



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Servicios Turísticos

“CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS HOTELES DE
HUANCHACO, 2019”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Servicios Turísticos

Autor:

Luciana Alejandra Mannucci Valverde

Asesor:

Dra. Gaby Mónica Felipe Bravo

Trujillo - Perú

2019

DEDICATORIA

A mi madre, por su inagotable motivación y ejemplo de perseverancia.

A mis abuelos Julia y Foncho, por su apoyo y cariño incondicional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en especial a mi asesora la Dra. Gaby Felipe Bravo por bríndame su apoyo y las pautas necesarias para finalizar este trabajo de tesis.

A los administradores y personal de front desk de los hoteles de Huanchaco, sin cuya colaboración, tiempo y paciencia no hubiera sido posible desarrollar esta investigación.

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
TABLA DE CONTENIDOS	4
LISTA DE TABLAS	5
LISTA DE ANEXOS.....	6
RESUMEN.....	7
ABSTRACT	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	9
I.1. Realidad problemática	9
I.2. Formulación del problema.....	18
I.3. Objetivos	18
I.4. Hipótesis.....	19
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	20
2.1. Tipo de investigación.....	20
2.2. Población y muestra	20
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	23
2.4. Procedimiento	23
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	25
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	33
4.1. Discusión.....	33
4.2. Conclusiones	39
REFERENCIAS	41
ANEXOS.....	46

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Distribución de Tamaños Muestrales	22
Tabla 2: Distribución por género de los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019. .	25
Tabla 3: Distribución por edad de los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019. ...	25
Tabla 4: Distribución de la procedencia de los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019.	26
Tabla 5: Distribución por motivo de la visita de los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019.	26
Tabla 6: Distribución por conformación del grupo de viaje de los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019.	27
Tabla 7: Distribución por alojamiento utilizado por los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019.	27
Tabla 8: Distribución por frecuencia de visita de los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019.	28
Tabla 9: Distribución de la valoración por dimensiones del modelo SERVPERF	28
Tabla 10: Distribución de la valoración por ítems de las dimensiones del modelo SERVPERF. ...	29
Tabla 11: Distribución de la valoración general sobre la calidad del servicio de los hoteles de Huanchaco, 2019.	31
Tabla 12: Distribución por Intensión de recomendación de los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019.	31

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia	46
Anexo 2 Instrumento de recolección de datos	48
Anexo 3 Tabla de resultados obtenidos de la aplicación del instrumento del modelo SERVPERF en los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019.....	50
Anexo 4 Categorización de la evaluación de las dimensiones del modelo SERVPERF, según escala.	58
Anexo 5 Tabla de las sugerencias brindadas por los clientes encuestados	59
Anexo 6 Directorio de hoteles en Huanchaco.	62
Anexo 7 La Libertad - Trujillo - Huanchaco: Indicadores mensuales de ocupabilidad de establecimientos de hospedaje colectivo, 2018 (Ene-Dic).....	63
Anexo 8 Autorización para la realizar encuesta en el Hotel Bracamonte	64
Anexo 9 Autorización para la realizar encuesta en el Hotel El Sombrero	65
Anexo 10 Autorización para la realizar encuesta en el Hotel Riviera Muchik.....	66
Anexo 11 Autorización para la realizar encuesta en el Hotel Libertad.....	67
Anexo 12 Autorización para la realizar encuesta en el Hotel Sol de Huanchaco.....	68
Anexo 13 Autorización para la realizar encuesta en el Hotel Caballito de Totora	69
Anexo 14 Autorización para la realizar encuesta en el Hotel Huankarute.....	70
Anexo 15 Autorización para la realizar encuesta en el Hotel Mama Tina.....	71

RESUMEN

Es primordial que los destinos turísticos desarrollen una oferta de calidad para enfrentarse con mayores posibilidades de éxito ante sus competidores, siendo el servicio de alojamiento de gran importancia en la actividad turística el conocimiento de su situación actual es vital para determinar y abordar los problemas existentes en el sector. El objetivo de esta investigación fue determinar el nivel de la calidad del servicio para los clientes de los hoteles de Huanchaco. El estudio fue cuantitativo, no experimental, transversal, descriptivo. La muestra fue conformada por 329 clientes de los 9 hoteles ubicados en Huanchaco. Se utilizó el instrumento del modelo SERVPERF que permitió medir la calidad de servicio en base a la percepción que el usuario tiene sobre cinco dimensiones: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad. Aplicado el cuestionario se concluye que la calidad del servicio para los clientes de los hoteles de Huanchaco es de nivel “Bueno”. Se recomienda desarrollar estrategias para mejorar aquellos ítems que fueron percibidos por un porcentaje de los participantes como de nivel “regular” a “muy deficiente”.

Palabras clave: Calidad del servicio, SERVPERF, cliente.

ABSTRACT

It is essential that tourist destinations develop a quality offer to face off their competitors with greater chances of success and because of the importance that accommodation service has for the tourist activity the knowledge about its current situation turns into vital to identify and address the existing problems in the sector. The objective of this investigation was to determine the level of service quality that hotels located in Huanchaco have for their clients. The study was quantitative, not experimental, transversal, and descriptive. The sample was formed by 329 clients of 9 hotels located in Huanchaco. The instrument of the SERVPERF model was used to measure the quality of service based on the user's perception about five dimensions: tangibility, reliability, responsiveness, assurance and empathy. Once the questionnaire has been applied, it is concluded that the service quality that hotels located in Huanchaco have for their clients is “Good”. It is recommended to develop strategies to improve those items that were perceived by a percentage of the participants as "regular" to "very poor".

Key words: Service quality, SERVPERF, client.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

I.1. Realidad problemática

En la actualidad, la actividad turística se ha consolidado como una de las industrias más importantes del planeta, igualando o incluso superando a la de productos alimentarios, exportaciones de petróleo o a la automovilística. Para la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018) en este nuevo milenio el turismo además de ser una industria promotora de la preservación cultural y la protección del medio ambiente, juega un rol principal en la economía figurando como la fuente de origen del 10% del PBI mundial y de uno de cada diez empleos existentes. Panorama sustentado en el crecimiento de un 7% de la llegada de turistas internacionales durante el 2017, muy por encima de la previsión a largo plazo de la OMT de 3,8% al año para el periodo 2010 a 2020, registrándose un total de 1.326 millones de arribos de turistas internacionales en destinos de todo el mundo que a su vez generaron 1,34 billones de dólares americanos.

Debido a las cifras antes mencionadas, muchos son los países que vienen priorizando el aprovechamiento de las bondades de este sector y ante un nuevo universo de alternativas de viajes es innegable el reto que enfrentan los destinos turísticos, ya sea a nivel nacional, regional o mundial, para desarrollar un nivel de competitividad cada vez mayor, con el objetivo de enfrentarse así con mayores posibilidades de éxito ante las ofertas de sus destinos competidores (Acerenza, 2009). Así pues, es primordial que los destinos desarrollen una oferta de calidad que sea capaz de captar las corrientes turísticas internacionales, satisfacerlas y generar fidelización hacia el destino.

Dentro de este escenario cabe resaltar al servicio de alojamiento como uno de los componentes esenciales de la oferta turística, junto con los servicios de recreación, transporte y restauración, acentuándose su importancia debido a que de la duración de

la estadía depende la cantidad y tipo de servicios que el turista utilice y disfrute; con lo cual se incrementa a su vez el ingreso económico a la comunidad local al igual que los correspondientes niveles de empleo y calidad de vida.

La importancia de las empresas hoteleras en la actividad turística se presenta también en el hecho de que muchas de estas no son simplemente un sitio para pernoctar, sino que son consideradas en muchos casos como atractivo turístico, los cuales incluyen gran variedad de servicios como restauración, comercio, recreación, comunicación y transporte; llegando incluso en algunos casos a agrupar y combinar todos los componentes de la actividad turística (Briceño, 2000). Por ello, el servicio de alojamiento constituye un soporte estratégico de gran importancia en la actividad turística y, el conocimiento de su situación actual es vital para determinar y abordar los problemas existentes en el sector (Oreja, 2000).

En el Perú, el sector Turismo no ha dejado de crecer es así como en 2017 generó 400 mil empleos directos y en 2018, con 4.4 millones de llegadas de turistas internacionales, movió US\$ 8.135,8 millones logrando una participación del 3,80% en el producto bruto interno del país (Producto Bruto Interno: PBI) (Observatorio Turístico del Perú, 2018), siendo las tres grandes actividades económicas que contribuyeron con este indicador: el transporte de pasajeros (carretera, aéreo, acuático, ferroviario y alquiler de vehículos), la provisión de alimentos y bebidas y el alojamiento para visitantes.

Para mantener esta tendencia creciente la OMT (2016) releva la importancia de la calidad y la necesidad de que esté presente en toda la experiencia turística, considerando la misma como un proceso que debe conllevar a satisfacer todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores. En tal sentido, los países despliegan un arduo trabajo para lograr que sus productos y destinos

turísticos sean distinguidos por su calidad. En este marco, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) desarrolló el Plan Nacional de Calidad Turística de Perú, un instrumento que busca consolidar un posicionamiento líder del país como destino turístico reconocido por la calidad de su oferta turística. (CALTUR 2017)

En el plano nacional, en 2018 se tuvo un total de 55,5 millones de arribos a establecimientos hoteleros, de los cuales 8 millones corresponden a extranjeros y 47,5 millones a nacionales, logrando un avance del 7% respecto a 2017. Lamentablemente en ese mismo año se registró que de los 22.157 establecimientos de hospedaje existentes en Perú 18.613 no se encuentran categorizados y solo 3.544 si lo están, especificándose que de estos últimos el 28,7% son hoteles tres estrellas (MINCETUR, 2019); esto quiere decir que hay más de un 80% de establecimientos de los que se deduce no tienen las condiciones necesarias para brindar el servicio que satisfaga la demanda actual, que se compone de turistas cada vez más informados y exigentes, y que por lo tanto no son un aporte positivo para la competitividad que se requiere. Esta realidad quizás explique el por qué la permanencia promedio en hoteles bajó a 1,3 días desde los 1,4 días de 2017, según lo reportado por la consultora Maximixe (2019).

A nivel de la región La Libertad, la situación de informalidad está presente en un 75% de los establecimientos de hospedaje, que a pesar de estar inscritos en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) y ofertar sus servicios en páginas como Booking.com no se encuentran certificados por la Gerencia Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía – La Libertad (GERCETUR, 2019). Cabe señalar, que el contexto descrito tiene gran influencia no solo en la percepción del turista sobre el hotel, sino también, sobre la imagen de la ciudad y del país visitado.

Descendiendo al plano local, en el balneario de Huanchaco, el desarrollo de los Juegos Bolivarianos del 2014 impulsó al municipio a llevar a cabo un trabajo de inspección a establecimientos de hospedaje concluyendo que el 20% de estos no estaba apto para recibir turistas por incumplimiento de la norma y sobre todo por falta de certificación de Defensa Civil (Diario El Comercio, 2014). Asimismo, las estadísticas siguen sin presentar un contexto favorecedor pues incluso el número de turistas que arribaron en Huanchaco bajó de 141.512 en 2013 hasta los 134.332 en el 2017, según cifras brindadas por la Municipalidad Distrital de Huanchaco (2019). Pese a ello, el número de establecimientos hoteleros aumentaron de 67 en 2016 a 70 para diciembre del 2018, aunque solo 20 de estos se encuentran debidamente registrados, clasificados y categorizados por GERCETUR (2019).

El término “calidad” aunque es usado con mucha frecuencia en la actualidad tiene un significado que es percibido de diversas maneras y que ha ido evolucionando a la par que lo ha hecho la economía, desde la aplicación de la idea a conceptos industriales hasta su aplicación a empresas de servicios en general. Crosby (1988), señala que calidad es la conformidad con requerimientos, claramente establecidos y cuyas mediciones deben ser tomadas continuamente; dando un enfoque reactivo y orientado hacia la inspección y el control. En tanto, Juran (1996) planteó que la calidad significa la satisfacción del cliente externo e interno, y las características del producto y la falta de deficiencias son las principales determinantes de la satisfacción; definiendo la calidad como “una adecuación para el uso” en el contexto que la opinión del usuario indica que la calidad está en el uso real del producto o servicio.

El término calidad según Vásquez (2007) debería ser comprendido por la alta dirección de las organizaciones actuales como el logro de la satisfacción de los clientes a través del establecimiento adecuado de todos sus requisitos y el cumplimiento de los mismos

con procesos eficientes; es así que la calidad se ha convertido en una necesidad estratégica para sobrevivir en mercados altamente competitivos.

Definiciones más recientes como la de la Norma ISO 9000 (2015) plantean que la calidad está determinada por la capacidad de satisfacer a los clientes, y por el impacto previsto y el no previsto sobre las partes interesadas pertinentes.

Esto nos permite dilucidar dos claras tendencias:

(1) La calidad objetiva que se enfoca en la perspectiva del productor, siendo su objetivo básico la eficiencia motivo por el cual es utilizada en actividades que se puedan estandarizar; y (2) la calidad subjetiva enfocada en el consumidor, en la medida en que dicha calidad se obtiene a través de la determinación y el cumplimiento de las necesidades, deseos y expectativas de los clientes.

De acuerdo a la OMT (2003) la calidad en turismo es “el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, entre otros. Igualmente, la OMT (2010) precisa lo siguiente:

- La calidad turística debe evaluarse por el nivel de satisfacción del turista pues es un “resultado” que se alcanza y se percibe en un momento determinado.
- La calidad necesita de un trabajo de retroalimentación y mejora constante, dado que una alta satisfacción provoca incremento de expectativas en los consumidores futuros.
- La percepción de la calidad es altamente subjetiva, pues cada cliente es diferente y cada uno de ellos es influenciado por diversos modificadores de expectativas.

- A fin de cumplir con las exigencias respecto a los servicios se debe atender con efectividad tanto la dimensión intangible y de valoración subjetiva como aquella perfectamente cuantificable que la calidad turística contiene.
- Se puede ocasionar insatisfacción, e incluso frustración, con la experiencia de visita si no se cumple con los criterios de calidad considerados los mínimos exigibles de cualquier visitante.

En el trabajo de investigación realizado por Duque, Edison, Palacios y Deison (2017) sobre “Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó”, se valida que la evaluación de la calidad percibida de los servicios ofrecidos al consumidor es necesaria y de gran importancia, para que las empresas hoteleras alcancen un desempeño cada vez superior y establezcan políticas, estrategias y tácticas para conseguirlo, a partir de la retroalimentación que reciben de sus clientes. Encontrando a su vez que el modelo SERVPERF es adecuado para el tipo de análisis planteado; pues, con respecto a la calidad percibida de los servicios en empresas hoteleras, podemos afirmar que el total de dimensiones propuestas por este modelo (Seguridad, confiabilidad, capacidad de respuesta, tangibilidad y empatía) constituyen un instrumento fiable y válido.

Cronin y Taylor (1992) quienes llegaron a la conclusión de que el modelo SERVQUAL no es el más adecuado para evaluar la calidad del servicio, propusieron el modelo SERVPERF que debe su nombre a la exclusiva atención que presta a la valoración del desempeño (Service Performance) para la medida de la calidad de servicio. Para afirmar que su modelo es más adecuado que el SERVQUAL, se apoyaron en los problemas de interpretación del concepto de expectativa, en su variabilidad en el transcurso de la prestación del servicio y en su redundancia respecto a las percepciones, puesto que estas están influenciadas por las expectativas. Cabe

señalar que la escala de este modelo está compuesta por los mismos ítems y dimensiones que el SERVQUAL considera determinantes de la calidad:

- Elementos tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
- Confiabilidad: habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma segura y precisa.
- Capacidad de respuesta: disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido.
- Seguridad: conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza (agrupa a las anteriores dimensiones denominadas como profesionalidad, cortesía, credibilidad y seguridad).
- Empatía: muestra de interés y nivel atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes (agrupa a los anteriores criterios de accesibilidad, comunicación y comprensión del usuario).

González, M., Frías, R., Gómez, O. (2016), en su trabajo de investigación, menciona que la calidad percibida del servicio desde la perspectiva de satisfacción del cliente externo, es un elemento básico para comprender sus necesidades y expectativas. Por las ventajas que esto representa, buscó, mediante el uso del cuestionario SERVPERF, medir y analizar la calidad de servicio de un hotel del Polo de Varadero, obteniendo valores por encima del valor neutro y relativamente próximos al valor máximo de la escala de medición aplicada.

Monsalve y Hernández (2015) en su estudio “Análisis de la calidad del servicio de los hoteles PYMES de Bucaramanga y su área metropolitana”, utilizaron un cuestionario diseñado bajo la escala de medición Likert y aplicaron un focus group para analizar la calidad del servicio de los hoteles, permitiéndoles obtener resultados con los que

concluyeron que se podría generalizar la metodología utilizada en este proyecto, adaptando el instrumento de recolección de la información al contexto en que se desea aplicar. Sin embargo, una de sus grandes limitaciones es que, dependiendo de la ubicación, prestigio y categorización de los hoteles, el usuario considera aspectos de calidad diferentes, lo cual puede incidir notoriamente en los resultados. Por ello destacan la metodología SERVQUAL, al ser la única en considerar tanto las expectativas como las percepciones de los clientes al momento de medir la calidad de un servicio.

