



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y NEGOCIOS
TESIS

**Calidad de servicio y atención al cliente en el Mood
Hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo, 2023**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN TURISMO Y NEGOCIOS**

Autor(es)

Bach. Estrella Morales, Ariana Georgette

ORCID <https://orcid.org/0000-0003-3456-9927>

Bach. Zavala Calambrogio, Mariana Cristina

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6328-5459>

Asesor(a)

Mg. Carlos Andre Reyes Arroyo

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0395-2950>

Línea de Investigación

**Gestión, innovación, emprendimiento y competitividad que promueve el
crecimiento económico, inclusivo y sostenido.**

Sublínea de Investigación

Planificación y desarrollo de productos y servicios turísticos.

Pimentel – Perú

2024

Aprobación del jurado

DRA. CAYOTOPA YLATOMA, CILENNY
Presidente del Jurado de Tesis

MG. ESPINOZA REQUEJO, CINTHY CATHERYNE
Secretario del Jurado de Tesis

DR. ROCERO SALAZAR CESAR RICARDO
Vocal del Jurado de Tesis

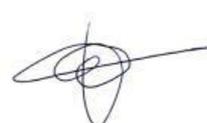
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quienes suscriben la **DECLARACIÓN JURADA**, somos egresadas del Programa de Estudios de **Turismo y Negocios** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaramos bajo juramento que somos autores del trabajo titulado:

Calidad de servicio y atención al cliente en el Mood Hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo,2023

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Zavala Calambrogio, Mariana Cristina	74042298	
Estrella Morales, Ariana Georgette	76251633	

Pimentel, 24 de octubre de 2024.

NOMBRE DEL TRABAJO

**EA3_ZAVALA_ESTRELLA editable (4) (1)
(wecompress.com).docx**

AUTOR

**ARIANA GEORGETTE ESTRELLA MORAL
ES**

RECUESTO DE PALABRAS

6241 Words

RECUESTO DE CARACTERES

32980 Characters

RECUESTO DE PÁGINAS

30 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

328.9KB

FECHA DE ENTREGA

Sep 25, 2024 11:02 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Sep 25, 2024 11:04 AM GMT-5

● **21% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 18% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 18% Base de datos de trabajos entregados
- 7% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

Dedicatoria

Dedicar este trabajo a mi madre que siempre está dispuesta a ayudarme y guiarme cuando más lo necesito, además de ofrecerme su amor incondicional. A Dios, por darme consuelo durante toda mi etapa universitaria. Y a los profesores de la carrera de Turismo y Negocios, por compartirme sus conocimientos y aprendizajes para enriquecerme como buena profesional.

Mariana Zavala Calambrogio

A mis queridos padres. Susy Morales y Cesar Estrella, Este logro académico es un reflejo de su valioso esfuerzo que han invertido para brindarme una educación sólida. Cada sacrificio que han hecho, cada día de trabajo duro y cada decisión que tomaron en mi nombre son el fundamento de mi éxito. Su dedicación y compromiso en mi educación son un regalo que valoro más allá de las palabras. Esta tesis es un testimonio de su sacrificio y amor, y me llena de orgullo honrarlos de esta manera. Gracias por ser los faros en mi vida, Los amo profundamente.

Ariana Estrella Morales

Agradecimientos

A Dios, por darme la fuerza y la sabiduría en los momentos en los que más lo necesitaba para seguir adelante y completar esta gran meta académica.

A mi madre por apoyarme incondicionalmente durante toda mi vida, especialmente durante estos últimos años de mi etapa como estudiante.

Y a mi compañera de tesis, Ariana, por ser una gran amiga y compañera; y por brindarme comprensión y ayuda en este proyecto de investigación.

Mariana Zavala Calambrogio

A mis abuelos Olga, Antonio, Requilda y Cesar por ser mis ángeles que me cuidan y guían desde el cielo, este logro va para ellos.

A la Dra. Cilenny Cayotopa Ylatoma y la Mg. Cinthy Espinoza Requejo, por brindarnos sus enseñanzas a lo largo de la carrera universitaria, sus consejos para ser grandes profesiones y personas.

Ariana Estrella Morales

ÍNDICE

RESUMEN	10
ABSTRACT	11
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1 Situación Problemática	12
1.2 Formulación del Problema.....	14
1.3 Hipótesis	15
1.4 Objetivos.....	15
II. MATERIAL Y MÉTODO	17
2.1 Tipo y Diseño de Investigación	17
2.2 Población y Muestra	17
2.3 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	18
2.4 Procedimiento de análisis de datos	19
2.5 Criterios éticos	19
III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	19
3.1 Resultados.....	19
3.2 Discusión	35
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	39
4.1 Conclusiones.....	39
4.2 Recomendaciones	39
V. REFERENCIAS	41
VI. ANEXOS	45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	20
Tabla 2.....	21
Tabla 3.....	21
Tabla 4.....	22
Tabla 5.....	23
Tabla 6.....	24
Tabla 7.....	25
Tabla 8.....	26
Tabla 9.....	27
Tabla 10.....	28
Tabla 11.....	30
Tabla 12.....	31
Tabla 13.....	32
Tabla 14.....	32
Tabla 15.....	33
Tabla 16.....	34
Tabla 17.....	34
Tabla 18.....	35

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	20
Figura 2	21
Figura 3	22
Figura 4	22
Figura 5	24
Figura 6	25
Figura 7	26
Figura 8	27
Figura 9	28
Figura 10	29
Figura 11	30
Figura 12	31

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD	45
ANEXO 2: ACTA DE REVISIÓN DE SIMILITUD DE LA INVESTIGACIÓN.....	46
ANEXO 3: ACTA DE APROBACIÓN DEL ASESOR.....	47
ANEXO 4: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE.....	35
ANEXO 5: MATRIZ DE CONSISTENCIA	45
ANEXO 6: CUESTIONARIO	48
ANEXO 7: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO.....	55
ANEXO 8: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO NO EXPERIMENTAL	60
ANEXO 9: CORREO ELECTRÓNICO RECIBIDO DE INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS SCIENCE AND APPLIED MANAGEMENT.....	68

