

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Servicios Turísticos

“LA PERCEPCIÓN DE SOSTENIBILIDAD EN HOTELES DE 4 Y 5 ESTRELLAS EN EL DISTRITO DE SAN ISIDRO ENTRE LOS AÑOS 2019 A 2023”

**Tesis para optar al título profesional de:
Licenciada en Administración y Servicios Turísticos**

Autores:

Martha Sofia Vidal Carmen

Ariana Lourdes Ortiz Jauregui

Asesor:

Ing. Manuel Enrique Gonzales Aparicio

<https://orcid.org/0009-0001-8185-1311>

Lima - Perú

2025



JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	LEIDY LUCIA MENDEZ GUTIERREZ
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	MARIA DEL CARMEN D ANGELO PANIZO
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	MANUEL ENRIQUE GONZALES APARICIO
	Nombre y Apellidos

Informe de Similitud



Página 2 of 127 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid:::1:3284167899




3% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 2%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 1%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
Realidad Problemática	9
<i>Contexto internacional</i>	11
<i>Contexto nacional</i>	11
Justificación	12
<i>Importancia de la investigación</i>	12
<i>Limitaciones de la investigación</i>	14
Antecedentes de la Investigación y Base teórica	14
<i>Antecedentes Internacionales</i>	14
<i>Antecedentes Nacionales</i>	15
<i>Bases Teóricas</i>	15
Formulación del problema	18
<i>Problema general</i>	18
<i>Problemas específicos</i>	18
Objetivos	18
<i>Objetivo general</i>	18
<i>Objetivos específicos</i>	18
Hipótesis	19
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	20
Tipo de Investigación.....	20
<i>Enfoque</i>	20
<i>Tipo de Estudio</i>	20
<i>Diseño</i>	21



Población y muestra (materiales, instrumentos y métodos).....	22
<i>Población</i>	22
<i>Muestra</i>	22
Técnicas e instrumentos de recolección, métodos y análisis de datos	24
<i>Técnicas</i>	24
<i>Instrumentos</i>	25
<i>Métodos</i>	25
Validez y confiabilidad de la información.....	25
Procedimiento	26
Aspectos éticos de la investigación.....	26
Matriz de consistencia y cronograma	28
<i>Matriz de consistencia</i>	28
<i>Matriz de la operacionalización de las categorías</i>	29
Cronograma.....	31
Presentación de las respuestas	32
<i>Experto 1: Juan José Eyzaguirre (Gerente de Rooms Division del Country Club Lima Hotel)</i>	32
<i>Experto 2: Fernando Escobar Soto (Food and beverage manager del Hotel Casa Andina Premium San Isidro)</i>	37
<i>Experto 3: Cesar Cuencas (Jefe de recepción Novotel Lima)</i>	41
<i>Experto 4: Alexandra (Jefa de recepción de Hotel Suites del Bosque de San Isidro)</i>	44
<i>Experto 5: Pedro Hurtado (Jefe de mantenimiento de los Tallanes Hotel & Suites)</i>	47
Matriz de triangulación.....	52
<i>Comparación de la Categoría N°1 - Subcategoría N°1 - Pregunta N°1</i>	52
<i>Comparación de la Categoría N°1 - Subcategoría N°2 - Pregunta N°2</i>	55
<i>Comparación de la Categoría N°1 - Subcategoría N°2 - Pregunta N°3</i>	58



<i>Comparación de la Categoría N°1 - Subcategoría N°2 - Pregunta N°4</i>	61
<i>Comparación de la Categoría N°2 - Subcategoría N°3 - Pregunta N°5</i>	64
<i>Comparación de la Categoría N°2 - Subcategoría N°3 - Pregunta N°6</i>	67
<i>Comparación de la Categoría N°2 - Subcategoría N°3 - Pregunta N°7</i>	70
<i>Comparación de la Categoría N°2 - Subcategoría N°4 - Pregunta N°8</i>	73
<i>Comparación de la Categoría N°2 - Subcategoría N°4 - Pregunta N°9</i>	76
<i>Comparación de la Categoría N°2 - Subcategoría N°4 - Pregunta N°10</i>	79
CAPÍTULO III: RESULTADOS	82
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	87
Discusión.....	87
REFERENCIAS	96
ANEXOS:	105



ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS:	105
<i>Anexo 1. Validación de Juicio de Experto N°1</i>	105
<i>Anexo 2. Validación de Juicio de Experto N° 2</i>	111
<i>Anexo 3. Validación de Juicio de Experto N° 3</i>	117
<i>Anexo 4. Validación Estadística de Juicio de Expertos</i>	123
<i>Anexo 5. Entrevista grabada a Juan José Eyzaguirre (Gerente de Rooms Division del Country Club Lima Hotel)</i>	124
<i>Anexo 6. Entrevista grabada a Fernando escobar Soto (Food and beverage manager del Hotel Casa Andina Premium San Isidro)</i>	124
<i>Anexo 7. Entrevista grabada a Cesar Cuencas (Jefe de recepción Novotel Lima)</i>	124
<i>Anexo 8. Entrevista grabada a Alexandra (Jefa de recepción de Hotel Suites del Bosque de San Isidro)</i>	124
<i>Anexo 9. Entrevista grabada a Pedro Hurtado (Jefe de mantenimiento de Los Tallanes Hotel & Suites)</i>	124



RESUMEN

La presente tesis de investigación titulada tiene como objetivo principal indagar la percepción sobre el manejo de la sostenibilidad entre los trabajadores de hoteles de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro entre el año 2019-2023. La metodología que se realizó para desarrollar la investigación presentada es de enfoque cualitativo, teniendo como muestra a cinco (5) expertos con conocimiento en el área de sostenibilidad. Se tuvo la oportunidad de realizar entrevistas presenciales en el mismo hotel donde se encuentra cada experto, el instrumento utilizado para la entrevista fue de cámara celular con buena resolución con un folder de las diez (10) preguntas formuladas anteriormente revisadas y aprobadas. Consecuentemente, la sostenibilidad es un punto clave para el desarrollo en el rubro hotelero, creando oportunidades innovadoras con las nuevas tecnologías sostenibles y el conocimiento generado durante las prácticas realizadas para un desempeño favorable. Asimismo, genera impacto tanto para los hoteles como para los consumidores creando un ambiente seguro y con gran demanda atrayendo a diferentes públicos en específico fomentando un beneficio sostenible y económico. Por esta razón la importancia de la implementación de la sostenibilidad en el rubro hotelero en el Distrito de San Isidro es sumamente importante.

Palabras clave: Sostenibilidad, tecnologías sostenibles, rubro hotelero, percepción, implementación.

ABSTRACT

The aim of this research thesis is to examine the perceptions of sustainability management by employees at 4 and 5-star hotels in the San Isidro district from 2019 to 2023. The research follows a qualitative methodology, with a sample consisting of five (5) sustainability experts. Face-to-face interviews were conducted with each expert at their respective hotels. The implementation of sustainability in the hotel industry has a significant impact on both hotels and consumers, creating a safe environment with high demand , attracting diverse target audiences and offering innovative opportunities and promoting a sustainable and economic benefit. This research emphasizes the importance of sustainability in the hotel industry in the San Isidro district.

Keywords: Sustainability, sustainable technologies, hotel industry, perception, implementation.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Realidad Problemática

El turismo en la actualidad se ha consolidado como una de las actividades más importantes y realizadas a nivel mundial donde ha sido catalogado como motor para la recuperación económica internacional brindando así mismo impactos favorables (ONU Turismo, 2023) que nos proporciona beneficios en el ámbito cultural, social, económico y ambiental, así como menciona Santiago Chávez et al. (2017) el turismo se ha mantenido a lo largo de los años trayendo grandes aportes favorables, siendo una de las fuentes más grandes de ingreso económicos a nivel global. Estos factores son pieza fundamental para un buen crecimiento y desarrollo de los países, así como lo indica la UN Tourism (2025) los países que han tenido un incremento de turismo en el año 2024 han registrado un aumento notable de manera acelerada en sus ingresos.

En el mundo, el turismo mueve enormes masas de personas diariamente, por lo que su interrupción puede causar problemas significativos. Cabe recalcar que, durante los años del 2020 al 2023, esta actividad se vio afectada por el COVID-19, un virus que se propagó globalmente, causando grandes pérdidas y temor. Esto llevó al cierre temporal de viajes nacionales e internacionales, así como al cierre de fronteras en varios países para frenar su propagación.

La coyuntura generó una oportunidad para reorientar el turismo hacia enfoques sostenibles que pueda proveer y brindar apoyo de una manera en la que todos puedan estar de cierta forma involucrados. Se aprovechó una mejor visión sobre la tecnología, sostenibilidad y social. Con el apoyo de la tecnología se ha podido brindar la solución del COVID-19 y consigo ha conseguido reanudar el turismo de la mejor manera.



Para entrar en más detalles, en el sector hotelero se han implementado ciertos protocolos que se han venido dando durante un tiempo para un mejor manejo de la situación en la que nos encontrábamos, además, durante la pandemia se desarrolló una mayor importancia sobre el medio ambiente, lo que provocó un incremento en la demanda de hoteles sostenibles, impulsado por la preocupación generada a raíz de la pandemia, lo que permitió adoptar una perspectiva diferente sobre el turismo y el cuidado ambiental. (Tierra Tierra et al., 2022)

En la etapa post-covid ha aumentado la conciencia de la sostenibilidad, lo que ha llevado a muchas personas a adoptar prácticas sostenibles, marcando una transformación en el modelo tradicional del turismo como lo conocemos, sin embargo, no todos los hoteles aplican adecuadamente estos principios, aunque aquellos que lo aplican resultan más atractivos para un público creciente que valora el turismo sostenible.

En la actualidad esta idea novedosa de implementar la tecnología sostenible en los hoteles ha generado una evolución de lo que viene siendo para ambos un ganar ganar. Asimismo, la nueva tecnología ha traído la idea de cambiar la idea del hotel en experiencias únicas (Magadan Díaz & Rivas García, 2018). Es importante considerar que, gracias a la tecnología, se ha logrado avanzar y facilitar la gestión de las prácticas medioambientales, lo que permite a la industria hotelera incorporar soluciones sostenibles en su desarrollo.

Los hoteles alrededor del mundo tienen su propia perspectiva de la implementación de la sostenibilidad, siendo con la misma las que solo pocos lo aplican o no lo le dan la importancia en la que debería de ser, la Organización Mundial de Turismo explica cómo tener una buena sostenibilidad en el turismo donde se puede implementar los Objetivos Desarrollo Sostenible



(ODS) donde genera un cambio beneficioso en la vida de las personas y el desarrollo del medio ambiente (Flensburg, 2021).

Contexto Internacional

En el ámbito internacional, en la última década se ha visto un incremento de hoteles implementando prácticas sostenibles de una manera u otra, llamando de esa forma la atención de varios consumidores gracias al marketing propuesto mencionando la nueva novedad que se hace diferenciar del resto. Gracias a la recapitulación de información adquirida, según los hallazgos que no todos los hoteles tienen un buen uso de la sostenibilidad y/o perspectiva de ella, sin embargo; se puede decir que es mínimo el número de estas.

Contexto Nacional

Para el ámbito nacional, se sabe que, los hoteles han sido ecoeficientes y han podido sacarle beneficio, posicionándose así todos los servicios de alojamiento eco amigable como según Khan et al. (2025) son recursos humanos sostenibles que promueven innovación y un desarrollo favorable para el sector y el país, a pesar de ello, no se cuenta con una implementación efectiva que de estas prácticas sostenibles en hoteles de Lima Metropolitana, debido en parte a la limitada perspectiva y conocimiento sobre este tema en el sector.

Con lo expuesto anteriormente, la presente tesis tiene la finalidad de analizar la perspectiva de sostenibilidad en los hoteles 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro entre los años 2019 a 2023. De esa forma podremos conocer mejor cómo manejan la función sostenible a la que aplican y por ende como es que la promocionan para generar conciencia e iniciativa a participar. Esto



permitirá que los hoteles están capacitados y preparados para el cambio de una buena práctica sostenible.

Justificación

Importancia de la investigación

El trabajo de investigación posee una notable relevancia, ya que proporciona información significativa en los siguientes aspectos:

En la perspectiva de conveniencia, se es empleado este muestreo cuando se tiene accesibilidad fácil y directa al grupo de estudio (Golzar et al., 2022) por lo cual para la realización de este estudio, podremos poder conocer cómo es que los hoteles de 4 y 5 estrellas del distrito de San Isidro uno de los distritos más importantes a nivel de Lima ya que como menciona la Aguilar Villegas (2022) se le define como un distrito de comunidad internacional donde abarca zonas financieras, embajadas y delegaciones internacionales, donde también se menciona que es uno de los distritos con mayor capacidad adquisitiva de Lima, están creando e implementando métodos para poder ser más amigables con el medio ambiente, todo esto gracias a la ayuda de los colaboradores que prestan servicio dentro de los establecimientos.

En la perspectiva social, como nos explica Moreno Acero (2017) en su reseña del libro “La Ciencia de la Investigación Cualitativa” nos explica que se debe de plantear con un enfoque de reflexión y acción para tener un beneficio sobre la realidad social y tener bien planteados los principios éticos por lo cual se hace de conocimiento público acerca de las medidas que se están tomando y como los trabajadores la están percibiendo se va a poder generar que más hoteles en la ciudad de Lima puedan tomar conciencia e imitar acciones sostenibles que podrán ayudar a reducir



gastos y también la contaminación. Ak et al. (2025) confirma que un buen liderazgo causa un impacto favorecedor en la sostenibilidad creando una atmósfera de responsabilidad y cultura verde.

En la perspectiva de la implicancia práctica que según Ariza (2013) nos describe el gran impacto que genera relacionar la teoría con la aplicación de la práctica, ya que esto facilita a su estudio y poder reafirmarlo como una fuente verídica. La pesquisa presente está focalizada en poder conocer el buen y mal manejo de las prácticas de sostenibilidad dentro de los lugares que ofrecen el servicio de hospedaje, así generando que estos puedan tener una mejor publicidad dentro del mercado para atraer más turistas.

En la perspectiva teórica, nuestra variable de indagación es “Sostenibilidad en hoteles” lo cual permitirá que distintas áreas de estudio a parte del turismo, como la gestión ambiental, económica y social, puedan ampliar más su información para proponer más cambios con respecto a este tema, pero no solamente en el ámbito de hotelería sino en un panorama más general, ya que Kalpokas & Hecker (2023) sostiene que nos guía para poder crear bases conceptuales que nos ayudarán a visualizar nuestra pregunta de investigación y la orientación para los demás pasos en una investigación.

Y en la perspectiva del valor metodológico, desde el punto de vista de Folgueiras & León (2023) tener diseñado una buena metodología ayudará a asegurar la credibilidad y fiabilidad de los datos obtenidos, esta tesis es de modelo de investigación cualitativo; por lo tanto, el procedimiento que se empleará para obtener una fuente de información con datos que sean completamente verídicos será el método de entrevistas virtuales y presenciales como principal recolector de estos.

Durante el desarrollo del presente análisis, se identificaron ciertas limitaciones, las cuales serán expuestas a continuación, detallando cada uno de los factores correspondientes.

Factor Académico. Mediante la búsqueda de trabajos de investigación de manera online dentro de las fuentes de información confiables, no se pudo obtener una gran variedad de estudios específicamente sobre este tema en hoteles del distrito de San Isidro.

Factor Tecnológico. Al considerar las entrevistas virtuales como también una forma de recolección de datos, pueden prepararse dificultades relacionadas con la conectividad de internet, lo cual podría generar demoras en el desarrollo del método hasta que se pueda generar una conexión estable entre el entrevistador y el entrevistado.

Factor Personal. En este aspecto, la principal limitante es el tiempo, debido a las diversas actividades académicas, laborales y personales que se deben atender además de esta investigación.

Antecedentes de la Investigación y Base teórica

Se recopilaron antecedentes tanto a nivel nacional como internacional relacionado al tema expuesto, específicamente sobre la incorporación de la sostenibilidad en el sector hotelero.

Antecedentes Internacionales

Arcentales & Rea (2022) en su estudio de investigación cualitativo sobre las buenas prácticas de turismo sostenible en tres (3) hoteles de cuatro (4) estrellas del centro histórico de Cuenca aporta para este estudio es el conocer las medidas que se tomaron en cuenta por el Ministerio de Turismo de Ecuador para los hoteles de cuatro (4) estrellas que cumplían con los estándares de sostenibilidad y salubridad.



Arcila Rojas & Pico Ospina (2020) en su tesis para obtener el título de Magister sobre estrategias de sostenibilidad para el hotel San Silvestre en Barrancabermeja. Esto aporta de manera importante ya que, nos muestra cómo podría elaborarse un plan y obtener resultados en los hoteles generando ingresos y disminuir en los gastos de manera significativa.

Salessi (2021) en su estudio de investigación sobre cómo el turismo aporta a las Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) desde el sector hotelero da como aporte a esta tesis promover que más empresas de hospedaje conozcan en profundidad los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para aplicarlos o mejorar su aplicación, generando un mayor impacto social y económico.

Antecedentes Nacionales

Girón Rivera (2022) en su estudio de investigación sobre la gestión ecosostenibles para nuevos servicios turísticos da como aporte que se obtiene de esto para el presente trabajo es conocer cómo un hotel de tres (3) estrellas en la ciudad de Tarapoto está manejando sus prácticas sostenibles y cómo esto también está generando un impacto en atraer y fidelizar más turistas.

Guillen Mendoza (2021) en su tesis donde generan propuestas del manejo reusable de aguas grises en hospedajes sostenibles, Se adquiere un gran aporte debido al análisis de la infraestructura del hotel que puede ser replicado en otros para tener una mejor gestión en la sostenibilidad y tener mejores estrategias de marketing.

Bases Teóricas

A continuación, se describen las palabras claves del trabajo expuesto donde se dará a conocer la definición y/o enfoque que sustentan y explican el fenómeno que se está investigando.

De acuerdo con Mur Sangrá & Sanagustín-Fons (2021) el turismo sostenible es una forma de preservar el hábitat en la que vivimos durante el tiempo, involucrando a individuos para un mejor resultado del cuidado y concientización de un turismo verde.

Según Mantilla Valbuena et al. (2016) el turismo sostenible consiste en preservar la esencia ambiental y cultural dando un buen uso responsable que con la misma genere ganancias económicas para producir más oportunidades de este tipo y fomentar un turismo responsable.

Tecnología Sostenible

Para Pérez Martell (2021) la tecnología sostenible es clave fundamental para el crecimiento del turismo ya que durante todo el tiempo las nuevas tecnologías se van innovando lo que causa que se consideren productos para la mejora medioambiental y de esa manera generan iniciativas a favor de todos.

Otero Ortega & Bravo Jiménez (2019) nos define que la tecnología sostenible se presenta de diferentes formas para un buen desarrollo de la sostenibilidad, como es un ejemplo de la arquitectura sostenible que nos brinda reflexión sobre cómo está construido y lo que implica la responsabilidad con el hábitat en la que vivimos.

Marketing turístico

Según Guerrero González & Ramos Mendoza (2014) Se enfoca en promover un producto turístico que pueda generar algún interés por esta, llamando la atención de empresas y turistas alrededor del mundo.

