

Alagna, F. (2020). El uso de las TIC en la hotelería. Caso de estudio: La Plata. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de la Plata]. Repositorio Educativo Digital UNLP. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/105536>

Alonso Luengas, S. G. y Quijano Ramírez, C. C. (2019). Nivel competitividad de las pymes del sector hotelero en Bogotá, un análisis de sus factores determinantes. [Libro de postgrado, Universidad Santo Tomás]. Repositorio Educativo Digital USTA. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/17440>

Arias-Gómez, Jesús, & Villasís-Keever, Miguel Ángel, & Miranda Novales, María Guadalupe (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. [Fecha de Consulta 4 de Julio de 2021]. ISSN: 0002-5151. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=486755023011>

Ávila Toscano, J. H. (2012). *Redes sociales y análisis de redes: Aplicaciones en el contexto comunitario y virtual*. Corporación Universitaria Reformada. Colombia. Recuperado: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=511130>

Aznar, J. P. y Bagur, Ll. y Rocafort, A. (2016). Impacto de la calidad del servicio en la competitividad y rentabilidad: El sector hotelero en la costa catalana. *Intangible Capital*, 12(1), 147-166. [Fecha de Consulta 13 de Junio de 2021]. ISSN: 2014-3214. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54943657007>

Balcázar Nava, P., González-Arratia López-Fuentes, N. I., Gurrola Peña, G. M., & Moysén Chimal, A. (2013). *Investigación cualitativa*. México. Universidad Autónoma del Estado de México. <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/4641>

Bardales, G. (2019). Beneficios tributarios y su incidencia en la investigación científica, el desarrollo e innovación tecnológica de las empresas en el Perú 2014-2018. Lima - Perú: Repositorio Académico Universidad San Martín de Porres. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12727/4884>

Biblioteca Felipe Herrera. (2013). Manual de Orientación para Participar en Redes Sociales. Banco Interamericano de Desarrollo. Brasil. Recuperado: <https://openlibra.com/es/book/manual-de-orientacion-para-participar-en-redes-sociales>

Bravo Gomez, T. S. y Jayme Cruz, J. J. (2020). El uso de las TIC en hoteles del distrito de San Isidro, 2020. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Educativo Digital UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/56072>

Burgos Ruiz, R. I., Chuquiyaauri Atencio, L. A., Miguel Zacarías, M. S. y Guerra Turco, M. A. (2020). PLAN ESTRATÉGICO PARA HOTEL DE CINCO ESTRELLAS EN EL DISTRITO DE SAN ISIDRO PERIODO 2020-2024. [Tesis de postgrado, Universidad del Pacifico]. Repositorio Educativo Digital UP. <https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/2914>

Carbajal Morillo, N. E. y Gonzales Diaz, J. F. (2019). Exploración de técnicas de Lean Service para el sector hotelero en el Perú. [Tesis de pregrado, Universidad Católica San Pablo]. Repositorio Educativo Digital UCSP. <http://hdl.handle.net/20.500.12590/16611>

Carro Paz, R. y González Gómez, D. (2012). Administración de la Calidad Total. Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. [Fecha de Consulta 25 de Setiembre de 2021]. http://www.laqi.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf

COMEX PERÚ. (2019). Desempeño y competitividad turística en el Perú - Resultados en 2019. Recuperado: <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-turismo-001.pdf>

Corimanya Gamarra, W. R. (2018). Uso de las TIC, en las empresas hoteleras categoría tres estrellas de la ciudad de Arequipa, a julio del 2018. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio Educativo Digital UNAS. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/7929>

Dabas, E. (1993). Red de redes. Las prácticas de la intervención en redes sociales. Buenos Aires: Paidós.

Escudero Sánchez, C. L. y Cortez Suárez, L. A. (2018). Técnicas y Métodos Cualitativos para la Investigación Científica. Editorial UTMACH. Recuperado: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodosCualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf>

Figueroa Villanueva, Génesis m. (2020). Estudio de las nuevas tecnologías aplicadas en el campo del turismo y la hotelería. (Tesis de pregrado). Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Ecuador. <https://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/2050>

FORETUR (s.f.) Calidad de Servicio y Atención al Cliente en Hostelería. NOVASOFT. Recuperado: <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/26779.pdf>

Fuster Guillen, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. Propósitos y Representaciones, 7(1), 201-229. doi:<http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>

Goicochea Guevara, L. K. (2019). Percepción de la calidad de servicio por los huéspedes de un hotel de cinco estrellas en el distrito de San Isidro, 2019. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Educativo Digital UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/61564>