RESUMEN

Esta investigación se centró en evaluar la calidad de servicio y la atención al cliente en el Mood Hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo durante el año 2023. A través de objetivos específicos, se diagnosticó la primera variable, se analizó la segunda y se examinaron las relaciones entre ambas. Los resultados indicaron que, en términos generales, el nivel de calidad de servicio y la atención al cliente en el Mood Hotel Lifestyle fueron considerados aceptables. Sin embargo, se destacó la posible mejora de ciertas áreas para poder optimizar la experiencia ofrecida a los huéspedes. Se identificó una conexión directa entre ambas variables mencionadas, sugiriendo que puedan realizarse ciertos ajustes para llegar a obtener una atención más efectiva y personalizada. Además, se evidenció la importancia de una interacción clara y efectiva para elevar la experiencia obtenida por el consumidor en particular. En conclusión, se recomendó la implementación de programas de mejora continua, entrenamiento específico en atención al cliente, la integración de facilitaciones más personalizadas y la mejora de la comunicación interna y externa. Estas recomendaciones buscaban fortalecer la posición del Mood Hotel Lifestyle como un referente en la excelencia de servicio en la ciudad de Chiclayo.

Palabras Claves: Calidad de servicio, atención al cliente

ABSTRACT

This research has the goal of measure the quality and customer attention at Mood Hotel Lifestyle in the city of Chiclayo during the year 2023. Through specific objectives, the level of service quality was diagnosed, customer attention was analyzed, and relationships between service quality and both assistance and communication with the customer were examined. The results indicated that, overall, the level of service quality and customer attention at Mood Hotel Lifestyle were considered acceptable. However, areas for improvement and optimization of the guest experience were highlighted. A direct connection was identified between service quality and the assistance provided to customers, suggesting that improvements in service quality could have translated into more effective and personalized attention. Additionally, a relevant connection was evident between experience quality and communication with the customer, emphasizing the importance of clear and effective interaction to highlight the overall quality of the customer experience. In conclusion, the implementation of continuous improvement programs, specific training in customer attention, the integration of more personalized services, and the well communication were recommended. These recommendations aimed to strengthen Mood Hotel Lifestyle's position as a benchmark for service excellence in the city of Chiclayo.

Key words: Quality of service, customer service

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Situación Problemática

El turismo, como actividad global, despierta un interés constante en explorar nuevos horizontes y experiencias. En este contexto, la calidad de servicio se convierte en un pilar crucial. La excelencia de esta variable no solo garantiza viajes memorables, sino que también fortalece la reputación de destinos y negocios, generando un ciclo virtuoso que impulsa el turismo sostenible y el desarrollo económico (Pasco,2022). Por otro lado, la atención al cliente está relacionada con la habilidad y disposición de una empresa para contentar las necesidades y anticipaciones de sus usuarios. Es un proceso que implica escuchar, comprender y dar respuesta a las preocupaciones y solicitudes efectuadas (Yomona, 2021).

A nivel internacional, Melchor (2023) a través de su estudio realizado en el hotel Holiday Inn Tuxpan Convention Center, México; pudo comprobar que la concepción de la variable se conecta a las experiencias concretas de los consumidores y la percepción las mismas. Resulta importante indicar que existe una intensa rivalidad en la industria hotelera en México, es por ello que diariamente las empresas concursan por obtener las mejores reseñas entre los clientes.

Es así como en Ecuador, Loor et al. (2020), a través del uso del modelo Hotelqual llegan a la conclusión de que diversos hoteles de la ciudad de Manta buscan mejorar su excelencia de servicio basándose en las ideas previas del cliente; utilizando como recursos de mejora la resolución eficaz de disputas, rapidez en sus servicios y consignación de un conjunto de datos previamente registrados con la finalidad de hacer los procesos protocolares mucho más céleres.

Asimismo, en México. Amarilla y Merlos (2021) realizaron un estudio en un hotel de la ciudad de Pilar, desde la perspectiva del cliente, donde los autores resaltan que la mayor cantidad de huéspedes del hotel indicaron que la excelencia de servicio del establecimiento es óptimo porque responde a las necesidades relacionadas con el perfil del cliente. Esta actitud deviene en la fidelización de las personas consultadas.

En el país de Ecuador, Socag (2022) buscó medir la atención al usuario en el Hotel San Juan. A partir de ello, se concluyó en que existen muchos factores que afectan la eficacia del servicio del hotel previamente mencionado; como, por ejemplo, el hecho de que se presente cierta

dificultad para la escucha activa del cliente, el hecho de que las soluciones que se ofrezcan no sean inmediatas y lo más importante; la falta del compromiso de trabajo por parte de los agentes del trabajo.

Siguiendo la misma línea, Batista (2020) propuso un mejoramiento en la gestión en relación con el servicio al consumidor enfocada en el hotel Palmetto de República Dominicana, donde se obtuvo como información relevante el hecho de que un buen desempeño para con el cliente siempre radicará en la facilitación de servicios con amabilidad, respeto y excelencia. El autor destaca que es fundamental que todos los colaboradores se vean abocados a recolectar interacciones óptimas con los huéspedes, ya que es parte del arte y la vocación que implica el rubro hotelero.

También con respecto a la asistencia al usuario, Illescas (2019) mencionó que, con respecto a la variable de atención al cliente, existen aún algunas mejoras por realizar, como las habilidades relacionadas con la confianza, la capacidad de respuesta y en especial la conexión emocional. Por lo que la autora plantea algunas estrategias para poder conseguir una mejor respuesta por parte de los usuarios en un futuro. Lo que nos evidencia el hecho que, de modo global, esta variable trae consigo ciertas exigencias que deben cumplirse para obtener el resultado esperado.

En el contexto nacional, la variable de excelencia de servicio tiene un peso importante para las empresas de turismo. Un claro ejemplo se ve en lo analizado por Allca (2022), cuyo estudio tuvo por objetivo principal determinar esta variable en establecimientos de tres estrellas en Puno. Para obtener los resultados esperados se utilizó una encuesta que trajo como resultado que 21 clientes consideraban al servicio como bajo; 24 clientes como medio y 203 clientes como alto. Por lo que se puede afirmar que en esta ciudad el 81.85% de clientes indica que los servicios ofrecidos por estos establecimientos son de alta calidad y traen consigo una percepción positiva en el rubro.