Cueva (2015) en su investigación “Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones, Piura-Perú” señala que, dada la subjetividad de los servicios, es difícil determinar el nivel de calidad de un servicio y su impacto en los resultados de la empresa. Además, la calidad de servicio es un concepto abstracto, de naturaleza compleja, cuya evaluación incorpora dos componentes claramente subjetivos: las expectativas y percepciones de los clientes.

Cornejo, Hidalgo, Lazo y Yáñez (2017) en su investigación titulada “Calidad en las Empresas del Sector Hoteles del Perú” tuvieron el propósito de medir el nivel de calidad de las empresas hoteleras, para lo cual utilizaron un instrumento de 35 preguntas que fue aplicado a 169 hoteles de tres a cinco estrellas registrados en MINCETUR y llegaron a la conclusión de que aquellos hoteles con un Sistema de Gestión de Calidad tienen diferencias significativas con aquellas empresas que no tienen un SGC de acuerdo al modelo TQM en los nueve factores de Calidad; Alta Gerencia, Planeamiento de la Calidad, Auditoría y Evaluación de la Calidad, Diseño del Producto, Control y Mejoramiento del Proceso, Entrenamiento y Educación, Círculos de Calidad y Enfoque hacia la Satisfacción del Cliente.

Miranda (2018) en su investigación “Calidad de servicio y satisfacción al cliente en el Hostal Scorpio” realizada en Trujillo- Perú, mediante el uso del cuestionario SERVQUAL, modificado y adaptado por Cabello y Chirinos (2010), demostró estadísticamente que existe relación significativa entre la calidad de atención y satisfacción del cliente.

Calvanapón (2017) en su investigación sobre “Calidad de servicio en los hoteles boutique de la ciudad de Trujillo” propuso determinar la calidad de servicio que brindan los hoteles boutique en la ciudad de Trujillo. Para ello, aplicó una encuesta dirigida a los trabajadores de los hoteles boutique teniendo en cuenta las dimensiones de fiabilidad, empatía y capacidad de respuesta; asimismo, elaboró una ficha de observación, basado en otras dos dimensiones: Elementos tangible y seguridad. Esto le permitió concluir que la calidad de servicio que brindan los hoteles boutique en la ciudad de Trujillo es buena, a pesar de que aún falta mejorar e implementar equipos y áreas que son requisitos mínimos e indispensables según el reglamento de establecimiento de hospedaje.

En base a la literatura recopilada, se puede mencionar que el servicio de los establecimientos de hospedaje forma parte de la experiencia global del turista, por lo cual la calidad percibida en estos es asociada de inmediato a la calidad del destino turístico; logrando influir en la decisión de retorno y recomendación por parte del turista. Bajo esta premisa, es clara la necesidad de analizar la percepción del turista sobre la calidad de servicio durante su estadía en los establecimientos de hospedaje.

Así pues, la metodología SERVPERF funciona como instrumento de apoyo para las diferentes empresas, de tal manera que puedan orientar sus esfuerzos en mejorar aquellos aspectos que sean percibidos de un nivel de calidad deficiente por los usuarios. En ese sentido, el presente estudio podrá constituir una herramienta para la

identificación de oportunidades de mejora y el desarrollo estrategias que permitan lograr la fidelización de los usuarios de los servicios de hospedaje en Huanchaco, siendo el rubro escogido aquellos que cuentan con la clasificación de hotel.

Finalmente, este trabajo desarrollado en el marco de la carrera de Administración y Servicios Turísticos, podrá ser valorado para la producción de nuevas investigaciones que colaboren a la mejora de la oferta turística de Huanchaco.

I.2. Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de la calidad del servicio para los clientes de los hoteles de Huanchaco, 2019?

I.3. Objetivos

I.3.1. Objetivo general

Determinar el nivel de la calidad del servicio para los clientes de los hoteles de Huanchaco, 2019.

I.3.2. Objetivos específicos

- Identificar la calidad del servicio para los clientes en relación a la dimensión de tangibilidad de los hoteles de Huanchaco, 2019.
- Identificar la calidad del servicio para los clientes en relación a la dimensión de fiabilidad de los hoteles de Huanchaco, 2019.
- Identificar la calidad del servicio para los clientes en relación a la dimensión de capacidad de respuesta de los hoteles de Huanchaco, 2019.
- Identificar la calidad del servicio para los clientes en relación a la dimensión de empatía de los hoteles de Huanchaco, 2019.
- Identificar la calidad del servicio para los clientes en relación a la dimensión de seguridad de los hoteles de Huanchaco, 2019.

I.4. Hipótesis

El nivel de la calidad del servicio para los clientes de los hoteles de Huanchaco es “Bueno”.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

La presente investigación según su naturaleza es de nivel “Cuantitativo” y según su finalidad es “Aplicada”, ya que utiliza la teoría para obtener resultados.

En cuanto a su diseño, es de tipo “No experimental” pues no se modificó intencionalmente la variable estudiada; “Transversal” porque se observaron y recolectaron datos en un tiempo único; y “Descriptiva” ya que buscó brindar detalles de la variable.

En esta investigación, se trabaja con la variable de “Calidad del servicio”, no hubo manipulación de variable y se tomaron los datos en un tiempo único.

X1

Dónde:

X1: La calidad del servicio

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

La población objetivo de esta investigación estuvo conformada por los individuos que hicieron uso de los servicios hoteleros de Huanchaco, teniendo en cuenta solo a aquellos establecimientos que GERCETUR-La Libertad (2019) certifica como hoteles en base al cumplimiento de los requisitos exigidos por la normativa para hospedajes de nuestro país. Es así que se tomó en cuenta a los clientes de 9 de los 20 establecimientos registrados por GERCETUR-La Libertad, los mismos que cuentan con aproximadamente el 54.48% del total de plazas-cama.

Además, gracias a los “Indicadores mensuales de ocupabilidad de establecimientos de hospedaje colectivo de Huanchaco (2018)” se determinó una población de 2 113 individuos, teniendo en cuenta el indicador de Plazas-Cama y la Tasa Neta de Ocupabilidad de camas en el mes (TNOC % en el mes).

2.2.2. Muestra

En el marco de un método de muestreo aleatorio estratificado con asignación proporcional se determinó que la muestra de estudio está conformada por 329 clientes de los servicios hoteleros de Huanchaco, haciendo uso de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\sum_{i=1}^l N_i P_i Q_i}{NE + \frac{1}{N} \sum_{i=1}^l N_i P_i Q_i} = 329 ; E = \frac{d^2}{Z^2 \left(\frac{1+\gamma}{2} \right)} ; d = 0.05$$

Donde:

n= Tamaño de muestra

N= Tamaño de la población (N=2113)

N_i = Tamaño de la i-ésima población o estrato.

P_i = Probabilidad de éxito en el i-ésimo estrato.

Q_i = Probabilidad de fracaso en el i-ésimo estrato.

E= Error de estimación

Asimismo, se obtuvieron los tamaños muestrales para cada servicio hotelero, distribuidos en la siguiente tabla:

Tabla 1

Distribución de Tamaños Muestrales

Hotel	ni
El Sombrero	46
Bracamonte	40
Caballito De Titora	42
Plazza's	42
Huankarute	35
Riviera Muchik	33
Libertad - Huanchaco	31
Mama Tina	28
Sol De Huanchaco	32
Total	329

Fuente: Datos obtenidos a partir de la aplicación del muestreo estratificado simple.

2.2.3. Criterios de selección

2.2.3.1. Criterios de inclusión

- Establecimientos de hospedaje certificados por GERCETUR- La Libertad.
- Establecimientos de hospedaje clasificados como hoteles.
- Establecimientos de hospedaje ubicados en Huanchaco.
- Individuos que pernoctan en los establecimientos de hospedaje de Huanchaco.

2.2.3.2. Criterios de exclusión

- Establecimientos de hospedaje que no permitan el ingreso a sus instalaciones para la recolección de datos.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.3.1. Técnica de recolección de datos

Encuesta aplicada a los clientes que pernoctaron en los hoteles de Huanchaco.

2.3.2. Instrumento de recolección de datos

Para llevar a cabo esta investigación se utilizó como instrumento el cuestionario del modelo SERVPERF el cual mide la calidad del servicio basado en cinco dimensiones: tangibilidad, empatía, seguridad, confiabilidad y capacidad de respuesta.

2.3.3. Análisis de datos

El estudio es de tipo descriptivo, en el cual se recopila, organiza, resume y presenta la información con la finalidad informativa. Para tal efecto, se elaboraron e interpretaron tablas, gráficos y estadísticos descriptivos a fin de cumplir con todos los objetivos trazados en esta investigación.

2.4. Procedimiento

2.4.1. Diseño del instrumento

Se inició con la investigación de fuentes bibliográficas para la elaboración del marco teórico, a partir del cual se estableció como instrumento de recolección al cuestionario del modelo SERVPERF.

La validez del contenido del cuestionario se realizó a través de la valoración de 3 expertos. Mientras que para obtener la confiabilidad se aplicó una muestra piloto a 25 clientes del Hotel el Sombrero donde se calculó el coeficiente de alfa de Cronbach, ya que el cuestionario fue elaborado en una escala basada en tipo Likert con cinco alternativas de respuesta, obteniéndose un resultado de 0.9147 lo que indica que el instrumento presenta un nivel de confiabilidad elevada.

2.4.2. Organización de la recolección de datos

Se visitó los hoteles de Huanchaco solicitando conversar con los administradores o encargados de cada uno de estos establecimientos, exponiendo ante ellos la necesidad de conocer la calidad de servicio percibida por sus clientes a fin de que se permita la recolección de datos mediante encuesta. Luego se solicitaron, a la secretaria académica de la Universidad Privada del Norte, la elaboración de cartas de presentación dirigidas a los administradores de los hoteles de Huanchaco a fin de obtener por escrito una forma de autorización para proceder con la recolección de datos.

A continuación, se realizaron las coordinaciones necesarias con los administradores y recepcionistas de los hoteles a fin de aplicar oportunamente los cuestionarios al check-out de sus clientes.

2.4.3. Registro de información y análisis de datos

Una vez terminada la etapa de recolección de datos se procedió a hacer el vaciado de estos en un libro del programa Microsoft Excel versión 2016, considerando la cantidad de encuestas aplicadas, los ítems y la puntuación obtenidas en cada uno de ellos. Luego los datos se pasaron al software IBM-SPSS v25, donde se realizó un análisis estadístico y se elaboraron gráficos, tablas, así como la descripción e interpretación de los mismos.

Finalmente, obtenidos y expuestos los resultados se contrastaron con los antecedentes encontrados, procediendo con la discusión, conclusiones y recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Tras encuestar a 329 clientes de los hoteles de Huanchaco, el análisis de los resultados permitió identificar las dimensiones relacionadas con la calidad de servicio que deben recibir mayor atención e inversión por parte de estos establecimientos de hospedaje, dado que vivimos en un mercado altamente competitivo donde la calidad del servicio que el cliente reciba es fundamental para mantenerse en el mercado.

Tabla 2

Distribución por género de los clientes es encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019.

Género	Fi	%
Masculino	166	50.5
Femenino	163	49.5
Total	329	100.0

Nota: Elaboración con los resultados obtenidos del software SPSS versión 25.0

En la tabla 2, se muestra que el 50.5% (166 participantes) de los clientes encuestados son de género masculino y el 49.5% (163 participantes) femenino, demostrando equilibrio en cuanto a la participación por género.

Tabla 3

Distribución por edad de los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019.

Edad	Fi	%	Hi%
20 a menos	45	13.7	13.7
21 a 35	153	46.5	60.2
36 a 50	105	31.9	92.1
51 a 65	26	7.9	100.0
Total	329	100.0	

Nota: Elaboración con los resultados obtenidos del software SPSS versión 25.0

En la presente tabla se observa que los clientes encuestados con una mayoría del 46.5% pertenecen a un rango de edad de 21 a 35 años, mientras que en menor porcentaje

encontramos a aquellos entre 51 a 65 años de edad siendo solo el 13.7% de los participantes.

Tabla 4

Distribución de la procedencia de los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019.

Procedencia	Fi	%	Hi%
Brasil	16	4.9	4.9
España	10	3.0	7.9
Chile	22	6.7	14.6
Perú	240	72.9	87.5
Otro	41	12.5	100.0
Total	329	100.0	

Nota: Elaboración con los resultados obtenidos del software SPSS versión 25.0

En la tabla 4 se aprecia que el mayor porcentaje de los clientes encuestados proceden de Perú, un total 72.9% (240 participantes). Siendo esto reflejo de la realidad a nivel nacional, pues según datos de MINCETUR (2018) de los arribos a establecimientos de hospedaje 85.6% (47.5 millones) fueron visitantes nacionales y solo el 14.4% fueron visitantes internacionales.

Tabla 5

Distribución por motivo de la visita de los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019.

Motivo	fi	%	Hi%
Vacaciones, recreación u ocio	150	45.6	45.6
Familiar	67	20.4	66.0
Negocios	48	14.6	80.5
Otro	64	19.5	100.0
Total	329	100	

Nota: Elaboración con los resultados obtenidos del software SPSS versión 25.0

Esta tabla presenta la distribución porcentual de los motivos de visita de los clientes, siendo el principal vacaciones, recreación u ocio (turismo), conformado por el 45.6%

(150 participantes), y en último lugar negocios representado por el 14.6% (48 participantes).

Tabla 6

Distribución por conformación del grupo de viaje de los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019.

Usted viaja	fi	%	Hi%
Solo	77	23.4	23.4
Con mi pareja	124	37.7	61.1
Con mi familia	70	21.3	82.4
Con mis amigos	58	17.6	100.0
Total	329	100	

Nota: Elaboración con los resultados obtenidos del software SPSS versión 25.0

En la tabla 6, se observa que 37.7% (124 participantes) de los clientes viaja con su pareja, mientras que solo el 17.6% (58 participantes) lo hace con amigos.

Tabla 7

Distribución por alojamiento utilizado por los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019.

Establecimiento	Fi	%
El Sombrero	46	14.0
Bracamonte	40	12.2
Caballito de Titora	42	12.8
Plazza's	42	12.8
Huankarute	35	10.6
Riviera Muchik	33	10.0
Libertad – Huanchaco	31	9.4
Mama Tina	28	8.5
Sol de Huanchaco	32	9.7
Total	329	100.0

Nota: Elaboración con los resultados obtenidos del software SPSS versión 25.0

La tabla 7 muestra que el mayor porcentaje de clientes encuestados provienen del hotel El Sombrero, conformado por 14.0% (46 participantes), mientras que el 8.5% (28 participantes) provienen del hotel Mama Tina.

Tabla 8

Distribución por frecuencia de visita de los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019.

Visitas anteriores	fi	%	Hi%
0	160	48.6	48.6
1	99	30.1	78.7
2 a 4	61	18.5	97.3
Más de 5	9	2.7	100
Total	329	100	

Nota: Elaboración con los resultados obtenidos del software SPSS versión 25.0

En esta tabla se observa que el 48.6% de los participantes se hospedaron por primera vez en el hotel donde fueron encuestados, mientras que el 51.4% tuvieron una a más visitas anteriores.

Tabla 9

Distribución de la valoración por dimensiones del modelo SERVPERF

Dimensión	Muy deficiente	%	Deficiente	%	Regular	%	Bueno	%	Muy bueno	%	Total	%
Tangibilidad	2	0.6%	15	4.6%	64	19.5%	155	47.1%	93	28.3%	329	100.0%
Confiabilidad	1	0.3%	24	7.3%	40	12.2%	125	38.0%	139	42.2%	329	100.0%
Capacidad de respuesta	1	0.3%	7	2.1%	52	15.8%	122	37.1%	147	44.7%	329	100.0%
Empatía	1	0.3%	8	2.4%	53	16.1%	137	41.6%	130	39.5%	329	100.0%
Seguridad	1	0.3%	8	2.4%	31	9.4%	109	33.1%	180	54.7%	329	100.0%

Nota: Elaboración con los resultados obtenidos del software SPSS versión 25.0

La presente tabla muestra la distribución porcentual de la percepción por las dimensiones consideradas en el modelo SERVPERF, donde se puede apreciar que el 54.7% (180 participantes) percibieron la dimensión seguridad como “muy buena”, siendo este el mayor porcentaje de aprobación que una dimensión recibió. Por el contrario, se tiene la dimensión tangibilidad que fue percibida por el 24.7% de clientes encuestados de “regular” a “muy deficiente”.

Tabla 10

Distribución de la valoración por ítems de las dimensiones del modelo SERVPERF.