De acuerdo con Cornelio Vázquez & Cuevas Álvarez (2019) para realizar adecuadamente el marketing de un servicio turístico se necesita un estudio minucioso y continuo de las demandas de los visitantes y residentes locales, pero también una valoración del contexto actual.

Hotel ecológico

Según González Molina (2017) un hotel ecológico consiste en la implementación de sistemas de calidad para una mejora del hotel y aporte satisfactorio al medioambiente, dando así calidad a los clientes con nuevos diseños e infraestructura.

Para Garrido-Cornejo et al. (2021) el hotel ecológico sirve para evolucionar de forma adecuada sin perjudicar a lo que nos rodea, fomentando concientización y reactivación imponiendo moda durante los próximos años.

Sostenibilidad

Austermühle (2012) refieren con sostenibilidad a la producción económica que nos proporciona sin realizar algún tipo de riesgo medioambiental y realizando prevención al aplicarla.

García Rubio (2015) mantiene que con sostenibilidad es poner en práctica las demandas actuales que surgen en el presente sin afectar a las futuras generaciones, brindando estabilidad económica y el cuidado del medio ambiente.

Blanco-Romero et al. (2020) nos señala que la sostenibilidad en el turismo es poder encontrar un balance entre el factor económico, desarrollo social y ambiental.

Actualmente, la sostenibilidad en el sector hotelero ha alcanzado una gran relevancia a nivel internacional. No obstante, en el ámbito nacional, los hoteles recién están comenzando a adoptar estas prácticas. Esto plantea la necesidad de analizar qué se espera de la sostenibilidad y cuáles son los objetivos de estas cadenas hoteleras al implementarla, con el fin de aplicarla de manera efectiva y obtener beneficios reales.



Formulación del problema

Problema general

PG. ¿Cuál es la percepción sobre el manejo de la sostenibilidad entre los trabajadores de hoteles de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro entre el 2019-2023?

Problemas específicos

PE1. ¿Qué efectos causa implementar tecnología sostenible en hoteles de 4 y 5 estrellas del distrito de San Isidro durante los años 2019 a 2023?

PE2. ¿Qué importancia tiene la sostenibilidad para lograr mejorar el marketing turístico en hoteles de 4 y 5 estrellas del distrito de San Isidro durante los años 2019 a 2023?

PE3. ¿Qué impacto genera un hotel ecológico de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro para el turismo?

Objetivos

Objetivo general

OG. Determinar la percepción sobre el manejo de la sostenibilidad entre los trabajadores de hoteles de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro entre el 2019-2023

Objetivos específicos

OE1. Especificar los efectos que causa implementar tecnología sostenible en hoteles de 4 y 5 estrellas del distrito de San Isidro durante los años 2019 a 2023.

OE2. Dar a conocer la importancia que tiene la sostenibilidad para lograr mejorar el marketing turístico en hoteles de 4 y 5 estrellas del distrito de San Isidro durante los años 2019 a 2023.



OE3. Demostrar el impacto que genera un hotel ecológico de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro para el turismo.

Hipótesis

No aplica ya que nuestro estudio es cualitativo, así como menciona Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) La hipótesis surge a lo largo del proceso de investigación y se va puliendo a medida que se va aumentando nueva información, ya que, puede reformularse, afinarse o ajustarse dependiendo de cómo se vayan encontrando nuevos hallazgos.

Creswell & Creswell (2017) nos señala que para generar una hipótesis se tiene que partir desde la exploración de la investigación como los análisis y observaciones de datos. Lo que implica realizar análisis preliminares y observaciones de datos relacionados al tema a estudiar, lo que permite que se tenga un mayor acercamiento al problema y reconocer los variables que pueden influir al resultado.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Tipo de Investigación

Enfoque

El tipo de enfoque que se toma para este estudio científico presentado es **cualitativa**, conforme a Sampieri y Mendoza (2018), es uno de los sistemas más utilizados ya que este tipo de enfoque permite comprender y analizar las diferentes opiniones de los profesionales del área, formando viabilidad de los hechos en específico, también que el presente trabajo no amerita hipótesis ya que busca analizar, examinar y verificar los datos obtenidos formando interpretación de los entrevistados los fenómenos y no realizando suposiciones previas.

Por lo tanto, el presente estudio científico tiene una orientación cualitativa porque nos ayudará a indagar desde lo subjetivo la interpretación de los profesionales entrevistados acerca del tipo de fenómeno que se investiga sobre la percepción de la sostenibilidad en hoteles de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro entre los años 2019 a 2023.

Tipo de Estudio

El estudio presentado es de alcance descriptivo debido a que en la opinión de Ramos-Galarza (2020) describe a este método como una forma de seguir investigando más acerca del tema buscando hacer estudios narrativos que permitan conocer ideas y puntos de vista sobre un tema en específico, ya que; existe información sobre ello pero se realiza con la intención de indagar y exhibirlo, también nos indica que utilizándolo en una investigación cualitativa es una manera de poder conocer mediante las propias experiencias de quienes están involucrados directamente en el tema dando a conocer sobre esto de manera parcial para obtener información.

El presente trabajo de investigación es de diseño **no experimental**, ya que según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) es una forma de comprender sin manipular la información adquirida, fomentando la naturalidad verídica de los entrevistados.

La presente investigación tiene este diseño debido a que no alteramos los factores estudiados ni tampoco se busca una conexión causal, nos enfocamos en tener un estudio profundo y exploratorio en un entorno real para una mejor comprensión mediante técnicas que sean adaptativas y abiertas.

De la misma forma, el presente estudio presenta un corte **transversal** debido que Huairé Inacio (2019) nos explica que se realice en un preciso momento obteniendo la información necesaria para la investigación, lo que quiere decir que solo será una vez y en un momento determinado.

Por ello en un tiempo y contexto específico se quiere dar a conocer las descripciones precisas de las percepciones de los entrevistados para este estudio, debido a lo cual no es un estudio longitudinal también así permitiéndonos identificar patrones, aspectos que puedan ser emergentes y situaciones particulares.

Tabla 1

Categoría de la investigación

Categoría	Subcategoría
	Gestión hotelera
Hoteles sostenibles	Consumo masivo Incremento de demanda Tendencias
Marketing sostenible	Habilidades directivas Procesos administrativos Responsabilidad corporativa
	Perspectiva del turista Propuesta de desarrollo Desarrollo hotelero

Nota: La tabla muestra la división requerida en la investigación para un mejor entendimiento.

Población y muestra (materiales, instrumentos y métodos)

Población

Según Hernández et al. (2019) se refiere al conjunto de personas que comparten características relevantes para el estudio. La población del presente trabajo de investigación está compuesta por los colaboradores con cargos de supervisión o jefatura en hoteles de 4 y 5 estrellas de San Isidro, Lima Metropolitana. Los establecimientos de hospedajes donde se realizaron las entrevistas son el Country Club Lima Hotel, Hotel Casa Andina Premium San Isidro, Tallanes Hotel & Suites, clasificados como hospedajes de cinco (5) estrellas y también en los hoteles de cuatro (4) estrellas: Novotel Lima y Hotel Suites del Bosque de San Isidro.

Muestra

Para Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) en los estudios que tienen un enfoque cualitativo, la muestra está conformada de manera limitada por un número de participantes que



son elegidos de forma deliberada, debido que poseen información importante o directamente vinculado con el tema en cuestión a investigar.

Para ello se eligió a cinco (5) expertos en el área de gestión de los cinco (5) hoteles que se mencionan en el apartado de población para que puedan compartir su punto de vista y expresar libremente su opinión de acuerdo con su experiencia laboral, los cuales son los siguientes:

Tabla 2

Expertos entrevistados:

<i>Hotel</i>	<i>Clasificación de Hotel</i>	<i>Experto</i>	<i>Cargo Laboral</i>	<i>Experiencia Laboral en el Hotel</i>
Country Club Lima Hotel	<i>Cinco (5) estrellas</i>	<i>Juan José Eyzaguirre</i>	<i>Gerente de Rooms Division</i>	<i>1 año</i>
Hotel Casa Andina Premium San Isidro	<i>Cinco (5) estrellas</i>	<i>Fernando Escobar Soto</i>	<i>Food and beverage manager</i>	<i>10 años y 5 meses</i>
Novotel Lima	<i>Cuatro (4) estrellas</i>	<i>Cesar Cuencas</i>	<i>Jefe de recepción</i>	<i>12 años</i>
Hotel Suites del Bosque de San Isidro	<i>Cuatro (4) estrellas</i>	<i>Alexandra</i>	<i>Jefa de recepción</i>	<i>14 años y 9 meses</i>
Tallanes Hotel & Suites	<i>Cinco (5) estrellas</i>	<i>Pedro Hurtado</i>	<i>Jefe de mantenimiento</i>	<i>4 años</i>

Nota: Se observa en la tabla el nombre de los expertos entrevistados con sus puestos laborales en los hoteles de cinco (5) y (4) estrellas donde laboran

El criterio para esta selección fue los diversos puestos de trabajo teniendo cada uno un alto nivel siendo encargados de sus áreas como gerente, manager y jefes tal como se detalla en la tabla 2. Esto permitiéndoles observar de manera más profunda el sentido de sostenibilidad que los hoteles tienen al ser ellos encargados de que se empleen como también planificarlas. Asimismo, otros factores claves fueron la cantidad de años de experiencia que tienen trabajando en este sector de los hoteles y su disponibilidad inmediata al acercarnos al establecimiento previa cita o en el momento que hicimos la solicitud verbal al acercarnos de manera presencial a los hoteles. Se



excluyeron a los trabajadores que no contaban con cargos superiores como lo de los entrevistados ya que no participan directamente en la toma de decisiones con las acciones de sostenibilidad de los hoteles.

El número de participantes está basado en el enfoque cualitativo del estudio, donde la información detallada prevalece sobre la cantidad y con base en saturación teórica, el cual se alcanza cuando se comienza a evidenciar recurrencia en las respuestas de los entrevistados y ya no emergen nuevos temas relevantes, esto permitiendo que se pueda obtener datos significativos y entendibles con los objetivos de la presente investigación.

El tipo de muestreo que se emplea en esta investigación es intencional no probabilístico, considerando el conocimiento y experiencia de los participantes sobre el fenómeno en estudio.

Técnicas e instrumentos de recolección, métodos y análisis de datos

Técnicas

De acuerdo con Hernandez Mendoza & Duana Avila (2020) nos mencionan que cuando se busca poder reunir los datos necesarios para lo que se quiere indagar, se necesita poder seguir pasos establecidos previamente que vayan acorde al tipo de método de estudio que se está utilizando para así lograr una concordancia.

Para esta investigación se emplea como técnica a las entrevistas a personas que estén involucrados, ya que nos ayuda poder seguir conociendo y actualizando más la información acerca de los temas tomando como base las distintas percepciones que cada individuo tiene. (Obez et al., 2018).

Ayuda al investigador a poder estipular los aspectos logrando así adquirir los datos, para ello el tipo de instrumento que se utilice debe de ser efectivo y empírico, así se obtendrá información real para poder continuar con nuestro estudio, estos suelen variar dependiendo del tipo de investigación que se está realizando como cuantitativa, cualitativa o mixta. (Hernandez Mendoza & Duana Avila, 2020). En el caso de este estudio, se está empleando las entrevistas a profundidad realizadas por los mismos investigadores como un instrumento para la recolección de información, junto con la ayuda de las preguntas que fueron validadas por los expertos con anterioridad y a su vez mencionar que la entrevista se realizó con ayuda de una cámara de celular. Indicar también que se puede visualizar los links de las cinco (5) entrevistas en anexos del presente trabajo.

Métodos

El estudio es de método descriptivo debido a que nos permite poder obtener datos relevantes para la investigación mediante información encontrada en fuentes verídicas o brindada por especialistas en el tema a estudiar. Podremos poder ejercer juicios valorativos tomando en cuenta todas las referencias recaudadas, donde se puede tener un estudio exploratorio y permite argumentar una valoración de una situación. (Alban Guevara et al., 2020)

Validez y confiabilidad de la información

Para poder generar confiabilidad con el trabajo de investigación presentado, demostrando la validez de esto, se recurrió al juicio de los expertos, personas especializadas en el área de Administración y Servicios Turísticos con grados académicos de Doctores y Maestro, especificando más en la sede principal de Lima, Perú.

Como se detalla en los apartados de técnicas, instrumentos, métodos y validez y confiabilidad de la información, las entrevistas realizadas están elaboradas para poder conocer de manera detallada los distintos puntos de vista de los que participan en ellas. Para lo cual, consta de diez (10) preguntas fáciles de poder procesar y no causar confusiones a los entrevistados para una rápida participación, los cuales serán personas sumamente capacitadas y competentes en el área de hotelería ya que se busca poder conocer la percepción de la sostenibilidad por parte de los colaboradores los hoteles de 4 y 5 estrellas que están ubicados en el distrito de San Isidro entre los años 2019 y 2023.

Cabe recalcar que, cada experto fue grabado con el debido respeto y consentimiento informado de manera verbal al presentarnos en los sitios de hospedajes para poder llevar a cabo el presente trabajo, se puede visualizar las cinco (5) entrevistas realizadas en la parte de anexos respectivamente. El proceso para captar al experto conlleva un arduo esfuerzo que tomó varios días donde se tuvo que ir personalmente a realizar una solicitud verbal a cada hotel para la realización de las entrevistas dejando una copia física de las diez (10) preguntas que se iban a realizar, también mediante correos y también con ayuda de familiares que contaban con contactos en algunos hoteles. Gracias a la ardua constancia se obtuvo buen resultado en las entrevistas de grandes hoteles donde dedicaron su tiempo para brindarnos su colaboración y conocimiento.

Aspectos éticos de la investigación

Este estudio está siguiendo las reglas del formato APA Séptima Edición en la elaboración de citas y referencias, siendo así respetuoso con los derechos de autor de cada investigación utilizada. así como menciona Rivas-Tovar (2025) es importante el formato APA ya que ayuda a formar una estructura coherente y correcta para trabajos de investigación, tesis, entre otros. Al



emplear el instrumento de recolección de datos en este trabajo, a cada participante se le elaboró previamente un consentimiento informado verbal que fue aceptado parte de ellos, donde también se comunicó el objetivo del presente trabajo que es saber la percepción de cómo llevan los hoteles su conocimiento y uso de la sostenibilidad, junto también sobre cómo es que esta práctica impacta a los hoteles.

En el presente trabajo se mencionan sus nombres con sus puestos debido a que los expertos accedieron a que podamos presentarlos y eso se visualiza en los videos de las entrevistas grabadas que se encuentran en el apartado de Anexos, se les aseguro de manera verbal que sus datos e información brindada no sería utilizada más que para este estudio de tesis, a lo cual respondieron de manera positiva. También se informó a cada experto antes del inicio de la grabación que ellos podían desistir en cualquier momento, sin tener que dar explicaciones.



Matriz de consistencia y cronograma

Matriz de consistencia

Tabla 3

Matriz de consistencia del estudio.

	Problema	Objetivo	Categoría
General	¿Cuál es la percepción sobre el manejo de la sostenibilidad entre los trabajadores de hoteles de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro entre el 2019-2023?	Indagar la percepción sobre el manejo de la sostenibilidad entre los trabajadores de hoteles de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro entre el 2019-2023.	Hoteles Sostenibles
	¿Qué efectos causa implementar tecnología sostenible en hoteles 4 y 5 estrellas del distrito de San Isidro entre el 2019-2023?	Especificar los efectos que causa implementar tecnología sostenible en hoteles de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro durante los años 2019 a 2023.	
Específicos	¿Qué importancia tiene la sostenibilidad para lograr mejorar el marketing turístico en hoteles 4 y 5 estrellas del distrito de San Isidro entre el 2019-2023?	Dar a conocer la importancia que tiene la sostenibilidad para lograr mejorar el marketing turístico en hoteles 4 y 5 estrellas del distrito de San Isidro durante los años 2019 a 2023.	Marketing Sostenible
	¿Qué impacto genera un hotel ecológico de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro para el turismo?	Demostrar el impacto que genera un hotel ecológico de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro para el turismo.	

Nota: Se visualiza la división general y específica del problema, señalando luego el objetivo de cada uno junto con la categoría que pertenece.



Matriz de la operacionalización de las categorías

Tabla 4

Matriz de operacionalización de las categorías

Para esta operación se realizará categorías cualitativas, como menciona Romero Chaves (2005) es la recolección e identificación de datos sobre temas establecidos, dando facilidad al análisis y organización de la información recolectada.

Categoría	Definición conceptual	Subcategoría	Definición operacional
		Gestión hotelera	X1: Báez Casillas (2009) menciona que es un conjunto de gestión y administración de grupos de hoteles que buscan atender las demandas del cliente manteniendo un buen perfil de excelencia y calidez.
Hoteles sostenibles	Según Tapia (2014) sostiene que es una manera satisfactoria de poder comprender el problema medioambiental y cumplir con las demandas del cliente creando conciencia y mejoramiento a la empresa hotelera sin dañar el medio ambiente.	Consumo masivo Incremento de demanda Tendencias	X2: Altamirano Benítez et al. (2016) forma parte de toda empresa para alcanzar satisfactoriamente a grandes masas de clientes en el mercado objetivo, realizando estrategias e implementando expectativas para la interacción del cliente con el producto, lugar o servicio ofrecido.
Marketing sostenible	Para Giraldo-Patiño et al. (2021) es parte fundamental para promover la práctica medioambiental que se propone en la empresa así como también aumenta los enfoques y los	Habilidades directivas Procesos administrativos Responsabilidad corporativa	X4: Pantoja-Aguilar & Salazar Garza-Treviño (2019) nos comenta que, es una herramienta que nos permite analizar y gestionar, tanto para trabajo individual y colectivo que tiene como objetivo dar a cumplir con lo propuesto realizando un control ordenado y limpio.



objetivos de la sostenibilidad y el compromiso del impacto al consumidor de manera satisfactoria con la finalidad que el mercado pueda percibir a la empresa y el mensaje como tal.

**Perspectiva del turista
Propuesta de desarrollo
Desarrollo hotelero**

X4: Según Nieto, Marine, Ferrer y Martín (2023) son un conjunto de formaciones que nos da la perspectiva y expectativa favorable de un área en específico, dando un buen aspecto a los clientes e incitando al turismo del lugar.

Nota: Se visualiza el cuadro de matriz de operacionalización de las categorías separadas en 4 filas con sus respectivas definiciones, conceptual y operacional.



Figura 1.

Cronograma de actividades de La percepción de sostenibilidad en hoteles de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro entre los años 2019 a 2023.