A su vez, Renán (2018) en su investigación dirigida a Hoteles Libertador Puno, indica que la eficacia del servicio está conectada con la conformidad de los alojados en el mencionado establecimiento, por lo que resaltó que al tener un personal de aspecto limpio y aseado; quienes prestan un servicio correctamente delegado, existe un impacto positivo en el usuario lo que deviene

en un consumidor satisfecho.

Sin embargo, existe un contraste significativo con el panorama que es estudiado por Figueroa et al. (2019) en su investigación aplicada en Cusco, ya que al estar enfocado en los mejores establecimientos no solo a nivel provincial, sino nacional, las opiniones recogidas devienen en turistas conformes con los servicios brindados, agregando que han sido de la mejor calidad posible.

Por ejemplo, Juárez (2020) en su investigación ha determinado que el servicio de atención destinado al usuario está relacionado con la experiencia que se lleva el consumidor a partir del uso y disfrute de las instalaciones del hotel. En este caso, en especial, se obtuvo como resultados que existen ciertas características son consideradas como deficientes; por ejemplo: la calidad de la infraestructura, el desenvolvimiento de los trabajadores, entre otros.

Otro panorama que se observa en la realidad nacional es el estudiado por Ayaypoma (2020) y por Cuadros (2020). Debido a que gracias a lo presentado por los autores se destaca la relevancia que tiene la confiabilidad para con el cliente, así como la fiabilidad de este.

Localmente, LLamo (2021) a través de su tesis enfocada en el hotel Gran Sipán, Chiclayo, resalta como conclusión el hecho de que las buenas prácticas y el trato hacia el cliente son factores que resaltan en la atención al usuario. Es así como Jimenez et al. (2023) y Bazán (2020) coinciden respecto a la importancia y el desarrollo de esta variable, indicando en sus investigaciones que la calidad de servicio siempre destacará por el trato personalizado que se le facilite al usuario.

1.2 Formulación del Problema

El Mood hotel Lifestyle se encuentra ubicado en la provincia de Chiclayo, cuenta con la categorización de 3 estrellas y ofrece los servicios de restaurante, gimnasio, centro de negocios, entre otros. En el año 2019, formaba parte del ranking de mejores establecimientos con categoría en la ciudad de Chiclayo, compitiendo con Hotel Costa del Sol y Hotel Casa Andina. Lamentablemente, después de la crisis de la pandemia, el hotel presentó una afectación en el manejo de atención debido a la pluralidad de quejas por parte de hospedados no contentos con el servicio prestado. Por lo tanto, después de su reinserción en el mercado no tuvo la acogida esperada.

Actualmente, el hotel tiene como problema principal la insatisfacción de los usuarios con

respecto a las instalaciones, asistencias y elementos ofrecidos por la empresa, esto habiéndose corroborado respectivamente en distintas fuentes de información como las reseñas publicadas en plataformas de viajes, entre ellas Booking.com y Tripadvisor; así como un contacto directo con el gerente del hotel. Por eso, se consagra relevante realizar la presente investigación para poder diagnosticar los problemas y así impactar poder establecer mejoras que subsanen la competitividad del hotel, su reputación en línea y la eficiencia operativa del establecimiento; facilitando oportunidades claras para el crecimiento y la mejora continua del Mood Hotel Lifestyle.

Es por ello que la presente indagación tendrá como interrogante principal: ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la atención al cliente Mood hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo, 2023?

1.3 Hipótesis

Del mismo modo, se plantea que la hipótesis del trabajo es la conexión relevante entre la calidad de servicio y la atención al público brindada por el Mood Hotel Lifestyle. Es decir, cómo ambas variables operan en la vida hotelera y generan un ambiente propicio para desarrollar una experiencia memorable para los huéspedes. Por lo tanto, se plantea como H0: Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la atención al cliente en la empresa Mood hotel Lifestyle, Chiclayo, 2023 y H1: No existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la atención al cliente en la empresa Mood hotel Lifestyle, Chiclayo, 2023.

1.4 Objetivos

A partir de lo previamente explicado, se tiene por objetivo general de la investigación el determinar la relación entre la calidad de servicio y la atención al cliente en el Mood Hotel Lifestyle en la ciudad de Chiclayo en el año 2023. Subsecuentemente, los objetivos específicos son: 1) diagnosticar el nivel de calidad de servicio en el Mood Hotel Lifestyle en la ciudad de Chiclayo en el año 2023; 2) diagnosticar la atención al cliente en el Mood Hotel Lifestyle en la ciudad de Chiclayo en el año 2023; 3) analizar la relación entre la calidad de servicio y la asistencia brindada al cliente en el "Mood hotel Lifestyle" Chiclayo, 2023. ; 4) Identificar la relación entre la calidad de servicio y la comunicación con el cliente; todos estos criterios aplicados en el hotel previamente mencionado.

Siendo así que como conclusión se tiene que la atención al usuario representa un rol importante en la industria hotelera de Chiclayo, ya que su objetivo es crear experiencias positivas y satisfactorias para los visitantes. La misma que se vuelve aún más crucial debido a la competencia en el sector turístico y la creciente demanda de excelencia en esta ciudad. La calidad del servicio es esencial para generar satisfacción y lealtad entre los huéspedes, lo que se traduce en reservas repetidas y recomendaciones. Para lograrlo, es necesario establecer políticas y estrategias que promuevan una cultura que incluya la capacitación y empoderamiento de los colaboradores para ofrecer un servicio amigable y eficiente.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1 Tipo y Diseño de Investigación

La presente indagación fue de tipo aplicada, caracterizada por la orientación a la obtención de un conocimiento denominado como nuevo, el mismo que permitirá obtener soluciones de problemas prácticos (Álvarez, 2020). Asimismo, se precisa que la investigación fue de tipo cuantitativa; realizándose un análisis y recopilación de datos, utilizando procesos estadísticos, los cuales ayudarán a comprobar la hipótesis establecida y llegar a la conclusión requerida (Rodríguez, 2019).