Dimensión	Ítems	Valoración										Total	%
		Muy deficiente	%	Deficiente	%	Regular	%	Bueno	%	Muy bueno	%		
Tangibilidad	N° 01	6	1.8%	31	9.4%	92	28.0%	116	35.3%	84	25.5%	329	100.0%
	N° 02	4	1.2%	20	6.1%	65	19.8%	140	42.6%	100	30.4%	329	100.0%
	N° 03	1	0.3%	7	2.1%	24	7.3%	148	45.0%	149	45.3%	329	100.0%
	N° 04	7	2.1%	22	6.7%	87	26.4%	137	41.6%	76	23.1%	329	100.0%
	N° 05	13	4.0%	35	10.6%	84	25.5%	106	32.2%	91	27.7%	329	100.0%
Confiabilidad	N° 06	0	0.0%	11	3.3%	41	12.5%	137	41.6%	140	42.6%	329	100.0%
	N° 07	2	0.6%	16	4.9%	38	11.6%	133	40.4%	140	42.6%	329	100.0%
	N° 08	1	0.3%	10	3.0%	39	11.9%	133	40.4%	146	44.4%	329	100.0%
	N° 09	4	1.2%	18	5.5%	51	15.5%	142	43.2%	114	34.7%	329	100.0%
Capacidad de respuesta	N° 10	2	0.6%	2	0.6%	51	15.5%	117	35.6%	157	47.7%	329	100.0%
	N° 11	2	0.6%	4	1.2%	51	15.5%	125	38.0%	147	44.7%	329	100.0%
	N° 12	2	0.6%	1	0.3%	43	13.1%	156	47.4%	127	38.6%	329	100.0%
	N° 13	2	0.6%	9	2.7%	64	19.5%	142	43.2%	112	34.0%	329	100.0%
Empatía	N° 14	4	1.2%	11	3.3%	50	15.2%	136	41.3%	128	38.9%	329	100.0%
	N° 15	0	0.0%	15	4.6%	43	13.1%	152	46.2%	119	36.2%	329	100.0%
	N° 16	2	0.6%	11	3.3%	82	24.9%	115	35.0%	119	36.2%	329	100.0%
	N° 17	2	0.6%	4	1.2%	42	12.8%	144	43.8%	137	41.6%	329	100.0%
	N° 18	15	4.6%	21	6.4%	43	13.1%	98	29.8%	152	46.2%	329	100.0%
Seguridad	N° 19	4	1.2%	6	1.8%	15	4.6%	127	38.6%	177	53.8%	329	100.0%
	N° 20	1	0.3%	6	1.8%	15	4.6%	127	38.6%	180	54.7%	329	100.0%
	N° 21	0	0.0%	6	1.8%	35	10.6%	159	48.3%	129	39.2%	329	100.0%
	N° 22	1	0.3%	18	5.5%	22	6.07%	108	32.8%	180	54.8%	329	100.0%

Nota: Elaboración con los resultados obtenidos del software SPSS versión 25.0

La tabla 10 muestra la percepción de los clientes encuestados respecto a ítems correspondientes a cada una de las dimensiones del modelo SERVPERF, permitiendo apreciar que en cuanto la dimensión tangibilidad el ítem 3: *El personal del hotel tienen una apariencia limpia y agradable* es percibido por el 45.3% de los participantes como “Muy bueno”; mientras que el ítem calificado de “Regular” a “Muy deficiente” por un mayor porcentaje de los participantes, el 40.1%, fue el ítem 5: *El hotel cuenta con mobiliario y equipos modernos y en buen estado*.

Respecto a la dimensión Confiabilidad, el ítem 8: *El personal del hotel cuenta con las habilidades y conocimientos necesarios para prestar correctamente los servicios solicitados* alcanzó ser calificado como “Muy bueno” por 44.4% de los encuestados, a diferencia del ítem 9: *En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares del hotel recibo un servicio de calidad* que es visto de “Regular” a “Muy deficiente” por el 22.2% de los clientes encuestados.

En el caso de la dimensión Capacidad de respuesta, el ítem 10: *El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme* es considerada como “Muy bueno” por el 47.7% de los participantes; por lo contrario, el 22.8% considera de “Regular” a “Muy deficiente” el ítem 13: *Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel sé que me ayudarán a conseguirlo*.

Los resultados obtenidos en la dimensión Empatía presentan que tanto el ítem 15: *El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo (a), como en casa* como el ítem 18: *El hotel tiene un horario de trabajo conveniente para todos sus huéspedes* fueron percibidos por un 46.2% de los clientes encuestados como “Bueno” y “Muy bueno” respectivamente; contradictoriamente el ítem 18 también alcanzó el mayor porcentaje de participantes que calificaron de “Regular” a “Muy deficiente”, un total de 24.1%.

En cuanto a la dimensión Seguridad, el ítem 22: *El hotel se preocupa y asegura que los huéspedes se mantengan al margen de todo tipo de daños, riesgos y dudas*. logró alcanzar dentro de las cinco dimensiones, con un 54.8%, la mayor cantidad de clientes encuestados que calificaron un ítem como “Muy bueno”.

Tabla 11

Distribución de la valoración general sobre la calidad del servicio de los hoteles de Huanchaco, 2019.

Nivel de Percepción	Fi	hi%	Hi%
Muy deficiente	0	0.0	0.0
Deficiente	1	0.3	0.3
Regular	42	12.8	13.1
Bueno	139	42.2	55.3
Muy bueno	147	44.7	100.0
Total	329	100.0	

Nota: Elaboración con los resultados obtenidos del software SPSS versión 25.0

La tabla 11 muestra que el 44.7% (147 individuos) y el 42.2% (139 individuos) de los clientes encuestados percibieron como “muy bueno” y “bueno” respectivamente el nivel de calidad del servicio de los hoteles de Huanchaco, una indiscutible mayoría frente al 12.8% que la valoró como “regular” y sólo el 0.3% como “deficiente”.

Tabla 12

Distribución por Intensión de recomendación de los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019.

Recomendaría	fi	%
Si	265	80.5
No	12	3.6
No estoy seguro	52	15.8
Total	329	100.0

Nota: Elaboración con los resultados obtenidos del software SPSS versión 25.0

Según la tabla 12, el 80.5% (265 participantes) de los clientes encuestados, estarían dispuestos a recomendar el hotel donde se encontraba hospedado, mientras que el 3.6% (12 participantes) no estarían dispuestos a recomendarlos, en tanto que el 15.8% (52 participantes) no se encuentran seguros de ello.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

El término calidad es citado con mucha frecuencia por los gestores de las industrias y su definición ha ido evolucionando a la par que lo ha hecho la economía, puesto que la importancia que tiene para la viabilidad de las empresas el ofrecer un producto o servicio que cumpla con los parámetros necesarios para generar satisfacción de los clientes y por ende crecimiento en las ventas ha sido la justificación de muchos autores para estudiar este concepto. Investigadores como Poon (1993), indican que la competitividad del establecimiento debe focalizarse en una mejor calidad de servicio y en la búsqueda de elementos diferenciadores, convirtiendo a la calidad en un aspecto clave para la industria hotelera al demostrar una relación positiva entre: calidad, satisfacción del consumidor, intencionalidad de compra y recomendación posterior. Esta relación también se puede apreciar en los resultados de la presente investigación, pues la calidad del servicio hotelero siendo calificada en promedio como de nivel “bueno”, logró que el 80.5% de los usuarios mencionaran que estaban dispuestos a recomendar el establecimiento, dato del que se deduce favorece las ventas de los hoteles investigados así como su permanencia en un mercado donde varios establecimientos se han visto en la necesidad de cesar funciones ante la dramática disminución de flujo de turistas en Huanchaco (El Comercio, 2018)

En el sector turístico, el servicio hotelero puede denominarse producto-servicio ya que se apoya tanto en elementos tangibles como en aspectos intangibles lo cual vuelve complicado establecer parámetros que determinen su calidad. Reisinger (2001) reconoce las características únicas de los servicios hoteleros y a su vez la alta dependencia que estos tienen de la satisfacción del cliente al considerarse un servicio de consumo único y que por ende solo debería ser juzgado por el huésped que disfrutó

del mismo. Por ello, dentro de la literatura sobre la industria de servicio, se llega a definir a la calidad como la evaluación que el cliente realiza acerca de la superioridad o excelencia global del producto (Parasuraman, Zeithmal y Berry 1988), centrándose así en la percepción del cliente sobre el nivel de desempeño del servicio prestado (Cronin y Taylor 1992). Esta conceptualización en relación al objetivo de esta investigación, el cual fue: determinar el nivel de la calidad del servicio de los hoteles de Huanchaco, conllevó a que se evaluara la pertinencia de los modelos SERVQUAL y SERVPERF, metodologías para el estudio y medición de la calidad que sobresalen al haber sido empleadas en una gran variedad de estudios aplicados en hoteles. Sin embargo, Cronin y Taylor (1992) señalan que SERVPERF es más adecuado que el SERVQUAL, apoyándose en los problemas de interpretación del concepto de expectativa, en su variabilidad en el transcurso de la prestación del servicio y en su redundancia respecto a las percepciones, puesto que la percepción de un cliente se encuentra influenciada por sus expectativas. Por ello para el presente trabajo se optó por la escala SERVPERF que es más concisa al estar basada exclusivamente en la valoración de las percepciones, aunque con evaluación similar a la escala SERVQUAL al estar compuesta por los mismos ítems y dimensiones que esta considera: tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Este estudio muestra que el 75.4% de clientes encuestados percibieron como “muy buena” y “buena” la dimensión tangibilidad en los hoteles de Huanchaco. A diferencia del trabajo de Horna (2014) quien, en base a SERVPERF buscó describir la calidad de los servicios hoteleros de Huanchaco, obtuvo como resultado que en promedio se valora esta dimensión como “mala”; quizás esto se deba a que en su investigación no se consideró la categoría o clasificación del servicio de hospedaje, basándose netamente en la percepción de los turistas extranjeros de quienes se sobreentiende

están acostumbrados a una mejor infraestructura, equipos, entre otros aspectos, y que además por el hecho de encontrarse, en su mayoría, de vacaciones por supuesto esperan encontrar lo mejor en cuanto a esta dimensión en un balneario denominado turístico. Considerando que la presente investigación se desarrolló incluyendo tanto a individuos nacionales (72.9%) como extranjeros (27.1%), se halló que los clientes sin importar su nacionalidad esperan siempre lo mejor, esto ha permitido deducir que desde el 2014 a la actualidad los servicios hoteleros de Huanchaco han mejorado en cuanto infraestructura, equipamiento y mobiliario; en respuesta a la fiscalización eventual a establecimiento formales por parte de GERCETUR o la municipalidad, a la simple necesidad de los negocios de mantenerse a flote permaneciendo atractivos para la demanda o por la apertura de establecimiento con infraestructura, mobiliario y equipos nuevos como es el caso de hotel El Sombrero y Riviera Muchik.

Por otro lado, el 24.7% de individuos aún perciben la tangibilidad de estos servicios en forma negativa, valor influenciado principalmente por que un 40.1% de los encuestados consideran de “regular” a “muy deficiente” el ítem 5: El hotel cuenta con mobiliario y equipos modernos y en buen estado. Dado este escenario se recomienda a los administradores de los hoteles objeto de estudio implementar acciones para la mejora y mantenimiento de las instalaciones físicas, el mobiliario y los equipos tecnológicos, de manera que les permita brindar mayor confort a los clientes.

En donde se coincide con el estudio realizado por Horna (2014) es en que el criterio con la medida promedio más alta fue la empatía, siendo esta una característica de gran importancia al permitir que los colaboradores de los hoteles puedan establecer una conexión con el cliente ocasionando una mejor respuesta a las necesidades de estos y su subsecuente satisfacción, coincidiendo los resultados obtenidos en que más de un 70% de los clientes encuestados calificó como “bueno” y “muy bueno” casi todos los

ítems de esta dimensión debido a que el personal de los hoteles se muestran atentos a las necesidades y deseos de sus clientes, brindándoles una atención exclusiva y logrando que estos se sientan cómodos como en casa. A pesar de ello, debido a que un 24.1% de los participantes calificaron de “regular” a “muy deficiente” el ítem 18 de la encuesta, se recomienda a los encargados de los establecimientos evaluados que consideren horarios más convenientes o flexibles para cada servicio que se brinda dentro del hotel, informen de los mismos adecuadamente durante el check-in y desarrollen alternativas que satisfagan la necesidades que sus clientes tengan al respecto, por ejemplo algunos sugieren que se extienda el horario de atención en el bar y restaurante, pues es inconveniente para ellos salir durante la noche, ante lo cual se podría sugerir equipar la habitación con un Coffe kit y colocar algunos snacks de pago adicional, o contar con información de locales cercanos que puedan ofrecer servicio de delivery.

Los resultados también muestran que los clientes califican como “buena” la capacidad de respuesta del personal de los establecimientos incluidos en este estudio, en especial por la predisposición que muestran a pesar de que hay casos en los que no pueden ayudarlos por requerir de algo especial que no se encuentra en el hotel. Al respecto, Calvanapón (2017), quien desarrollo su investigación enfocada en la calidad de servicio en los hoteles boutique de la ciudad de Trujillo, dentro de sus conclusiones considera que este criterio se ve afectado por la presencia de colaboradores que no se encuentran preparados para dar una solución o respuesta inmediata debido a que son nuevos, por el constante cambio de personal que se produce muchas veces por la falta de cumplimiento de pago y/o sueldo bajo. Una realidad que puede estar repitiéndose en Huanchaco como respuesta a la baja en ventas que los administradores expresan tienen que enfrentar.

En cuanto a la confiabilidad, definida como la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa (Cronin, 1992), al igual que la empatía y la capacidad de respuesta está directamente relacionada con la performance de los colaboradores, pues de su capacidad depende que los servicios prometidos por los hoteles de forma previa a su prestación sean cumplidos correctamente. Teniendo en cuenta la naturaleza de esta dimensión, la presente investigación encontró que el 22.2% de los clientes encuestados califican de “regular” a “muy deficiente” el ítem 9: En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares del hotel recibo un servicio de calidad , entendiéndose que la principal debilidad es la constancia en la calidad con la que se presta el servicio, pudiendo ser consecuencia de la carencia de estándares mas no de las habilidades y conocimientos del personal de los hoteles, pues estos fueron calificados como “muy bueno” y “bueno” por el 44.4% y 40.4% de los encuestados respectivamente; por lo contrario Calvanapón (2017), concluye que la dimensión fiabilidad, se logra conocer mediante el portal TripAdvisor donde se observa opiniones y comentarios acerca de la experiencia vivida que reflejan el cumplimiento de promesas a sus huéspedes, el interés en solucionar problemas y el servicio eficaz, además de que los hoteles boutique de Trujillo en su libro de reclamaciones no tienen queja alguna lo que es un indicador de ausencia de errores esto se debe a que han implementado políticas, estrategias y tácticas para el buen desarrollo, asimismo encuentra que el 65% del personal de los hoteles cuenta con estudios universitarios de lo cual se deduce también tienen las habilidades y conocimientos necesarios para brindar un excelente servicio. Acorde a los resultados obtenidos en este estudio se recomienda brindar al personal de los hoteles de Huanchaco las herramientas necesarias mediante el desarrollo de un manual de funciones y procesos a fin de

uniformizar el servicio y el establecimiento de un programa de capacitaciones para todo el personal.

Finalmente, teniendo en cuenta que la región La Libertad contiene trece de los distritos de mayor incidencia de crimen y violencia del Perú (Diario Gestión, 2019) se esperaría que la dimensión seguridad sea calificada como “muy deficiente” pues en este punto el contexto socio demográfico en el que se encuentra el hotel influye en gran medida en la percepción del huésped; sin embargo, SERVPERF evalúa la seguridad teniendo solo en cuenta los factores que son de dominio del hotel logrando en esta investigación una calificación promedio de “bueno”, influenciada principalmente por el ítem 22: El hotel se preocupa y asegura que los huéspedes se mantengan al margen de todo tipo de daños, riesgos y dudas (54.8%) que calificaron un ítem como “muy bueno”; asimismo, Calvanapón (2017) concluye que la seguridad en los hoteles boutique de Trujillo es excelente teniendo en cuenta también indicadores que son de dominio del hotel como la tenencia de licencias y certificados que garantizan la protección del huésped, la señalización correcta, botiquín, extintores vigentes, caja de seguridad, etc., además de la discreción que el trabajador tiene acerca de la información del huésped. Horna (2014) encontró que los turistas extranjeros que pernoctaban en Huanchaco calificaron en promedio como regular la dimensión seguridad, debido a especulaciones sobre robos que se efectuaron dentro del establecimiento generando desconcierto y desconfianza, resultados contrarios a los expuestos en el presente estudio y que nos dejan apreciar la mejora que se ha tenido. Cabe mencionar que la seguridad llega a ser para los hoteles una característica de vital importancia pues genera una ventaja al momento en que los turistas se deciden por el lugar donde hospedarse, así como lo afirman Andrade & Loor (2014), en su tesis titulada “Desarrollo de un sistema de Calidad: Hotel Cabañas Balandra” donde identificaron que los clientes se sienten

seguros al dejar sus pertenencias dentro de las habitaciones, siendo este el motivo principal al ser elegido para hospedarse.