Nº	Actividades	Inicio	Fin	Duración	Meses																										
					Mes 1			Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6				Mes 7			
					Mayo			Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27					
1	Tema de proyecto de investigación de tesis	08/05/23	12/05/23	4 día	■																										
2	Desarrollo de introducción: Realidad problemática y justificación	13/05/23	20/05/23	1 semana		■																									
3	Desarrollo de introducción: Desarrollo de problemas y objetivos	22/05/23	03/06/23	2 semanas			■	■																							
4	Desarrollo de introducción: Formación de problemas y objetivos	08/05/23	22/05/23	2 semanas				■	■																						
5	Desarrollo de metodología: Tipo de investigación, población y muestra	23/06/23	26/06/23	3 días				■	■	■																					
6	Desarrollo de metodología: Técnicas, instrumentos de recolección de análisis de datos y métodos	26/06/23	04/07/23	1 semana y media				■	■	■																					
7	Desarrollo de metodología: Validez y confiabilidad de la información, procedimiento y aspectos éticos de la investigación	06/07/23	13/07/23	1 semana						■	■	■																			
8	Desarrollo de metodología: Entrevistas a los expertos	01/05/23	03/09/23	4 meses y medio	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
9	Desarrollo de resultados	04/09/23	29/09/23	1 mes															■	■	■	■	■	■	■	■	■				
10	Desarrollo de discusión	01/10/23	23/10/23	1 semana																■	■	■	■	■	■	■	■				
11	Implementación de información adicional: Referencias y anexos	01/11/23	12/11/23	2 semanas																					■	■	■				

Nota. La figura muestra a detalle cómo se fue realizando el proyecto de investigación.



Presentación de las respuestas

Experto 1: Juan José Eyzaguirre (Gerente de Rooms Division del Country Club Lima Hotel)

Tabla 5.

Guía para entrevistar a especialistas.

Categoría	Subcategoría	Ítem	Respuesta	Codificación
Hoteles Sostenibles	Gestión hotelera	¿Cómo gestionan su hotel de manera sostenible y qué prácticas específicas implementan para garantizar una gestión hotelera responsable desde el punto de vista ambiental y social?	“En el hotel tenemos una línea que es la de energéticos, todo lo que conlleva la electricidad y el consumo de agua, hay unos cuadros que se nos presentan mensualmente sobre estos consumos y un comparativo versus el año anterior que también va de la mano con la ocupación, de esa manera nosotros medimos en comparación al año pasado cómo vamos en el tema del consumo, tanto de energía, gas, estaciones eléctricas y el consumo de agua”	Gestión de recursos. Control sistemático de indicadores de sostenibilidad.
	Consumo masivo	¿Qué medidas toma su hotel para reducir el consumo masivo de recursos, como energía, agua y productos, como parte de su enfoque hacia la sostenibilidad?	“Tratamos de identificar el motivo del porque incrementa, a veces va relacionado con la ocupación y en otras ocasiones tenemos que profundizar más. Anteriormente se mantenía el hotel en constante uso de energía, ahora hemos bajado	Gestión de recursos. Control sistemático de indicadores de sostenibilidad.

		<p>un poco el nivel de consumo con estas prácticas y siempre estamos a la expectativa de que cosas podemos cambiar para ser sostenibles”</p>	
<p>Incremento de demanda</p>	<p>¿Cómo ha experimentado su hotel un incremento en la demanda gracias a sus iniciativas de sostenibilidad y cómo ha respondido para satisfacer esa mayor demanda de manera sostenible?</p>	<p>“La demanda del hotel si bien es cierto del año pasado a este, este año se esperó más en cuanto a ocupación no hemos logrado lo presupuestado en cuanto a alojamientos, se esperaba mayor demanda, pero la situación también política socioeconómica del país nos han complicado un poco a raíz, nuestro enfoque a partir de ahí fue de ahorro y tenemos que ver la manera de ser sostenibles con lo que tenemos y hacer un buen uso de nuestro recurso”</p>	<p>Impacto de la sostenibilidad en la demanda hotelera</p>
<p>Tendencias</p>	<p>¿Ha notado una tendencia en la implementación de prácticas de sostenibilidad en este hotel en los últimos años? Sí/No ¿Cuáles son?</p>	<p>“Yo llevo un año aquí, entonces tal vez la variación está en este tema del no consumo de plástico en las habitaciones, por ejemplo las pantuflas que venían en bolsas de plástico ya salió, ahora son unas bolsas de un material sostenible, si bien o mal no es que genere un impacto en el cliente, no es tanto por que talvez no se llega a evidenciar si es que el cliente viene porque cambie la botella de</p>	<p>Adaptabilidad del cliente ante medidas ambientales.</p>

			plástico por un envase de vidrio o porque ahora no uso bolsa sino una biodegradable, yo creo que por ahí no va el éxito de nuestro hotel como tal, es por servicio, es un hotel que es histórico”	
Marketing sostenible	Habilidades directivas	¿Qué medidas o estrategias de marketing sostenible ha visto implementar en este hotel y cómo cree que las habilidades directivas han influido en la efectividad de estas iniciativas?	“Se está tratando de hacer más evidente los cambios que realizamos, el equipo de marketing trabaja de la mano con el equipo de operaciones y definitivamente todo lo que sea implementación se trata de desarrollarlo y hacerlo visible al cliente”	Marketing sostenible como elemento diferenciador.
	Procesos administrativos	¿Cómo se integra el marketing sostenible en los procesos administrativos de este hotel y cuál cree que ha sido su impacto en la gestión general del establecimiento?	“Al ser un control de lo que son los recursos de manera de ya con el hecho de considerarlo en un presupuesto ya más o menos proyectas de acuerdo con la ocupación cuánto sería tu gasto, tratamos de estar bajo esa línea”	Marketing sostenible como elemento diferenciador. Control sistemático de indicadores de sostenibilidad.
	Responsabilidad corporativa	¿Puede compartir ejemplos de cómo el hotel ha utilizado el marketing sostenible como parte de su estrategia de responsabilidad corporativa y cómo ha influido en la percepción de la marca por parte de los clientes y la comunidad?	“Como he mencionado anteriormente hemos implementado ciertas estrategias que pueden favorecer al hotel como por ejemplo el cambio de la botella de plástico por la de vidrio, el ahorro de electricidad, entre otros que nos hacen crecer	Marketing sostenible como elemento diferenciador.

internamente y ayuda a los clientes que en algún momento puedan visualizarlo de la forma en la que nosotros queremos mostrar”

<p>Perspectiva del turista</p>	<p>Desde su experiencia en el hotel, ¿cómo cree que las iniciativas de un marketing verde han afectado la perspectiva de los turistas sobre el establecimiento y qué impacto ha tenido en su elección de alojamiento?</p>	<p>“No creo que se haya visto afectada, más bien yo creo que hay muchos clientes como, por ejemplo, los antiguos que venían acá les puse la botella de agua y me dijeron que no quiero esa agua déjame la de plástico, entonces tenemos que entender que hay gente que no va a aceptar el mensaje que estoy cambiando esto por esta razón, hay gente que le gusta lo de antes y te lo dice, acá nosotros tratamos de personalizar cada persona en temas de servicios. No quiere decir que porque seas más verde la gente te va a escoger, es una rayita de una serie de cosas que uno evalúa al alojarse”</p>	<p>Impacto de la sostenibilidad en la demanda hotelera. Adaptabilidad del cliente ante medidas ambientales.</p>
<p>Propuesta de desarrollo</p>	<p>¿De qué manera ha contribuido la mercadotecnia sostenible en este hotel a la propuesta de desarrollo a largo plazo del establecimiento durante los años 2019 a 2023, y cómo se ha reflejado en la planificación estratégica del negocio?</p>	<p>“No sabría decirlo exactamente ya que he llegado hace un año aquí, pero la persona que estuvo antes en mi cargo estuvo 17 años, si bien es cierto pasó por diferentes áreas, al yo entrar aquí al hotel vine con mucha información,</p>	<p>Conciencia ecológica y cultura organizacional.</p>

entonces no es que venimos y cambiamos las cosas sino hay que sentarse y evaluar, ver cómo podemos implementarlas, en este año han pasado muchas cosas. Me encanta que hubo mucha apertura para poder cambiar eso era uno de mis temores, tal vez al decir que es un hotel de tantos años sea difícil implementar tantas cosas, no te diré que es fácil pero sí que depende mucho de cómo transmitimos el mensaje de cambio”

<p>Desarrollo hotelero</p>	<p>En el contexto del desarrollo hotelero, ¿puede proporcionar ejemplos de cómo las estrategias del marketing sustentable han contribuido al crecimiento y éxito del hotel en términos de expansión y mejora de las instalaciones?</p>	<p>“En cuanto a un mejoramiento, sí, definitivamente en Portales, no solo es este hotel son otros 4 hoteles que están a cargo también, tratamos de avanzar, por ejemplo, en el Hotel Country desarrollamos algunas cosas que son eficientes y que nos funcionan bien, se traslada hacia afuera, a las demás unidades”</p>	<p>Sostenibilidad como parte del modelo corporativo.</p>
-----------------------------------	---	---	---

Nota: La tabla muestra las respuestas obtenidas del primer experto entrevistado con sus codificaciones. El Hotel Country Club de San Isidro es parte del grupo Portales

Experto 2: Fernando Escobar Soto (Food and beverage manager del Hotel Casa Andina Premium San Isidro)

Tabla 6.

Guía para entrevistar a especialistas.

Categoría	Subcategoría	Ítem	Respuesta	Codificación
Hoteles Sostenibles	Gestión hotelera	¿Cómo gestionan su hotel de manera sostenible y qué prácticas específicas implementan para garantizar una gestión hotelera responsable desde el punto de vista ambiental y social?	“Casa Andina si se toma en serio la sostenibilidad en todos los hoteles, de tener una cultura con el medio ambiente, ya sea en el reciclaje, en sus habitaciones como cuando alguien entra a la habitación y tiene esa tarjeta para que entre y active todas las luces, cuando salga solamente retire la tarjeta y se desactive todas las luces. Tenemos una gestión, un departamento también de sostenibilidad ahora hace último de 6 a 8 meses atrás, esta nueva área de sostenibilidad de acuerdo con cada hotel, ya que cada uno maneja diferente estructura”	Gestión de recursos. Conciencia ecológica y cultura organizacional.
	Consumo masivo	¿Qué medidas toma su hotel para reducir el consumo masivo de recursos, como energía, agua y productos, como parte de su enfoque hacia la sostenibilidad?	“Tenemos una cultura de ahorro en energía, ahorro en agua porque sabemos que Lima es una ciudad tipo desértico y digamos que no	Gestión de recursos. Tratamiento y reciclaje de desechos.

			podemos desaprovechar al agua, tenemos en todas nuestras áreas comunes estos push-ups para nivelar el agua, tenemos dispensadores de agua bebible para que el consumismo sea interno y mas no estén comprando botellas de plástico que eso hace muy mal para el medio ambiente”	Conciencia ecológica y cultura organizacional.
	Incremento de demanda	¿Cómo ha experimentado su hotel un incremento en la demanda gracias a sus iniciativas de sostenibilidad y cómo ha respondido para satisfacer esa mayor demanda de manera sostenible?	“Si ha habido un posible incremento en el sentido de que tenemos que poner, digamos más dispensadores, más puertas inteligentes, es un servicio para ambas partes, es un beneficio para nosotros y para el planeta”	Impacto de la sostenibilidad en la demanda hotelera
	Tendencias	¿Ha notado una tendencia en la implementación de prácticas de sostenibilidad en este hotel en los últimos años? Sí/No ¿Cuáles son?	“Yo digo que incentivar a los huéspedes a comprar a un precio accesible un tomatodo para llenarlo con agua potable en casi todos los pisos para que ellos puedan llenarlo gratuitamente y yo creo que no lo he visto en todos los hoteles”	Sostenibilidad como parte del modelo corporativo.
Marketing sostenible	Habilidades directivas	¿Qué medidas o estrategias de marketing sostenible ha visto implementar en este hotel y cómo cree que las habilidades directivas han influido en la efectividad de estas iniciativas?	“Marketing juega mucho a favor, lo ponemos en nuestras redes, en el Instagram de Casa Andina, somos un hotel sostenible que apoya al medio ambiente, digamos que se toma muy enserio lo que es la hora	Marketing sostenible como elemento diferenciador.

		del planeta por ejemplo en todos los hoteles”	
Procesos administrativos	¿Cómo se integra el marketing sostenible en los procesos administrativos de este hotel y cuál cree que ha sido su impacto en la gestión general del establecimiento?	“Ha habido un impacto, ya sea por parte de los colaboradores o jefaturas, porque digamos que todos pertenecemos a el grupo Intercorp, por este lado tenemos ese apoyo, a varias empresas del grupo que también están con todo lo que es sostenibilidad “	Sostenibilidad como parte del modelo corporativo.
Responsabilidad corporativa	¿Puede compartir ejemplos de cómo el hotel ha utilizado el marketing sostenible como parte de su estrategia de responsabilidad corporativa y cómo ha influido en la percepción de la marca por parte de los clientes y la comunidad?	“Yo creo que Casa Andina se ha dado un nombre de ayudar al prójimo, al medio ambiente, como te dije al principio, tenemos 31 hoteles la cuales no todos pueden aprovechar o tener las circunstancias de tener sol todo el día para poner paneles solares en sus habitaciones para utilizarlo en los aires acondicionados y en todo eso”	Marketing sostenible como elemento diferenciador.
Perspectiva del turista	Desde su experiencia en el hotel, ¿cómo cree que las iniciativas de un marketing verde han afectado la perspectiva de los turistas sobre el establecimiento y qué impacto ha tenido en su elección de alojamiento?	“En todas las partes del mundo esto del medio ambiente es bien visto, aparte es un plus que podemos dar a cada huésped que viene a alojarse en Casa Andina”	Impacto de la sostenibilidad en la demanda hotelera
Propuesta de desarrollo	¿De qué manera ha contribuido la mercadotecnia sostenible en este	“Yo creo que eso es un factor que enriquece que debemos	Sostenibilidad como parte del

	<p>hotel a la propuesta de desarrollo a largo plazo del establecimiento durante los años 2019 a 2023, y cómo se ha reflejado en la planificación estratégica del negocio?</p>	<p>preocuparnos en digamos, hacer algo bueno, se compra algunos productos eco amigables que son muy caros pero eso no va a hacer que perdamos plata y llegamos a un futuro”</p>	<p>modelo corporativo.</p>
<p>Desarrollo hotelero</p>	<p>En el contexto del desarrollo hotelero, ¿puede proporcionar ejemplos de cómo las estrategias del marketing sustentable han contribuido al crecimiento y éxito del hotel en términos de expansión y mejora de las instalaciones?</p>	<p>“Casa Andina tiene 31 hoteles propios y el año pasado hemos comenzado a tener estos hoteles asociados, estos hoteles están ubicados en puntos estratégicos en lugares muy bonitos, muy eco amigables, que son muy fáciles en acomodación, son hoteles muy rescatables. Lamentablemente estos hoteles no cuentan con el marketing que podría tener como Casa Andina, lo que hace el hotel es asociarlos, tener la marca by Casa Andina”</p>	<p>Sostenibilidad como parte del modelo corporativo.</p>

Nota: La tabla muestra las respuestas obtenidos del segundo experto entrevistado con sus codificaciones.



Experto 3: Cesar Cuencas (Jefe de recepción Novotel Lima)

Tabla 7.

Guía para entrevistar a especialistas.

Categoría	Subcategoría	Ítem	Respuesta	Codificación
Hoteles Sostenibles	Gestión hotelera	¿Cómo gestionan su hotel de manera sostenible y qué prácticas específicas implementan para garantizar una gestión hotelera responsable desde el punto de vista ambiental y social?	“Como hotel tiene varias cadenas de sostenibilidad que cada año se va renovando, yo ahorita llevo 12 años y cuando yo ingrese había un programa que era básicamente ahorrar energía, ahorrar con el tema del lavado de sábanas, toallas”	Gestión de recursos
	Consumo masivo	¿Qué medidas toma su hotel para reducir el consumo masivo de recursos, como energía, agua y productos, como parte de su enfoque hacia la sostenibilidad?	“Para el ahorro de energía y agua lo que hacemos es que en temporadas bajas como de noviembre a abril lo que hacemos es apagar las calderas, los sistemas que no vamos a usar básicamente”	Gestión de recursos Tratamiento y reciclaje de desechos
	Incremento de demanda	¿Cómo ha experimentado su hotel un incremento en la demanda gracias a sus iniciativas de sostenibilidad y cómo ha respondido para satisfacer esa mayor demanda de manera sostenible?	“La gente lo toma bien, se crea una conciencia con el cliente lo cual hace que te reconozca”	Impacto de la sostenibilidad en la demanda hotelera
	Tendencias	¿Ha notado una tendencia en la implementación de prácticas de	“Si, Como les decía cuando yo ingrese al hotel teníamos un	Conciencia ecológica y cultura

		sostenibilidad en este hotel en los últimos años? Sí/No ¿Cuáles son?	programa que era global que era básicamente el cuidado del ahorro en costos de lavado de ropa, hasta la fecha hemos pasado por temas de reciclaje de agua que cuenta con una planta que va a un sistema que circula y va a los inodoros”	organizacional.
Marketing sostenible	Habilidades directivas	¿Qué medidas o estrategias de marketing sostenible ha visto implementar en este hotel y cómo cree que las habilidades directivas han influido en la efectividad de estas iniciativas?	“Nos ayuda mucho en tema global, al ser una cadena tan grande a nivel mundial, no más de cinco mil hoteles en el mundo, el marketing global es muy bueno e influye mucho, el hotel es uno de los que cuida mucho el medio ambiente”	Marketing sostenible como elemento diferenciador.
	Procesos administrativos	¿Cómo se integra el marketing sostenible en los procesos administrativos de este hotel y cuál cree que ha sido su impacto en la gestión general del establecimiento?	“Aún estamos en etapa de crecimiento del marketing sostenible, pero se podría decir que los clientes que han venido a hospedarse en el hotel han notado esa diferencia con otros hoteles de nuestros cuidados del medio ambiente”	Marketing sostenible como elemento diferenciador. Sostenibilidad como parte del modelo corporativo.
	Responsabilidad corporativa	¿Puede compartir ejemplos de cómo el hotel ha utilizado el marketing sostenible como parte de su estrategia de responsabilidad corporativa y cómo ha influido en la percepción de la marca por parte de los clientes y la comunidad?	“El ahorro de productos químicos, el lavado de ropa básicamente, ahorrar ahí y mostrar al mundo que tenemos plantaciones de agua intentando cubrir parte de la selva hoy en día y se logró plantar dos mil en cerca de 3 o 4 años, por eso digo que es un	Tratamiento y reciclaje de desechos. Marketing sostenible como elemento diferenciador.

tema global, somos todos”

<p>Perspectiva del turista</p>	<p>Desde su experiencia en el hotel, ¿cómo cree que las iniciativas de un marketing verde han afectado la perspectiva de los turistas sobre el establecimiento y qué impacto ha tenido en su elección de alojamiento?</p>	<p>“Si vamos por la palabra afectar yo lo veo como algo positivo, el huésped reconoce que estas cuidando el medio ambiente y cuidando de él, reconocen el uso del no plástico, reconocen el querer hacer algo más por el medio ambiente, si bien es chocante como por ejemplo la botella de agua cuando la quieren llevar a sus paseos y así, ahí es donde les recomendamos usar tomatodos, pero en si el impacto es bueno”</p>	<p>Impacto de la sostenibilidad en la demanda hotelera. Adaptabilidad del cliente ante medidas ambientales.</p>
<p>Propuesta de desarrollo</p>	<p>¿De qué manera ha contribuido la mercadotecnia sostenible en este hotel a la propuesta de desarrollo a largo plazo del establecimiento durante los años 2019 a 2023, y cómo se ha reflejado en la planificación estratégica del negocio?</p>	<p>“Nosotros como hotel corporativo recién nos estamos levantando aquí en Perú, el marketing tienes que venderlo bien, saberlo llevar y hoy en día el cuidado responsable donde nosotros estamos no está muy implementado como que va pañales, son muy pocos los hoteles o empresas que trabajan con eso, pero se está luchando por eso”</p>	<p>Conciencia ecológica y cultura organizacional. Marketing sostenible como elemento diferenciador.</p>
<p>Desarrollo hotelero</p>	<p>En el contexto del desarrollo hotelero, ¿puede proporcionar ejemplos de cómo las estrategias del marketing sustentable han</p>	<p>“La mayoría de los hoteles que están renaciendo tanto aquí en Lima como en provincia están muy ligados a la naturaleza, te</p>	<p>Sostenibilidad como parte del modelo corporativo.</p>

contribuido al crecimiento y éxito del hotel en términos de expansión y mejora de las instalaciones? vas a la selva o a la sierra buscando siempre construir con materiales sostenibles, reemplazan la energía eléctrica por energía solar, usan leña en lugar de gases, aquí está construido como hoteles inteligentes”

Nota: La tabla muestra las respuestas obtenidas del tercer experto entrevistado con sus codificaciones.