Del mismo modo, se realizó esta investigación teniendo en cuenta un diseño no experimental correlacional, transversal y descriptivo. El diseño es un análisis causa-efecto sin mediación, donde no existe control alguno aplicado a las variables independientes por parte del indagador y él observa la relación entre estas y las dependientes sin intervenir en ninguna de ellas, mientras que, el diseño transversal se caracteriza por el estudio que recolecta datos en un solo momento (Mata, 2019). Subsecuentemente, en el diseño descriptivo el investigador no cambia nada en el grupo o fenómeno, sino que simplemente lo observa y registra lo que ve. (Guevara et al., 2020).

2.2 Población y Muestra

Con respecto a la población considerada para la indagación, es pertinente indicar que fueron clientes situados según el contenido, el lugar y el tiempo de lo que será materia de análisis. Se seleccionaron 860 huéspedes del Mood hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo. Con respecto a los criterios de inclusión, se contará los hospedados en el mes de noviembre que hayan accedido a la formulación de la encuesta, ya que ellos son de suma relevancia para la obtención de los resultados que serán útiles para el resto de la indagación.

Asimismo, con respecto a los criterios de exclusión; no serán tomados en cuenta los huéspedes que no estén hospedados en el mes de noviembre, por el hecho de que al no encontrarse presentes no podrían configurar un número significativo con respecto a muestras o resultados.

La muestra aplicada en la presente investigación estuvo dirigida para ser obtenida a partir del público al que fue direccionado el estudio o indagación. El número de muestra fue constituido por 204 personas. Del mismo modo, fue empleado el muestreo no probabilístico intencional de

conveniencia, Westreicher (2022) indicaba que este está caracterizado por el hecho de que el investigador será la persona encargada de seleccionar a ciertos individuos que son cercanos a sí mismo o que de cierto modo son más accesibles para obtener la información requerida. Luego de aplicar la técnica de encuesta con un cuestionario, que para Martínez et al. (2019), es un documento que se encuentra conformado por preguntas que se debe de redactar de forma entendible.

2.3 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Fue empleado el cuestionario tipo Likert, que para Martínez et al. (2019), es un documento que se encuentra conformado por una serie de preguntas que se debe de redactar de forma entendible haciendo uso de las opciones de: totalmente en desacuerdo (1), en desacuerdo (2), ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), de acuerdo (4), totalmente de acuerdo (5), para estudiar las variables de atención al cliente y calidad de servicio. En total se realizaron 27 preguntas a los clientes que adquirieron servicios del Mood hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo. Se empleó una escala de tres niveles (bajo, medio y alto) mediante baremación que se muestra a continuación.

Dimensiones y Variables		Elementos confiables	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Servicio brindado	Comunicación	Var.01: Calidad de servicio	Var.02: Atención al cliente
Medidas de dispersión	Máximo	30	30	30	15	30	90	45
	Mínimo	6	10	6	3	6	22	9
	Rango	24	20	24	12	24	68	36
	Intervalo	8	6.67	8	4	8	22.67	12
Nueva escala de valoración		Intervalo en límite inferior y superior						
Nivel Bajo		6-14	10-16.7	6-14	3-7	6-14	22-44.7	9-21
Nivel Medio		14-22	16.7-23.3	14-22	7-11	14-22	44.7-67.3	21-33
Nivel Alto		22-30	23.3-30	22-30	11-15	22-30	67.3-90	33-45

Los instrumentos fueron validados por expertos para comprobar los criterios respectivos. Además, se realizó una prueba de confiabilidad con el Alfa de Cronbach, mediante la cual se obtuvo para “Calidad de servicio” un 0,97 y para la variable “Atención al cliente” un 0,99 lo que evidencia que ambos cuestionarios tienen una fiabilidad alta.

2.4 Procedimiento de análisis de datos

Lo obtenido fue tabulado en una hoja de cálculo del programa EXCEL versión 2019, posteriormente fueron procesados en la herramienta estadística SPSS versión 26, lo que permitió obtener tablas y gráficos desde la estadística descriptiva e inferencial para establecer las conclusiones investigativas mediante su interpretación; las mismas que darán respuesta a la hipótesis planteada.

2.5 Criterios éticos

Finalmente, sobre lo ético de la investigación, es decir el conjunto de directrices, valores y principios que orientan el diseño, gestión y desarrollo para adquirir el conocimiento verídico de los involucrados en el estudio (Gagnay, 2020); se resaltaron los criterios de confidencialidad, objetividad, originalidad y veracidad. Los mismos que determinaron claramente que ni la información ni los documentos organizacionales podrían ser divulgados sin consentimiento; del mismo modo, que la información recogida no podría ser manipulada bajo ningún supuesto; también, que se respetarían derechos de autor de publicaciones consultadas y que la información sería veraz y real.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Resultados

En este capítulo se presentarán los resultados del análisis de los datos obtenidos a partir del cuestionario aplicado. Estos resultados mostrarán la concepción de los huéspedes con respecto a la calidad de servicio y atención al cliente en el Mood Hotel Lifestyle en el período del mes de noviembre del 2023, en la ciudad de Chiclayo. Se destacarán especialmente las variables que han influido significativamente en la presente investigación que han dado lugar a los resultados.

Este establecimiento, en su búsqueda por satisfacer las expectativas de sus huéspedes, se enfrenta a diversos desafíos que requieren una evaluación minuciosa. Se explorarán aspectos clave que influyen directamente en la experiencia de los clientes, así como los factores que contribuyen a una atención al cliente efectiva y personalizada.