4.2. Conclusiones

- La calidad del servicio para los clientes de los hoteles de Huanchaco es en promedio de nivel “Bueno”: siendo calificada solo por el 0.3% de los participantes como “deficiente”, por el 12.8% como “regular”, por el 42.2% como “bueno” y por el 44.7% como “muy bueno”.
- Para el cliente la dimensión tangibilidad en los hoteles de Huanchaco es en promedio “Bueno”; siendo la apariencia agradable del personal su principal fortaleza, al ser calificada por un 45.3% de los encuestados como “muy bueno”, e identificándose como el principal punto a mejorar el tipo y estado de conservación del mobiliario y los equipos presentes en los hoteles.
- Para el cliente la dimensión confiabilidad en los hoteles de Huanchaco es en promedio “Bueno”; siendo percibida de forma negativa (de “regular” a “muy deficiente”) solo por el 19.8% de los encuestados, principalmente por la falta de constancia en cuanto a la calidad del servicio brindado, mientras que el 38.0% y el 42.2% de los individuos encuestados perciben esta dimensión como “bueno” y “muy bueno” respectivamente, sobre todo gracias a las habilidades y conocimientos que el personal de los hoteles de Huanchaco demuestran.
- Para el cliente la dimensión capacidad de respuesta en los hoteles de Huanchaco es en promedio “Bueno”; siendo calificada por el 44.7% de los participantes como “muy buena”, por el 37.1% como “bueno” y solo por el 18.2% como de “regular” a “muy deficiente”, resultados obtenidos gracias a la predisposición para servir que el personal demuestra a pesar de que hay casos en los que no pueden ayudar a los huéspedes por requerir de algo especial que no se encuentra en el hotel.

- Para el cliente la dimensión empatía en los hoteles de Huanchaco es en promedio “Bueno”; encontrándose que los colaboradores de los hoteles se muestran atentos a las necesidades y deseos de sus clientes, brindándoles una atención exclusiva y logrando que estos se sientan cómodos; y que un 19.8% percibe como de “regular” a “muy deficiente” este criterio apuntando principalmente a la necesidad de adecuación del horario en que son brindados los servicios.
- Para el cliente la dimensión seguridad en los hoteles de Huanchaco es en promedio “Bueno”; siendo calificada solo por el 12.1% de los encuestados como de “regular” a “muy deficiente”, mientras que el 33.1% y el 54.7% calificaron este criterio como “bueno” y “muy bueno” respectivamente, principalmente a que pudieron observar que el personal del hotel se preocupa y asegura que los huéspedes se mantengan al margen de todo tipo de daños, riesgos y dudas.

REFERENCIAS

- Acerenza (2009), Competitividad de los Destinos Turísticos. México D.F., México. Trillas.
- Andrade P., Loor P. (2014). Desarrollo de un sistema de Calidad: Hotel Cabañas Balandra. [Adobe Digital]. Disponible en: <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/641>
- Briceño (2000). Turismo 2020. Caracas, Venezuela. Ediciones IESA.
- Calvanapón Arana, Marleny (2017). Calidad de servicio en los hoteles boutique de la ciudad de Trujillo. [Adobe Digital]. Disponible en: <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11432/Calvanapon%20Arana%20Marleny%20Noemi.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cornejo, E., Hidalgo, R., Lazo, K., Yáñez, N. (2017). Calidad en las Empresas del Sector Hoteles del Perú. [Adobe Digital]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/20.500.12404/8842>
- Crosby, P. (1988). La organización permanece exitosa. México: McGraw-Hill Interamericana S.A. de C.V
- Cueva, V. (2015). Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones, Piura- Perú. [Adobe Digital]. Disponible en: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2274/ING_552.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Diario El Comercio. (01 de diciembre del 2014). Huanchaco: unos 100 hoteles y restaurantes no están aptos. [En línea] Recuperado el 10 de agosto del 2019, de <http://elcomercio.pe/sociedad/la-libertad/huanchaco-100-hoteles-y-restaurantes-no-estan-aptos-noticia-1775481>
- Diario Gestión. (24 de mayo del 2019). Arribos a hospedajes crecerían 8.1% este año, impulsados por Juegos Panamericanos. [En línea] Recuperado el 18 de agosto del

2019, de: <https://gestion.pe/peru/arribos-hospedajes-crecerian-8-1-ano-impulsados-juegos-panamericanos-268056-noticia/>

Diario Gestión. (06 de junio del 2019). Estos son los 120 distritos del Perú con mayor delincuencia y violencia del país, según la PNP. [En línea] Recuperado el 14 de diciembre del 2019, de: <https://gestion.pe/peru/policia-detecta-120-distritos-crimenes-violencia-269349-noticia/?ref=gesr>

Duque O., Edison J., Palacios P., Deison. (2017). Evaluación de la calidad de servicios percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó. *Criterio Libre*, 26, 195-213. Disponible en: <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/1047/812>

Gerencia Regional de Turismo- La Libertad. (27 de mayo de 2019). Directorio de establecimiento de hospedajes clasificados y categorizados de la Libertad.

González, M., Frías, R., Gómez, O. (2016). Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad hotelera. *Ingeniería Industrial*, vol.37, no.3, 253-265. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362016000300004

Gronroos, C. (1984). A Service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*, Vol.18, N°4, pp. 36-44.

Horna, J. (2014). Percepción de los turistas extranjeros respecto a la calidad de servicio que brindan los hoteles en el balneario de Huanchaco. [Adobe Digital]. Disponible en: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5170/HORNA%20RODRIGUEZ%20Juan%20Neysser%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Juran, J. M. (1996). Juran y la Calidad por el diseño: nuevos pasos para planificar la calidad de bienes y de servicios. Madrid: Diaz de Santos, 1996. Recuperado de

<http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat02225a&AN=pucp.388632&lang=es&site=eds-live&scope=site>.

Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice-Hall.

MINCETUR (2016). *Evolución de la oferta aérea y hotelera* [Adobe Digital]. Disponible en:

https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/Evolucion_oferta_aerea_hotelera.pdf

MINCETUR (2017). *Plan Nacional de Calidad Turística del Perú- CALTUR 2017-2025*.

[Adobe Digital]. Disponible en: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/CALTUR_2017_2025.pdf

MINCETUR (2018). *La Libertad-Trujillo-Huanchaco: indicadores mensuales de*

ocupabilidad de establecimientos de hospedaje colectivo, 2018 (Ene-Dic). Disponible en: <http://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/estaTurismo/IndexWeb.aspx>

MINCETUR (2018). *Perú: Arribo mensual de visitantes nacionales a establecimientos de*

hospedaje. Disponible en: <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content3.html>

Miranda Bazán, J. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción al cliente en el "Hostal Scorpio"*

en la ciudad de Trujillo 2018. [Adobe Digital]. Disponible en: http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/11671/mirandabazan_juan.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Monsalve, C., Hernández, S. (2015). Análisis de la calidad del servicio de los hoteles PYMES de Bucaramanga y su área metropolitana. *Sotavento*, 26, 62-69. Disponible en: <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/sotavento/article/view/4687/5438>
- Morillo Moreno, M. (2009). Expectativas y percepciones del turista sobre el servicio hotelero. Caso: Hoteles de turismo del Municipio Libertador del Estado Mérida, Venezuela. *Fermentum. Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 19 (55), 331-364. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70517703008>
- Morillo Moreno, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, 1, 135-158. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>
- Observatorio Turístico Nacional (2018), Perú: Participación del Sector Turismo en el País [Adobe Digital]. Disponible en: <http://www.observatorioturisticodelperu.com/mapas/pbisturi.pdf>
- Oreja, J. (2000). Análisis estratégico de la empresa hotelera en Canarias. España: Gobierno de las Canarias. Documento Institucional.
- Organización Mundial del Turismo (2018), Panorama OMT del turismo internacional, Edición 2018, UNWTO, Madrid. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419883>.
- Parasuraman, A., Berry, L. & Zeithaml, V. (1991). Refinement and reassessment of the SERQUAL scale. *Journal of Retailing*, 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Oxford: CAB International

Reisinger, Y. (2001). Unique Characteristics of Tourism, Hospitality, and Leisure Services

En: Service Quality Management in Hospitality, Tourism, and Leisure. Kandampully,

J; Mok, C.; Sparks, B. New York: The Haworth Hospitality Press. for Future Research.

Journal of Marketing, 49(4), 41-50.

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	ÍTEMS
Calidad del servicio	La calidad de los servicios es la evaluación que el cliente realiza acerca de la superioridad o excelencia global del producto. (Parasuraman, Zeithmal y Berry 1988).	Puntuaciones obtenidas en la escala SERPERV adecuada a hoteles que determina la calidad de servicio a través de un cuestionario de 22 ítems, divididos en 5 dimensiones, respecto a los cuales las personas deben otorgar una calificación	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> • El hotel cuenta con instalaciones modernas y atractivas. • El personal del hotel tiene una apariencia limpia y agradable. • La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo durante mi estancia. • El hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito para disfrutar de mis vacaciones. • El hotel cuenta con mobiliario y equipos modernos y en buen estado.
			Confiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Si alguien en el hotel se compromete a hacer algo por mí, lo hará. • Los distintos servicios que me presta el hotel son presentados correctamente desde la primera vez. • El personal del hotel cuenta con las habilidades y conocimientos necesarios para prestar correctamente los servicios solicitados. • En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares de hotel recibo un servicio de calidad.
			Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme. • Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayudará a resolverlo inmediatamente. • Si solicito algo al personal del hotel, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán, y cumplirán con ello. • Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo.

“Calidad del servicio de los hoteles de
Huanchaco, 2019”

Empatía

- El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades.
- El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los huéspedes.
- En el hotel me prestan una atención muy personal.
- El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.
- El hotel tiene un horario de trabajo conveniente para los huéspedes.

Seguridad

- Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación.
 - Confío en la integridad de las personas que trabajan en el hotel.
 - Las instalaciones del hotel son seguras.
 - El hotel se preocupa y asegura que los huéspedes se mantengan al margen de todo tipo de daños, riesgos y dudas.
-

Anexo 2 Instrumento de recolección de datos

ENCUESTA PARA MEDIR LA CALIDAD PERCIBIDA POR LOS HUÉSPEDES

Estimado huésped. La finalidad de este cuestionario es complementar el estudio realizado en una tesis de pregrado la cual busca conocer el nivel de calidad de servicio de los establecimientos de hospedaje de Huanchaco. Al mismo tiempo, esta información será valiosa para el hotel, pues con ella podrá brindarles un mejor servicio. La información brindada será manejada de forma confidencial.

DATOS GENERALES

Género:

- Masculino Femenino

Edad:

- 20 a menos 21 a 35 36 a 50 51 a 65 Más de 65

¿De qué país procede?:

- USA Brasil España Chile
 Perú Otro (especifique).....

Motivo de la visita:

- Turismo Familiar Negocios
 Otro (indique).....

En esta ocasión usted viaja:

- Solo Con mi pareja Con mi familia Con mis amigos

¿En qué hotel se está hospedando?:

.....

N° de visitas anteriores al hotel

- 0 1 2 a 4 Más de 5

Por favor, en base a su experiencia indique con un check (✓) en qué medida usted considera que este hotel cumple con las características descritas a continuación, en una escala donde 1=muy deficiente y 5= muy bueno

	1	2	3	4	5
El hotel cuenta con instalaciones modernas y atractivas.					
La habitación cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo durante mi estancia.					
El personal del hotel tiene una apariencia limpia y agradable.					
El hotel cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito para disfrutar de mis vacaciones.					
El hotel cuenta con mobiliario y equipos modernos y en buen estado					

	1	2	3	4	5
Si alguien en el hotel se compromete a hacer algo por mí, lo hará. (Por ejemplo, brindarme una habitación con vista al mar o un free early check in).					
Los distintos servicios que me presta el hotel son presentados correctamente desde la primera vez. (Por ejemplo, el recepcionista posee los datos correctos de su reserva).					
El personal del hotel cuenta con las habilidades y conocimientos necesarios para prestar correctamente los servicios solicitados.					
En todo momento, a todas horas del día y en todos los lugares de hotel recibo un servicio de calidad.					
El personal del hotel siempre está dispuesto a atenderme y ayudarme.					
Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal del hotel me ayuda a resolverlo inmediatamente.					
Si solicito algo al personal del hotel, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán, y cumplirán con ello.					
Si requiero de algo especial que generalmente no se encuentra en el hotel, sé que me ayudarán a conseguirlo.					
El personal del hotel siempre está atento a mis deseos y necesidades.					
El ambiente que hay en el hotel me hace sentir cómodo(a), como en casa.					
En el hotel me prestan una atención muy personal.					
El personal del hotel siempre está con una sonrisa en el rostro; se muestra interesado por servir a los huéspedes.					
El hotel tiene un horario de trabajo conveniente para todos sus huéspedes.					
Confío en la integridad de las personas que trabajan en el hotel.					
Me siento seguro de dejar mis pertenencias en mi habitación.					
El hotel se preocupa y asegura que los huéspedes se mantengan al margen de todo tipo de daños, riesgos y dudas.					
Las instalaciones del hotel son seguras.(cumplen con las normas de seguridad)					

¿Estaría dispuesto a recomendar este hotel?

Sí

No

No estoy seguro

¿Qué sugeriría para mejorar el servicio de este hotel?

Anexo 3 Tabla de resultados obtenidos de la aplicación del instrumento del modelo SERVPERF en los clientes encuestados de los hoteles de Huanchaco, 2019.

MUESTRA A HOTEL	DIMENSIONES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO																				PUNTAJE GENERAL	VALORACION GENERAL													
	Tangibilidad					Confiabilidad					Capacidad de respuesta					Empatía							Seguridad												
	Item				Puntaje	Valoración	Item				Puntaje	Valoración	Item				Puntaje	Valoración	Item				Puntaje	Valoración											
	I1	I2	I3	I4			I5	I6	I7	I8			I9	I10	I11	I12			I13	I14					I15	I16	I17	I18	I19	I20	I21	I22			
N°1	Bracamante	3	4	5	3	5	20	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	105	Muy bueno	
N°2	Bracamante	2	3	5	5	3	18	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	103	Muy bueno	
N°3	Bracamante	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno	
N°4	Bracamante	4	5	5	4	4	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	4	4	5	5	23	Muy bueno	4	4	4	2	14	Regular	99	Muy bueno
N°5	Bracamante	3	3	4	3	3	16	Regular	5	5	4	4	18	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	4	4	4	4	5	21	Bueno	4	3	4	4	15	Bueno	90	Bueno
N°6	Bracamante	4	4	5	4	4	21	Bueno	5	4	4	5	18	Muy bueno	3	3	4	4	14	Regular	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	5	4	4	17	Bueno	90	Bueno
N°7	Bracamante	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	109	Muy bueno
N°8	Bracamante	3	4	5	4	2	18	Bueno	5	4	5	5	19	Muy bueno	5	4	5	5	19	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	4	5	4	18	Muy bueno	99	Muy bueno
N°9	Bracamante	3	4	3	4	4	18	Bueno	3	4	4	4	15	Bueno	3	3	4	3	13	Regular	4	3	3	5	5	20	Bueno	4	4	3	4	15	Bueno	81	Bueno
N°10	Bracamante	2	4	5	5	4	20	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	105	Muy bueno
N°11	Bracamante	3	4	4	2	2	15	Regular	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	3	15	Bueno	4	4	3	4	5	20	Bueno	4	5	4	5	18	Muy bueno	84	Bueno
N°12	Bracamante	3	5	5	3	3	19	Bueno	4	4	5	4	17	Bueno	3	3	5	4	15	Bueno	4	4	3	4	5	20	Bueno	4	4	4	5	17	Bueno	88	Bueno
N°13	Bracamante	3	4	5	3	3	18	Bueno	4	5	5	5	19	Muy bueno	5	5	5	3	18	Muy bueno	4	3	4	4	5	20	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	93	Bueno
N°14	Bracamante	3	5	4	4	3	19	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	5	21	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	94	Muy bueno
N°15	Bracamante	3	5	5	3	3	19	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	4	5	4	4	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	100	Muy bueno
N°16	Bracamante	3	5	5	3	3	19	Bueno	4	5	5	4	18	Muy bueno	4	4	4	3	15	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	91	Bueno
N°17	Bracamante	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	3	4	3	15	Bueno	3	3	4	3	13	Regular	3	3	3	4	4	17	Regular	4	4	4	4	16	Bueno	81	Bueno
N°18	Bracamante	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	88	Bueno
N°19	Bracamante	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°20	Bracamante	4	4	4	4	3	19	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	87	Bueno
N°21	Bracamante	3	4	5	3	5	20	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	105	Muy bueno
N°22	Bracamante	2	3	5	5	3	18	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	103	Muy bueno
N°23	Bracamante	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°24	Bracamante	4	5	5	4	4	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	4	4	5	5	23	Muy bueno	4	4	4	2	14	Regular	99	Muy bueno
N°25	Bracamante	3	3	4	3	3	16	Regular	5	5	4	4	18	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	4	4	4	4	5	21	Bueno	4	3	4	4	15	Bueno	90	Bueno
N°26	Bracamante	4	4	5	4	4	21	Bueno	5	4	4	5	18	Muy bueno	3	3	4	4	14	Regular	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	5	4	4	17	Bueno	90	Bueno
N°27	Bracamante	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	109	Muy bueno
N°28	Bracamante	3	4	5	4	2	18	Bueno	5	4	5	5	19	Muy bueno	5	4	5	5	19	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	4	5	4	18	Muy bueno	99	Muy bueno
N°29	Bracamante	3	4	3	4	4	18	Bueno	3	4	4	4	15	Bueno	3	3	4	3	13	Regular	4	3	3	5	5	20	Bueno	4	4	3	4	15	Bueno	81	Bueno
N°30	Bracamante	2	4	5	5	4	20	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	105	Muy bueno