Experto 4: Alexandra (Jefa de recepción de Hotel Suites del Bosque de San Isidro)

Tabla 8.

Guía para entrevistar a especialistas.

Categoría	Subcategoría	Ítem	Respuesta	Codificación
	Gestión hotelera	¿Cómo gestionan su hotel de manera sostenible y qué prácticas específicas implementan para garantizar una gestión hotelera responsable desde el punto de vista ambiental y social?	“Por el momento no tenemos ningún plan todavía sostenible todavía, quizá más adelante podamos un poco más investigar, pero por el momento no”	Carencia de un plan sostenible a futuro
Hoteles Sostenibles	Consumo masivo	¿Qué medidas toma su hotel para reducir el consumo masivo de recursos, como energía, agua y productos, como parte de su enfoque hacia la sostenibilidad?	“Sería básicamente el tema de servicios, de agua, luz básicamente con el propio cliente interno y con los trabajadores ya que nosotros conocemos esa cultura por decirlo así, a el huésped se le informa, pero digamos que no	Ahorro básico de recursos sin concientización

			es que haya algún comunicado o aviso en las habitaciones”	
	Incremento de demanda	¿Cómo ha experimentado su hotel un incremento en la demanda gracias a sus iniciativas de sostenibilidad y cómo ha respondido para satisfacer esa mayor demanda de manera sostenible?	“Todavía no tenemos estadística porque no lo manejamos, pero en un futuro ya quizá podamos ver el cambio”	No hay un trabajo sostenible
	Tendencias	¿Ha notado una tendencia en la implementación de prácticas de sostenibilidad en este hotel en los últimos años? Sí/No ¿Cuáles son?	“Bueno en este hotel no, no todavía”	No hay un trabajo sostenible
Marketing sostenible	Habilidades directivas	¿Qué medidas o estrategias de marketing sostenible ha visto implementar en este hotel y cómo cree que las habilidades directivas han influido en la efectividad de estas iniciativas?	“Bueno por el momento como no lo tenemos todavía no podemos comparar esas estrategias”	No existe el marketing sostenible
	Procesos administrativos	¿Cómo se integra el marketing sostenible en los procesos administrativos de este hotel y cuál cree que ha sido su impacto en la gestión general del establecimiento?	“Particularmente lo que si podemos llamarlo es el papel, nosotros usamos mucho papel, pero tratamos de reciclarlo “	Reutilizar para ahorro económico
	Responsabilidad corporativa	¿Puede compartir ejemplos de cómo el hotel ha utilizado el marketing sostenible como parte de su estrategia de responsabilidad corporativa y cómo ha influido en la percepción	“Digamos que todavía no tenemos esa respuesta”	No existe el marketing sostenible

	de la marca por parte de los clientes y la comunidad?		
Perspectiva del turista	Desde su experiencia en el hotel, ¿cómo cree que las iniciativas de un marketing verde han afectado la perspectiva de los turistas sobre el establecimiento y qué impacto ha tenido en su elección de alojamiento?	“Tendríamos que verlo cuando ya lo tengamos, como no lo manejamos no sabría decirte”	No existe el marketing sostenible
Propuesta de desarrollo	¿De qué manera ha contribuido la mercadotecnia sostenible en este hotel a la propuesta de desarrollo a largo plazo del establecimiento durante los años 2019 a 2023, y cómo se ha reflejado en la planificación estratégica del negocio?	“Podríamos decir que reusamos plástico, pero todavía no podríamos sacar esas estadísticas”	Reutilizar para ahorro económico
Desarrollo hotelero	En el contexto del desarrollo hotelero , ¿puede proporcionar ejemplos de cómo las estrategias del marketing sustentable han contribuido al crecimiento y éxito del hotel en términos de expansión y mejora de las instalaciones?	“Me imagino que si lo tuviéramos sería un gran impacto porque si he visto que otros hoteles si lo manejan”	Reconocimiento del gran aporte que tendría una cultura sostenible dentro del hotel

Nota: La tabla muestra las respuestas obtenidas del cuarto experto entrevistado con sus codificaciones.



Experto 5: Pedro Hurtado (Jefe de mantenimiento de los Tallanes Hotel & Suites)

Tabla 9.

Guía para entrevistar a especialistas.

Categoría	Subcategoría	Ítem	Respuesta	Codificación
Hoteles Sostenibles	Gestión hotelera	¿Cómo gestionan su hotel de manera sostenible y qué prácticas específicas implementan para garantizar una gestión hotelera responsable desde el punto de vista ambiental y social?	“Nosotros en la parte técnica hemos implementado lo que es cambiar todo lo que es luminaria antigua por luminaria led, por lo cual tenemos un ahorro de energía y a la vez hacemos una ayuda al medio ambiente, por otro lado, por nuestros residuos tenemos contenedores clasificados que nos ayudan a aprovechar estos recursos como botellas, cartones, videos y se los damos a la municipalidad para que ellos puedan disponer de eso”	Gestión de recursos Tratamiento y reciclaje de desechos
	Consumo masivo	¿Qué medidas toma su hotel para reducir el consumo masivo de recursos, como energía, agua y productos, como parte de su enfoque hacia la sostenibilidad?	“Como te mencione al principio, hemos cambiado un 95% de toda la iluminaria que teníamos que era luminaria antigua, fluorescente, halógenas, todo por luminaria led que es eco amigable y el ahorro del agua que nosotros tenemos indicadores de presión que nos ayuda a que cuando abran los caños no	Gestión de recursos

		salga tan fuerte y desperdicie tanto el agua”	
	Incremento de demanda	¿Cómo ha experimentado su hotel un incremento en la demanda gracias a sus iniciativas de sostenibilidad y cómo ha respondido para satisfacer esa mayor demanda de manera sostenible?	“De eso se encarga el área de ventas, lo que se hace es una campaña en internet indicando que hacemos prácticas eco amigables y así los pasajeros que elijan este tipo de hospedaje puedan sentirse seguros que en este hotel cumplimos con todo lo necesario para no causar tanto daño al medio ambiente”
	Tendencias	¿Ha notado una tendencia en la implementación de prácticas de sostenibilidad en este hotel en los últimos años? Sí/No ¿Cuáles son?	“Desarrollar estas prácticas de ahorro de energía eléctrica, energía hídrica del agua, implementamos acá en el hotel y también con nuestros trabajadores tratamos de concientizarlos a que sigan estos casos aquí en sus casas para que ayuden al medio ambiente”
Marketing sostenible	Habilidades directivas	¿Qué medidas o estrategias de marketing sostenible ha visto implementar en este hotel y cómo cree que las habilidades directivas han influido en la efectividad de estas iniciativas?	“La Municipalidad nos ayuda, en el sentido de brindarnos tachos o depósitos para poder colocar nuestros residuos clasificados y de acuerdo con eso, es que la municipalidad nos proporciona un certificado, eso nos ayuda para poder mostrarlo y demostrar que estamos cumpliendo con
			Impacto de la sostenibilidad en la demanda hotelera. Marketing sostenible como elemento diferenciador.
			Conciencia ecológica y cultura organizacional.
			Marketing sostenible como elemento diferenciador.

		ciertos requisitos, a decir que somos un establecimiento que ayuda y se preocupa por el medio ambiente”	
Procesos administrativos	¿Cómo se integra el marketing sostenible en los procesos administrativos de este hotel y cuál cree que ha sido su impacto en la gestión general del establecimiento?	“Tiene un gran impacto porque al hacernos notar e indicar que cumplimos con varias normas y requisitos que nos pide también la municipalidad como la visión del hotel, ayuda mucho ya que nosotros mantenemos un estándar de calidad para que podamos siempre cumplir con todos los requisitos y demandas de los clientes, así ellos puedan sentirse cómodos acá y sepan que es un establecimiento que cumple con muchas directrices que apoyan al medio ambiente y se da un plus para ofrecer.”	Tratamiento y reciclaje de desechos. Marketing sostenible como elemento diferenciador. Conciencia ecológica y cultura organizacional.
Responsabilidad corporativa	¿Puede compartir ejemplos de cómo el hotel ha utilizado el marketing sostenible como parte de su estrategia de responsabilidad corporativa y cómo ha influido en la percepción de la marca por parte de los clientes y la comunidad?	“Bueno, los ejemplos que se pueden dar son los certificados que mostramos a nuestros clientes y también muchas veces nos piden. Cuando hacemos eventos, las grandes empresas nos piden algunas normas o requisitos y nosotros les indicamos que cumplimos con ello, ya sea de establecimiento o apoyo al medio ambiente. En nuestros restaurantes aprovechamos	Tratamiento y reciclaje de desechos. Marketing sostenible como elemento diferenciador.

		nuestros residuos como el aceite, entonces tratamos de tener un menor impacto en lo que es deshechos, eso el área de marketing y ventas se encarga de mostrarlo por nuestras páginas, demostrando que somos un hotel sostenible”	
Perspectiva del turista	Desde su experiencia en el hotel, ¿cómo cree que las iniciativas de un marketing verde han afectado la perspectiva de los turistas sobre el establecimiento y qué impacto ha tenido en su elección de alojamiento?	“Es un gran impacto, está aumentando la cantidad que eligen hoteles que tengan algún tipo de distinción de ayuda al medio ambiente. Antes no era muy frecuente pero ahora si se dedican a ver que se implementó en el hotel para ayudar al ecosistema y de acuerdo con su origen muchas veces, alguna vez en la recepción nos llaman y nos cuestionan las preguntas que hacen los clientes, de acuerdo con las respuestas es que eligen venir acá”	Impacto de la sostenibilidad en la demanda hotelera. Adaptabilidad del cliente ante medidas ambientales.
Propuesta de desarrollo	¿De qué manera ha contribuido la mercadotecnia sostenible en este hotel a la propuesta de desarrollo a largo plazo del establecimiento durante los años 2019 a 2023, y cómo se ha reflejado en la planificación estratégica del negocio?	“En un principio teníamos un consumo, por así decirlo de veinte mil (20.000) soles, los costos que tenemos actualmente están bordeando casi la mitad, la inversión tampoco fue tan fuerte, debido a que las antiguas luminarias también eran caras, estas nuevas que se adquirieron son	Control sistemático de indicadores de sostenibilidad.

		<p>económicas y eco-amigables, lo cual nos ha ayudado bastante a disminuir nuestros costos operativos. Y bueno, en el agua, tener una presión fuerte al abrir un poco el caño, se desperdicia mucho, pero con los limitadores que tenemos, ayuda a que se controle y nos genera un retorno de inversión y a la vez, ayuda a que el hotel tenga algo para ofrecer a sus pasajeros.”</p>	
<p>Desarrollo hotelero</p>	<p>En el contexto del desarrollo hotelero, ¿puede proporcionar ejemplos de cómo las estrategias del marketing sustentable han contribuido al crecimiento y éxito del hotel en términos de expansión y mejora de las instalaciones?</p>	<p>“Bueno, en términos de mejora de las instalaciones es básico, nosotros con lo que hemos implementado se ha podido tener ese retorno y poder invertir en otras cosas del hotel, desarrollando otras áreas, mantenerlo adecuadamente, con casi los mismos costos de antes sin implementar nuestro presupuesto anual”</p>	<p>Control sistemático de indicadores de sostenibilidad.</p>

Nota: La tabla muestra las respuestas obtenidas del quinto experto entrevistado con sus codificaciones.



Matriz de triangulación

Comparación de la Categoría N°1 - Subcategoría N°1 - Pregunta N°1

Tabla 10.

Matriz de triangulación sobre la comparación obtenida en la Categoría N°1 - Subcategoría N°1 - Pregunta N°1

Categoría N°1	Subcategoría N°1	Pregunta N°1
Hoteles Sostenibles	Gestión Hotelera	¿Cómo gestionan su hotel de manera sostenible y qué prácticas específicas implementan para garantizar una gestión hotelera responsable desde el punto de vista ambiental y social?
Expertos	Respuesta de entrevistados	Comparación
Eyzaguirre, Juan José	<p>“En el hotel tenemos una línea que es la de energéticos, todo lo que conlleva la electricidad y el consumo de agua, hay unos cuadros que se nos presentan mensualmente sobre estos consumos y un comparativo versus el año anterior que también va de la mano con la ocupación, de esa manera nosotros medimos en comparación al año pasado cómo vamos en el tema del consumo, tanto de energía, gas, estaciones eléctricas y el consumo de agua”</p>	
Escobar S., Fernando	<p>“Casa Andina si se toma en serio la sostenibilidad en todos los hoteles, de tener una cultura con el medio ambiente, ya sea en el reciclaje, en sus habitaciones como cuando alguien entra a la habitación y tiene esa tarjeta para que entre y active todas las luces, cuando salga solamente retire la tarjeta y se desactive todas las luces. Tenemos una gestión, un departamento también de sostenibilidad ahora hace último de 6 a 8 meses atrás, esta nueva área de sostenibilidad de acuerdo con cada hotel, ya que cada uno maneja diferente estructura”</p>	<p>El experto N°1 y N°5, quienes trabajan para el Country Club y el Tallanes Hotel & Suites, nos comentan que tienen planes que van verificando cada cierto tiempo para así aumentar sus prácticas verdes, los expertos N°2 y N°3, de Casa Andina y Novotel Lima, mencionan que estos establecimientos de hospedaje cuentan ya con personas que trabajan en departamentos o programas netamente destinadas al cuidado y manejo de la gestión sostenible. Mientras que la experta N°4, perteneciendo al Hotel Suites del Bosque, nos cuenta que aún no se implementan medidas sostenibles dentro pero no descarta la posibilidad que en un futuro se considere esto.</p>
Cuencas, Cesar	<p>“Como hotel tiene varias cadenas de sostenibilidad que cada año se va renovando, yo ahorita llevo 12 años y cuando yo ingrese había un programa que era</p>	

Alexandra	básicamente ahorrar energía, ahorrar con el tema del lavado de sábanas, toallas” “Por el momento no tenemos ningún plan todavía sostenible todavía, quizá más adelante podamos un poco más investigar, pero por el momento no”
Hurtado, Pedro	“Nosotros en la parte técnica hemos implementado lo que es cambiar todo lo que es luminaria antigua por luminaria led, por lo cual tenemos un ahorro de energía y a la vez hacemos una ayuda al medio ambiente, por otro lado, por nuestros residuos tenemos contenedores clasificados que nos ayudan a aprovechar estos recursos como botellas, cartones, videos y se los damos a la municipalidad para que ellos puedan disponer de eso”

Nota: Se visualiza la triangulación entre las respuestas que se dieron para la primera categoría, primera subcategoría y pregunta N°1 de la entrevista.



Comparación de la Categoría N°1 - Subcategoría N°2 - Pregunta N°2

Tabla 11.

Matriz de triangulación sobre la comparación obtenida en la Categoría N°1 - Subcategoría N°2 - Pregunta N°2



Categoría N°1	Subcategoría N°2	Pregunta N°2
Hoteles Sostenibles	Consumo masivo	¿Qué medidas toma su hotel para reducir el consumo masivo de recursos, como energía, agua y productos, como parte de su enfoque hacia la sostenibilidad?
Expertos	Respuesta de entrevistados	Comparación
Eyzaguirre, Juan José	“Tratamos de identificar el motivo del porque incrementa, a veces va relacionado con la ocupación y en otras ocasiones tenemos que profundizar más. Anteriormente se mantenía el hotel en constante uso de energía, ahora hemos bajado un poco el nivel de consumo con estas prácticas y siempre estamos a la expectativa de que cosas podemos cambiar para ser sostenibles”	
Escobar S., Fernando	“Tenemos una cultura de ahorro en energía, ahorro en agua porque sabemos que Lima es una ciudad tipo desértico y digamos que no podemos desaprovechar al agua, tenemos en todas nuestras áreas comunes estos push-ups para nivelar el agua, tenemos dispensadores de agua bebible para que el consumismo sea interno y mas no estén comprando botellas de plástico que eso hace muy mal para el medio ambiente”	Todos los expertos nos mencionan que tienen sus métodos para reducir el uso de los recursos de agua y luz, el experto N°1 al igual que el N°3 tienen especificados ciertos periodos del año donde lo emplean más, pero también como el experto N°2 que se mencionan que las prácticas se basan también pensando en la geografía de Lima y la experta N°4 que lo emplean de manera básica pero que marca un inicio al cambio.
Cuencas, Cesar	“Para el ahorro de energía y agua lo que hacemos es que en temporadas bajas como de noviembre a abril lo que hacemos es apagar las calderas, los sistemas que no vamos a usar básicamente”	
Alexandra	“Sería básicamente el tema de servicios, de agua, luz básicamente con el propio cliente interno y con los	



trabajadores ya que nosotros conocemos esa cultura por decirlo así, el huésped se le informa pero digamos que no es que haya algún comunicado o aviso en las habitaciones”

Hurtado, Pedro

“Como te mencione al principio, hemos cambiado un 95% de toda la luminaria que teníamos que era luminaria antigua, fluorescente, halógenas, todo por luminaria led que es eco amigable y el ahorro del agua que nosotros tenemos indicadores de presión que nos ayuda a que cuando abran los caños no salga tan fuerte y desperdicie tanto el agua”

Nota: Se visualiza la triangulación entre las respuestas que se dieron para la primera categoría, segunda subcategoría y pregunta N°2 de la entrevista.



Comparación de la Categoría N°1 - Subcategoría N°2 - Pregunta N°3

Tabla 12.