Gonzales Estrada, J. U. y Julca Rodríguez, L. M. (2005). Tecnologías de información aplicables al sector turismo en el Perú. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Educativo Digital UNMSM. <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/3171>

González Ortiz, O. C. y Arciniegas Ortiz, J. A. (2015). Sistemas de Gestión de Calidad: Teoría y Práctica bajo la norma ISO 9000 – 2015. Ecoe Ediciones. Recuperado: <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/09/Sistemas-de-gestio%CC%81n-de-calidad-1ra-Edicio%CC%81n.pdf>

Hernández, T. B., & García, L. O. (2008). Técnicas conversacionales para la recogida de datos en investigación cualitativa: La entrevista (I). NURE investigación: Revista Científica de enfermería, (33), 6.

Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). **Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta**, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p.

Hualpa Ccorimayo, E. P. (2018). Tecnologías de información y comunicación y su relación con la satisfacción de los turistas en hoteles de categoría cuatro estrellas de la ciudad de Puno 2018. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano].

Repositorio Educativo Digital UNAP.
<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/12945>

Iruita Alzueta, J. y Villanueva Roldán, P. M. (2012). SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD. [Libro de postgrado, Universidad Pública de Navarra]. Repositorio Educativo Digital UPNA. <https://academica-e.unavarra.es/handle/2454/5409>

Islas, O. y Ricaurte, P. (2013). Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de la ubicuidad / coordinado por Octavio Islas y Paola Ricaurte. 1a ed. México, D.F., México. Razón y Palabra. p. ISBN 978-607-00-7126-3.

Izquierdo, K. P., Alfonso, R. A., & Rodríguez, J. F. TÍTULO: METODOLOGÍA PARA LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN HOTELES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO. Recuperado: http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:t-OYVXmAR_gJ:scholar.google.com/+innovaci%C3%B3n+tecnol%C3%B3gica+en+hoteles&hl=es&as_sdt=0,5

León Arredondo, R. J. (2018). Calidad de servicio percibido por el huésped en el Royal Park Hotel, San Isidro, 2018. [Fecha de Consulta 9 de Setiembre de 2021]. Repositorio Educativo Digital UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/47263>

Loaiza Álvarez, R. (2018). Tecnología e Innovación + Ciencia e Investigación en América Latina. Editorial Corporación CIMTED. Colombia. Recuperado: <http://memoriascimted.com/wp-content/uploads/2017/01/Tecnolog%C3%ADa-e-innovaci%C3%B3n-libro-citici2018.pdf>

Marí Mollà, Ricard; Bo Bonet, Rosa M.; Climent, Cristina I. (2010) «Propuesta de análisis fenomenológico de los datos obtenidos en la entrevista». Universitas Tarraconensis. Revista de Ciències de l'Educació, Núm. 1, p. 113-133, <https://doi.org/10.17345/ute.2010.1.643>.

Mautino, J. y Ramirez, M. (2017). "CENTRO EMPRESARIAL-COMERCIAL EN SAN ISIDRO". [Tesis de postgrado, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio Educativo Digital URP. <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/urp/1017>

Mejía, M. Á. P. (2002). Modelo para la gestión estratégica de la calidad total: aplicación a la empresa agroalimentaria. EOI.

Millán-García, Carlos Hugo, & Gómez-Díaz, María del Rocío. (2018). Factores e indicadores de competitividad hotelera. *Compendium*, 21(40), [Fecha de Consulta 13 de Junio de 2021]. ISSN: 1317-6099. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88055200021>

MINCETUR. (2013). Brechas hoteleras en 7 ciudades de Perú. *T&L Tourism Leisure & Sports – Euro praxis*. Recuperado: <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/estudiosConsultorias/Brechas-hoteleras-en7-ciudadesdelperu-2013.pdf>

Municipalidad de San Isidro. (2021). Historia del distrito. Recuperado: <http://msi.gob.pe/portal/nuestro-distrito/historia-del-distrito/>

OMT. (2018). LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Y EL INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO SE UNEN PARA FOMENTAR LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO. Recuperado: <https://www.unwto.org/es/press-release/2018-08-08/la-organizacion-mundial-del-turismo-y-el-instituto-tecnologico-hoteler-se->

Ordúz, R. (2012). Aprender y educar con las tecnologías del siglo XXI. Corporación Colombia Digital. Colombia. [Fecha de Consulta 25 de Setiembre de 2021]. Recuperado: <https://libros.metabiblioteca.org/handle/001/502>

Ortega Albán, A. D. y Pacheco Moreira, P. N. (2020). Análisis de las preferencias de uso de tecnología durante el alojamiento por parte de los huéspedes de hoteles de primera categoría en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas. [Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio Educativo Digital UCSG. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/15385>