N°31	Bracamante	3	4	4	2	2	15	Regular	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	3	15	Bueno	4	4	3	4	5	20	Bueno	4	5	4	5	18	Muy bueno	84	Bueno
N°32	Bracamante	3	5	5	3	3	19	Bueno	4	4	5	4	17	Bueno	3	3	5	4	15	Bueno	4	4	3	4	5	20	Bueno	4	4	4	5	17	Bueno	88	Bueno
N°33	Bracamante	3	4	5	3	3	18	Bueno	4	5	5	5	19	Muy bueno	5	5	5	3	18	Muy bueno	4	3	4	4	5	20	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	93	Bueno
N°34	Bracamante	3	5	4	4	3	19	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	5	21	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	94	Muy bueno
N°35	Bracamante	3	5	5	3	3	19	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	4	5	4	4	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	100	Muy bueno
N°36	Bracamante	3	5	5	3	3	19	Bueno	4	5	5	4	18	Muy bueno	4	4	4	3	15	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	91	Bueno
N°37	Bracamante	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	3	4	3	15	Bueno	3	3	4	3	13	Regular	3	3	3	4	4	17	Regular	4	4	4	4	16	Bueno	81	Bueno
N°38	Bracamante	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	88	Bueno
N°39	Bracamante	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°40	Bracamante	4	4	4	4	3	19	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	5	4	21	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	88	Bueno
N°41	Caballito de Tot	3	4	4	3	3	17	Regular	4	3	4	3	14	Regular	4	4	4	3	15	Bueno	4	4	3	4	3	18	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	83	Bueno
N°42	Caballito de Tot	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°43	Caballito de Tot	5	1	5	1	1	13	Deficiente	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	1	21	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	94	Muy bueno
N°44	Caballito de Tot	5	3	4	3	3	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	3	4	4	4	15	Bueno	3	4	3	4	5	19	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	84	Bueno
N°45	Caballito de Tot	3	4	4	3	4	18	Bueno	4	4	5	4	17	Bueno	5	4	4	4	17	Bueno	4	4	4	5	3	20	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	91	Bueno
N°46	Caballito de Tot	3	3	4	4	4	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	89	Bueno
N°47	Caballito de Tot	3	4	5	3	3	18	Bueno	5	4	4	3	16	Bueno	3	4	4	3	14	Regular	3	4	3	3	2	15	Regular	5	5	3	5	18	Muy bueno	81	Bueno
N°48	Caballito de Tot	3	2	4	4	3	16	Regular	4	3	4	3	14	Regular	3	3	4	3	13	Regular	3	4	3	3	2	15	Regular	4	4	4	5	17	Bueno	75	Regular
N°49	Caballito de Tot	3	3	5	4	4	19	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	3	15	Bueno	4	4	4	3	4	19	Bueno	4	4	4	5	17	Bueno	86	Bueno
N°50	Caballito de Tot	4	4	5	4	3	20	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	103	Muy bueno
N°51	Caballito de Tot	4	3	5	3	3	18	Bueno	4	5	4	4	17	Bueno	4	4	3	5	16	Bueno	3	4	3	3	4	17	Regular	3	4	4	4	15	Bueno	83	Bueno
N°52	Caballito de Tot	4	2	4	3	2	15	Regular	4	2	5	3	14	Regular	4	4	3	4	15	Bueno	3	4	4	4	4	19	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	83	Bueno
N°53	Caballito de Tot	3	5	5	4	4	21	Bueno	4	5	5	4	18	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	4	5	4	5	5	23	Muy bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	99	Muy bueno
N°54	Caballito de Tot	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°55	Caballito de Tot	5	1	5	1	1	13	Deficiente	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	1	21	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	94	Muy bueno
N°56	Caballito de Tot	5	3	4	3	3	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	3	4	4	4	15	Bueno	3	4	3	4	5	19	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	84	Bueno
N°57	Caballito de Tot	3	4	4	3	4	18	Bueno	4	4	5	4	17	Bueno	5	4	4	4	17	Bueno	4	4	4	5	3	20	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	91	Bueno
N°58	Caballito de Tot	3	3	4	4	4	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	89	Bueno
N°59	Caballito de Tot	3	4	5	3	3	18	Bueno	5	4	4	3	16	Bueno	3	4	4	3	14	Regular	3	4	3	3	2	15	Regular	5	5	3	5	18	Muy bueno	81	Bueno
N°60	Caballito de Tot	3	2	4	4	3	16	Regular	4	3	4	3	14	Regular	3	3	4	3	13	Regular	3	4	3	3	2	15	Regular	4	4	4	5	17	Bueno	75	Regular
N°61	Caballito de Tot	3	3	5	4	4	19	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	3	15	Bueno	4	4	4	3	4	19	Bueno	4	4	4	5	17	Bueno	86	Bueno
N°62	Caballito de Tot	4	3	4	3	3	17	Regular	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	3	19	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	87	Bueno
N°63	Caballito de Tot	3	4	4	3	3	17	Regular	4	3	4	3	14	Regular	4	4	4	3	15	Bueno	4	4	3	4	3	18	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	83	Bueno
N°64	Caballito de Tot	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°65	Caballito de Tot	5	1	5	1	1	13	Deficiente	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	1	21	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	94	Muy bueno
N°66	Caballito de Tot	5	3	4	3	3	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	3	4	4	4	15	Bueno	3	4	3	4	5	19	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	84	Bueno
N°67	Caballito de Tot	3	4	4	3	4	18	Bueno	4	4	5	4	17	Bueno	5	4	4	4	17	Bueno	4	4	4	5	3	20	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	91	Bueno
N°68	Caballito de Tot	3	3	4	4	4	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	89	Bueno
N°69	Caballito de Tot	3	4	5	3	3	18	Bueno	5	4	4	3	16	Bueno	3	4	4	3	14	Regular	3	4	3	3	2	15	Regular	5	5	3	5	18	Muy bueno	81	Bueno
N°70	Caballito de Tot	3	2	4	4	3	16	Regular	4	3	4	3	14	Regular	3	3	4	3	13	Regular	3	4	3	3	2	15	Regular	4	4	4	5	17	Bueno	75	Regular

N°71	Caballito de Tot	3	3	5	4	4	19	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	3	15	Bueno	4	4	4	3	4	19	Bueno	4	4	4	5	17	Bueno	86	Bueno
N°72	Caballito de Tot	4	4	5	4	3	20	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	103	Muy bueno
N°73	Caballito de Tot	4	3	5	3	3	18	Bueno	4	5	4	4	17	Bueno	4	4	3	5	16	Bueno	3	4	3	3	4	17	Regular	3	4	4	4	15	Bueno	83	Bueno
N°74	Caballito de Tot	4	2	4	3	2	15	Regular	4	2	5	3	14	Regular	4	4	3	4	15	Bueno	3	4	4	4	4	19	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	83	Bueno
N°75	Caballito de Tot	3	5	5	4	4	21	Bueno	4	5	5	4	18	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	4	5	4	5	5	23	Muy bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	99	Muy bueno
N°76	Caballito de Tot	3	3	3	3	3	15	Regular	3	3	3	3	12	Regular	3	3	3	3	12	Regular	3	3	4	3	3	16	Regular	3	3	3	3	12	Regular	67	Regular
N°77	Caballito de Tot	3	3	3	3	3	15	Regular	3	3	3	3	12	Regular	3	3	3	4	13	Regular	3	3	3	3	3	15	Regular	3	3	3	3	12	Regular	67	Regular
N°78	Caballito de Tot	3	4	4	3	3	17	Regular	4	3	4	3	14	Regular	4	4	4	3	15	Bueno	4	4	3	4	3	18	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	83	Bueno
N°79	Caballito de Tot	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°80	Caballito de Tot	5	1	5	1	1	13	Deficiente	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	1	21	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	94	Muy bueno
N°81	Caballito de Tot	5	3	4	3	3	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	3	4	4	4	15	Bueno	3	4	3	4	5	19	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	84	Bueno
N°82	Caballito de Tot	5	3	4	3	3	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	3	4	4	4	15	Bueno	3	4	3	4	5	19	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	84	Bueno
N°83	El sombrero	5	3	5	4	5	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	4	4	3	2	18	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	99	Muy bueno
N°84	El sombrero	3	4	4	5	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	98	Muy bueno
N°85	El sombrero	3	4	4	2	2	15	Regular	5	4	5	2	16	Bueno	5	3	4	4	16	Bueno	5	3	3	5	2	18	Bueno	5	5	4	3	17	Bueno	82	Bueno
N°86	El sombrero	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°87	El sombrero	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°88	El sombrero	4	5	4	5	5	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	4	4	4	5	22	Muy bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	104	Muy bueno
N°89	El sombrero	3	3	4	4	5	19	Bueno	3	4	3	3	13	Regular	5	4	3	3	15	Bueno	3	5	3	4	1	16	Regular	4	3	3	3	13	Regular	76	Bueno
N°90	El sombrero	5	2	2	3	3	15	Regular	2	4	2	2	10	Deficiente	4	4	4	2	14	Regular	2	3	3	3	4	15	Regular	2	2	3	3	10	Deficiente	64	Regular
N°91	El sombrero	4	4	5	5	4	22	Muy bueno	4	5	4	5	18	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	105	Muy bueno
N°92	El sombrero	4	4	5	5	4	22	Muy bueno	4	4	5	4	17	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	104	Muy bueno
N°93	El sombrero	4	4	5	4	4	21	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	5	4	4	4	4	21	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	92	Bueno
N°94	El sombrero	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°95	El sombrero	4	5	5	4	4	22	Muy bueno	4	4	5	5	18	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	5	5	3	4	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	101	Muy bueno
N°96	El sombrero	3	3	3	3	3	15	Regular	4	2	3	2	11	Deficiente	3	3	4	3	13	Regular	3	3	3	4	5	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	73	Regular
N°97	El sombrero	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°98	El sombrero	4	5	4	3	4	20	Bueno	4	5	5	4	18	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	3	4	2	17	Regular	5	5	5	5	20	Muy bueno	91	Bueno
N°99	El sombrero	5	3	3	2	4	17	Regular	5	4	4	3	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	3	3	3	3	2	14	Regular	4	4	4	5	17	Bueno	80	Bueno
N°100	El sombrero	5	4	4	4	5	22	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	5	4	3	17	Bueno	3	4	4	3	3	17	Regular	4	4	4	5	17	Bueno	92	Bueno
N°101	El sombrero	5	4	4	3	5	21	Bueno	4	4	5	4	17	Bueno	4	5	5	4	18	Muy bueno	4	4	4	4	3	19	Bueno	4	4	5	5	18	Muy bueno	93	Bueno
N°102	El sombrero	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	88	Bueno
N°103	El sombrero	5	3	5	4	5	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	4	4	3	2	18	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	99	Muy bueno
N°104	El sombrero	3	4	4	5	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	98	Muy bueno
N°105	El sombrero	3	4	4	2	2	15	Regular	5	4	5	2	16	Bueno	5	3	4	4	16	Bueno	5	3	3	5	2	18	Bueno	5	5	4	3	17	Bueno	82	Bueno
N°106	El sombrero	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°107	El sombrero	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°108	El sombrero	4	5	4	5	5	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	4	4	4	5	22	Muy bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	104	Muy bueno
N°109	El sombrero	3	3	4	4	5	19	Bueno	3	4	3	3	13	Regular	5	4	3	3	15	Bueno	3	5	3	4	1	16	Regular	4	3	3	3	13	Regular	76	Bueno
N°110	El sombrero	5	2	2	3	3	15	Regular	2	4	2	2	10	Deficiente	4	4	4	2	14	Regular	2	3	3	3	4	15	Regular	2	2	3	3	10	Deficiente	64	Regular

N°111	El sombrero	4	4	5	5	4	22	Muy bueno	4	5	4	5	18	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	105	Muy bueno	
N°112	El sombrero	4	4	5	5	4	22	Muy bueno	4	4	5	4	17	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	104	Muy bueno	
N°113	El sombrero	4	4	5	4	4	21	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	5	4	4	4	21	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	92	Bueno	
N°114	El sombrero	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno	
N°115	El sombrero	4	5	5	4	4	22	Muy bueno	4	4	5	5	18	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	5	5	3	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	101	Muy bueno	
N°116	El sombrero	3	3	3	3	3	15	Regular	4	2	3	2	11	Deficiente	3	3	4	3	13	Regular	3	3	3	4	5	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	73	Regular
N°117	El sombrero	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno	
N°118	El sombrero	4	5	4	3	4	20	Bueno	4	5	5	4	18	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	3	4	2	17	Regular	5	5	5	5	20	Muy bueno	91	Bueno
N°119	El sombrero	5	3	3	2	4	17	Regular	5	4	4	3	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	3	3	3	3	2	14	Regular	4	4	4	5	17	Bueno	80	Bueno
N°120	El sombrero	5	4	4	4	5	22	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	5	4	3	17	Bueno	3	4	4	3	3	17	Regular	4	4	4	5	17	Bueno	92	Bueno
N°121	El sombrero	3	4	4	5	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	98	Muy bueno
N°122	El sombrero	3	4	4	2	2	15	Regular	5	4	5	2	16	Bueno	5	3	4	4	16	Bueno	5	3	3	5	2	18	Bueno	5	5	4	3	17	Bueno	82	Bueno
N°123	El sombrero	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno	
N°124	El sombrero	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno	
N°125	El sombrero	4	5	4	5	5	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	4	4	4	5	22	Muy bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	104	Muy bueno
N°126	El sombrero	3	3	4	4	5	19	Bueno	3	4	3	3	13	Regular	5	4	3	3	15	Bueno	3	5	3	4	1	16	Regular	4	3	3	3	13	Regular	76	Bueno
N°127	El sombrero	5	2	2	3	3	15	Regular	2	4	2	2	10	Deficiente	4	4	4	2	14	Regular	2	3	3	3	4	15	Regular	2	2	3	3	10	Deficiente	64	Regular
N°128	El sombrero	4	4	5	5	4	22	Muy bueno	4	5	4	5	18	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	105	Muy bueno
N°129	Huankarute	4	5	4	4	4	21	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	4	4	4	5	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	102	Muy bueno
N°130	Huankarute	5	5	4	4	4	22	Muy bueno	4	5	5	5	19	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	4	4	4	4	5	21	Bueno	4	4	4	5	17	Bueno	98	Muy bueno
N°131	Huankarute	4	5	5	4	4	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	108	Muy bueno
N°132	Huankarute	4	4	5	4	4	21	Bueno	4	4	5	4	17	Bueno	4	5	4	4	17	Bueno	4	5	5	5	5	24	Muy bueno	4	5	5	5	19	Muy bueno	98	Muy bueno
N°133	Huankarute	3	4	4	4	3	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	4	4	4	5	5	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	95	Muy bueno
N°134	Huankarute	4	4	4	4	3	19	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	3	4	4	5	5	21	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	94	Muy bueno
N°135	Huankarute	3	2	4	4	2	15	Regular	3	2	2	3	10	Deficiente	4	4	4	4	16	Bueno	4	5	3	3	5	20	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	79	Bueno
N°136	Huankarute	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	4	4	4	17	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	5	4	5	5	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	96	Muy bueno
N°137	Huankarute	3	2	3	3	3	14	Regular	3	2	3	3	11	Deficiente	4	4	4	4	16	Bueno	4	3	3	4	4	18	Bueno	4	3	4	3	14	Regular	73	Regular
N°138	Huankarute	4	5	5	4	4	22	Muy bueno	5	4	5	5	19	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	4	5	5	19	Muy bueno	105	Muy bueno
N°139	Huankarute	5	4	5	5	5	24	Muy bueno	4	2	5	3	14	Regular	5	3	2	5	15	Bueno	4	2	5	5	4	20	Bueno	2	5	2	4	13	Regular	86	Bueno
N°140	Huankarute	5	5	1	1	5	17	Regular	5	1	1	5	12	Regular	5	5	1	1	12	Regular	1	5	5	5	1	17	Regular	5	1	5	5	16	Bueno	74	Regular
N°141	Huankarute	4	3	3	4	4	18	Bueno	3	4	3	4	14	Regular	1	4	4	5	14	Regular	5	5	4	4	5	23	Muy bueno	4	5	4	5	18	Muy bueno	87	Bueno
N°142	Huankarute	5	3	4	4	4	20	Bueno	4	3	3	3	13	Regular	3	3	4	4	14	Regular	2	4	4	4	4	18	Bueno	4	4	4	5	17	Bueno	82	Bueno
N°143	Huankarute	3	3	3	3	3	15	Regular	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	83	Bueno
N°144	Huankarute	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°145	Huankarute	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	88	Bueno
N°146	Huankarute	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	88	Bueno
N°147	Huankarute	4	4	4	3	3	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	86	Bueno
N°148	Huankarute	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°149	Huankarute	4	5	4	4	4	21	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	4	4	4	5	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	102	Muy bueno
N°150	Huankarute	5	5	4	4	4	22	Muy bueno	4	5	5	5	19	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	4	4	4	5	21	Bueno	4	4	4	5	17	Bueno	98	Muy bueno	
N°151	Huankarute	4	5	5	5	4	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	108	Muy bueno
N°152	Huankarute	4	4	5	4	4	21	Bueno	4	4	5	4	17	Bueno	4	5	4	4	17	Bueno	4	5	5	5	5	24	Muy bueno	4	5	5	5	19	Muy bueno	98	Muy bueno
N°153	Huankarute	3	4	4	4	3	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	4	4	4	5	5	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	95	Muy bueno
N°154	Huankarute	4	4	4	3	3	19	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	3	4	4	5	5	21	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	94	Muy bueno
N°155	Huankarute	3	2	4	4	2	15	Regular	3	2	2	3	10	Deficiente	4	4	4	4	16	Bueno	4	5	3	3	5	20	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	79	Bueno
N°156	Huankarute	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	4	4	4	17	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	5	4	5	5	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	96	Muy bueno
N°157	Huankarute	4	5	4	4	4	21	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	4	4	4	5	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	102	Muy bueno
N°158	Huankarute	5	5	4	4	4	22	Muy bueno	4	5	5	5	19	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	4	4	4	4	5	21	Bueno	4	4	4	5	17	Bueno	98	Muy bueno
N°159	Huankarute	4	5	5	5	4	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	108	Muy bueno
N°160	Huankarute	4	4	5	4	4	21	Bueno	4	4	5	4	17	Bueno	4	5	4	4	17	Bueno	4	5	5	5	5	24	Muy bueno	4	5	5	5	19	Muy bueno	98	Muy bueno