Matriz de triangulación sobre la comparación obtenida en la Categoría N°1 - Subcategoría N°2 - Pregunta N°3



Categoría N°1	Subcategoría N°2	Pregunta N°3
Hoteles Sostenibles	Incremento en la demanda	¿Cómo ha experimentado su hotel un incremento en la demanda gracias a sus iniciativas de sostenibilidad y cómo ha respondido para satisfacer esa mayor demanda de manera sostenible?
Expertos	Respuesta de entrevistados	Comparación
Eyzaguirre, Juan José	<p>“La demanda del hotel si bien es cierto del año pasado a este, este año se esperó más en cuanto a ocupación no hemos logrado lo presupuestado en cuanto a alojamientos, se esperaba mayor demanda, pero la situación también política socioeconómica del país nos han complicado un poco a raíz, nuestro enfoque a partir de ahí fue de ahorro y tenemos que ver la manera de ser sostenibles con lo que tenemos y hacer un buen uso de nuestro recurso”</p>	<p>Los experto N°2, N°3 y N°4 explican que, si han tenido un incremento positivo y han sabido responder de manera exitosa también, mientras que el experto N°1 menciona que debido a la coyuntura que el país se encuentra no han tenido una demanda alta pero siempre buscando poder ser sostenibles y la experta N°4 no cuenta con esta información al no tener medidas sostenibles por lo cual la demanda que tengan no tiene alguna relación con la sostenibilidad.</p>
Escobar S., Fernando	<p>“Si ha habido un posible incremento en el sentido de que tenemos que poner, digamos más dispensadores, más puertas inteligentes, es un servicio para ambas partes, es un beneficio para nosotros y para el planeta”</p>	
Cuencas, Cesar	<p>“La gente lo toma bien, se crea una conciencia con el cliente lo cual hace que el te reconozca”</p>	
Alexandra	<p>“Todavía no tenemos estadística porque no lo manejamos, pero en un futuro ya quizá podamos ver el cambio”</p>	



Hurtado, Pedro

“De eso se encarga el área de ventas, lo que se hace es una campaña en internet indicando que hacemos prácticas eco amigables y así los pasajeros que elijan este tipo de hospedaje puedan sentirse seguros que en este hotel cumplimos con todo lo necesario para no causar tanto daño al medio ambiente”

Nota: Se visualiza la triangulación entre las respuestas que se dieron para la primera categoría, segunda subcategoría y pregunta N°3 de la entrevista.



Comparación de la Categoría N°1 - Subcategoría N°2 - Pregunta N°4

Tabla 13.

Matriz de triangulación sobre la comparación obtenida en la Categoría N°1 - Subcategoría N°2 - Pregunta N°4

Categoría N°1	Subcategoría N°2	Pregunta N°4
Hoteles Sostenibles	Tendencia	¿Ha notado una tendencia en la implementación de prácticas de sostenibilidad en este hotel en los últimos años? Sí/No ¿Cuáles son?
Expertos	Respuesta de entrevistados	Comparación
Eyzaguirre, Juan José	<p>“Yo llevo un año aquí, entonces tal vez la variación está en este tema del no consumo de plástico en las habitaciones, por ejemplo las pantuflas que venían en bolsas de plástico ya salió, ahora son unas bolsas de un material sostenible, si bien o mal no es que genere un impacto en el cliente, no es tanto por que talvez no se llega a evidenciar si es que el cliente viene porque cambie la botella de plástico por un envase de vidrio o porque ahora no uso bolsa sino una biodegradable, yo creo que por ahí no va el éxito de nuestro hotel como tal, es por servicio, es un hotel que es histórico”</p>	
Escobar S., Fernando	<p>“Yo digo que incentivar a los huéspedes a comprar a un precio accesible un tomatodo para llenarlo con agua potable en casi todos los pisos para que ellos puedan llenarlo gratuitamente y yo creo que no lo he visto en todos los hoteles”</p>	<p>El experto N°1 nos explica que son pequeñas cosas que se implementan pero que no piensa que esto genere un gran impacto del porqué los huéspedes los escojan, sino más por ser una marca muy conocida y prestigiosa. Luego el experto N°2 comenta que el hotel ha tenido una idea de cómo generar ingresos y a la vez enseñar prácticas sostenibles a los huéspedes mediante la venta de un producto. Luego los expertos N°3 y N°5 nos comentan que los hoteles tienen programas y gestiones verdes efectivas, siendo el último experto quien menciona que hay una promoción de ser sustentables entre los colaboradores dentro de la organización.</p>
Cuencas, Cesar	<p>“Si, Como les decía cuando yo ingrese al hotel teníamos un programa que era global que era básicamente el cuidado del ahorro en costos de lavado de ropa, hasta la fecha hemos pasado por temas de reciclaje de agua que cuenta con una planta que va a un sistema que circula y va a los inodoros”</p>	



Alexandra

“Bueno en este hotel no, no todavía”

Hurtado, Pedro

“Desarrollar estas prácticas de ahorro de energía eléctrica, energía hídrica del agua, implementamos acá en el hotel y también con nuestros trabajadores tratamos de concientizarlos a que sigan estos casos aquí en sus casas para que ayuden al medio ambiente”

Nota: Se visualiza la triangulación entre las respuestas que se dieron para la primera categoría, segunda subcategoría y pregunta N°4 de la entrevista.



Comparación de la Categoría N°2 - Subcategoría N°3 - Pregunta N°5

Tabla 14.

Matriz de triangulación sobre la comparación obtenida en la Categoría N°2 - Subcategoría N°3 - Pregunta N°5

	Categoría N°2	Subcategoría N°3	Pregunta N°5
	Marketing Sostenible	Habilidades directivas	¿Qué medidas o estrategias de marketing sostenible ha visto implementar en este hotel y cómo cree que las habilidades directivas han influido en la efectividad de estas iniciativas?
Expertos	Respuesta de entrevistados	Comparación	
Eyzaguirre, Juan José	“Se está tratando de hacer más evidente los cambios que realizamos, el equipo de marketing trabaja de la mano con el equipo de operaciones y definitivamente todo lo que sea implementación se trata de desarrollarlo y hacerlo visible al cliente”		
Escobar S., Fernando	“Marketing juega mucho a favor, lo ponemos en nuestras redes, en el Instagram de Casa Andina, somos un hotel sostenible que apoya al medio ambiente, digamos que se toma muy en serio lo que es la hora del planeta por ejemplo en todos los hoteles”	Los expertos N°1, N°2 y N°3 mencionan que el marketing es algo muy beneficioso para ello y que da más a conocer sobre que los hoteles son eco amigables, el experto N°5 nos comenta algo diferente, ellos colaborar con la municipalidad del distrito de San Isidro, esto ayudándoles bastante con los reconocimientos que luego son promocionados por redes y de manera presencial. Por el momento, la experta N°4 explica que ellos no cuentan con ninguna estrategia dirigida a ser más cuidadosos con el medio ambiente y pueda relacionarse con el marketing.	
Cuencas, Cesar	“Nos ayuda mucho en tema global, al ser una cadena tan grande a nivel mundial, no más de cinco mil hoteles en el mundo, el marketing global es muy bueno e influye mucho, el hotel es uno de los que cuida mucho el medio ambiente”		
Alexandra	“Bueno por el momento como no lo tenemos todavía no podemos comparar esas estrategias”		
Hurtado, Pedro	“La Municipalidad no ayuda, en el sentido de brindarnos tachos o depósitos para poder colocar nuestros residuos clasificados y de acuerdo con eso,		



es que la municipalidad nos proporciona un certificado, eso nos ayuda para poder mostrarlo y demostrar que estamos cumpliendo con ciertos requisitos, a decir que somos un establecimiento que ayuda y se preocupa por el medio ambiente”

Nota: Se visualiza la triangulación entre las respuestas que se dieron para la segunda categoría, tercera subcategoría y pregunta N°5 de la entrevista.



Comparación de la Categoría N°2 - Subcategoría N°3 - Pregunta N°6

Tabla 15.

Matriz de triangulación sobre la comparación obtenida en la Categoría N°2 - Subcategoría N°3 - Pregunta N°6

	Categoría N°2	Subcategoría N°3	Pregunta N°6
	Marketing Sostenible	Procesos administrativos	¿Cómo se integra el marketing sostenible en los procesos administrativos de este hotel y cuál cree que ha sido su impacto en la gestión general del establecimiento?
Expertos	Respuesta de entrevistados	Comparación	
Eyzaguirre, Juan José	“Al ser un control de lo que son los recursos de manera de ya con el hecho de considerarlo en un presupuesto ya más o menos proyectas de acuerdo con la ocupación cuánto sería tu gasto, tratamos de estar bajo esa línea”	<p>Analizamos que los expertos N°1, N°2, N°3 y N°5 tienen hecha una formación administrativa donde incluyen el marketing sostenible de alguna forma pero podemos detectar que tanto los expertos N°2 y N°5 tienen esa área más tratada y trabajado que el resto de los demás ya que cuentan con más técnicas para poder llegar a los clientes con su marketing sostenible, sin embargo la experta N°4 aún no implementan dicha área, sin embargo hacen ciertas estrategias para poder comenzar a implementar la sostenibilidad en el hotel.</p>	
Escobar S., Fernando	“Ha habido un impacto, ya sea por parte de los colaboradores o jefaturas, porque digamos que todos pertenecemos a el grupo Intercorp, por este lado tenemos ese apoyo, a varias empresas del grupo que también están con todo lo que es sostenibilidad “		
Cuencas, Cesar	“Aún estamos en etapa de crecimiento del marketing sostenible, pero se podría decir que los clientes que han venido a hospedarse en el hotel han notado esa diferencia con otros hoteles de nuestro cuidado del medio ambiente”		
Alexandra	“Particularmente lo que si podemos llamarlo es el papel, nosotros usamos mucho papel, pero tratamos de reciclarlo “		
Hurtado, Pedro	“Tiene un gran impacto porque al hacernos notar e indicar que cumplimos con varios normas y requisitos que nos pide también la municipalidad		



como la visión del hotel, ayuda mucho ya que nosotros mantenemos un estándar de calidad para que podamos siempre cumplir con todos los requisitos y demandas de los clientes, así ellos puedan sentirse cómodos acá y sepan que es un establecimiento que cumple con muchas directrices que apoyan al medio ambiente y se da un plus para ofrecer.”

Nota: Se visualiza la triangulación entre las respuestas que se dieron para la segunda categoría, tercera subcategoría y pregunta N°6 de la entrevista.



Comparación de la Categoría N°2 - Subcategoría N°3 - Pregunta N°7

Tabla 16.

Matriz de triangulación sobre la comparación obtenida en la Categoría N°2 - Subcategoría N°3 - Pregunta N°7

	Categoría N°2	Subcategoría N°3	Pregunta N°7
	Marketing Sostenible	Responsabilidad corporativa	¿Puede compartir ejemplos de cómo el hotel ha utilizado el marketing sostenible como parte de su estrategia de responsabilidad corporativa y cómo ha influido en la percepción de la marca por parte de los clientes y la comunidad?
Expertos	Respuesta de entrevistados	Comparación	
Eyzaguirre, Juan José	“Como he mencionado anteriormente hemos implementado ciertas estrategias que pueden favorecer al hotel como por ejemplo el cambio de la botella de plástico por la de vidrio, el ahorro de electricidad, entre otros que nos hacen crecer internamente y ayuda a los clientes que en algún momento puedan visualizarlo de la forma en la que nosotros queremos mostrar”	La mayoría de los expertos mencionan la forma en cómo se desenvuelve el hotel, los expertos N°1, N°2, N°3 y N°5 nos informan sobre su forma de ahorrar en el hotel, donde cada uno tiene distintas formas, tienen en común el ahorro de energía eléctrica y la reducción de plástico, por otro lado, la experta N°4 aún no implementan algún tipo de prácticas generales en el hotel.	
Escobar S., Fernando	“Yo creo que Casa Andina se ha dado un nombre de ayudar al prójimo, al medio ambiente, como te dije al principio, tenemos 31 hoteles la cuales no todos pueden aprovechar o tener las circunstancias de tener sol todo el día para poner paneles solares en sus habitaciones para utilizarlo en los aires acondicionados y en todo eso”		
Cuencas, Cesar	“El ahorro de productos químicos, el lavado de ropa básicamente, ahorrar ahí y mostrar al mundo que tenemos plantaciones de agua intentando cubrir parte de la selva hoy en día y se logró plantar dos mil en cerca de 3 o 4 años, por eso digo que es un tema global, somos todos”		



Alexandra

“Digamos que todavía no tenemos esa respuesta”

Hurtado, Pedro

“Bueno, los ejemplos que se pueden dar son los certificados que mostramos a nuestros clientes y también muchas veces nos piden. Cuando hacemos eventos, las grandes empresas nos piden algunas normas o requisitos y nosotros les indicamos que cumplimos con ello, ya sea de establecimiento o apoyo al medio ambiente. En nuestros restaurantes aprovechamos nuestros residuos como el aceite, entonces tratamos de tener un menor impacto en lo que es desechos, eso el área de marketing y ventas se encarga de mostrarlo por nuestras páginas, demostrando que somos un hotel sostenible”

Nota: Se visualiza la triangulación entre las respuestas que se dieron para la segunda categoría, tercera subcategoría y pregunta N°7 de la entrevista.



Comparación de la Categoría N°2 - Subcategoría N°4 - Pregunta N°8

Tabla 17.

Matriz de triangulación sobre la comparación obtenida en la Categoría N°2 - Subcategoría N°4 - Pregunta N°8

	Categoría N°2	Subcategoría N°4	Pregunta N°8
	Marketing Sostenible	Perspectiva de los turistas	Desde su experiencia en el hotel, ¿cómo cree que las iniciativas de un marketing verde han afectado la perspectiva de los turistas sobre el establecimiento y qué impacto ha tenido en su elección de alojamiento?
Expertos	Respuesta de entrevistados	Comparación	
Eyzaguirre, Juan José	<p>“No creo que se haya visto afectada, más bien yo creo que hay muchos clientes como, por ejemplo, los antiguos que venían acá les puse la botella de agua y me dijeron que no quiero esa agua déjame la de plástico, entonces tenemos que entender que hay gente que no va a aceptar el mensaje que estoy cambiando esto por esta razón, hay gente que le gusta lo de antes y te lo dice, acá nosotros tratamos de personalizar cada persona en temas de servicios. No quiere decir que porque seas más verde la gente te va a escoger, es una rayita de una serie de cosas que uno evalúa al alojarse”</p>	<p>Observamos que el experto N°1 si bien tiene prácticas eco amigables en el hotel no tiene el mismo pensamiento que los demás expertos, ya que nos menciona que no todas las personas están acostumbradas al cambio y a veces es difícil que algún cliente note que hiciste algún cambio, en contraste con los expertos N°2, N°3 y N°5 que mencionan que es algo positivo y tiene un gran impacto a comparación con la experta N°4 que aún no lo emplean.</p>	
Escobar S., Fernando	<p>“En todas las partes del mundo esto del medio ambiente es bien visto, aparte es un plus que podemos dar a cada huésped que viene a alojarse en Casa Andina”</p>		
Cuencas, Cesar	<p>“Si vamos por la palabra afectar yo lo veo como algo positivo, el huésped reconoce que estas cuidando el medio ambiente y cuidando de él, reconocen el uso del no plástico, reconocen el querer hacer algo más por el medio ambiente, si bien es chocante como por ejemplo la botella de agua cuando la quieren llevar</p>		



Alexandra	a sus paseos y así ahí es donde les recomendamos usar tomados, pero en si el impacto es bueno” “Tendríamos que verlo cuando ya lo tengamos, como no lo manejamos no sabría decirte”
Hurtado, Pedro	“Es un gran impacto, está aumentando la cantidad que eligen hoteles que tengan algún tipo de distinción de ayuda al medio ambiente. Antes no era muy frecuente pero ahora si se dedican a ver que se implementó en el hotel para ayudar al ecosistema y de acuerdo con su origen muchas veces, alguna vez en la recepción nos llaman y nos cuestionan las preguntas que hacen los clientes, de acuerdo a las respuestas es que eligen venir acá”

Nota: Se visualiza la triangulación entre las respuestas que se dieron para la segunda categoría, cuarta subcategoría y pregunta N°8 de la entrevista.



Comparación de la Categoría N°2 - Subcategoría N°4 - Pregunta N°9

Tabla 18.

Matriz de triangulación sobre la comparación obtenida en la Categoría N°2 - Subcategoría N°4 - Pregunta N°9

Categoría N°2	Subcategoría N°4	Pregunta N°9
Marketing Sostenible	Propuesta de desarrollo	¿De qué manera ha contribuido la mercadotecnia sostenible en este hotel a la propuesta de desarrollo a largo plazo del establecimiento durante los años 2019 a 2023, y cómo se ha reflejado en la planificación estratégica del negocio?
Expertos	Respuesta de entrevistados	Comparación
Eyzaguirre, Juan José	<p>“No sabría decirlo exactamente ya que he llegado hace un año aquí, pero la persona que estuvo antes en mi cargo estuvo 17 años, si bien es cierto pasó por diferentes áreas, al yo entrar aquí al hotel vine con mucha información, entonces no es que venimos y cambiamos las cosas sino hay que sentarse y evaluar, ver cómo podemos implementarlas, en este año han pasado muchas cosas. Me encanta que hubo mucha apertura para poder cambiar eso era uno de mis temores, tal vez al decir que es un hotel de tantos años sea difícil implementar tantas cosas, no te diré que es fácil pero sí que depende mucho de cómo transmitimos el mensaje de cambio”</p>	<p>La mayoría de los expertos cuentan cómo se va visto afectado y como en la actualidad llevan a cabo esta actividad, como es en el ejemplo del experto N°1 que nos cuenta que del 2019 a 2023 han causado ciertos cambios que con el paso de los años ha sido un reto transmitir el mensaje del cambio como hotel para algunos clientes, así como en otro lado con los expertos N°2 y N°5 que implementan como estrategia la inversión para un futuro más favorable y tal es el caso de los expertos N°3 y N°4 que recién están incorporando en este nuevo reto.</p>
Escobar S., Fernando	<p>“Yo creo que eso es un factor que enriquece que debemos preocuparnos en digamos, hacer algo bueno, se compra algunos productos eco amigables que son muy caros, pero eso no va a hacer que perdamos plata y llegamos a un futuro”</p>	
Cuencas, Cesar	<p>“Nosotros como hotel corporativo recién nos estamos levantando aquí en Perú, el marketing</p>	

Alexandra	<p>tienes que venderlo bien, saberlo llevar y hoy en día el cuidado responsable donde nosotros estamos no está muy implementado como que va pañales, son muy pocos los hoteles o empresas que trabajan con eso, pero se está luchando por eso”</p> <p>“Podríamos decir que rehusamos plástico, pero todavía no podríamos sacar esas estadísticas”</p>
Hurtado, Pedro	<p>“En un principio teníamos un consumo, por así decirlo de veinte mil (20.000) soles, los costos que tenemos actualmente están bordeando casi la mitad, la inversión tampoco fue tan fuerte, debido a que las antiguas luminarias también eran caras, estas nuevas que se adquirieron son económicas y eco-amigables, lo cual nos ha ayudado bastante a disminuir nuestros costos operativos. Y bueno, en el agua, tener una presión fuerte al abrir un poco el caño, se desperdicia mucho, pero con los limitadores que tenemos, ayuda a que se controle y nos genera un retorno de inversión y a la vez, ayuda a que el hotel tenga algo para ofrecer a sus pasajeros.”</p>

Nota: Se visualiza la triangulación entre las respuestas que se dieron para la segunda categoría, cuarta subcategoría y pregunta N°9 de la entrevista.



Comparación de la Categoría N°2 - Subcategoría N°4 - Pregunta N°10

Tabla 19.