En primer lugar, se consideró pertinente realizar un apartado en el cuestionario para

recolectar los datos demográficos de los encuestados y poder conocer de ellos para poder llegar a mejores conclusiones, se tomaron en cuenta características como edad, género, ocupación, grado de instrucción y país de residencia. A partir de ello se obtuvo que:

Tabla 1

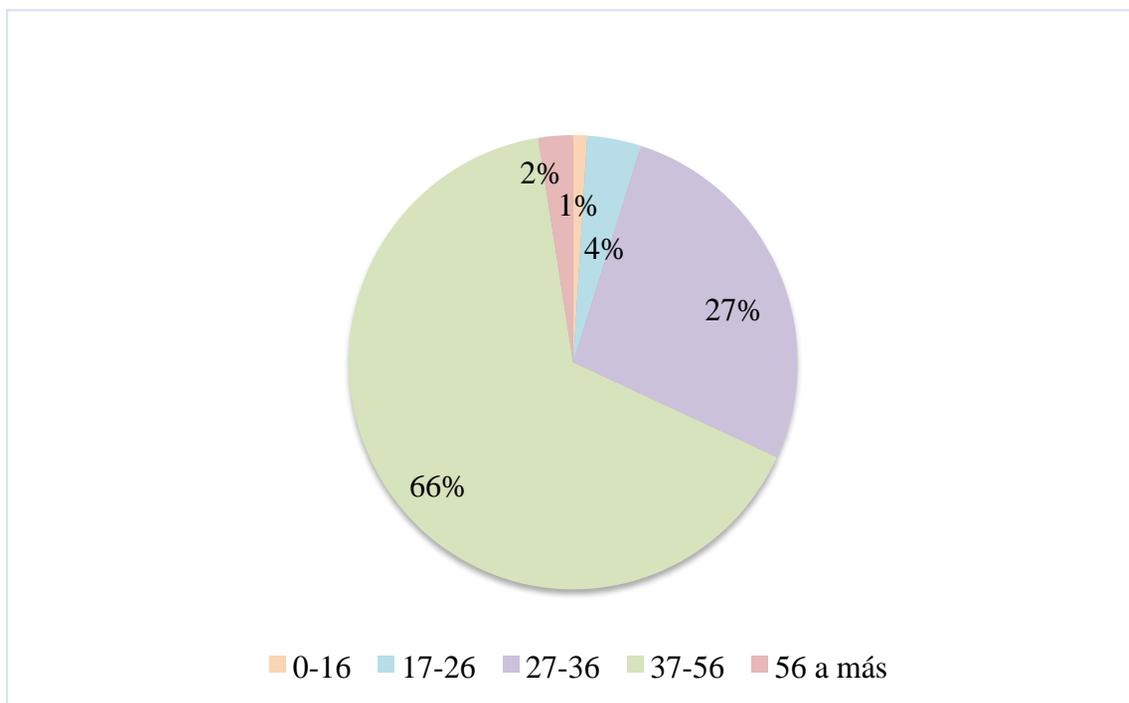
Edad

Criterio	%
0-16	1%
17-26	3.9%
27-36	27%
37-56	65.7%
56 a más	2.5%

Nota: La tabla 1, presenta el resultado del SPSS versión 27.

Figura 1

Edad



Nota: La figura 1, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la dimensión Fiabilidad.

En la figura 1 se observa que la dimensión “Edad” presenta un 66% de encuestados entre los 37 a 56 años, un 4% de personas encuestadas entre los 17 a 26 años, un 1% de personas encuestadas entre los 0 y 16 años y un 2% de personas encuestadas mayores a 56 años.

Tabla 2

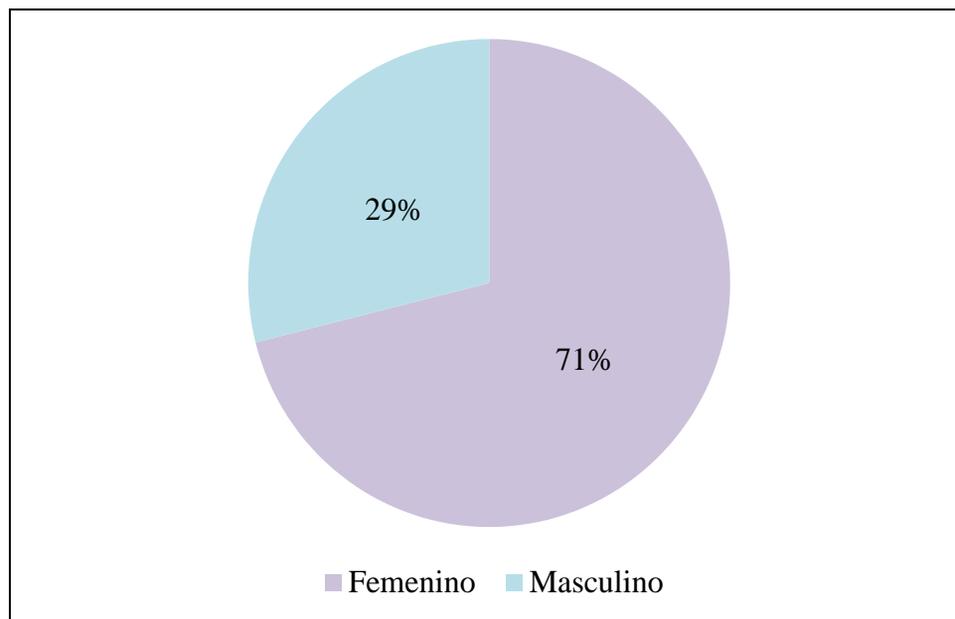
Género

Criterio	%
Femenino	71%
Masculino	29%

Nota: La tabla 1, presenta el resultado del SPSS versión 27.

Figura 2

Género



Nota: La figura 2, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la dimensión Fiabilidad.

En la figura 2 se observa que la dimensión “Género” presenta un 71% en cuanto a femenino y un 29% en masculino de los 204 encuestados.