N°161	Huankarute	3	4	4	4	3	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	4	4	4	5	5	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	95	Muy bueno
N°162	Huankarute	4	4	4	4	3	19	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	3	4	4	5	5	21	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	94	Muy bueno
N°163	Huankarute	3	2	4	4	2	15	Regular	3	2	2	3	10	Deficiente	4	4	4	4	16	Bueno	4	5	3	3	5	20	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	79	Bueno
N°164	Libertad	4	4	5	4	4	21	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	103	Muy bueno
N°165	Libertad	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	102	Muy bueno
N°166	Libertad	4	3	4	3	3	17	Regular	3	3	4	4	14	Regular	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	83	Bueno
N°167	Libertad	4	4	5	4	4	21	Bueno	5	4	5	4	18	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	4	4	4	22	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	97	Muy bueno
N°168	Libertad	4	4	5	4	4	21	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	4	4	4	22	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	95	Muy bueno
N°169	Libertad	4	3	4	4	3	18	Bueno	5	4	5	5	19	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	4	4	4	4	21	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	94	Muy bueno
N°170	Libertad	5	4	4	3	4	20	Bueno	3	3	4	4	14	Regular	4	4	3	4	15	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	85	Bueno
N°171	Libertad	4	3	4	3	3	17	Regular	3	4	3	3	13	Regular	4	5	5	5	19	Muy bueno	5	4	4	4	4	21	Bueno	4	4	4	3	15	Bueno	85	Bueno
N°172	Libertad	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°173	Libertad	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°174	Libertad	4	4	4	3	3	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	3	4	4	4	15	Bueno	4	4	3	4	3	18	Bueno	4	4	3	3	14	Regular	81	Bueno
N°175	Libertad	4	4	4	3	3	18	Bueno	4	4	3	4	15	Bueno	4	4	3	3	14	Regular	4	4	3	4	4	19	Bueno	4	4	4	3	15	Bueno	81	Bueno
N°176	Libertad	4	4	4	3	4	19	Bueno	4	5	4	3	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	3	3	3	4	3	16	Regular	4	4	3	3	14	Regular	81	Bueno
N°177	Libertad	4	3	4	3	3	17	Regular	4	5	4	4	17	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	19	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	85	Bueno
N°178	Libertad	5	3	4	3	4	19	Bueno	4	5	4	4	17	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	88	Bueno
N°179	Libertad	4	4	4	4	5	21	Bueno	4	5	4	4	17	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	3	15	Bueno	89	Bueno
N°180	Libertad	4	4	4	3	3	18	Bueno	4	3	4	3	14	Regular	4	4	3	4	15	Bueno	3	3	3	4	4	17	Regular	4	4	4	4	16	Bueno	80	Bueno
N°181	Libertad	3	4	5	3	5	20	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	105	Muy bueno
N°182	Libertad	2	3	5	5	3	18	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	103	Muy bueno
N°183	Libertad	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°184	Libertad	4	5	5	4	4	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	4	4	5	5	23	Muy bueno	4	4	4	2	14	Regular	99	Muy bueno
N°185	Libertad	3	3	4	3	3	16	Regular	5	5	4	4	18	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	4	4	4	4	5	21	Bueno	4	3	4	4	15	Bueno	90	Bueno
N°186	Libertad	4	4	5	4	4	21	Bueno	5	4	5	18	Muy bueno	3	3	4	4	14	Regular	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	5	4	4	17	Bueno	90	Bueno	
N°187	Libertad	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	109	Muy bueno
N°188	Libertad	3	4	5	4	2	18	Bueno	5	4	5	5	19	Muy bueno	5	4	5	5	19	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	4	5	4	18	Muy bueno	99	Muy bueno
N°189	Libertad	3	4	3	4	4	18	Bueno	3	4	4	4	15	Bueno	3	3	4	3	13	Regular	4	3	3	5	5	20	Bueno	4	4	3	4	15	Bueno	81	Bueno
N°190	Libertad	2	4	5	5	4	20	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	105	Muy bueno
N°191	Libertad	3	4	4	2	2	15	Regular	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	3	15	Bueno	4	4	3	4	5	20	Bueno	4	5	4	5	18	Muy bueno	84	Bueno
N°192	Libertad	3	5	5	3	3	19	Bueno	4	4	5	4	17	Bueno	3	3	5	4	15	Bueno	4	4	3	4	5	20	Bueno	4	4	4	5	17	Bueno	88	Bueno
N°193	Libertad	3	4	5	3	3	18	Bueno	4	5	5	5	19	Muy bueno	5	5	5	3	18	Muy bueno	4	3	4	4	5	20	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	93	Bueno
N°194	Libertad	3	5	4	4	3	19	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	5	21	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	94	Muy bueno
N°195	Mama Tina	4	4	5	4	4	21	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	3	15	Bueno	3	4	4	4	5	20	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	92	Bueno
N°196	Mama Tina	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°197	Mama Tina	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	5	5	5	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	95	Muy bueno
N°198	Mama Tina	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	5	5	5	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	95	Muy bueno
N°199	Mama Tina	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	3	4	4	4	19	Bueno	3	3	3	4	13	Regular	84	Bueno
N°200	Mama Tina	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	88	Bueno
N°201	Mama Tina	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	106	Muy bueno
N°202	Mama Tina	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	106	Muy bueno
N°203	Mama Tina	4	4	5	3	4	20	Bueno	3	3	3	3	12	Regular	4	3	3	3	13	Regular	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	83	Bueno
N°204	Mama Tina	4	4	5	3	3	19	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	87	Bueno
N°205	Mama Tina	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	88	Bueno
N°206	Mama Tina	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno
N°207	Mama Tina	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	4	5	3	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	107	Muy bueno
N°208	Mama Tina	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	5	21	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	93	Bueno
N°209	Mama Tina	3	3	4	4	3	17	Regular	4	3	4	3	14	Regular	4	3	4	4	15	Bueno	3	4	4	4	4	19	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	85	Bueno
N°210	Mama Tina	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	3	4	5	16	Bueno	3	4	4	4	15	Bueno	3	3	3	3	4	16	Regular	4	4	4	4	16	Bueno	83	Bueno

N°211	Mama Tina	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	3	4	4	4	19	Bueno	3	3	3	4	13	Regular	84	Bueno
N°212	Mama Tina	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	88	Bueno	
N°213	Mama Tina	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	25	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	106	Muy bueno	
N°214	Mama Tina	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	25	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	106	Muy bueno	
N°215	Mama Tina	4	4	5	3	4	20	Bueno	3	3	3	3	12	Regular	4	3	3	3	13	Regular	4	4	4	4	20	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	83	Bueno	
N°216	Mama Tina	4	4	5	3	3	19	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	87	Bueno	
N°217	Mama Tina	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	88	Bueno	
N°218	Mama Tina	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	110	Muy bueno	
N°219	Mama Tina	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	4	5	3	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	107	Muy bueno
N°220	Mama Tina	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	5	21	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	93	Bueno
N°221	Mama Tina	3	3	4	4	3	17	Regular	4	3	4	3	14	Regular	4	3	4	4	15	Bueno	3	4	4	4	4	19	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	85	Bueno
N°222	Mama Tina	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	3	4	5	16	Bueno	3	4	4	4	15	Bueno	3	3	3	3	4	16	Regular	4	4	4	4	16	Bueno	83	Bueno
N°223	Plazza's	4	4	4	5	4	21	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	4	4	5	5	18	Muy bueno	5	4	5	5	4	23	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	100	Muy bueno
N°224	Plazza's	4	5	4	5	5	23	Muy bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	5	4	5	5	3	22	Muy bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	101	Muy bueno
N°225	Plazza's	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	4	5	5	5	24	Muy bueno	4	5	4	4	17	Bueno	100	Muy bueno
N°226	Plazza's	4	5	5	5	5	24	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	109	Muy bueno
N°227	Plazza's	4	5	5	5	5	24	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	4	5	5	5	24	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	107	Muy bueno
N°228	Plazza's	2	5	4	5	3	19	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	4	5	5	4	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	102	Muy bueno
N°229	Plazza's	3	5	5	5	3	21	Bueno	2	5	5	5	17	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	4	5	5	5	5	24	Muy bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	99	Muy bueno
N°230	Plazza's	5	4	4	4	4	21	Bueno	5	4	4	4	17	Bueno	4	4	3	4	15	Bueno	5	5	5	4	4	23	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	92	Bueno
N°231	Plazza's	4	5	5	4	4	22	Muy bueno	5	4	5	4	18	Muy bueno	5	4	4	3	16	Bueno	4	5	3	5	4	21	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	93	Bueno
N°232	Plazza's	1	4	5	5	2	17	Regular	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	102	Muy bueno
N°233	Plazza's	2	5	4	4	4	19	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	4	5	5	4	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	102	Muy bueno
N°234	Plazza's	2	3	4	3	3	15	Regular	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	5	3	4	3	19	Bueno	4	4	4	5	17	Bueno	83	Bueno
N°235	Plazza's	2	4	4	4	3	17	Regular	4	5	4	4	17	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	4	4	3	4	4	19	Bueno	4	4	4	5	17	Bueno	88	Bueno
N°236	Plazza's	3	4	5	3	4	19	Bueno	4	5	4	4	17	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	4	4	3	3	3	17	Regular	5	5	4	5	19	Muy bueno	91	Bueno
N°237	Plazza's	2	4	4	4	2	16	Regular	4	4	3	3	14	Regular	3	3	3	2	11	Deficiente	2	2	2	2	3	11	Deficiente	4	4	4	4	16	Bueno	68	Regular
N°238	Plazza's	1	3	4	3	3	14	Regular	5	4	4	4	17	Bueno	4	4	4	3	15	Bueno	4	5	5	4	3	21	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	86	Bueno
N°239	Plazza's	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	88	Bueno
N°240	Plazza's	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	88	Bueno
N°241	Plazza's	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	88	Bueno
N°242	Plazza's	3	3	3	3	3	15	Regular	3	3	3	3	12	Regular	3	3	3	3	12	Regular	3	3	3	3	3	15	Regular	3	3	3	3	12	Regular	66	Regular
N°243	Plazza's	4	4	4	5	4	21	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	4	4	5	5	18	Muy bueno	5	4	5	5	4	23	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	100	Muy bueno
N°244	Plazza's	4	5	4	5	5	23	Muy bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	5	4	5	5	3	22	Muy bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	101	Muy bueno
N°245	Plazza's	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	4	5	5	5	24	Muy bueno	4	5	4	4	17	Bueno	100	Muy bueno
N°246	Plazza's	4	5	5	5	5	24	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	109	Muy bueno
N°247	Plazza's	4	5	5	5	5	24	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	4	5	5	5	24	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	107	Muy bueno
N°248	Plazza's	2	5	4	5	3	19	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	4	5	5	4	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	102	Muy bueno
N°249	Plazza's	3	5	5	5	3	21	Bueno	2	5	5	5	17	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	4	5	5	5	5	24	Muy bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	99	Muy bueno
N°250	Plazza's	5	4	4	4	4	21	Bueno	5	4	4	4	17	Bueno	4	4	3	4	15	Bueno	5	5	5	4	4	23	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	92	Bueno
N°251	Plazza's	4	5	5	4	4	22	Muy bueno	5	4	5	4	18	Muy bueno	5	4	4	3	16	Bueno	4	5	3	5	4	21	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	93	Bueno
N°252	Plazza's	1	4	5	5	2	17	Regular	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	102	Muy bueno
N°253	Plazza's	2	5	4	4	4	19	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	4	5	5	4	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	102	Muy bueno
N°254	Plazza's	2	3	4	3	3	15	Regular	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	5	3	4	3	19	Bueno	4	4	4	5	17	Bueno	83	Bueno
N°255	Plazza's	2	4	4	4	3	17	Regular	4	5	4	4	17	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	4	4	3	4	4	19	Bueno	4	4	4	5	17	Bueno	88	Bueno
N°256	Plazza's	3	4	5	3	4	19	Bueno	4	5	4	4	17	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	4	4	3	3	3	17	Regular	5	5	4	5	19	Muy bueno	91	Bueno
N°257	Plazza's	2	4	4	4	2	16	Regular	4	4	3	3	14	Regular	3	3	3	2	11	Deficiente	2	2	2	2	3	11	Deficiente	4	4	4	4	16	Bueno	68	Regular
N°258	Regular	1	3	4	3	3	14	Regular	5	4	4	4	17	Bueno	4	4	4	3	15	Bueno	4	5	5	4	3	21	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	86	Bueno
N°259	Plazza's	2	5	4	4	4	19	Bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	4	5	5	4	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	102	Muy bueno
N°260	Plazza's	2	3	4	3	3	15	Regular	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	5	3	4	3	19	Bueno	4	4	4	5	17	Bueno	83	Bueno