Matriz de triangulación sobre la comparación obtenida en la Categoría N°2 - Subcategoría N°4 - Pregunta N°10



Categoría N°2		Subcategoría N°4	Pregunta N°10
Marketing Sostenible		Desarrollo hotelero	En el contexto del desarrollo hotelero , ¿puede proporcionar ejemplos de cómo las estrategias del marketing sustentable han contribuido al crecimiento y éxito del hotel en términos de expansión y mejora de las instalaciones?
Expertos	Respuesta de entrevistados	Comparación	
Eyzaguirre, Juan José	“En cuanto a un mejoramiento, sí, definitivamente en Portales, no solo es este hotel son otros 4 hoteles que están a cargo también, tratamos de avanzar, por ejemplo, en el Hotel Country desarrollamos algunas cosas que son eficientes y que nos funcionan bien, se traslada hacia afuera, a las demás unidades”		
Escobar S., Fernando	“Casa Andina tiene 31 hoteles propios y el año pasado hemos comenzado a tener estos hoteles asociados, estos hoteles están ubicados en puntos estratégicos en lugares muy bonitos, muy eco amigables, que son muy fáciles en acomodación, son hoteles muy rescatables. Lamentablemente estos hoteles no cuentan con el marketing que podría tener como Casa Andina, lo que hace el hotel es asociarlos, tener la marca by Casa Andina”	Los expertos N°1, N°2, N°3 y N°5 mencionan que sus hoteles tienen cierto prestigio durante años y que ya cuentan con clientes fijos, tal es así que mencionan que implementan estrategias para alcanzar a otros clientes y poder crecer, cabe mencionar que la experta N°4 comenta que no cuentan con algún tipo de estrategia, pero si lo llegaran a contar podría impactar en varias personas.	
Cuencas, Cesar	“La mayoría de los hoteles que están renaciendo tanto aquí en Lima como en provincia están muy ligados a la naturaleza, te vas a la selva o a la sierra buscando siempre construir con materiales sostenibles, reemplazan la energía eléctrica por energía solar, usan leña en lugar de gases, aquí está		

construido como hoteles inteligentes”

Alexandra

“Me imagino que si lo tendríamos sería un gran impacto porque si he visto que otros hoteles si lo manejan”

Hurtado, Pedro

“Bueno, en términos de mejora de las instalaciones es básico, nosotros con lo que hemos implementado se ha podido tener ese retorno y poder invertir en otras cosas del hotel, desarrollando otras áreas, mantenerlo adecuadamente, con casi los mismos costos de antes sin implementar nuestro presupuesto anual”

Nota: Se visualiza la triangulación entre las respuestas que se dieron para la segunda categoría, cuarta subcategoría y pregunta N°10 de la entrevista.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

En las tablas del apartado de presentación de las respuestas se puede observar la clasificación a cada respuesta de los expertos, siendo esto mediante codificaciones, obteniendo así similitudes sobre las acciones que cada hotel emplea para poder tener prácticas sostenibles en sus establecimientos.

Tabla 20.

Tabla de codificaciones a respuestas de los expertos.

Codificaciones a las respuestas de los expertos N°1, N°2, N°3 y N°5							
Gestión de recursos	Tratamiento y reciclaje de desechos	Impacto de la sostenibilidad en la demanda hotelera	Adaptabilidad del cliente ante medidas ambientales	Marketing sostenible como elemento diferenciador	Conciencia ecológica y cultura organizacional	Control sistemático de indicadores de sostenibilidad	Sostenibilidad como parte del modelo corporativo

Nota: Se observa las codificaciones que recibieron todos los expertos entrevistados a excepción de la experta N°4, ya que mantienen una similitud en sus respuestas.

Las respuestas que han obtenido la codificación de “Gestión de Recursos” es debido a que mencionan como cada establecimiento ha estado implementando prácticas de ahorro energético y de agua como por ejemplo el uso de luminarias LED, un control de consumo y presión del agua, sistemas de apagado y más.

Se clasificó en “Tratamiento y reciclaje de desechos” porque hablan sobre como tienen prácticas de reciclaje y como los clasifican para demostrar un compromiso sostenible. Los expertos N°2, N°3 y N°5 indican como es que ellos clasifican los residuos y también hacen entrega de esto a las municipalidades para poder tener así un mejor manejo y evitar la contaminación.



La codificación de “Impacto de la sostenibilidad en la demanda hotelera” se escogió por cómo es que ha habido efectos beneficiosos gracias a las prácticas verdes, pero de manera limitada en la demanda turística. Esto se señaló en las contestaciones de los expertos N°1, N°2, N°3 y N°5 que nos explican sobre cómo hay una relación entre estos dos temas importantes para un hospedaje pero que suelen tener limitaciones como los costumbres de los clientes o factores externos.

La clasificación de “Adaptabilidad del cliente ante medidas ambientales” fue en las respuestas de los expertos N°1, N°3 y N°5 ya que expresaron que algunos clientes aún no se adecuan a las nuevas medidas sostenibles que se están tomando como lo es eliminar las botellas de plástico o cambios en los servicios, con esto se puede notar como es que hay una variabilidad en la adaptación de los clientes.

El uso de las redes sociales y campañas ayudan a tener una mejor visibilización del compromiso que se tiene con el medio ambiente, esto es lo que nos mencionan los expertos N°1, N°2, N°3 y N°5, también como el hecho de obtener certificaciones proporcionadas por entidades importantes hacen destacar más, por ello sus respuestas fueron categorizadas como “Marketing sostenible como elemento diferenciador” por hacer un buen uso de esta herramienta que ayuda a mejorar la percepción del hotel antes el público.

Esta codificación, “Conciencia ecológica y cultura organizacional” fue señalada en los expertos N°2, N°3 y N°5 ya que vemos como se impulsa la sensibilización ambiental entre los trabajadores para poder tener una gestión verde, nos comentan como tienen una cultura ambiental, sobre capacitaciones internas y un trabajo en conjunto entre los equipos operativos y administrativos.

Los expertos N°1 y N°5 nos explican como hacen para poder llevar un monitoreo mediante indicadores que miden el impacto de las prácticas sostenibles para así poder planificar estrategias,



nos señalan ejemplos como cuadros comparativos mensuales, análisis del retorno de inversión y costos operativos, por lo cual se les asigno la codificación de “Control sistemático de indicadores de sostenibilidad”.

Al ser hoteles de cuatro (4) y cinco (5) estrellas tienen una gran cadena de hoteles a nivel nacional e internacional, estos comparten lineamientos para lograr una mejor integración de la sostenibilidad dentro de sus políticas corporativa, esto explican los expertos N°2 y N°3. Por ello, se les asigna la codificación de “Sostenibilidad como parte del modelo corporativo”.

La experta N°4 es la única que cuenta con diferentes codificaciones, por lo cual se le dieron las siguientes:

Tabla 21.

Tabla de codificaciones a respuestas de la experta N°4.

Codificaciones a las respuestas de la experta N°4					
Carencia de un plan sostenible a futuro	Ahorro básico de recursos sin concientización	Reutilizar para ahorro económico	No hay un trabajo sostenible	No hay marketing sostenible	Reconocimiento del gran aporte que tendría una cultura sostenible del hotel

Nota: La experta N°4 cuenta con propias codificaciones al no tener similitud con los otros expertos entrevistados.

Debido a que se encontró que en el establecimiento de hospedaje no cuenta con ningún plan o estrategia sostenible por ello se le clasifico su primera respuesta como “Carencia de un plan sostenible a futuro”, luego a la segunda, contestación como “Ahorro básico de recursos sin concientización” y a la sexta y novena como “Reutilizar para ahorro económico” debido a que si tienen formas de ahorrar y reciclar, pero no lo hacen con el propósito de tener prácticas verdes. Después la tercer y cuarta como “No hay un trabajo sostenible” porque no tienen estadísticas sobre este tema. Las respuestas dadas en la pregunta cinco (5), siete (7) y ocho (8) tienen la codificación “No hay marketing sostenible”, a consecuencia de no tener ninguna práctica eco amigable entonces



no hay ninguna promoción de esto. Finalmente, la última se le señaló “Reconocimiento del gran aporte que tendría una cultura sostenible del hotel” ya que reconoce como esto generaría una gran impresión a los clientes y como otros hoteles lo han implementado.

Se puede encontrar asimismo los resultados obtenidos de las preguntas contestadas por los expertos, donde el análisis en general enfatiza en la concordancia de las respuestas acerca de que cada hotel realiza acciones para obtener prácticas sostenibles en sus establecimientos.

Tabla 22.

Tabla de resultados de la comparación entre las respuestas de los entrevistados.

Pregunta	Respuesta
1. ¿Cómo gestionan su hotel de manera sostenible y qué prácticas específicas implementan para garantizar una gestión hotelera responsable desde el punto de vista ambiental y social?	Se puede saber que cuatro (4) de los cinco (5) hoteles si tienen planes y prácticas sostenibles que aplican de acuerdo con cada necesidad y tomando en cuenta la infraestructura de estos para una mejor realización de estos, teniendo enfoques diversos y algunas similitudes.
2. ¿Qué medidas toma su hotel para reducir el consumo masivo de recursos, como energía, agua y productos, como parte de su enfoque hacia la sostenibilidad?	De acuerdo con las respuestas brindadas, todos los hoteles emplean formas para poder reducir el consumo desproporcionado de los recursos, los más mencionados son el agua y la luz, uno de ellos enfocado en la ubicación, otros en los tiempos, demostrando así que si existe una cultura sostenible.
3. ¿Cómo ha experimentado su hotel un incremento en la demanda gracias a sus iniciativas de sostenibilidad y cómo ha respondido para satisfacer esa mayor demanda de manera sostenible?	El tener prácticas eco-amigables traen un beneficio hacia la empresa como un reconocimiento por parte de los clientes, y esto genera que cada vez más ellos tengan que seguir innovando en implementar más de ello, así seguir creciendo de manera satisfactoria. En el caso de no tenerlo, se puede investigar y estudiar para que puedan llegar a tener este plus en sus servicios.
4. ¿Ha notado una tendencia en la implementación de prácticas de sostenibilidad en este hotel en los últimos años? Sí/No ¿Cuáles son?	Cada hotel tiene sus métodos que ayudan a poder ahorrar y reducir la contaminación, sienten que estos son los que pueden ayudar a diferenciarse del resto con respecto a este tema, pero también nos muestra que pueden existir hoteles que son escogidos por los huéspedes debido a su larga historia.
5. ¿Qué medidas o estrategias de marketing sostenible ha visto implementar en este	En cuatro (4) hoteles, el área de marketing se encarga de promocionar todas las prácticas que se

- hotel y cómo cree que las **habilidades directivas** han influido en la efectividad de estas iniciativas?
6. ¿Cómo se integra el marketing sostenible en los **procesos administrativos** de este hotel y cuál cree que ha sido su impacto en la gestión general del establecimiento?

han implementado o se pueda hacer a futuro, esto ayuda a atraer más huéspedes. En Tallanes Hotel & Suites tienen una colaboración con la municipalidad, quienes les brindan los medios para que sea más efectiva su promoción.

Cada hotel tiene su forma de implementar la sostenibilidad a un área administrativa como le parezca más rentable, cada método que utilizan es para favorecer tanto al hotel como al medio ambiente. Si bien hay un (1) hotel que no lleva un impacto sostenible enorme, nos damos cuenta que intentan comenzar desde lo más pequeño que muestra que a un futuro se pueda lograr alcanzar a los demás.
 7. ¿Puede compartir ejemplos de cómo el hotel ha utilizado el marketing sostenible como parte de su estrategia de **responsabilidad corporativa** y cómo ha influido en la percepción de la marca por parte de los clientes y la comunidad?

Expertos de cuatro (4) hoteles implementan prácticas eco amigables que involucran a sus clientes y empleados de forma que así sea beneficioso para ambos que lo llevan a fomentar algún tipo de novedad que puede impactar a varios, generando así conciencia.
 8. Desde su experiencia en el hotel, ¿cómo cree que las iniciativas de un marketing verde han afectado la **perspectiva de los turistas** sobre el establecimiento y qué impacto ha tenido en su elección de alojamiento?

Si bien cada experto tiene su opinión acerca del tema, la mayoría implementa ciertas prácticas que son favorables para el resto y eso ya es un plus que se considera un hotel apropiado para el medio ambiente y que muchas veces algunos no nos percatamos de esas pequeñas actividades pero que de cierta forma nos hacen parte.
 9. ¿De qué manera ha contribuido la mercadotecnia sostenible en este hotel a la **propuesta de desarrollo** a largo plazo del establecimiento durante los años 2019 a 2023, y cómo se ha reflejado en la planificación estratégica del negocio?

No muchos de los entrevistados han laborado en el 2019 como tal, pero nos dejan el mensaje que cuentan con el conocimiento necesario para poder generar ese cambio a futuro que el hotel necesita y que están dispuestos a poder seguir adelante y crecer gracias a las nuevas estrategias que incrementan durante el paso de los años y como hoteles reconocidos que muchas veces nos dan la esperanza de tener una expectativa alta.
 10. En el contexto del **desarrollo hotelero**, ¿puede proporcionar ejemplos de cómo las estrategias del marketing sustentable han contribuido al crecimiento y éxito del hotel en términos de expansión y mejora de las instalaciones?

Cada uno de los hoteles tiene años en el rubro hotelero por lo cual conforme pase los años irá variando de estrategias que lo lleven acorde a lo que pueda pedir el mercado, teniendo una visión de incremento de clientes y estrategias eco amigables para los ojos de cada uno y brindarnos la calidad que cada uno de los hoteles muestra.

Nota: La tabla refleja el resultado que se obtuvo al comparar cada respuesta dado por los expertos en cada pregunta.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Discusión

Nuestro instrumento para esta investigación cualitativa ha sido evaluado de manera externa por expertos, quienes han proporcionado una calificación satisfactoria, demostrando así que nuestro método de recolección de información es fiable. En el anexo N°1, N°2 y N°3 se visualiza las tres (3) validaciones brindadas.

A continuación, se presentará a los expertos y los porcentajes de validez que se han obtenido por cada uno de ellos.

Tabla 23.

Validación mediante el juicio de los expertos.

Nombre de los expertos	Grado académico	Lugar donde trabajan	Porcentaje de validez
Barbara Isabel Ponce Ponce	Doctora	Universidad Privada del Norte	100%
Aldo Medina Gamero	Maestro	Universidad Privada del Norte	100%
Monica Elizabeth Regalado Chamorro	Doctora en Turismo	Universidad Privada del Norte	90%

De acuerdo con lo evidenciado en la tabla 17, los puntajes nos dieron un promedio final de 97.88%, dando una prueba verídica de la herramienta de estudio y de esta presente investigación, comprobando así la confiabilidad.

Durante el trabajo de campo, se pudo descubrir que no todos los trabajadores están enterados de los métodos sostenibles que se utilizan en sus centros de trabajo. Como indica el título del presente estudio, se busca poder conocer la percepción de ellos acerca de este tema, pero



mencionaban que no tenían la suficiente información así que, nos derivaban con sus superiores u otro colaborador. Además, se buscó en más hoteles, a parte de los cinco (5) que colaboraron para las entrevistas, de los cuales no tuvimos una respuesta por parte de ellos mediante correo o de forma presencial cuando se visitaba el establecimiento, ya que al ser en su gran mayoría hoteles de cuatro (4) o cinco (5) estrellas, pertenecen a cadenas hoteleras que tienen procesos muy largos y estrictos para este tipo de investigaciones, si bien no son preguntas que puedan revelar alguna información comprometedor, igualmente tenían que ser evaluadas y tener una autorización por parte de gerencia como nos comentaban en algunos casos, esto causó que la parte de obtención de resultados se tuviera que extender en más del tiempo previsto.

El estudio tiene como variable a la sostenibilidad en hoteles y también al marketing sostenible, esto puede generalizarse en otros conceptos fuera del sector hotelero, ya que hoy en día todas las organizaciones están buscando poder ser más verdes y una ayuda a ello como promoción es el marketing sostenible, lo cual es un gran beneficio si se emplea de manera adecuada y se realiza una investigación profunda del tema.

Se ha encontrado semejanza de los resultados con la investigación de Arcentales & Rea (2022) que nos informa sobre cómo los hoteles que tienen un reconocimiento mediante certificaciones sobre sus buenas prácticas de ser amigables con el medio ambiente han tenido éxito y también en el estudio de Molina Murillo (2019) como esto ayuda a que sean bien vistos ante los locales generando así un aspecto positivo y atractivo, lo cual sucede también en el caso de Tallanes Hotel & Suites, que obtuvieron uno otorgado por la Municipalidad del distrito de San isidro, comprobando que gracias a ello si se puede lograr tener un gran beneficio y motivación para continuar teniendo estas conductas con el medio ambiente y los turistas.



De igual manera Arcila Rojas & Pico Ospina (2020), en su estudio de tesis nos explican un plan detallado para lograr estratégicamente la sostenibilidad en el hotel San Silvestre de Barrancabermeja, Santander con un tiempo estimado de 4 años, iniciando en el 2020. Queriendo demostrar que si se aplica una mejor gestión en la parte operativa, se puede tener un gran incremento en las ganancias y ahorrar, de lo cual podemos decir que es cierto, debido a que varios hoteles de donde fueron entrevistados los trabajadores para esta investigación comentaron acerca de este tema y lo ven como una forma de inversión que da resultados positivos a futuro.

En el caso de estudio de Salessi (2021) que fue aplicado para el Programa de Certificación en Sustentabilidad Hoteles más verdes en el año 2020 en los hoteles argentinos para saber cómo contribuyen al turismo aplicando los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), se analiza sobre hoteles que no saben y aplican estos o de los que simplemente no hacen uso de medidas eco amigables. En esto podríamos agregar el caso de Hotel Suites del Bosque, San Isidro, debido a que la experta nos comentó que en el hotel no tienen implementado un plan sostenible y que, si tienen formas de ahorrar recursos como agua y luz, pero más es enfocado en un tema económico y por conocimientos muy básicos sobre el cuidado del medio ambiente pero que no ha sido especializado ni analizado.

Luego, Girón Rivera (2022) en su trabajo de investigación “Gestión de servicios ecosostenibles para el diseño de nuevos servicios para turistas nacionales e internacionales en un hotel de Tarapoto. Año 2022” determina que son muchos los hoteles que están buscando poder crear clientes más fidelizados porque ahora son más los turistas quienes buscan hospedarse en establecimientos que se preocupen y sean responsables con el medio ambiente, comprobando también en esta investigación que es totalmente cierto, ya que los lugares de alojamiento entrevistados ofrecen a sus clientes desde la pequeña acción de la venta de tomatodos y tener



puntos de recarga de agua por todo el hotel hasta ofrecer medidas verdes en sus eventos, con esto buscando la misma finalidad que se concluyó en el estudio.

Y, en nuestro último antecedente que fue basado en la tesis de Guillen Mendoza (2021) sobre cómo podemos reutilizar las aguas grises, ayuda que en el hotel Iberostar de Miraflores tenga una mejor edificación, siendo moderno, económico y a la vez sostenible. En ciertos casos de los hoteles que visitamos para las entrevistas, nos señalaron que cuentan con sedes en otras partes de Lima y dentro de las diferentes regiones de Perú, cada uno construido y diseñado para ser sostenibles aprovechando cada recurso particular que se encuentre debido a su zona de establecimiento, afirmando que si se puede tener mejoras también en esos aspectos si se hay una infraestructura que ofrezca la sostenibilidad.