Ortiz Pabón, E. y Nagles García, N. (2013). Gestión de tecnología e innovación- Teoría, proceso y práctica. Bogotá: Universidad EAN, 2013.-- (Libro de investigación). 404 p. ISBN: 978-958-756-255-2. [Fecha de Consulta 25 de Setiembre de 2021]. <https://editorial.universidadean.edu.co/acceso-abierto/gestion-de-tecnologia-e-innovacion-ean.pdf>

Osorio Guzmán, M. (2015). Alternativas para nuevas prácticas educativas Libro 3. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC): Avances, retos y desafíos en la transformación educativa. Consejo de Transformación Educativa. México D.F. Recuperado: <https://www.transformacion-educativa.com/attachments/article/137/Libro%2003%20-%20Las%20tecnolog%C3%ADas%20de%20la%20informaci%C3%B3n%20y%20la%20comunicaci%C3%B3n.pdf>

Perdomo Burgos, A. (2010). Administración de los Costos de la Calidad: ISO 9001 y 14001. OHSAS 18001. D.F. [México]: Normalización y Certificación electrónica, A.C., 2010. <https://issuu.com/dayanabm4/docs/15039i>

Porter, Michael (2013). Ventaja competitiva, creación y sostenibilidad de un

rendimiento superior. México: Grupo Editorial Patria S.A. de CV.

Quecedo, Rosario, & Castaño, Carlos (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, (14) ,5-39. [Fecha de Consulta 4 de Julio de 2021]. ISSN: 1136-1034. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17501402>

Revilla Muñoz, O. y Carreras Montoto, O. (2018). *Accesibilidad Web. WCAG2.1 de forma sencilla*. Madrid: Itákora Press, 2018. – 297 p.: 14 il.; 23 cm. – ISBN 978-84—09-04553-2

Rivoir, A. L. y Morales, M. J. (2019). *TECNOLOGÍAS DIGITALES: Miradas críticas de la apropiación en América Latina*. CLACSO. Argentina. Recuperado: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20191128031455/Tecnologias-digitales.pdf>

Rodríguez, A. M. B., & García, O. R. (s.f.) *USO DEL MERCADEO DIGITAL EN EL SECTOR DE HOTELERÍA EN RISARALDA*. Universidad Libre Seccional Pereira. Colombia. Recuperado: https://www.researchgate.net/profile/Ana-Barrera-Rodriguez/publication/340827173_USO_DEL_MERCADEO_DIGITAL_EN_EL_SECTOR_DE_HOTELERIA_EN_RISARALDA/links/5e9fc1cea6fdcc20bb360918/USO-DEL-MERCADEO-DIGITAL-EN-EL-SECTOR-DE-HOTELERIA-EN-RISARALDA.pdf

Sánchez Limón, M., Zerón Félix, M. y Hernández García, P. (2019). *Tecnología e Innovación Empresarial. Compendio de Aportaciones a las Ciencias Administrativas*. México. Primera Edición. <http://acacia.org.mx/wp-content/uploads/2016/10/3.-Tecnologia-e-innovacio%CC%81n-empresarial.pdf>

Tigani, D. (2006). *Excelencia en Servicio*. 1° Edición. Liderazgo 21. [Fecha de Consulta 25 de Setiembre de 2021].

http://www.laqi.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf

Tomasini, A. A. (1990). Planeación estratégica y control total de calidad. Alianza Editorial. ISBN 968419966X

Torres Espinoza, C. D. (2016). Importancia del uso de las redes sociales para promocionar los servicios que ofrecen las cadenas hoteleras de Guayaquil. [Fecha de Consulta 9 de Setiembre de 2021]. Repositorio Educativo Digital UTMACH. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/9513>

Vergara Calderon, J. (2019). Herramientas digitales colaborativas para el fortalecimiento del aprendizaje en las aulas virtuales. [Tesis de postgrado, Universidad El Bosque]. Repositorio Educativo Digital UNBOSQUE. <http://hdl.handle.net/20.500.12495/2038>

Villa. J. P. (2014). Manual de atención a clientes y usuarios, una guía para reducir costes, mejorar las ventas y la calidad en las organizaciones públicas y privadas. PROFIT editorial. ISBN digital: 978-84-16115-11-2

ANEXOS

Anexo N°1: Guía de entrevista

GUIÓN PARA ENTREVISTA

PRESENTACIÓN:

Buenos días, mi nombre es Jhasmin Trucios soy estudiante de Turismo en la Universidad Privada del Norte. Actualmente me encuentro desarrollando mi trabajo de investigación sobre el desarrollo que están teniendo los hoteles en la actualidad dentro de la era digital y cómo éstos mejoran la calidad del servicio. Es por ello, que el motivo de esta entrevista es para saber sobre sus apreciaciones referente al tema. Para empezar, me gustaría saber un poco sobre usted y su trabajo en el sector.