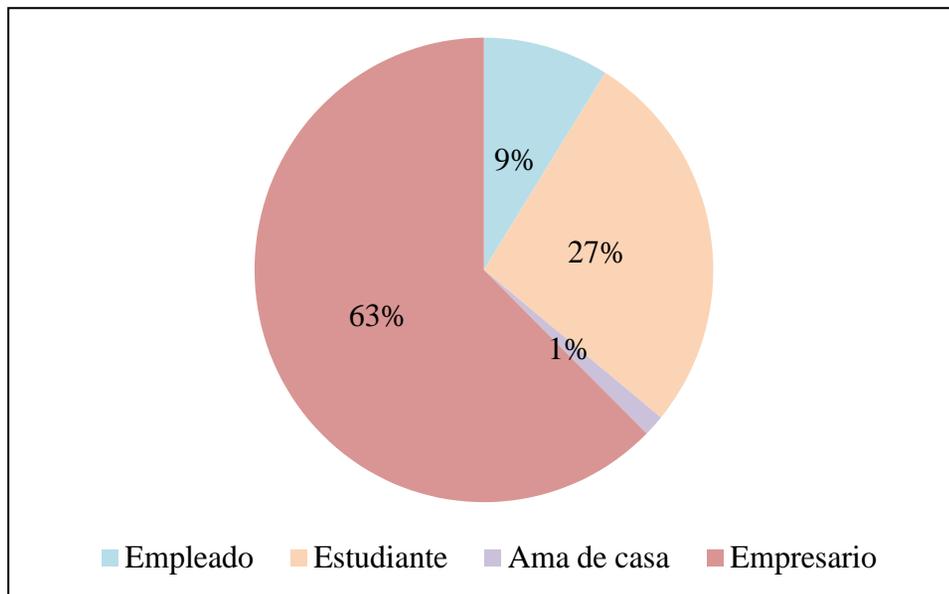
Tabla 3

Ocupación

Criterio	%
Empleado	9%
Estudiante	27%
Ama de casa	1%
Empresario	63%

Nota: La tabla 2, presenta el resultado del SPSS versión 27.

Figura 3
Ocupación



Nota: La figura 3, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la dimensión Fiabilidad.

En la gráfica 3 se observa que la dimensión “Ocupación” presenta un 63% en cuanto a empresario, un 27% en cuanto a estudiante, un 9% en cuanto a empleado y un 1% en ama de casa de los 204 encuestados.

Tabla 4

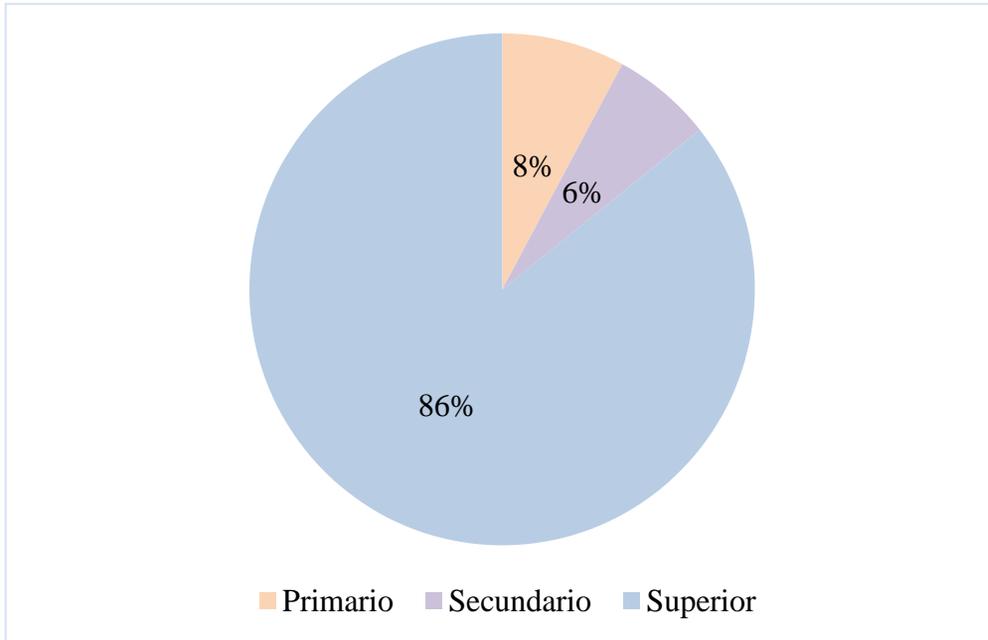
Grado de instrucción

Criterio	%
Primario	8%
Secundario	6%
Superior	86%

Nota: La tabla 4, presenta el resultado del SPSS versión 27.

Figura 4

Grado de instrucción



Nota: La figura 4, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la dimensión Fiabilidad.

En la gráfica 4 se observa que la dimensión “Grado de instrucción” presenta un 86% en cuanto a superior, un 8% en primario y un 6% en secundario de los 204 encuestados.