En relación que se encuentra con la contribución teórica de Mantilla Valbuena et al. (2016) considera el turismo sostenible como un acto que genera una responsabilidad, pero también ayuda a tener beneficios económicos y fomentarlo. Autores como Hernández-García et al. (2020), consideran que es una responsabilidad social corporativa que se genera a lo largo de las cadenas hoteleras en general. Este tipo de turismo aplicado en cualquier ámbito, pero sobre todo en los servicios de hospedajes son muy beneficiosos, ya que ayuda a que se puedan reducir gastos de manera significativa y crea consciencia en todo aquel que visite las instalaciones.

Como dice Otero Ortega & Bravo Jiménez (2019), si relacionamos la tecnología sostenible con la edificación de los hoteles, podemos seguir evolucionando en cuanto a ser sostenibles se refiere. El cambio completo de los focos por unos que no sean tan contaminantes, que las luces de las habitaciones se apeguen al retirar la tarjeta de ingreso a las habitaciones, usar caños que puedan evitar el desperdicio de las aguas y mucho más. son algunas de las prácticas que los hoteles están



empleando pero que desean seguir creciendo en ese aspecto para continuar con esta labor de ser amigables con el medio ambiente.

En la opinión de Guerrero González & Ramos Mendoza (2014), el marketing turístico es promocionar el servicio o adquisición para que más clientes estén interesados, todo esto dentro del sector de turismo. Cada vez son más los clientes que requieren que el lugar donde van a hospedarse cumpla con ciertas normas eco-amigables y no solo eso, también las salas de eventos al momento de ser separadas para alguna festividad, siempre es requerido que cuente con algunas normas sobre este tema o tenga certificaciones, tenemos el ejemplo de hoteles que tiene gran capacidad en Colombia que realizan programas donde buscan enseñar sobre cómo cuidar el medio ambiente y darles una formación en este tema (Peña Miranda et al., 2018). En la actualidad estos temas han tomado mayor relevancia y la sociedad muestra una mayor conciencia sobre la situación descrita; por ello, resulta fundamental contar con un plan de acción.

Como lo hacen notar Garrido-Cornejo et al. (2021) un hotel ecológico es creado para cumplir ese propósito, pero siempre buscando no dañar las áreas que lo rodean y esto a futuro pueda llegar a marcar un gran cambio. Los hoteles de cuatro (4) y cinco (5) estrellas suelen tener sucursales en distintas partes del Perú, estos se acoplan y buscan la forma de serlo sin dañar, por ejemplo, Casa Andina es un hotel muy reconocido y la marca está en diferentes ciudades de las regiones, pero como nos explicaron Lima al ser una ciudad que siempre se mantiene nublada, no tendría gran aporte de los paneles solares que tienen colocados en otras ubicaciones, donde el sol si es constante.

García (2015) relaciona la sostenibilidad con las demandas que existen hoy en día, pero aplicándolas sin alguna repercusión en el medio ambiente y teniendo una economía creciente. Al emplear métodos sostenibles se puede llegar a tener una estabilidad entre lo anteriormente



mencionado, ya que, si es aplicado de manera correcta con un previo conocimiento, se puede lograr.

La presente tesis no contiene una hipótesis, ya que empleando las palabras de Amaiquema Marquez et al. (2019) enfatizan que para una investigación con enfoque cualitativo no es de manera obligatoria, esto se debe a que no se está planteando en base a conjeturas iniciales.

En un futuro, se pueden analizar y crear planes sostenibles a más hoteles de menor categoría, ya que, como muestran los resultados, muchos no aplican a estas prácticas, aunque están dispuestos a adoptarlas. Esto permitirá consolidar acciones comunes y desarrollar nuevas estrategias con impacto social.

Conclusiones

En relación con el estudio actual y el análisis llevado a cabo para verificar el logro de los objetivos establecidos, se derivan las siguientes conclusiones:

Conclusión General

Con respecto al objetivo general, se obtuvo que la forma en cómo se sostiene la realidad sobre la sostenibilidad en aquellos hoteles son mayormente favorables y los colaboradores tienen una percepción positiva acerca de cómo los establecimientos de hospedaje manejan la sostenibilidad. Sin embargo, existen limitaciones de conocimiento que causan pequeños obstáculos que dan paso a la lentitud en su crecimiento e implementación de sostenibilidad como hotel como lo es el caso del establecimiento de hospedaje Suites del Bosque de San Isidro, donde según lo expresado por la experta N°4 no existe un plan de sostenibilidad.

Conclusión específica N°1

Acercas del objetivo específico N°1; se obtiene la reducción de gastos fijos del consumo masivo de electricidad, agua, entre otros. Esto genera un aporte beneficioso a la empresa hotelera sobre su economía, por otro lado, tenemos en cuenta que al implementar prácticas tecnológicas sostenibles influye positivamente en los trabajadores en sus prácticas laborales como personales, sin embargo, por el desconocimiento no permiten la implementación de nuevas tecnologías que pueden ser favorables en un futuro.

Conclusión específica N°2

Con respecto al objetivo específico N°2; se concluye que durante esta última década se ha considerado de mayor impacto el tema de la sostenibilidad con el apoyo del marketing para poder llegar a más clientes con el mensaje del apoyo medio ambiental para vistas más favorables en el rubro hotelero, lo que genera que otros hoteles de tres (3) estrellas tengan la necesidad de realizar un marketing sostenible para incrementar sus ventas. Asimismo, muchas personas y empresas a nivel global han tomado en cuenta el aporte sostenible y sus beneficios gracias al marketing fomentando así una gran acogida por parte de la mayoría de los hoteles.

Conclusión específica N°3

Con respecto al objetivo específico N°3; se concluye que la mayoría de los hoteles implementa un plan sostenible como distintivo frente al resto, el cual ha sido recibido tanto por el



establecimiento como por los clientes al permitir demostrar su compromiso con el cuidado del medio ambiente, gracias a esto durante estos últimos años han aumentado la sostenibilidad de forma positiva; sin embargo, también ha generado ciertos desafíos en torno a la incorporación de nuevas tecnologías que se puedan implantar en los hoteles y la aceptación por parte de los clientes para continuar con la demanda del cuidado medio ambiental.

Recomendaciones

De acuerdo con la investigación realizada, se hace necesario sugerir las siguientes recomendaciones:

En relación con el objetivo general, se requiere implementar capacitaciones sobre la sostenibilidad para un mayor desenvolvimiento en el tema, estos planes generan un aprovechamiento continuo para un futuro y fomentar la educación sostenible gracias a estas capacitaciones que dan oportunidad a varios de los trabajadores llevar el mensaje a los clientes.

En relación con el objetivo específico N°1, se recomienda mantener las investigaciones de las nuevas tecnologías sostenibles y dar oportunidad a nuevas innovaciones tecnológicas creando el cambio ya que dan un gran aporte positivo al hotel.

En relación con el objetivo específico N°2, se requiere de una mayor importancia y capacitaciones al marketing sostenible ya que gracias a estas muchas personas podrán visualizar el trabajo que se realiza en las instalaciones sobre los nuevos cambios sostenibles para que todos tomemos conciencia de ello.



En relación con el objetivo específico N°3, se recomienda incrementar la importancia de sostenibilidad para un mejor impacto en el rubro hotelero y así poder ser referencia de hoteles menores que buscan la oportunidad de crecer y tomar de ejemplo a los grandes hoteles que dan oportunidad a nuevos cambios en el sistema.

REFERENCIAS

- Aguilar Villegas, C. A. (2022). *Informe N° 109-2022-0500-Gppdc/Msi*.
https://www.munisanisidro.gob.pe/Transparencia/Tema02/EVALUACION_PDLC-2021-Integrado.pdf
- Ak, M., Turkmenoglu, M. A., Elbardan, H., & Yüce, H. (2025). Eco-friendly behavior as a moderator: How responsible leadership shapes environmental performance through organizational green culture in the hospitality industry? *International Journal of Hospitality Management*, *131*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104346>
- Alban Guevara, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Medina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, *4(3)*, 163–173.
[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Altamirano Benítez, V. P., Túñez López, J. M., & Valarezo González, K. P. (2016). Promoción turística 2.0. Análisis de las redes sociales de los gobiernos iberoamericanos. *Opción*, *32(9)*, 32–53.
<https://www.redalyc.org/pdf/310/31048482002.pdf>
- Amaiquema Marquez, F. A., Vera Zapata, J. A., & Zumba Vera, I. Y. (2019). Enfoques para la formulación de la hipótesis en la investigación científica. *Conrado*, *15(70)*, 354–370.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000500354&lng=es&tlng=es.
- Arcentales, M., & Rea, K. (2022). *Estudio comparativo de la aplicación de buenas prácticas de turismo sostenible en hoteles cuatro estrellas del Centro Histórico de la ciudad de*



Cuenca-Ecuador que cuentan con la insignia “Cuenca Biosegura y Sostenible”.

Caso: Hotel El Conquistador, Hotel Los Balcones y Hotel Santa Lucía [Tesis de

titulación, Universidad de Cuenca].

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/40284#>

Arcila Rojas, M. I., & Pico Ospina, J. (2020). *Plan estratégico de sostenibilidad para el hotel*

San Silvestre de Barrancabermeja, Santander 2020-2024 [Tesis de maestría,

Universidad Autónoma de Bucaramanga].

<https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/7350>

Ariza, V. (2013). La investigación basada en la práctica: una nueva perspectiva para la

enseñanza del diseño. *Revista Digital Universitaria*, 14(7).

<http://www.revista.unam.mx/vol.14/num7/art16/index.html>

Austermühle, S. (2012). Sostenibilidad y ecoeficiencia en la empresa moderna. In

Sostenibilidad y ecoeficiencia en la empresa moderna. [https://doi.org/10.19083/978-](https://doi.org/10.19083/978-612-4041-82-2)

[612-4041-82-2](https://doi.org/10.19083/978-612-4041-82-2)

Báez Casillas, S. (2009). *Hotelería* (J. E. Callejas, Ed.; Cuarta Edición). Grupo Editorial

Patria.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4FyqBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1>

[&dq=hoteleria&ots=bChcy8zLKq&sig=GQIbHHDpZv999NAbC9GNHy3Pw3Q#v](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4FyqBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1)

[=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4FyqBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1)

Blanco-Romero, A., Pons, G. X., Biázquez-Salom, M., Navalón-García, R., & Troitiño-

Torralba, L. (2020). Sostenibilidad turística: overtourism vs undertourism. In Societat

d’Història Natural de les Balears (Ed.), *Tourism Sustainability Up for Debate*. (1st

ed., Issue 31). Societat d'Història Natural de les Balears.
<http://hdl.handle.net/10045/109699>

Cornelio Vázquez, B. L., & Cuevas Álvarez, M. C. (2019). Marketing Turístico para Millenials. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 71, 36–49.
<https://ri.ujat.mx/handle/20.500.12107/3700>

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=335ZDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT16&dq=Research+Design.+Qualitative,+Quantitative,+and+Mixed+Methods+Approaches+2018&ots=YEWWHJAosI&sig=vRhLMmDazIOQJdpUimzaT0F8hno#v=onepage&q=Research%20Design.%20Qualitative%2C%20Quantitative%2C%20and%20Mixed%20Methods%20Approaches%202018&f=false>

Flensburg, K. I. (2021). Dinámicas energéticas de los alojamientos turísticos de la provincia de Buenos Aires (Argentina). *Turismo y Sociedad*, 29.
<https://doi.org/10.18601/01207555.n29.03>

Folgueiras, P., & León, J. (2023). Editorial 41(2): El valor del diseño metodológico en la investigación científica. *Revista de Investigación Educativa*, 41(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.6018/rie.576831>

García Rubio, F. (2015). Sostenibilidad ambiental y competencias locales: un análisis jurídico. In *Sostenibilidad ambiental y competencias locales*. Dykinson.
<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/lc/upnorte/titulos/58221>



- Garrido-Cornejo, C., Cabanilla Vásconez, E., & Guerra Achig, P. (2021). *Enfoques de Turismo y Conservación II*. Universidad Internacional del Ecuador. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/lc/upnorte/titulos/198555>
- Giraldo-Patiño, C. L., Londoño-Cardozo, J., Micolta-Rivas, D. C., & O’neill-Marmolejo, E. (2021). Marketing sostenible y responsabilidad social organizacional: un camino hacia el desarrollo sostenible. *Aibi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, 9(1). <https://doi.org/10.15649/2346030x.978>
- Girón Rivera, D. A. (2022). *Gestión de servicios ecosostenibles para el diseño de nuevos servicios para turistas nacionales e internacionales en un hotel de Tarapoto. Año 2022*. [Tesis de bachiller, Instituto San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.isil.pe/handle/123456789/563>
- Golzar, J., Noor, S., & Tajik, O. (2022). Convenience Sampling. *International Journal of Education & Language Studies*, 1(2), 72–77. <https://doi.org/https://doi.org/10.22034/ijels.2022.162981>
- González Molina, P. (2017). Procesos de Gestión de calidad en Hostelería y Turismo. *Tutor Formación*. <https://ebookcentral.bibliotecaupn.elogim.com/lib/upnpe/reader.action?docID=5308206&c=UERG&ppg=1>
- Guerrero González, P. E., & Ramos Mendoza, J. R. (2014). *Introducción al Turismo* (1st ed.). Grupo Editorial Patria. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/ereader/upnorte/39409>
- Guillen Mendoza, J. J. (2021). *Alternativa de un sistema de tratamiento de aguas grises y su aprovechamiento para un desarrollo sostenible en edificaciones destinadas a*



hospedaje [Tesis de grado, Universidad Peruana Unión].

<https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/5467>

Hernandez Mendoza, S., & Duana Avila, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico de Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 9(17). <https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>

Hernández, R. M., Arias Chávez, D., Flores Sotelo, W. S., Arévalo Tuesta, J. A., Antón De Los Santos, P. J., Yépez Muñiz, L. A., & Lagos Videla, J. (2019). Indicadores de evaluación de citas y referencias en tesis de maestría en educación: una muestra peruana. *Apuntes Universitarios*, 9(3). <https://doi.org/10.17162/au.v9i3.382>

Hernández-García, E., De Yta-Castillo, D., & Sánchez-Medina, P. S. (2020). Los recursos y capacidades en la adopción de una estrategia de mercadotecnia verde: evidencia en hoteles de turismo de sol y playa de Oaxaca, México. *Dirección y Organización*, 72. <https://doi.org/10.37610/DYO.V0I72.585>

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la Investigación: Las rutas Cuantitativa Cualitativa y Mixta. In *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. <https://doi.org/https://doi.org/10.22201/fesc.20072236e.2019.10.18.6>

Huaire Inacio, E. J. (2019). *Método de investigación*. <https://www.aacademica.org/edson.jorge.huaire.inacio/78>

Kalpokas, N., & Hecker, J. (2023). Guía fundamental de la investigación cualitativa - Parte 1: Conceptos básicos. *ATLAS.Ti Research Hub*. <https://atlasti.com/es/guias/guia-investigacion-cualitativa-parte-1>



Khan, K., Gogia, E. H., Shao, Z., Rehman, M. Z., & Ullah, A. (2025). The impact of green

HRM practices on green innovative work behaviour: empirical evidence from the hospitality sector of China and Pakistan. *BMC Psychology*, 13(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s40359-025-02417-5>

Magadan Díaz, M., & Rivas García, J. I. (2018). La eco-innovación en las empresas mexicanas de alojamiento turístico. *Retos*, 8(15).
<https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.02>

Mantilla Valbuena, S. C., Velásquez, C., & Román Romero, R. (2016). *Desarrollo y turismo sostenible en el Caribe*. Editorial Universidad Nacional de Colombia.
<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/lc/upnorte/titulos/130015>

Molina Murillo, S. A. (2019). Certificación turística sostenible y los impactos socioeconómicos percibidos por hoteles en Costa Rica. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2). <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.025>

Moreno Acero, I. D. (2017). La investigación social, un acercamiento a lo cotidiano. *Revista Electronica de Investigacion Educativa*, 19(4), 145–148.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412017000400145&lng=es&tlng=es.

Mur Sangrá, M., & Sanagustín-Fons, V. (2021). *El turismo desde una perspectiva sostenible y el riesgo de la COVID-19: Impactos, análisis y posibles intervenciones*. Ediciones AKAL. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/ereader/upnorte/205207>

Obez, R. M., Ávalos Olivera, L. I., Steier, M. S., & Balbi, M. M. (2018). Técnicas mixtas de recolección de datos en la investigación cualitativa: proceso de construcción de las prácticas evaluativas de los profesores expertos en la UNNE. *Investigación*

Cualitativa En Educación, I(Ciaiq 2017).

https://repositorio.unne.edu.ar/bitstream/handle/123456789/27656/RIUNNE_FHUM_AC_Obez-AvalosOlivera-Steier.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ONU Turismo. (2023, November 10). *La importancia del turismo para el crecimiento se destaca en el informe Perspectivas de la Economía Mundial All Regions Barómetro Noviembre 10, 2023. La importancia del turismo para el crecimiento se destaca en el informe Perspectivas de la Economía Mundial.* <https://www.unwto.org/es/news/La-importancia-del-turismo-para-el-crecimiento-se-destaca-en-el-informe-Perspectivas-de-la-Econom%C3%ADa-Mundial>

Otero Ortega, A., & Bravo Jiménez, A. (2019). *Hábitat sostenible, material reciclable: mi pymes en el proceso de construcción de la vivienda: proyecto de formación de capacidades en ciencia, tecnología e innovación del departamento de Sucre, Caribe* (1st ed.). Corporación Universitaria del Caribe - CECAR. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/lc/upnorte/titulos/217613>

Pantoja-Aguilar, M. P., & Salazar Garza-Treviño, J. R. (2019). Etapas de la administración: hacia un enfoque sistémico. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 87, 139–154. <https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.2412>

Peña Miranda, D. D., Guevara Plaza, A., Fraiz Brea, J. A., & Botero, C. M. (2018). Prácticas de responsabilidad social empresarial en el sector hotelero. Estudio de casos en la ciudad de Santa Marta, Colombia. *Cuadernos de Gestión*, 18(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.5295/cdg.160707dp>



- Pérez Martell, R. (2021). La tecnología y los objetivos de desarrollo sostenible. In *La tecnología y los objetivos de desarrollo sostenible*.
<https://doi.org/10.2307/j.ctv1gd0vd4>
- Ramos-Galarza, C. A. (2020). Los Alcances de una Investigación. *Ciencia America*, 9(3), 1–6. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>
- Rivas-Tovar, L. A. (2025). *Normas Apa 7ª Edición: Estructura, Citas y Referencias* (12th ed.). https://www.researchgate.net/profile/Luis-Arturo-Rivas-Tovar/publication/357046089_NORMAS_APA_7_EDICION_ESTRUCTURA_CITAS_Y_REFERENCIAS/links/6789b78aec3ae3435a67a640/NORMAS-APA-7-EDICION-ESTRUCTURA-CITAS-Y-REFERENCIAS.pdf
- Romero Chaves, C. (2005). La Categorización un Aspecto Crucial en la Investigación Cualitativa. *Revista de Investigaciones Cesmag*, 11(11), 113–118.
<https://biblioteca.unicesmag.edu.co/digital/revinv/0123-1340v11n11pp113.pdf>
- Salessi, M. L. (2021). *La contribución del turismo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible desde el sector hotelero en la República Argentina. Caso de Aplicación: Programa de Certificación en Sustentabilidad Hoteles más Verdes, año 2020*. [Tesis de doctorado, Universidad Nacional De La Plata].
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/133604>
- Santiago Chávez, N. I., Romero Fernández, A. J., & Álvarez Gómez, G. A. (2017). Actualidad y proyecciones de desarrollo del turismo internacional en Ecuador. *UNIANDÉS EPISTEME: Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 4(3).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6756273>



Tierra, N. P., Chavez Velasquez, C. R., & Solís Barrionuevo, A. P. (2022). Planes de sostenibilidad y de responsabilidad social empresarial para establecimientos hoteleros: una propuesta de buenas prácticas en la fase de la post-pandemia del COVID- 19. *Revista Internacional De Turismo, Empresa Y Territorio*, 6(1).
<https://doi.org/10.21071/riturem.v6i1.13705>

UN Tourism. (2025). World Tourism Barometer. *World Tourism Organization*, 23(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>

ANEXOS:

Anexo 1. Validación de Juicio de Experto N°1



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a).