(PRESENTACIÓN DEL ENTREVISTADO)

Herramientas tecnológicas

1. ¿Cómo ayudan las herramientas informáticas a los establecimientos de hospedaje en la flexibilidad de información para una estrategia comercial?
2. ¿Qué tipo de beneficios puede brindar el alcance de las herramientas tecnológicas en el rubro hotelero?
3. ¿Qué beneficios se obtiene de la interacción social en redes sociales con los clientes para un establecimiento hotelero?
4. ¿Cómo afecta la retroalimentación obtenida por redes sociales en la mejora de la calidad de servicios en el sector hotelero?
5. ¿De qué manera ayuda la innovación tecnológica con el crecimiento operacional en los hoteles?
6. ¿Qué tipo de ventajas genera la innovación tecnológica respecto a la eficacia laboral en el sector hotelero?

Calidad del servicio

7. ¿Cómo las herramientas tecnológicas mejoran el nivel de competitividad del sector hotelero respecto a sus servicios?
8. ¿Cree que la innovación operacional este sujeto al uso de la tecnología?
9. ¿Cómo ayudarían las herramientas tecnológicas a mejorar la gestión de calidad en el sector hotelero respecto al enfoque al cliente?
10. ¿El trabajo en conjunto de la tecnología con la participación del personal fomenta a la mejora en la calidad del servicio en el establecimiento?
11. ¿La inclusión de nueva tecnología en el sector hotelero genera una mejora en el grado de satisfacción al cliente respecto a sus servicios?
12. ¿Cómo los programas de fidelización de los establecimientos se ven afectados por la inclusión de la tecnología?

CIERRE:

No hay duda de que con el tiempo la industria hotelera irá cambiando con el tiempo. Muchas gracias por su tiempo para realizar esta entrevista.

AAnexo N°2: Validez de juicio de experto – Mónica Regalado

FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, el objeto de presentarle a usted el presente documento, es la de informarle la realización y verificación de la validez basada en el contenido de la tesis **“CAMBIOS QUE GENERA EL USO OPERACIONAL DE LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS ESPECIALISTAS DEL SECTOR EN HOTELES DE 5 ESTRELLAS EN SAN ISIDRO, 2021”**. Por consiguiente, solicito pueda evaluar los 12 ítems entre los criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

I. Datos Generales

Nombre y Apellido	MONICA REGALADA CHAMORRO		
Sexo:	Varón	Mujer	
Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título)	16 AÑOS		
Grado académico:	Bachiller	Magister	Doctor
Área de Formación académica	Clínica	Educativa	Social
	Organizacional	Otro:	
Áreas de experiencia profesional	TURISMO Y HOTELERÍA		
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años	10 años a mas

II. Breve explicación del constructo

Determinar los cambios que genera el uso operacional de las herramientas tecnológicas en la calidad del servicio desde la perspectiva de los especialistas del sector en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021.

III. Criterios de calificación

a. Relevancia

El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar la calidad del servicio en los establecimientos de hospedaje, se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem “Nada relevante para evaluar la calidad” (puntaje 0), “Poco relevante para evaluar la calidad” (puntaje 1), “Relevante para evaluar la calidad” (puntaje 2) y “Totalmente relevante para evaluar la calidad” (puntaje 3).

<i>Nada relevante</i>	<i>Poco relevante</i>	<i>Relevante</i>	<i>Totalmente relevante</i>
0	1	2	3