Tabla 5

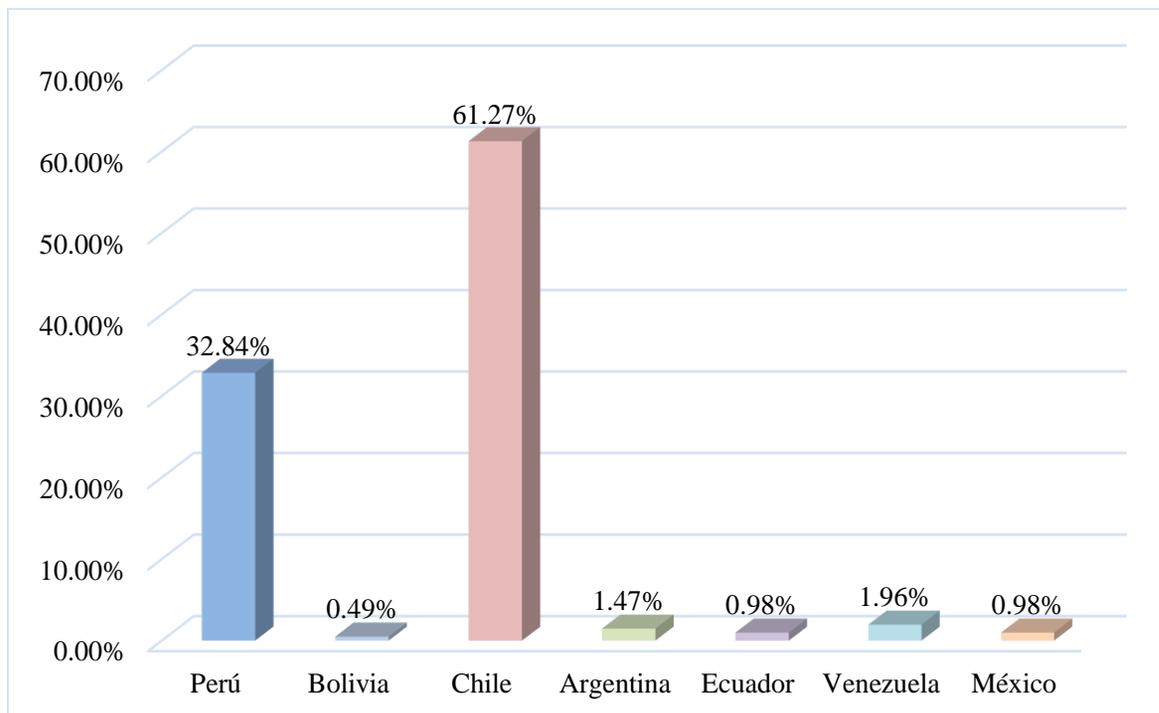
País de residencia

Criterio	%
Perú	32.84%
Bolivia	0.49%
Chile	61.27%
Argentina	1.47%
Ecuador	0.98%
Venezuela	1.96%
México	0.98%

Nota: La tabla 5, presenta el resultado del SPSS versión 27.

Figura 5

País de residencia



Nota: La figura 5, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la dimensión Fiabilidad.

En la gráfica 5 se observa que la dimensión “País de residencia” presenta un 32.84% en cuanto a Perú, un 0.49% Bolivia, un 61.27% Chile, 1.47% Argentina, 0.98% Ecuador, Venezuela 1.96% y México 0.98%

En cuanto al objetivo específico 1: Diagnosticar el nivel de calidad de servicio en el Mood Hotel Lifestyle en la ciudad de Chiclayo en el año 2023

Tabla 6

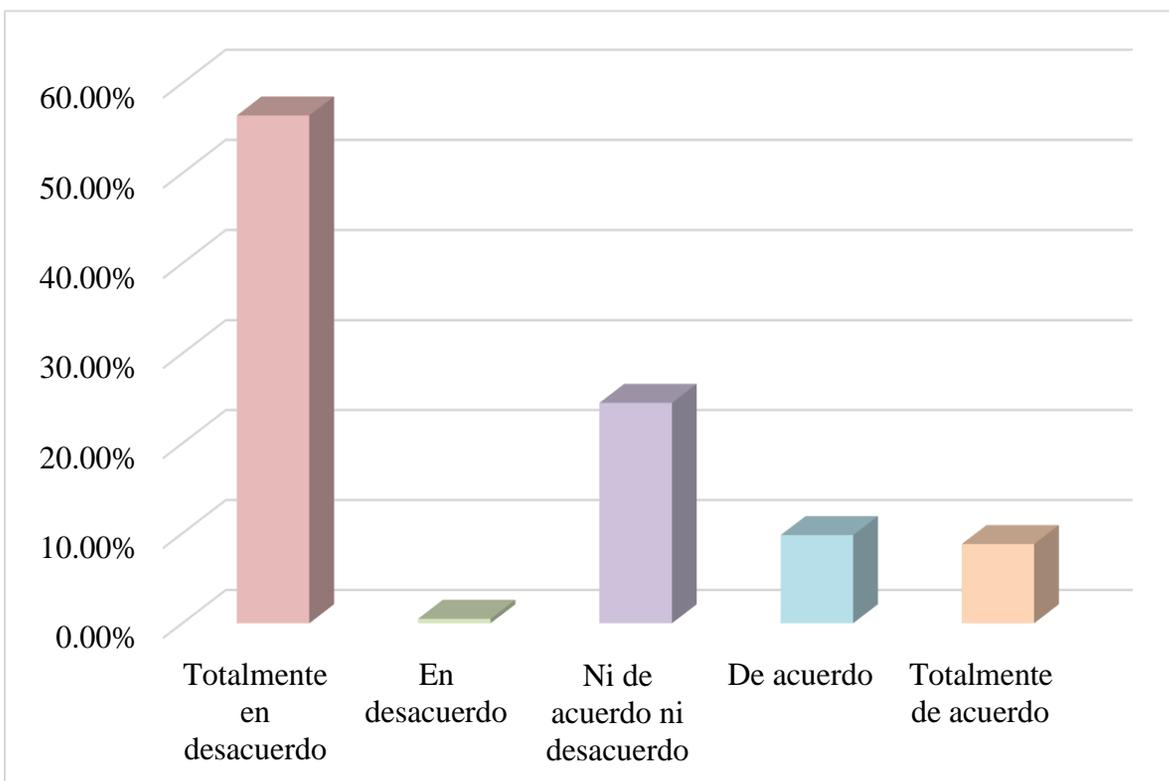
Dimensión Elementos tangibles

Criterios	%
Totalmente en desacuerdo	56,4%
En desacuerdo	0,5%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	24,5%
De acuerdo	9,8%
Totalmente de acuerdo	8,8%

Nota: La tabla 6, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la dimensión Elementos confiables.

Figura 6

Dimensión 1 Elementos Tangibles



Nota: La figura 6, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la dimensión Elementos confiables.

En la gráfica 6 se observa que la dimensión “Elementos Tangibles” presenta un 56.37 en cuanto a totalmente en desacuerdo, un 0.5% en desacuerdo, un 24,51% ni de acuerdo ni desacuerdo, un 9,80% en acuerdo y por último un 8, 82 en totalmente de acuerdo de los 204 encuestados.