Dra. Barbara Isabel Ponce Ponce

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A TRAVÉS DE EXPERTO

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo tesista para optar por el título profesional de licenciada en la carrera de Administración de Servicios Turísticos de la Universidad Privada de Norte, requiero validar el instrumento que utilizaré para la recolección de información a fin de desarrollar mi investigación satisfactoriamente y así optar por el grado de Licenciada en Administración en Turismo.

El título de la investigación es: “La percepción de sostenibilidad en hoteles de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro entre los años 2019 a 2023”; por el cual es necesario tener la validación de docentes especializados para poder hacer uso y aplicación del instrumento seleccionado, motivo por el cual he considerado recurrir a su persona, debido a su connotada experiencia en el rubro.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de la variable.
- Guía de entrevista/cuestionario.

Expresándole mi respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Ortiz Jauregui Ariana Lourdes

75682432



Vidal Carmen Martha Sofia

74854493

1. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA O INSTRUMENTOS
Hoteles sostenibles	Según Tapia (2014) sostiene que es una manera satisfactoria de poder comprender el problema medioambiental y satisfacer con la misma las necesidades de los clientes, creando conciencia y mejoramiento a la empresa hotelera sin dañar el medio ambiente.	Implementa y lleva a cabo prácticas y políticas que tienen en cuenta la sostenibilidad ambiental, social y económica en todas sus operaciones. Esto implica no sólo la adopción de medidas sostenibles en la construcción y diseño del hotel, sino también en su funcionamiento diario	Hotelería	Gestión hotelera	Entrevista
			Promoción	Consumo masivo	Entrevista
				Incremento de demanda	
			Tendencias		

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA O INSTRUMENTOS
Marketing sostenible	Para Giraldo, Londoño, Milcota y O’neill(2021) es parte fundamental para promover la práctica medioambiental que se propone en la empresa así como también aumenta los enfoques y los objetivos de la sostenibilidad y el compromiso del impacto al consumidor de manera satisfactoria con la finalidad que el mercado pueda percibir a la empresa y el mensaje como tal.	Se refiere a la manera en que una empresa implementa estrategias de marketing que tienen en cuenta y promueven la sostenibilidad en todas sus actividades comerciales. Esta práctica implica considerar tanto el impacto ambiental como el impacto social y económico de las acciones de marketing de una empresa.	Administración	Habilidades directivas	Entrevista
				Procesos administrativos	
				Responsabilidad corporativa	
			Imagen turística	Perspectiva del turista	Entrevista
				Propuesta de desarrollo	
				Desarrollo hotelero	

2. Entrevista:

ITEMS		RELEVANCIA					COHERENCIA					CLARIDAD					SUGERENCIAS
A.	Hoteles Sostenibles	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Nº	Hotelería	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1	¿Cómo gestionan su hotel de manera sostenible y qué prácticas específicas implementan para garantizar una gestión hotelera responsable desde el punto de vista ambiental y social?					x					x					x	
Nº 2	Promoción	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
2	¿Qué medidas toma su hotel para reducir el consumo masivo de recursos, como energía, agua y productos, como parte de su enfoque hacia la sostenibilidad?					x					x					x	
3	¿Cómo ha experimentado su hotel un incremento en la demanda gracias a sus iniciativas de sostenibilidad y cómo ha respondido para satisfacer esa mayor demanda de manera sostenible?					x					x					x	
4	¿Ha notado una tendencia en la implementación de prácticas de sostenibilidad en este hotel en los últimos años? Si/No ¿Cuáles son?					x					x					x	



ITEMS		RELEVANCIA					COHERENCIA					CLARIDAD					SUGERENCIAS
A.	Marketing Sostenible	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Nº	Administración																
1	¿Qué medidas o estrategias de marketing sostenible ha visto implementar en este hotel y cómo cree que las habilidades directivas han influido en la efectividad de estas iniciativas?					x					x					x	
2	¿Cómo se integra el marketing sostenible en los procesos administrativos de este hotel y cuál cree que ha sido su impacto en la gestión general del establecimiento?					x					x					x	
3	¿Puede compartir ejemplos de cómo el hotel ha utilizado el marketing sostenible como parte de su estrategia de responsabilidad corporativa y cómo ha influido en la percepción de la marca por parte de los clientes y la comunidad?					x					x					x	
Nº 2	Imagen Turística																
4	Desde su experiencia en el hotel, ¿cómo cree que las iniciativas de un marketing verde han afectado la perspectiva de los turistas sobre el establecimiento y qué impacto ha tenido en su elección de alojamiento?					x					x					x	
5	¿De qué manera ha contribuido la mercadotecnia sostenible en este hotel a la propuesta de desarrollo a largo plazo del establecimiento durante los años 2019 a 2023, y cómo se ha reflejado en la planificación estratégica del negocio?					x					x					x	
6	En el contexto del desarrollo hotelero , ¿puede proporcionar ejemplos de cómo las estrategias del marketing sustentable han contribuido al crecimiento y éxito del hotel en términos de expansión y mejora de las instalaciones?					x					x					x	

DNI:

07508488



MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:	La percepción de sostenibilidad en hoteles de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro entre los años 2019 a 2023			
Apellidos y nombres del experto:	Dra. Barbara Isabel Ponce Ponce			
Grado Académico	Doctora			
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “x” en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente y no están sesgadas?	x		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	x		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		
Sugerencias:				
Firma del experto:				

DNI:	
	07508488

Anexo 2. Validación de Juicio de Experto N° 2



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a).

Dr. Aldo Medina Gamero

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A TRAVÉS DE EXPERTO

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo tesista para optar por el título profesional de licenciada en la carrera de Administración de Servicios Turísticos de la Universidad Privada de Norte, requiero validar el instrumento que utilizaré para la recolección de información a fin de desarrollar mi investigación satisfactoriamente y así optar por el grado de Licenciada en Administración en Turismo.

El título de la investigación es: "La percepción de sostenibilidad en hoteles de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro entre los años 2019 a 2023"; por el cual es necesario tener la validación de docentes especializados para poder hacer uso y aplicación del instrumento seleccionado, motivo por el cual he considerado recurrir a su persona, debido a su connotada experiencia en el rubro.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de la variable.
- Guía de entrevista/cuestionario.

Expresándole mi respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Ortiz Jauregui Ariana Lourdes

75682432



Vidal Carmen Martha Sofia

74854493

1. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA O INSTRUMENTOS
Hoteles sostenibles	Según Tapia (2014) sostiene que es una manera satisfactoria de poder comprender el problema medioambiental y satisfacer con la misma las necesidades de los clientes, creando conciencia y mejoramiento a la empresa hotelera sin dañar el medio ambiente.	Implementa y lleva a cabo prácticas y políticas que tienen en cuenta la sostenibilidad ambiental, social y económica en todas sus operaciones. Esto implica no sólo la adopción de medidas sostenibles en la construcción y diseño del hotel, sino también en su funcionamiento diario	Hotelería	Gestión hotelera	Entrevista
			Promoción	Consumo masivo	Entrevista
				Incremento de demanda	
			Tendencias		

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA O INSTRUMENTOS
Marketing sostenible	Para Giraldo, Londoño, Milcota y O’neill(2021) es parte fundamental para promover la práctica medioambiental que se propone en la empresa así como también aumenta los enfoques y los objetivos de la sostenibilidad y el compromiso del impacto al consumidor de manera satisfactoria con la finalidad que el mercado pueda percibir a la empresa y el mensaje como tal.	Se refiere a la manera en que una empresa implementa estrategias de marketing que tienen en cuenta y promueven la sostenibilidad en todas sus actividades comerciales. Esta práctica implica considerar tanto el impacto ambiental como el impacto social y económico de las acciones de marketing de una empresa.	Administración	Habilidades directivas	Entrevista
				Procesos administrativos	
				Responsabilidad corporativa	
			Imagen turística	Perspectiva del turista	Entrevista
				Propuesta de desarrollo	
				Desarrollo hotelero	



2. Entrevista:

ITEMS		RELEVANCIA					COHERENCIA					CLARIDAD					SUGERENCIAS	
A.	Hoteles Sostenibles	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
Nº	Hotelería																	
1	¿Cómo gestionan su hotel de manera sostenible y qué prácticas específicas implementan para garantizar una gestión hotelera responsable desde el punto de vista ambiental y social?					x						x					x	
Nº 2	Promoción																	
2	¿Qué medidas toma su hotel para reducir el consumo masivo de recursos, como energía, agua y productos, como parte de su enfoque hacia la sostenibilidad?					x						x					x	
3	¿Cómo ha experimentado su hotel un incremento en la demanda gracias a sus iniciativas de sostenibilidad y cómo ha respondido para satisfacer esa mayor demanda de manera sostenible?					x						x					x	
4	¿Ha notado una tendencia en la implementación de prácticas de sostenibilidad en este hotel en los últimos años? Si/No ¿Cuáles son?					x						x					x	

ITEMS		RELEVANCIA					COHERENCIA					CLARIDAD					SUGERENCIAS
A.	Marketing Sostenible	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Nº	Administración																
1	¿Qué medidas o estrategias de marketing sostenible ha visto implementar en este hotel y cómo cree que las habilidades directivas han influido en la efectividad de estas iniciativas?					x						x					x
2	¿Cómo se integra el marketing sostenible en los procesos administrativos de este hotel y cuál cree que ha sido su impacto en la gestión general del establecimiento?					x						x					x
3	¿Puede compartir ejemplos de cómo el hotel ha utilizado el marketing sostenible como parte de su estrategia de responsabilidad corporativa y cómo ha influido en la percepción de la marca por parte de los clientes y la comunidad?					x						x					x
Nº 2	Imagen Turística																
4	Desde su experiencia en el hotel, ¿cómo cree que las iniciativas de un marketing verde han afectado la perspectiva de los turistas sobre el establecimiento y qué impacto ha tenido en su elección de alojamiento?					x						x					x
5	¿De qué manera ha contribuido la mercadotecnia sostenible en este hotel a la propuesta de desarrollo a largo plazo del establecimiento durante los años 2019 a 2023, y cómo se ha reflejado en la planificación estratégica del negocio?					x						x					x
6	En el contexto del desarrollo hotelero, ¿puede proporcionar ejemplos de cómo las estrategias del marketing sustentable han contribuido al crecimiento y éxito del hotel en términos de expansión y mejora de las instalaciones?					x						x					x

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:	La percepción de sostenibilidad en hoteles de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro entre los años 2019 a 2023			
Apellidos y nombres del experto:	Dr. Aldo Medina Gamero			
Grado Académico	Maestro			
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente y no están sesgadas?	x		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	x		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		
Sugerencias:				

Firma del experto:	
---------------------------	---



Anexo 3. Validación de Juicio de Experto N° 3



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a).

Dra. Monica Elizabeth Regalado Chamorro

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A TRAVÉS DE EXPERTO

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo tesista para optar por el título profesional de licenciada en la carrera de Administración de Servicios Turísticos de la Universidad Privada de Norte, requiero validar el instrumento que utilizaré para la recolección de información a fin de desarrollar mi investigación satisfactoriamente y así optar por el grado de Licenciada en Administración en Turismo.

El título de la investigación es: "La percepción de sostenibilidad en hoteles de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro entre los años 2019 a 2023"; por el cual es necesario tener la validación de docentes especializados para poder hacer uso y aplicación del instrumento seleccionado, motivo por el cual he considerado recurrir a su persona, debido a su connotada experiencia en el rubro.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de operacionalización de la variable.
- Guía de entrevista/cuestionario.

Expresándole mi respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Ortiz Jauregui Ariana Lourdes

75682432

Vidal Carmen Martha Sofia

74854493

1. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA O INSTRUMENTOS
Hoteles sostenibles	Según Tapia (2014) sostiene que es una manera satisfactoria de poder comprender el problema medioambiental y satisfacer con la misma las necesidades de los clientes, creando conciencia y mejoramiento a la empresa hotelera sin dañar el medio ambiente.	Implementa y lleva a cabo prácticas y políticas que tienen en cuenta la sostenibilidad ambiental, social y económica en todas sus operaciones. Esto implica no sólo la adopción de medidas sostenibles en la construcción y diseño del hotel, sino también en su funcionamiento diario	Hotelería	Gestión hotelera	Entrevista
			Promoción	Consumo masivo	Entrevista
				Incremento de demanda	
		Tendencias			

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA O INSTRUMENTOS
Marketing sostenible	Para Giraldo, Londoño, Milcota y O’neill(2021) es parte fundamental para promover la práctica medioambiental que se propone en la empresa así como también aumenta los enfoques y los objetivos de la sostenibilidad y el compromiso del impacto al consumidor de manera satisfactoria con la finalidad que el mercado pueda percibir a la empresa y el mensaje como tal.	Se refiere a la manera en que una empresa implementa estrategias de marketing que tienen en cuenta y promueven la sostenibilidad en todas sus actividades comerciales. Esta práctica implica considerar tanto el impacto ambiental como el impacto social y económico de las acciones de marketing de una empresa.	Administración	Habilidades directivas	Entrevista
				Procesos administrativos	
				Responsabilidad corporativa	
			Imagen turística	Perspectiva del turista	Entrevista
				Propuesta de desarrollo	
				Desarrollo hotelero	



2. Entrevista:

ITEMS		RELEVANCIA					COHERENCIA					CLARIDAD					SUGERENCIAS
A.	Hoteles Sostenibles	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Nº	Hotelería																
1	¿Cómo gestionan su hotel de manera sostenible y qué prácticas específicas implementan para garantizar una gestión hotelera responsable desde el punto de vista ambiental y social?				x						x					x	
Nº 2	Promoción																
2	¿Qué medidas toma su hotel para reducir el consumo masivo de recursos, como energía, agua y productos, como parte de su enfoque hacia la sostenibilidad?				x						x					x	
3	¿Cómo ha experimentado su hotel un incremento en la demanda gracias a sus iniciativas de sostenibilidad y cómo ha respondido para satisfacer esa mayor demanda de manera sostenible?					x					x					x	
4	¿Ha notado una tendencia en la implementación de prácticas de sostenibilidad en este hotel en los últimos años? Si/No ¿Cuáles son?					x					x					x	



ITEMS		RELEVANCIA					COHERENCIA					CLARIDAD					SUGERENCIAS
A.	Marketing Sostenible	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Nº	Administración	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1	¿Qué medidas o estrategias de marketing sostenible ha visto implementar en este hotel y cómo cree que las habilidades directivas han influido en la efectividad de estas iniciativas?					x				x					x		
2	¿Cómo se integra el marketing sostenible en los procesos administrativos de este hotel y cuál cree que ha sido su impacto en la gestión general del establecimiento?					x				x					x		
3	¿Puede compartir ejemplos de cómo el hotel ha utilizado el marketing sostenible como parte de su estrategia de responsabilidad corporativa y cómo ha influido en la percepción de la marca por parte de los clientes y la comunidad?					x				x					x		
Nº 2	Imagen Turística	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
4	Desde su experiencia en el hotel, ¿cómo cree que las iniciativas de un marketing verde han afectado la perspectiva de los turistas sobre el establecimiento y qué impacto ha tenido en su elección de alojamiento?				x					x					x		
5	¿De qué manera ha contribuido la mercadotecnia sostenible en este hotel a la propuesta de desarrollo a largo plazo del establecimiento durante los años 2019 a 2023, y cómo se ha reflejado en la planificación estratégica del negocio?				x					x					x		
6	En el contexto del desarrollo hotelero, ¿puede proporcionar ejemplos de cómo las estrategias del marketing sustentable han contribuido al crecimiento y éxito del hotel en términos de expansión y mejora de las instalaciones?				x					x					x		

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	La percepción de sostenibilidad en hoteles de 4 y 5 estrellas en el distrito de San Isidro entre los años 2019 a 2023
Apellidos y nombres del experto:	Dra. Monica Elizabeth Regalado Chamorro
Grado Académico	Doctora en Turismo

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente y no están sesgadas?	x		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	x		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		

Sugerencias:

Firma del experto:



DNI:41446703



Anexo 4. Validación Estadística de Juicio de Expertos

ENCUESTADOS	ITEMS										SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
E1 PONCE	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
E2 MEDINA	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
E3 REGALADO	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
VARIANZA	0.222	0.222	0.222	0.222	0.222	0.222	0.222	0.222	0.222	0.222	
SUMATORIA DE VARIANZAS	2.222										
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ITEMS	18.667										

97.88%

- = Coeficiente de correlacion del cuestionari → 0.978835979
- = Número de ítems del instrumento → 10
- = Sumatoria de las varianzas de los ítems → 2.222
- = Varianza total del instrumento → 18.667



Anexo 5. *Entrevista grabada a Juan José Eyzaguirre (Gerente de Rooms Division del Country Club Lima Hotel)*

https://drive.google.com/file/d/1b9bnv3ccz9fxiFADbOxIAmUQXY5IH_pP/view?usp=sharing

Anexo 6. *Entrevista grabada a Fernando escobar Soto (Food and beverage manager del Hotel Casa Andina Premium San Isidro)*

https://drive.google.com/file/d/15ny432dgNbl9YDc7ys_Y99xF-t_rEOKh/view?usp=sharing

Anexo 7. *Entrevista grabada a Cesar Cuencas (Jefe de recepción Novotel Lima)*

<https://drive.google.com/file/d/1yBkmmiw-35DWPBsBsDQnwSzniv6R6cPgD/view?usp=sharing>

Anexo 8. *Entrevista grabada a Alexandra (Jefa de recepción de Hotel Suites del Bosque de San Isidro)*

https://drive.google.com/file/d/1CsEK2VS_nIZFMxNVII5VwcTdgp0-LKv2/view?usp=sharing

Anexo 9. *Entrevista grabada a Pedro Hurtado (Jefe de mantenimiento de Los Tallanes Hotel & Suites)*

https://drive.google.com/file/d/1ORmlqJ3oXKeH12eT3Mf_Xoh0eTn81eBW/view?usp=sharing