ITEMS		Relevancia			Coherente			Claridad			Sugerencias		
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS													
Nº	Accesibilidad												
1	¿Cómo ayudan las herramientas informáticas a los establecimientos de hospedaje en la flexibilidad de información para una estrategia comercial?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
2	¿Qué tipo de beneficios puede brindar el alcance de las herramientas tecnológicas en el rubro hotelero?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
Nº	Redes sociales												
3	¿Qué beneficios se obtiene de la interacción social en redes sociales con los clientes para un establecimiento hotelero?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
4	¿Cómo afecta la retroalimentación obtenida por redes sociales en la mejora de la calidad de servicios en el sector hotelero?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
Nº	Innovación tecnológica												
5	¿De qué manera ayuda la innovación tecnológica con el crecimiento operacional en los hoteles?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
6	¿Qué tipo de ventajas genera la innovación tecnológica respecto a la eficacia laboral en el sector hotelero?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
CALIDAD DEL SERVICIO													
Nº	Competitividad												
7	¿Cómo las herramientas tecnológicas mejoran el nivel de competitividad del sector hotelero respecto a sus servicios?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
8	¿Cree que la innovación operacional este sujeto al uso de la tecnología?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
Nº	Gestión de calidad												
9	¿Cómo ayudarían las herramientas tecnológicas a mejorar la gestión de calidad en el sector hotelero respecto al enfoque al cliente?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
10	¿El trabajo en conjunto de la tecnología con la participación del personal fomenta a la mejora en la calidad del servicio en el establecimiento?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
Nº	Atención al cliente												
11	¿La inclusión de nueva tecnología en el sector hotelero genera una mejora en el grado de satisfacción al cliente respecto a sus servicios?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
12	¿Cómo los programas de fidelización de los establecimientos se ven afectados por la inclusión de la tecnología?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3

Las alternativas de respuesta van de 1 al 4 y tienen las siguientes expresiones:

0 1 2 3
 Muv en desacuerdo Desacuerdo De acuerdo Muv de acuerdo

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	SUB CATEGORÍAS	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	Según Osorio (2015), la coordinadora general del Congreso Internacional de Transformación Educativa del Estado de México, sustenta que las herramientas tecnológicas en términos de gestiones administrativas se encargan de almacenar, procesar y transmitir data referente a las funciones operacionales de la misma organización.	Accesibilidad	Según Rivoir y Morales (2019), coordinadoras del citado libro, señalan como concepto que la accesibilidad es la flexibilidad de obtener la información las cuales se acomodan a las necesidades de los usuarios según lo requieran.	Flexibilidad de información Alcance	1;2
		Redes sociales	Según la Biblioteca Felipe Herrera (2013), perteneciente del Banco Interamericano de Desarrollo, señalan que las redes sociales son un tipo de sistemas que se encargan de la interacción social a partir del intercambio y creación de la información en distintos portales virales.	Interacción social Retroalimentación	3;4
		Innovación tecnológica	Según Loaiza (2018), magister y parte del comité editorial de CIMTED, alude que la innovación tecnológica es una herramienta que permite a las empresas tener un crecimiento enfocado a operaciones y la competitividad entre empresas.	Crecimiento operacional Eficacia laboral	5;6
CALIDAD DEL SERVICIO	Según Iruja y Villanueva (2012), autores del libro de gestión de calidad, mencionan que la calidad de servicio es un conjunto de características que ayudan a convertir un producto o insumo a algo idóneo que satisfaga las necesidades del cliente y supere sus expectativas, además que este elemento es una herramienta esencial que generan rentabilidad.	Competitividad	Según Alonso y Quijano (2019), autores del Nivel Competitividad de las pymes del sector hotelero en Bogotá, sustentan que la palabra competitividad nace en el emprendimiento de los colaboradores en donde desarrollan habilidades eficaces para desenvolverse en actividades.	Nivel de competitividad Innovación	7;8
		Gestión de calidad	Según González y Arciniegas (2015), autores del libro de sistemas de gestión de calidad, sustentan que la calidad es un bien o servicio la cual se puede crear o producir, este factor está basado en las normas ISO 9000 que es una guía que asegura mantener los procesos de calidad del producto y servicio ofrecido.	Enfoque al cliente Participación del personal	9;10
		Atención al cliente	Según FORETUR define este concepto como un elemento fundamental para brindar un servicio excelente, además se define también como un factor de éxito desplazando al producto ya que nace de la percepción de los clientes sobre algún producto y servicio.	Grado de satisfacción Fidelización	11;12


 Firma del estudiante
 Nombre: Angelica Jhasmin Trucios Asalde
 DNI: 72762580


 Firma del validador
 Nombre: Mónica Regalado Chamorro
 DNI: 41446703

Anexo N° 3: Validez de juicio de experto – Randolf Ñiquen

FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, el objeto de presentarle a usted el presente documento, es la de informarle la realización y verificación de la validez basada en el contenido de la tesis **“CAMBIOS QUE GENERA EL USO OPERACIONAL DE LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS ESPECIALISTAS DEL SECTOR EN HOTELES DE 5 ESTRELLAS EN SAN ISIDRO, 2021”**. Por consiguiente, solicito pueda evaluar los 12 ítems entre los criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