N°261	Plazza's	2	4	4	4	3	17	Regular	4	5	4	4	17	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	4	4	3	4	4	19	Bueno	4	4	4	5	17	Bueno	88	Bueno
N°262	Plazza's	3	4	5	3	4	19	Bueno	4	5	4	4	17	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	4	4	3	3	3	17	Regular	5	5	4	5	19	Muy bueno	91	Bueno
N°263	Plazza's	2	4	4	4	2	16	Regular	4	4	3	3	14	Regular	3	3	3	2	11	Deficiente	2	2	2	2	3	11	Deficiente	4	4	4	4	16	Bueno	68	Regular
N°264	Plazza's	1	3	4	3	3	14	Regular	5	4	4	4	17	Bueno	4	4	4	3	15	Bueno	4	5	5	4	3	21	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	86	Bueno
N°265	Riviera Muchick	4	4	5	5	5	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	107	Muy bueno
N°266	Riviera Muchick	5	5	4	5	5	24	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	4	5	5	19	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	108	Muy bueno
N°267	Riviera Muchick	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	3	3	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	2	5	5	5	5	22	Muy bueno	4	3	5	5	17	Bueno	96	Muy bueno
N°268	Riviera Muchick	5	5	5	4	5	24	Muy bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	4	4	4	3	15	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	5	5	18	Muy bueno	95	Muy bueno
N°269	Riviera Muchick	5	5	5	4	5	24	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	3	5	5	5	5	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	102	Muy bueno
N°270	Riviera Muchick	4	4	5	4	5	22	Muy bueno	5	4	4	4	17	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	93	Bueno
N°271	Riviera Muchick	4	4	5	4	5	22	Muy bueno	5	4	4	4	17	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	94	Muy bueno
N°272	Riviera Muchick	4	4	5	3	5	21	Bueno	5	4	5	5	19	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	4	5	4	18	Muy bueno	103	Muy bueno
N°273	Riviera Muchick	5	5	5	4	5	24	Muy bueno	4	5	5	5	19	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	4	4	24	Muy bueno	5	4	4	4	17	Bueno	104	Muy bueno
N°274	Riviera Muchick	4	4	4	3	5	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	4	4	4	17	Bueno	89	Bueno
N°275	Riviera Muchick	4	4	4	2	5	19	Bueno	3	3	3	3	12	Regular	3	3	3	4	13	Regular	3	3	3	3	3	15	Regular	5	5	4	5	19	Muy bueno	78	Bueno
N°276	Riviera Muchick	5	5	5	4	5	24	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	4	4	5	18	Muy bueno	94	Muy bueno
N°277	Riviera Muchick	3	3	4	4	4	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	4	4	5	18	Muy bueno	88	Bueno
N°278	Riviera Muchick	5	5	5	4	5	24	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	109	Muy bueno
N°279	Riviera Muchick	5	4	5	4	5	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	108	Muy bueno
N°280	Riviera Muchick	5	4	4	4	5	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	107	Muy bueno
N°281	Riviera Muchick	4	4	5	3	5	21	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	5	21	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	93	Bueno
N°282	Riviera Muchick	4	4	5	4	5	22	Muy bueno	4	4	3	4	15	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	5	4	17	Bueno	90	Bueno
N°283	Riviera Muchick	4	4	5	4	5	22	Muy bueno	4	4	4	3	15	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	5	4	5	18	Muy bueno	91	Bueno
N°284	Riviera Muchick	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	4	4	4	4	5	21	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	103	Muy bueno
N°285	Riviera Muchick	4	4	5	3	5	21	Bueno	5	4	5	5	19	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	4	5	4	18	Muy bueno	103	Muy bueno
N°286	Riviera Muchick	5	5	5	4	5	24	Muy bueno	4	5	5	5	19	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	4	24	Muy bueno	5	4	4	4	17	Bueno	104	Muy bueno
N°287	Riviera Muchick	4	4	4	3	5	20	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	4	4	4	17	Bueno	89	Bueno
N°288	Riviera Muchick	4	4	4	2	5	19	Bueno	3	3	3	3	12	Regular	3	3	3	4	13	Regular	3	3	3	3	3	15	Regular	5	5	4	5	19	Muy bueno	78	Bueno
N°289	Riviera Muchick	5	5	5	4	5	24	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	4	4	5	18	Muy bueno	94	Muy bueno
N°290	Riviera Muchick	3	3	4	4	4	18	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	5	4	4	5	18	Muy bueno	88	Bueno
N°291	Riviera Muchick	5	5	5	4	5	24	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	109	Muy bueno
N°292	Riviera Muchick	5	4	5	4	5	23	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	108	Muy bueno
N°293	Riviera Muchick	5	4	4	4	5	22	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	107	Muy bueno
N°294	Riviera Muchick	4	4	5	3	5	21	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	5	21	Bueno	5	5	4	5	19	Muy bueno	93	Bueno
N°295	Riviera Muchick	4	4	5	4	5	22	Muy bueno	4	4	3	4	15	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	4	5	4	17	Bueno	90	Bueno
N°296	Riviera Muchick	4	4	5	4	5	22	Muy bueno	4	4	4	3	15	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	4	4	4	20	Bueno	4	5	4	5	18	Muy bueno	91	Bueno
N°297	Riviera Muchick	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	4	4	4	4	5	21	Bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	103	Muy bueno
N°298	Sol de Huanchaco	2	2	4	2	2	12	Deficiente	4	4	4	3	15	Bueno	4	4	4	3	15	Bueno	4	3	4	4	2	17	Regular	4	4	4	3	15	Bueno	74	Regular
N°299	Sol de Huanchaco	2	2	2	1	1	8	Muy deficiente	3	3	4	3	13	Regular	4	4	3	3	14	Regular	4	2	3	4	1	14	Regular	4	4	4	2	14	Regular	63	Regular
N°300	Sol de Huanchaco	5	5	5	4	2	21	Bueno	3	2	2	1	8	Deficiente	3	2	3	2	10	Deficiente	5	2	2	5	5	19	Bueno	1	5	2	2	10	Deficiente	68	Regular
N°301	Sol de Huanchaco	2	2	3	2	1	10	Deficiente	2	2	3	2	9	Deficiente	3	3	3	3	12	Regular	3	3	3	4	1	14	Regular	4	4	3	2	13	Regular	58	Regular
N°302	Sol de Huanchaco	3	3	3	3	2	14	Regular	2	3	3	3	11	Deficiente	3	3	3	3	12	Regular	3	3	2	3	2	13	Deficiente	4	4	3	3	14	Regular	64	Regular
N°303	Sol de Huanchaco	1	3	2	3	1	10	Deficiente	3	1	2	1	7	Muy deficiente	2	3	3	4	12	Regular	1	3	1	1	1	7	Muy deficiente	2	2	2	1	7	Muy deficiente	43	Deficiente
N°304	Sol de Huanchaco	2	3	3	3	3	14	Regular	3	5	5	5	18	Muy bueno	3	1	1	1	6	Muy deficiente	1	3	3	3	5	15	Regular	1	2	3	5	11	Deficiente	64	Regular
N°305	Sol de Huanchaco	4	5	4	4	5	22	Muy bueno	3	3	3	5	14	Regular	1	1	5	5	12	Regular	3	3	1	1	3	11	Deficiente	2	2	2	5	11	Deficiente	70	Regular
N°306	Sol de Huanchaco	2	3	3	3	2	13	Deficiente	3	4	4	3	14	Regular	3	2	4	3	12	Regular	2	4	2	2	2	12	Deficiente	3	3	3	4	13	Regular	64	Regular
N°307	Sol de Huanchaco	3	4	2	3	1	13	Deficiente	4	4	3	4	15	Bueno	3	3	4	4	14	Regular	1	4	2	3	3	13	Deficiente	3	3	3	4	13	Regular	68	Regular
N°308	Sol de Huanchaco	3	4	3	3	2	15	Regular	4	3	3	4	14	Regular	3	3	4	4	14	Regular	2	4	3	3	2	14	Regular	4	4	4	5	17	Bueno	74	Regular
N°309	Sol de Huanchaco	2	3	3	3	2	13	Deficiente	3	3	4	4	14	Regular	2	3	3	3	11	Deficiente	2	3	3	3	3	14	Regular	4	4	4	5	17	Bueno	69	Regular
N°310	Sol de Huanchaco	3	3	3	3	1	13	Deficiente	3	4	3	3	13	Regular	3	3	4	4	14	Regular	3	4	2	3	3	15	Regular	4	4	3	4	15	Bueno	70	Regular

N°311	Sol de Huancha	4	4	5	4	3	20	Bueno	3	3	4	4	14	Regular	4	4	3	3	14	Regular	4	5	5	4	4	22	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	86	Bueno
N°312	Sol de Huancha	3	4	4	4	3	18	Bueno	3	4	4	4	15	Bueno	4	5	4	5	18	Muy bueno	5	4	5	5	5	24	Muy bueno	5	5	5	5	20	Muy bueno	95	Muy bueno
N°313	Sol de Huancha	5	5	5	5	5	25	Muy bueno	5	5	4	4	18	Muy bueno	5	5	5	4	19	Muy bueno	4	5	5	5	5	24	Muy bueno	4	4	4	5	17	Bueno	103	Muy bueno
N°314	Sol de Huancha	3	3	4	3	4	17	Regular	3	3	4	4	14	Regular	3	3	3	3	12	Regular	4	4	5	4	4	21	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	80	Bueno
N°315	Sol de Huancha	4	3	5	4	4	20	Bueno	4	5	4	3	16	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	5	5	5	4	4	23	Muy bueno	4	4	4	4	16	Bueno	91	Bueno
N°316	Sol de Huancha	2	2	3	2	1	10	Deficiente	2	2	3	2	9	Deficiente	3	3	3	3	12	Regular	3	3	3	4	1	14	Regular	4	4	3	2	13	Regular	58	Regular
N°317	Sol de Huancha	3	3	3	3	2	14	Regular	2	3	3	3	11	Deficiente	3	3	3	3	12	Regular	3	3	2	3	2	13	Deficiente	4	4	3	3	14	Regular	64	Regular
N°318	Sol de Huancha	2	2	4	2	2	12	Deficiente	4	4	4	3	15	Bueno	4	4	4	3	15	Bueno	4	3	4	4	2	17	Regular	4	4	4	3	15	Bueno	74	Regular
N°319	Sol de Huancha	2	2	2	1	1	8	Muy deficiente	3	3	4	3	13	Regular	4	4	3	3	14	Regular	4	2	3	4	1	14	Regular	4	4	4	2	14	Regular	63	Regular
N°320	Sol de Huancha	5	5	5	4	2	21	Bueno	3	2	2	1	8	Deficiente	3	2	3	2	10	Deficiente	5	2	2	5	5	19	Bueno	1	5	2	2	10	Deficiente	68	Regular
N°321	Sol de Huancha	3	3	4	2	2	14	Regular	3	3	3	2	11	Deficiente	4	3	3	3	13	Regular	4	2	3	4	3	16	Regular	3	4	3	2	12	Regular	66	Regular
N°322	Sol de Huancha	3	3	4	2	2	14	Regular	3	3	3	2	11	Deficiente	4	3	3	3	13	Regular	4	2	3	4	3	16	Regular	3	4	3	2	12	Regular	66	Regular
N°323	Sol de Huancha	3	3	4	2	2	14	Regular	3	3	3	2	11	Deficiente	4	3	3	3	13	Regular	4	2	3	4	3	16	Regular	3	4	3	2	12	Regular	66	Regular
N°324	Sol de Huancha	2	2	3	2	1	10	Deficiente	2	2	3	2	9	Deficiente	3	3	3	3	12	Regular	3	3	3	4	1	14	Regular	4	4	3	2	13	Regular	58	Regular
N°325	Sol de Huancha	5	5	5	4	2	21	Bueno	3	2	2	1	8	Deficiente	3	2	3	2	10	Deficiente	5	2	2	5	5	19	Bueno	1	5	2	2	10	Deficiente	68	Regular
N°326	Sol de Huancha	3	3	4	2	2	14	Regular	3	3	3	2	11	Deficiente	4	3	3	3	13	Regular	4	2	3	4	3	16	Regular	3	4	3	2	12	Regular	66	Regular
N°327	Sol de Huancha	3	3	4	2	2	14	Regular	3	3	3	2	11	Deficiente	4	3	3	3	13	Regular	4	2	3	4	3	16	Regular	3	4	3	2	12	Regular	66	Regular
N°328	Sol de Huancha	3	3	4	2	2	14	Regular	3	3	3	2	11	Deficiente	4	3	3	3	13	Regular	4	2	3	4	3	16	Regular	3	4	3	2	12	Regular	66	Regular
N°329	Sol de Huancha	2	2	3	2	1	10	Deficiente	2	2	3	2	9	Deficiente	3	3	3	3	12	Regular	3	3	3	4	1	14	Regular	4	4	3	2	13	Regular	58	Regular
PUNTAJES Y VALORACIONES PROMEDIO								19	Bueno					17	Bueno					17	Bueno					21	Bueno					17	Bueno	91	Bueno

Anexo 4 Categorización de la evaluación de las dimensiones del modelo SERVPERF, según escala.

Dimensión	Escala	Categoría
Tangibilidad Empatía	[5-9]	Muy deficiente
	[10-13]	Deficiente
	[14-17]	Regular
	[18-21]	Bueno
	[22-25]	Muy bueno
Confiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad	[4-7]	Muy deficiente
	[8-11]	Deficiente
	[12-14]	Regular
	[15-17]	Bueno
Percepción general	[18-20]	Muy bueno
	[22-39]	Muy deficiente
	[40-57]	Deficiente
	[58-75]	Regular
	[76-93]	Bueno
	[94-110]	Muy bueno

Nota: Elaboración propia

Anexo 5 Tabla de las sugerencias y comentarios brindados por los clientes encuestados

SUGERENCIAS Y COMENTARIOS
Mas bebidas en frigobar
Atención en el bar las 24 horas
El restaurante debe tender hasta las 8:00 pm, porque muchas veces tenemos que salir a otro sitio a cenar
Frigobar en habitación / aire acondicionado
Mejorar los servicios en cuanto a su eficiencia, sin mucha tardanza
Debe colocar bata y sandalias
Que tenga una buena red de wifi
Una frazada en invierno/ en algunas habitaciones no hay frigobar
Mejor señal de cable
Necesitan ambiente de relax
Ambientar más las áreas comunes del hotel
Mantener abierto restaurante durante la noche al menos para la cena
El desayuno es pésimo, sería mejor y más rápido el servicio de desayuno buffet
Mantas, algunas noches hace frío
Poner termo con agua caliente y algunas infusiones en los cuartos pues en la noche restaurante cierra y hay pocas opciones
Hay que mejorar la limpieza en habitación
Mejorar la administración/ todo está en su sitio, pero hay que innovar un poco
Hay que esmerarse más en la limpieza
A pesar de que hay cámaras no deberían dejar sola la entrada o recepción
No deberían ofrecer servicio de bar si no hay alguien allí para atender
Los enchufes de la habitación están ligeramente sueltos, a veces no carga bien el celular
Temperar la piscina en época de invierno y colocar toalla de piso en habitación
Una persona para resolver problemas al instante/tener servicio de restaurante y bar todo el día
Personal perenne en el bar y recepción/ piscina sea temperada para cualquier día del año
Durante toda mi estadía la mayoría de veces entraba y salía del hotel y no había nadie en la puerta que controle el ingreso, tienen que solucionar esa situación!
Si están haciendo trabajos de remodelación deben publicarlo y no exponernos a pasar una mala noche
Cambiar de compañía para el servicio de wifi, el resto todo bien
Deberían cambiar con más frecuencia las sábanas
No cierren la puerta y si la cierran que alguien esté pendiente si tocamos.
Hay que variar el desayuno
Si saben que hay algo que no funciona no solo se disculpen, arréglenlo
Solo comprar nuevos colchones, sábanas y toallas.
Mejorar el servicio de wifi
Deberían realizar limpieza de habitaciones y baños a diario
Mejorar el desayuno, opciones distintas
Piscina funcionando
Ante una estadía larga mejorar o variar los desayunos.

Más sillas alrededor de la piscina
Cambiar las sábanas de acuerdo al número de camas, incluir más packs de toallas y amenitas. En nuestra habitación, en el baño principal no había agua caliente, mejorar a señal del wi-fi.
Añadir amenitas, colocar frazadas de acuerdo al número de camas, implementar un pack de toallas, asegurarse que todas las duchas cuenten agua caliente, mejorar la calidad del wi-fi.
Arreglar el seguro de las ventanas
Nada, está perfecto el local solo el personal debe estar más atento
Es extremadamente necesario coloquen cortinas black out
Me encanta la decoración, muy propia de la cultura local. ¡Sigam con el maravilloso servicio que brindan!
Poner ascensor, es necesario cuando estas en el último piso, el resto del hotel es encantador
La Srta. que nos atendió en el desayuno nos atendió muy bien pero no tenía datos para organizarnos hacia lugares aledaños. Creo que todo el personal debe saber y tener los datos turísticos a la mano del viajero.
Que haya otro ambiente adicional, aparte de comedor y sala de espera. Un bar o un lugar de juego de meses.
Un ambiente extra para distracciones, bar más surtido y cocina más surtida
Una cafetería que atienda todo el día
Deberían permitir el ingreso a la piscina
Deberían aceptar todas las tarjetas de crédito
Tienen una cochera pequeña, consigan datos de otra cercana para poder guardar mi auto cuando la de ustedes no tenga espacio
Un desayuno más variado sería ideal
Que mantengan la puerta de ingreso siempre abierta, es un tanto incómodo estar tocando
Sería bueno si tuviesen los teléfonos o sepan donde hay show de caballos de paso
Ofrecen piscina en su publicidad debería funcionar siempre
Ya es hora de que renueven los cubrecamas y sábanas
Si dan una tarifa especial avisar que no se puede pagar con tarjeta
Los jaboncitos son pequeños al menos pongan téis si hay dos personas en la habitación
Un timbre más fuerte para que el personal de la noche escuche y abra la puerta
Disponer de información sobre los lugares para conocer en Huanchaco y alrededores
No dejen la puerta cerrada si no hay alguien atento a que llegemos de la playa
Poner frígobar en habitaciones con bebidas frías.
Deben tener a disposición más frazadas para la noche que hace mucho frío
La piscina es bonita y bien iluminada pero no debería estar al lado de la cochera
Según su número de estrellas deberías servir desayuno, al menos el básico de café jugo y pan con huevos.
Incluir fruta en el desayuno
Mejorar el mantenimiento, solo es cuestión de pintura y un poco de yeso en las esquinas
Más presión en el agua caliente de la ducha
El personal de recepción debe estar más atento en su área y pendientes de quien ingresa y sale.
Quizás comprar algunas mancuernas para el gimnasio. ¡¡Después todo es bueno!!
En caso de no tener más espacio en cochera, deben ser capaces de ofrecer o tener información de otro lugar para guardar los autos
Las camas son duras deben considerar cambiarlas

Tratar de no dar los cuartos que tiene ventana a la calle por al ruido de los autos y micros que pasan por la avenida
El servicio de sauna en un gran plus, tratar de ser más claros con los horarios para poder disfrutarlo plenamente.
Revisar que todos los equipos de la habitación funcionen (frigoriferador) para evitar incomodidades una vez que ocupemos la habitación
El sr que atiende el desayuno debe ser un poco más amable y ofrecer todo lo que esté disponible para el desayuno.
Renovar muebles y personal permanente en recepción
Hay que cambiar colchones, en el mío hubo un resorte salido. No deben dejar sola la recepción
Si compran nuevas camas y aseguran los tomacorrientes
El personal del hotel debería tener alguna identificación
No dejar cerrada la puerta
Renovar las sábanas, colchas y toallas, ya están un tanto desgastadas
Teléfono en habitación
Mejorar las instalaciones (televisores, baños)
Internet más veloz
Tienen que mejorar la limpieza y aconsejaría que el personal este uniformado
Mejorar el internet/poca presión en la ducha/lavar las sábanas bien
La atención a la llegada debe ser más rápida y colchones más blandos
Que sigan siempre tan amables, carismáticos y acomodados como lo son pues eso refleja el ambiente de calidad que hay en este hotel
Hay que renovar movilidad y necesitan más personal
El personal debe estar mejor enterado de las actividades locales para brindar información turística
Revisar heladera, teníamos una botella de agua vacía/el segundo día solo había una toalla de rostro/al pedir desayuno a la habitación llegó tibio, debe llegar caliente
Desearía más agua en la ducha, un precio completo de hospedaje y alimentación y tal vez una cama más cómoda y blanda
Solo renovar muebles. Todo ok
En invierno poner una mantita extra
Podrían comprar mobiliario nuevo
Si uno se queda varios días deberían ofrecerle algo nuevo para desayunar
Hay mucho polvo en habitaciones (limpiar mejor)
Desde niña vengo a este hotel solo tienen que innovar un poco
Tienen un hotel precio, pero ¡urgente! Necesitan redecorar habitaciones.