I. Datos Generales

Nombre y Apellido	RANDOLF NIQUEN LEVY		
Sexo:	<input checked="" type="checkbox"/> Varón	<input type="checkbox"/> Mujer	
Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título)	15 AÑOS		
Grado académico:	<input type="checkbox"/> Bachiller	<input checked="" type="checkbox"/> Magister	<input type="checkbox"/> Doctor
Área de Formación académica	<input type="checkbox"/> Clínica	<input checked="" type="checkbox"/> Educativa	<input type="checkbox"/> Social
	<input type="checkbox"/> Organizacional	Otro:	
Áreas de experiencia profesional	TURISMO Y HOTELERIA		
Tiempo de experiencia profesional en el área	<input type="checkbox"/> 2 a 4 años	<input type="checkbox"/> 5 a 10 años	<input checked="" type="checkbox"/> 10 años a mas

II. Breve explicación del constructo

Determinar los cambios que genera el uso operacional de las herramientas tecnológicas en la calidad del servicio desde la perspectiva de los especialistas del sector en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021.

III. Criterios de calificación

a. Relevancia

El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar la calidad del servicio en los establecimientos de hospedaje, se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem “Nada relevante para evaluar la calidad” (puntaje 0), “Poco relevante para evaluar la calidad” (puntaje 1), “Relevante para evaluar la calidad” (puntaje 2) y “Totalmente relevante para evaluar la calidad” (puntaje 3).

<i>Nada relevante</i>	<i>Poco relevante</i>	<i>Relevante</i>	<i>Totalmente relevante</i>
0	1	2	3

ITEMS		Relevancia			Coherente			Claridad			Sugerencias			
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS														
N°	Accesibilidad													
1	¿Cómo ayudan las herramientas informáticas a los establecimientos de hospedaje en la flexibilidad de información para una estrategia comercial?	0	1	2	3x	0	1	2	3x	0	1	2	3x	
2	¿Qué tipo de beneficios puede brindar el alcance de las herramientas tecnológicas en el rubro hotelero?	0	1	2	3x	0	1	2	3x	0	1	2	3x	
N°	Redes sociales													
3	¿Qué beneficios se obtiene de la interacción social en redes sociales con los clientes para un establecimiento hotelero?	0	1	2	3x	0	1	2	3x	0	1	2	3x	
4	¿Cómo afecta la retroalimentación obtenida por redes sociales en la mejora de la calidad de servicios en el sector hotelero?	0	1	2	3x	0	1	2	3x	0	1	2	3x	
N°	Innovación tecnológica													
5	¿De qué manera ayuda la innovación tecnológica con el crecimiento operacional en los hoteles?	0	1	2	3x	0	1	2	3x	0	1	2	3x	
6	¿Qué tipo de ventajas genera la innovación tecnológica respecto a la eficacia laboral en el sector hotelero?	0	1	2	3x	0	1	2	3x	0	1	2	3x	
CALIDAD DEL SERVICIO														
N°	Competitividad													
7	¿Cómo las herramientas tecnológicas mejoran el nivel de competitividad del sector hotelero respecto a sus servicios?	0	1	2	3x	0	1	2	3x	0	1	2	3x	
8	¿Cree que la innovación operacional este sujeto al uso de la tecnología?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	Pregunta cerrada puede responderse con un SINO
N°	Gestión de calidad													
9	¿Cómo ayudarían las herramientas tecnológicas a mejorar la gestión de calidad en el sector hotelero respecto al enfoque al cliente?	0	1	2	3x	0	1	2	3x	0	1	2	3x	
10	El trabajo en conjunto de la tecnología con la participación del personal fomenta a la mejora en la calidad del servicio en el establecimiento?	0	1x	2	3	0	1x	2	3	0	1x	2	3	Pregunta cerrada puede responderse con un SINO
N°	Atención al cliente													
11	¿La inclusión de nueva tecnología en el sector hotelero genera una mejora en el grado de satisfacción al cliente respecto a sus servicios?	0	1x	2	3	0	1x	2	3	0	1x	2	3	Pregunta cerrada puede responderse con un SINO
12	¿Cómo los programas de fidelización de los establecimientos se ven afectados por la inclusión de la tecnología?	0	1	2	3x	0	1	2	3x	0	1	2	3x	

Las alternativas de respuesta van de 1 al 4 y tienen las siguientes expresiones:

0 1 2 3

Muy en desacuerdo Desacuerdo De acuerdo Muy de acuerdo

Matriz de operacionalización de categorías

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	SUB CATEGORÍAS	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	Según Osonio (2015), la coordinadora general del Congreso Internacional de Transformación Educativa del Estado de México, sustenta que las herramientas tecnológicas en términos de gestiones administrativas se encargan de almacenar, procesar y transmitir data referente a las funciones operacionales de la misma organización.	Accesibilidad	Según Rivoir y Morales (2019), coordinadoras del citado libro, señalan como concepto que la accesibilidad es la flexibilidad de obtener la información las cuales se acomodan a las necesidades de los usuarios según lo requieran.	Flexibilidad de información Alcance	1;2
		Redes sociales	Según la Biblioteca Felipe Herrera (2013), perteneciente del Banco Interamericano de Desarrollo, señalan que las redes sociales son un tipo de sistemas que se encargan de la interacción social a partir del intercambio y creación de la información en distintos portales virales.	Interacción social Retroalimentación	3;4
		Innovación tecnológica	Según Loaiza (2018), magister y parte del comité editorial de CIMTED, alude que la innovación tecnológica es una herramienta que permite a las empresas tener un crecimiento enfocado a operaciones y la competitividad entre empresas.	Crecimiento operacional Eficacia laboral	5;6
CALIDAD DEL SERVICIO	Según Iruita y Villamueva (2012), autores del libro de gestión de calidad, mencionan que la calidad de servicio es un conjunto de características que ayudan a convertir un producto o insumo a algo idóneo que satisfaga las necesidades del cliente y supere sus expectativas, además que este elemento es una herramienta esencial que generan rentabilidad.	Competitividad	Según Alonso y Quijano (2019), autores del Nivel Competitividad de las pymes del sector hotelero en Bogotá, sustentan que la palabra competitividad nace en el emprendimiento de los colaboradores en donde desarrollan habilidades eficaces para desenvolverse en actividades.	Nivel de competitividad Innovación	7;8
		Gestión de calidad	Según González y Arciniegas (2015), autores del libro de sistemas de gestión de calidad, sustentan que la calidad es un bien o servicio la cual se puede crear o producir, este factor está basado en las normas ISO 9000 que es una guía que asegura mantener los procesos de calidad del producto y servicio ofrecido.	Enfoque al cliente Participación del personal	9;10
		Atención al cliente	Según FORETUR define este concepto como un elemento fundamental para brindar un servicio excelente, además se define también como un factor de éxito desplazando al producto ya que nace de la percepción de los clientes sobre algún producto y servicio.	Grado de satisfacción Fidelización	11;12

Firma del estudiante
Nombre: Angelica Jhasmin Trucios Asalde
DNI: 72762580

Firma del validador
Randolf Niqun Levy
DNI: 41356371

Anexo N° 4: Validez de juicio de experto – Adrián Colomer

FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, el objeto de presentarle a usted el presente documento, es la de informarle la realización y verificación de la validez basada en el contenido de la tesis **"CAMBIOS QUE GENERA EL USO OPERACIONAL DE LAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS ESPECIALISTAS DEL SECTOR EN HOTELES DE 5 ESTRELLAS EN SAN ISIDRO, 2021"**. Por consiguiente, solicito pueda evaluar los 12 ítems entre los criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

I. Datos Generales

Nombre y Apellido	ADRIAN COLOMER WINTER		
Sexo:	<input checked="" type="checkbox"/> Varón	<input type="checkbox"/> Mujer	
Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título)	4 AÑOS		
Grado académico:	<input type="checkbox"/> Bachiller	<input checked="" type="checkbox"/> Magister	<input type="checkbox"/> Doctor
Área de Formación académica	<input type="checkbox"/> Clínica	<input checked="" type="checkbox"/> Educativa	<input type="checkbox"/> Social
	<input type="checkbox"/> Organizacional	Otro:	
Áreas de experiencia profesional	EMPRENDIMIENTO EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA		
Tiempo de experiencia profesional en el área	<input checked="" type="checkbox"/> 2 a 4 años	<input type="checkbox"/> 5 a 10 años	<input type="checkbox"/> 10 años a mas

II. Breve explicación del constructo

Determinar los cambios que genera el uso operacional de las herramientas tecnológicas en la calidad del servicio desde la perspectiva de los especialistas del sector en hoteles de 5 estrellas en San Isidro, 2021.

III. Criterios de calificación

a. Relevancia

El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar la calidad del servicio en los establecimientos de hospedaje, se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem "Nada relevante para evaluar la calidad" (puntaje 0), "Poco relevante para evaluar la calidad" (puntaje 1), "Relevante para evaluar la calidad" (puntaje 2) y "Totalmente relevante para evaluar la calidad" (puntaje 3).

<i>Nada relevante</i>	<i>Poco relevante</i>	<i>Relevante</i>	<i>Totalmente relevante</i>
0	1	2	3

ITEMS		Relevancia			Coherente			Claridad			Sugerencias		
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS													
N°	Accesibilidad												
1	¿Cómo ayuda la flexibilidad de información en la toma de decisiones dentro del sector hotelero y en la mejora de sus servicios?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
2	¿Qué tipo de alcance tendrán las herramientas tecnológicas en el desarrollo operacional de un establecimiento de hospedaje?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
N°	Redes sociales												
3	¿Qué tipo de ventajas estratégicas puede tener la interacción social dentro de las redes sociales para el sector hotelero?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
4	¿Cuáles son las plataformas que ayudan al sector hotelero a obtener la retroalimentación necesaria para la mejora de sus servicios?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
N°	Innovación tecnológica												
5	¿Cuáles son las herramientas tecnológicas que ayudan al crecimiento operacional del establecimiento de hospedaje?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
6	¿Qué tipo de ventajas administrativas generan las TIC en la eficacia laboral del sector hotelero?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
CALIDAD DEL SERVICIO													
N°	Competitividad												
7	¿De qué manera las TIC fomentan el nivel de competitividad en el sector hotelero en el distrito de San Isidro?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
8	¿Qué clase de innovación operacional o estratégica tendrían los establecimientos al incluir las herramientas tecnológicas?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
N°	Gestión de calidad												
9	¿Qué tipo de estrategias complementarias crean las TIC para un mejor enfoque al cliente?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
10	¿Cómo la participación del personal ayuda a mejorar los procesos operativos dentro del sector hotelero en el distrito de San Isidro?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
N°	Atención al cliente												
11	¿Considera que la inclusión de las TIC en los servicios hoteleros son catalizadores para un aumento en el grado de satisfacción a clientes?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
12	¿De qué manera los programas de fidelización al cliente cuentan con una correlación con las TIC para crear estrategias?	0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3

Las alternativas de respuesta van de 1 al 4 y tienen las siguientes expresiones:

1 2 3 4

Muy e

Matriz de operacionalización de categorías

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	SUB CATEGORÍAS	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	Según Osorio (2015), la coordinadora general del Congreso Internacional de Transformación Educativa del Estado de México, sustenta que las herramientas tecnológicas en términos de gestiones administrativas se encargan de almacenar, procesar y transmitir data referente a las funciones operacionales de la misma organización.	Accesibilidad	Según Rivoir y Morales (2019), coordinadoras del citado libro, señalan como concepto que la accesibilidad es la flexibilidad de obtener la información las cuales se acomodan a las necesidades de los usuarios según lo requieran.	Flexibilidad de información Alcance	1;2
		Redes sociales	Según la Biblioteca Felipe Herrera (2013), perteneciente del Banco Interamericano de Desarrollo, señalan que las redes sociales son un tipo de sistemas que se encargan de la interacción social a partir del intercambio y creación de la información en distintos portales virales.	Interacción social Retroalimentación	3;4
		Innovación tecnológica	Según Loaiza (2018), magister y parte del comité editorial de CIMTED, alude que la innovación tecnológica es una herramienta que permite a las empresas tener un crecimiento enfocado a operaciones y la competitividad entre empresas.	Crecimiento operacional Eficacia laboral	5;6
CALIDAD DEL SERVICIO	Según Iruita y Villanueva (2012), autores del libro de gestión de calidad, mencionan que la calidad de servicio es un conjunto de características que ayudan a convertir un producto o insumo a algo idóneo que satisfaga las necesidades del cliente y supere sus expectativas, además que este elemento es una herramienta esencial que generan rentabilidad.	Competitividad	Según Alonso y Quijano (2019), autores del Nivel Competitividad de las pymes del sector hotelero en Bogotá, sustentan que la palabra competitividad nace en el emprendimiento de los colaboradores en donde desarrollan habilidades eficaces para desenvolverse en actividades.	Nivel de competitividad Innovación	7;8
		Gestión de calidad	Según González y Arciniegas (2015), autores del libro de sistemas de gestión de calidad, sustentan que la calidad es un bien o servicio la cual se puede crear o producir, este factor está basado en las normas ISO 9000 que es una guía que asegura mantener los procesos de calidad del producto y servicio ofrecido.	Enfoque al cliente Participación del personal	9;10
		Atención al cliente	Según FORETUR define este concepto como un elemento fundamental para brindar un servicio excelente, además se define también como un factor de éxito desplazando al producto ya que nace de la percepción de los clientes sobre algún producto y servicio.	Grado de satisfacción Fidelización	11;12


 Firma del estudiante
 Nombre: Angélica Jhasmin Trucios Asalde
 DNI: 72762580


 Firma del validador
 Nombre: Adrián Colomer Winter
 CE: 000969101