Anexo 6 Directorio de hoteles en Huanchaco.

CERTIFICADO N°	CLASE	CATEGORIA	RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCION	DISTRITO	PROVINCIA	TELEFONO	CORREO ELECTRÓNICO	N° DE HAB	PLAZAS-CAMA
309-2012	HOTEL	3	HOTEL BRACAMONTE EIRL.	BRACAMONTE	JUAN JULIO BRACAMONTE MANTILLA	LOS OLIVOS N° 503	HUANCHACO	TRUJILLO	(044) 461162		26	58
499-2015	HOTEL	3	GRUPO CONTINENTAL SAC	CABALLITO DE TOTORA	JORGE LUIS LLAQUE LOPEZ	AV. LA RIVERA N° 348	HUANCHACO	TRUJILLO	(044) 461265	reservas@hotelcaballitodetotora.com.pe	21	54
645-2017	HOTEL	3	INVERSIONES ARIANA BELEN E.I.R.L.	EL SOMBRERO	PEDRO ALFREDO RODRIGUEZ RIOS	JR. PILCO MAYO N° 100	HUANCHACO	TRUJILLO	538919	hotelesombrero@gmail.com	28	60
439-2014	HOTEL	3	HUANKARUTE EIRL	HUANKARUTE	PAUL ORLANDO CORDOVA SOLAR	AV. LA RIVERA SUR N° 312	HUANCHACO	TRUJILLO	462383	hostalhuankarute@hotmail.com	26	45
681-2017	HOTEL	3	HOTEL LIBERTAD SAC	LIBERTAD - HUANCHACO	GLADIS ALVA DE LEON	CA. LUIS ALBERTO SANCHEZ 145 URB EL BOQUERON	HUANCHACO	TRUJILLO	(044) 290997	hotellibertad.trujillo@gmail.com	20	40
257-2012	HOTEL	3	MAMA TINA HOTEL E.I.R.L.	MAMA TINA	JANET JACQUELINE MONTOYA MESTANZA	CA. LOS ABETOS 206 - URB. VIRGEN DEL SOCORRO	HUANCHACO	TRUJILLO	(044) 464210	reservas@hotel.mamatina	20	36
282-2012	HOTEL	3	VERONICA ELIZABETH ACEVEDO FLORES	PLAZZA'S	VERONICA ELIZABETH ACEVEDO FLORES	CA. LOS FICUS 520 URB. VIRGEN DEL SOCORRO	HUANCHACO	TRUJILLO	(044) 461757	sandra_30_acuario@hotmail.com	24	54
760-2018	HOTEL	3	RIVIERA MUCHICK SRL.	RIVIERA MUCHICK	MARLON ALBERTO QUISPE GARCIA	AV. LARCO 710	HUANCHACO	TRUJILLO	(044) 727265	marlonsanchez@pozosgarcia.com	21	42
250-2012	HOTEL	2	SOL DE HUANCHACO S.A.C.	SOL DE HUANCHACO	AGUSTINA SOLEDAD CARRANZA DE	CA. LOS ROBLES 212 - URB.	HUANCHACO	TRUJILLO	(044) 301814	hotelsoldehuanchaco@hotmail.com	20	35

Fuente: GOBIERNO REGIONAL LA LIBERTAD

Anexo 7 La Libertad - Trujillo - Huanchaco: Indicadores mensuales de ocupabilidad de establecimientos de hospedaje colectivo, 2018 (Ene-Dic)

<i>Meses</i>	<i>Ene</i>	<i>Feb</i>	<i>Mar</i>	<i>Abr</i>	<i>May</i>	<i>Jun</i>	<i>Jul</i>	<i>Ago</i>	<i>Sep</i>	<i>Oct</i>	<i>Nov</i>	<i>Dic</i>
OFERTA												
Número de establecimiento	77	74	73	73	73	74	74	74	75	76	77	77
Número de habitaciones	840	807	802	792	788	799	799	799	817	838	839	863
Número de plazas-cama	1 698	1 630	1 618	1 605	1 594	1 623	1 624	1 628	1 650	1 681	1 679	1 734
INDICADORES												
TNOH en el mes(%)	23,81	22,30	19,74	18,59	11,50	19,83	21,63	22,92	21	10,93	17,74	22,44
TNOC en el mes(%)	21,80	18,87	15,67	15,17	9,32	16,02	17,96	19,83	21,44	10,52	14,31	18,03
Promedio de permanencia(días)	1,69	1,38	1,40	1,42	1,46	1,36	1,45	1,59	1,99	1,46	1,67	1,48
Nacionales(días)	1,63	1,38	1,38	1,23	1,36	1,22	1,32	1,35	1,88	1,40	1,61	1,34
Extranjeros(días)	2,07	1,38	1,55	2,37	1,98	1,89	1,97	2,46	2,41	1,68	1,99	2,01
Total de arribos en el mes	6 803	6 225	5 624	5 131	3 158	5 741	6 245	6 292	5 336	3 760	4 318	6 533
Nacionales	5 903	5 494	5 066	4 270	2 671	4 560	5 018	4 912	4 225	2 922	3 657	5 121
Extranjeros	900	731	558	861	487	1 181	1 227	1 380	1 111	838	661	1 412
Total pernoctaciones mes	11 474	8 613	7 859	7 304	4 607	7 798	9 040	10 010	10 614	5 483	7 207	9 692
Nacionales	9 613	7 604	6 995	5 263	3 645	5 569	6 619	6 622	7 942	4 079	5 891	6 855
Extranjeros	1 861	1 009	864	2 041	962	2 229	2 421	3 388	2 672	1 404	1 316	2 837
Total empleo en el mes	190	175	172	173	170	174	177	181	185	181	170	178
COBERTURA DE INFORMANTE												
En N° de establecimientos(%)	25,97	21,62	21,92	21,92	21,92	24,32	24,32	24,32	26,67	23,68	20,78	20,78
En N° de habitaciones(%)	37,62	33,09	33,29	33,21	32,99	34,92	34,92	34,92	38,92	32,82	27,77	28,74

Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-Sistema de Información Estadística de Turismo (SET) y DIRCETUR

Anexo 8 Autorización para la realizar encuesta en el Hotel Bracamonte

 UNIVERSIDAD
PRIVADA DEL NORTE

Trujillo, 24 de Junio del 2019

CARTA N° 00136- UPN-FAC. NEG/2019-1

Señor(a):
JUAN JULIO BRACAMONTE MANTILLA
ADMINISTRADOR HOTEL BRACAMONTE
Presente.-

Reciba nuestro más cordial saludo, a nombre de la **Universidad Privada del Norte**, miembro de la red internacional de universidades **Laureate International Universities**


El motivo de la presente es presentarle a Luciana Alejandra Mannucci Valverde, con DNI 48175025, bachiller de la carrera de Administración y Servicios Turísticos, de nuestra universidad, quien se encuentra elaborando un trabajo de investigación referente a: "Calidad de servicios de los Hoteles tres estrellas del balneario de Huanchaco".

En tal sentido, solicito a usted brinde las facilidades del caso para que la bachiller en mención pueda realizar con éxito dicho trabajo.

Agradeciendo por anticipado la atención que brinde a la presente, me suscribo de usted.

Atentamente,


Monica Zegarra Alva
Coordinador de Adm. Servicios Turísticos y
Gastronomía Gestión de Restaurantes
Universidad Privada del Norte




HOTEL BRACAMONTE E.I.R.L.
LOS OLIVOS N° 160 - HUANCHACO
TRUJILLO

Av. Del Ejército 920 - Urb. El Molino
Trujillo - La Libertad
www.upn.edu.pe

Scanned with
Scanner

Anexo 9 Autorización para la realizar encuesta en el Hotel El Sombrero

Trujillo, 24 de Junio del 2019

CARTA N° 00133- UPN-FAC. NEG/2019-1

Señor(a):
CESAR AUGUSTO PAREDES CABRERA
ADMINISTRADOR HOTEL EL SOMBRERO
Presente.-


Reciba nuestro más cordial saludo, a nombre de la **Universidad Privada del Norte**, miembro de la red internacional de universidades **Laureate International Universities**


El motivo de la presente es presentarle a Luciana Alejandra Mannucci Valverde, con DNI 48175025, bachiller de la carrera de Administración y Servicios Turísticos, de nuestra universidad, quien se encuentra elaborando un trabajo de investigación referente a: “Calidad de servicios de los Hoteles tres estrellas del balneario de Huanchaco”.

En tal sentido, solicito a usted brinde las facilidades del caso para que la bachiller en mención pueda realizar con éxito dicho trabajo.

Agradeciendo por anticipado la atención que brinde a la presente, me suscribo de usted.

Atentamente,


Monica Zegarra Alva
Coordinador de Adm. Servicios Turísticos y
Gastronomía Gestión de Restaurantes
Universidad Privada del Norte



Anexo 10 Autorización para la realizar encuesta en el Hotel Riviera Muchik

Trujillo, 24 de Junio del 2019

CARTA N° 00134- UPN-FAC. NEG/2019-1

Señor(a):
LUZ ANGELICA PERALTA LEON
ADMINISTRADOR HOTEL RIVERA MUCHICK
Presente.-

Reciba nuestro más cordial saludo, a nombre de la **Universidad Privada del Norte**, miembro de la red internacional de universidades **Laureate International Universities**

El motivo de la presente es presentarle a Luciana Alejandra Mannucci Valverde, con DNI 48175025, bachiller de la carrera de Administración y Servicios Turísticos, de nuestra universidad, quien se encuentra elaborando un trabajo de investigación referente a: “Calidad de servicios de los Hoteles tres estrellas del balneario de Huanchaco”.

En tal sentido, solicito a usted brinde las facilidades del caso para que la bachiller en mención pueda realizar con éxito dicho trabajo.

Agradeciendo por anticipado la atención que brinde a la presente, me suscribo de usted.

Atentamente,


Monica Zegarra
Coordinador de Adm. Servicios Turísticos y
Gastronomía Gestión de Restaurantes
Universidad Privada del Norte




RIVERA MUCHIK
11 JUL 2019
RECIBIDO
SUJETO A REVISION

Anexo 11 Autorización para la realizar encuesta en el Hotel Libertad

Trujillo, 02 de agosto del 2019

Señor:
Julio César Levano López
Administrador
HOTEL LIBERTAD

Presente. -

De mi consideración

Reciba mi más cordial saludo a nombre de la Universidad Privada del Norte, incorporada a la red **Laureate International Universities**.

El motivo de la presente es presentarle a la señorita **Luciana Alejandra Mannucci Valverde** con DNI. N° 48175025 y CE. N00104746 estudiante Tesista de la carrera de Administración y Servicios Turísticos de nuestra universidad, quién se encuentra elaborando un trabajo de investigación referente a la “*Calidad del servicio de los hoteles Tres Estrellas del Balneario de Huanchaco*”, motivo por el cual desea recabar información de la entidad que usted dignamente representa para el desarrollo de su Tesis.


En tal sentido, solicito a usted brinde las facilidades del caso para que la estudiante en mención pueda realizar con éxito dicho trabajo.

Agradeciendo por anticipado la atención que brinde a la presente, me suscribo de usted.

Atentamente,




Monica Denise Zegarra Alva
Coordinadora de la carrera de
Administración y Servicios Turísticos
Facultad de Negocios
Universidad Privada del Norte
Laureate International Universities


48099989

Anexo 12 Autorización para la realizar encuesta en el Hotel Sol de Huanchaco

Trujillo, 24 de Junio del 2019

CARTA N° 00135- UPN-FAC. NEG/2019-1

Señor(a):
ALVARO MORENO CARRANZA
ADMINISTRADOR HOTEL SOL DE HUANCHACO
Presente.-

Reciba nuestro más cordial saludo, a nombre de la **Universidad Privada del Norte**, miembro de la red internacional de universidades **Laureate International Universities**

El motivo de la presente es presentarle a Luciana Alejandra Mannucci Valverde, con DNI 48175025, bachiller de la carrera de Administración y Servicios Turísticos, de nuestra universidad, quien se encuentra elaborando un trabajo de investigación referente a: "Calidad de servicios de los Hoteles tres estrellas del balneario de Huanchaco".

En tal sentido, solicito a usted brinde las facilidades del caso para que la bachiller en mención pueda realizar con éxito dicho trabajo.

Agradeciendo por anticipado la atención que brinde a la presente, me suscribo de usted.

Atentamente,



Monica Zegarra Riva
Coordinador de Adm. Servicios Turísticos y
Gastronomía Gestión de Restaurantes
Universidad Privada del Norte



SOL DE HUANCHACO SAC

.....
Alvaro Joan Moreno Carranza
Gerente General

Anexo 13 Autorización para la realizar encuesta en el Hotel Caballito de Totorá

Trujillo, 24 de Junio del 2019

CARTA N° 00137-UPN-FAC. NEG/2019-1

Señor(a):
JORGE LUIS LLAQUE LOPEZ
ADMINISTRADOR HOTEL CABALLITO DE TOTORA
Presente.-


Reciba nuestro más cordial saludo, a nombre de la **Universidad Privada del Norte**, miembro de la red internacional de universidades **Laureate International Universities**

El motivo de la presente es presentarle a Luciana Alejandra Mannucci Valverde, con DNI 48175025, bachiller de la carrera de Administración y Servicios Turísticos, de nuestra universidad, quien se encuentra elaborando un trabajo de investigación referente a: “Calidad de servicios de los Hoteles tres estrellas del balneario de Huanchaco”.

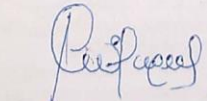
En tal sentido, solicito a usted brinde las facilidades del caso para que la bachiller en mención pueda realizar con éxito dicho trabajo.

Agradeciendo por anticipado la atención que brinde a la presente, me suscribo de usted.

Atentamente,

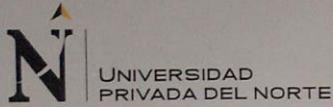

Monica Zegarra Alva
Coordinador de Adm. Servicios Turísticos y
Gastronomía Gestión de Restaurantes
Universidad Privada del Norte




Jorge Luis Llaque López
DNI: 26633725



Anexo 14 Autorización para la realizar encuesta en el Hotel Huankarute



Trujillo, 24 de Junio del 2019

CARTA N° 00132- UPN-FAC. NEG/2019-1

Señor(a):
PAUL ORLANDO CORDOVA SOLAR
ADMINISTRADOR HOTEL HUANKARUTE
Presente.-

Reciba nuestro más cordial saludo, a nombre de la **Universidad Privada del Norte**, miembro de la red internacional de universidades **Laureate International Universities**

El motivo de la presente es presentarle a Luciana Alejandra Mannucci Valverde, con DNI 48175025, bachiller de la carrera de Administración y Servicios Turísticos, de nuestra universidad, quien se encuentra elaborando un trabajo de investigación referente a: “Calidad de servicios de los Hoteles tres estrellas del balneario de Huanchaco”.

En tal sentido, solicito a usted brinde las facilidades del caso para que la bachiller en mención pueda realizar con éxito dicho trabajo.


Agradeciendo por anticipado la atención que brinde a la presente, me suscribo de usted.

Atentamente,



Monica Zegarra Alva
Coordinador de Adm. Servicios Turísticos y
Gastronomía Gestión de Restaurantes
Universidad Privada del Norte



HUANKARUTE E.I.R.L.


Paul Orlando Cordova Solar
GERENTE GENERAL

Anexo 15 Autorización para la realizar encuesta en el Hotel Mama Tina

 UNIVERSIDAD
PRIVADA DEL NORTE

Trujillo, 17 de Julio 2019

CARTA N° 0180-UPN-FAC. NEG/2019-1
Señor:
Cristian Muñoz Montoya
Administrador Hotel Mama Tina
Presente.-

De nuestra mayor consideración;


Reciba nuestro más cordial saludo, a nombre de la **Universidad Privada del Norte**, miembro de la red internacional de universidades **Laureate International Universities**

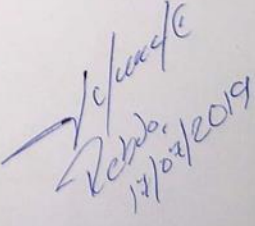
El motivo de la presente es presentarle a la bachiller Luciana Alejandra Mannucci Valverde, con DNI. N°48175025, egresado de la carrera de Administración y Servicios Turísticos, de nuestra universidad, quien se encuentra elaborando un trabajo de investigación referente a la “Calidad de servicio de los hoteles tres estrellas del balneario de Huanchaco”.


En tal sentido, solicito a usted brinde las facilidades del caso para que el bachiller en mención pueda realizar con éxito dicho trabajo.

Agradeciendo por anticipado la atención que brinde a la presente, me suscribo de usted.

Atentamente,


Monica Zegarra Alva
Coordinador de Adm. Servicios Turísticos y
Gastronomía Gestión de Restaurantes
Universidad Privada del Norte


Recibo.
17/07/2019

 Scan
Av. Del Ejército 920 - Urb. El Molino
Trujillo - La Libertad
www.upn.edu.pe