Tabla 7

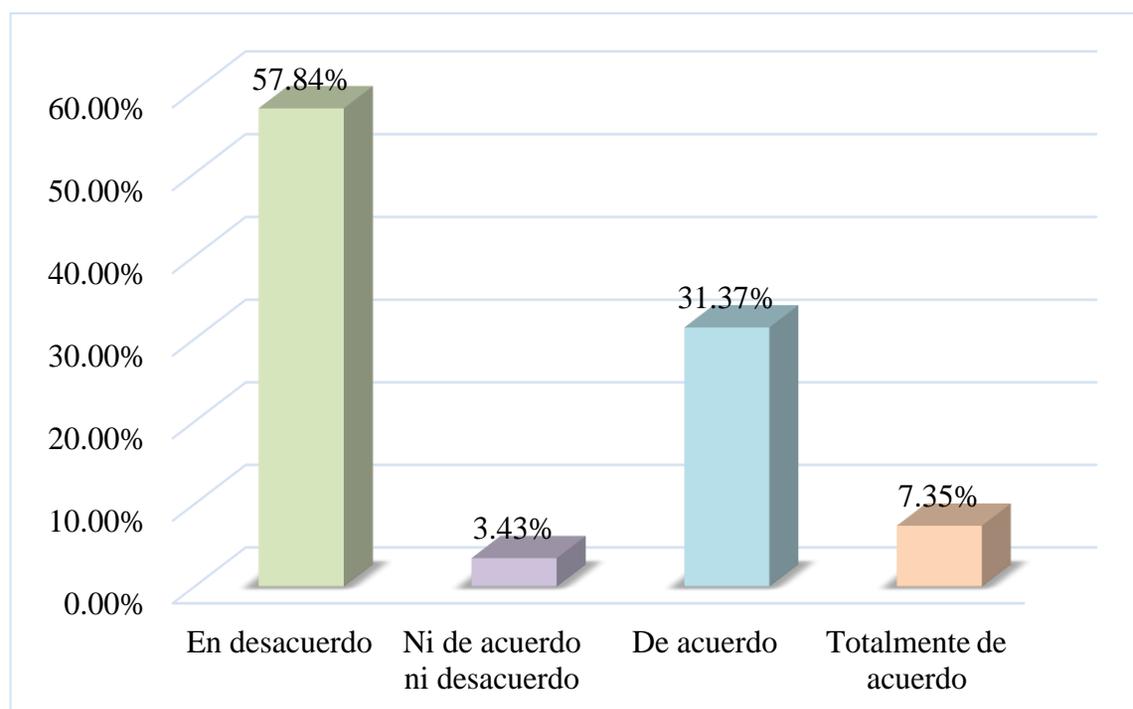
Fiabilidad

Criterios	%
En desacuerdo	57,84%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	3,43%
De acuerdo	31,37%
Totalmente de acuerdo	7,35%

Nota: La tabla 7, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la dimensión 2.

Figura 7

Dimensión fiabilidad



Nota: La figura 7, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la dimensión Fiabilidad.

En la gráfica 7 se observa que la dimensión “Fiabilidad” presenta un 57,84% en cuanto a en desacuerdo, un 3,43 % en ni de acuerdo ni desacuerdo, 31,37% en acuerdo y por último un 7,35% en totalmente de acuerdo de los 204 encuestados.

Tabla 8

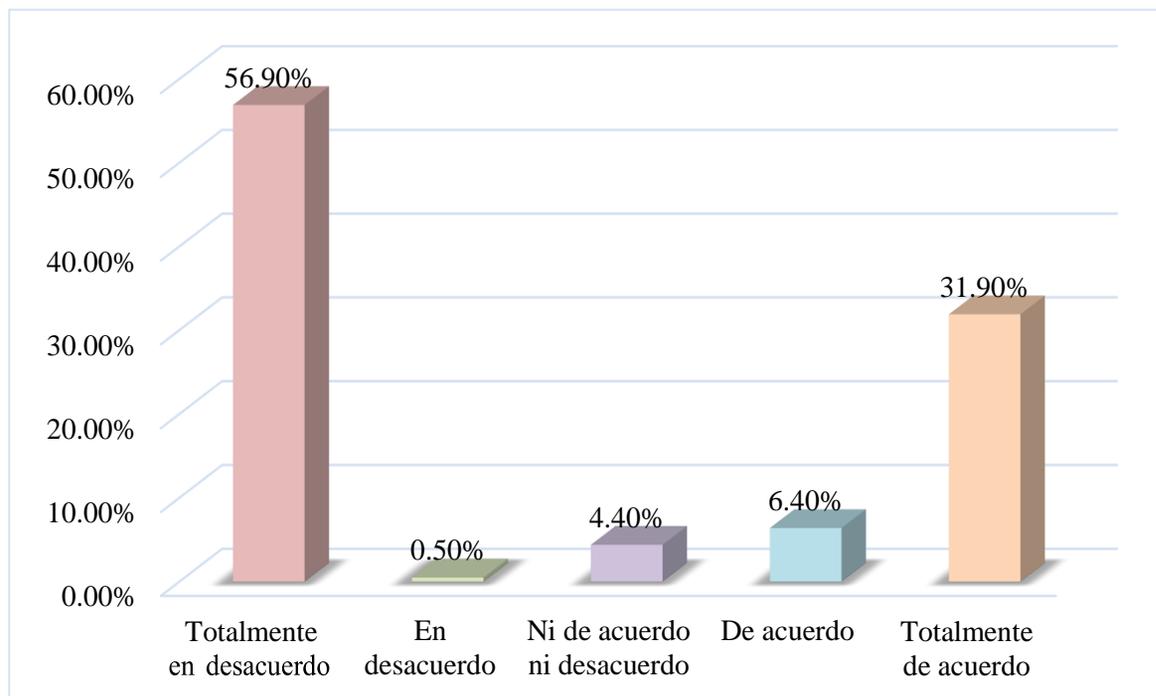
Dimensión Capacidad de respuesta

Criterios	%
Totalmente en desacuerdo	56,9%
En desacuerdo	0,5%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	4,4%
De acuerdo	6,4%
Totalmente de acuerdo	31,9%

Nota: La tabla 8, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la dimensión 3

Figura 8

Dimensión capacidad de respuesta



Nota: La figura 8, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la dimensión Capacidad de respuesta.

En la gráfica 8 se observa que la dimensión “Capacidad de respuesta” presenta un 56,86% totalmente en desacuerdo, un 0,49% en cuanto a en desacuerdo, un 4,41 % en ni de acuerdo ni desacuerdo, 6,37% en acuerdo y por último un 31,86% en totalmente de acuerdo de los 204 encuestados.

Tabla 9

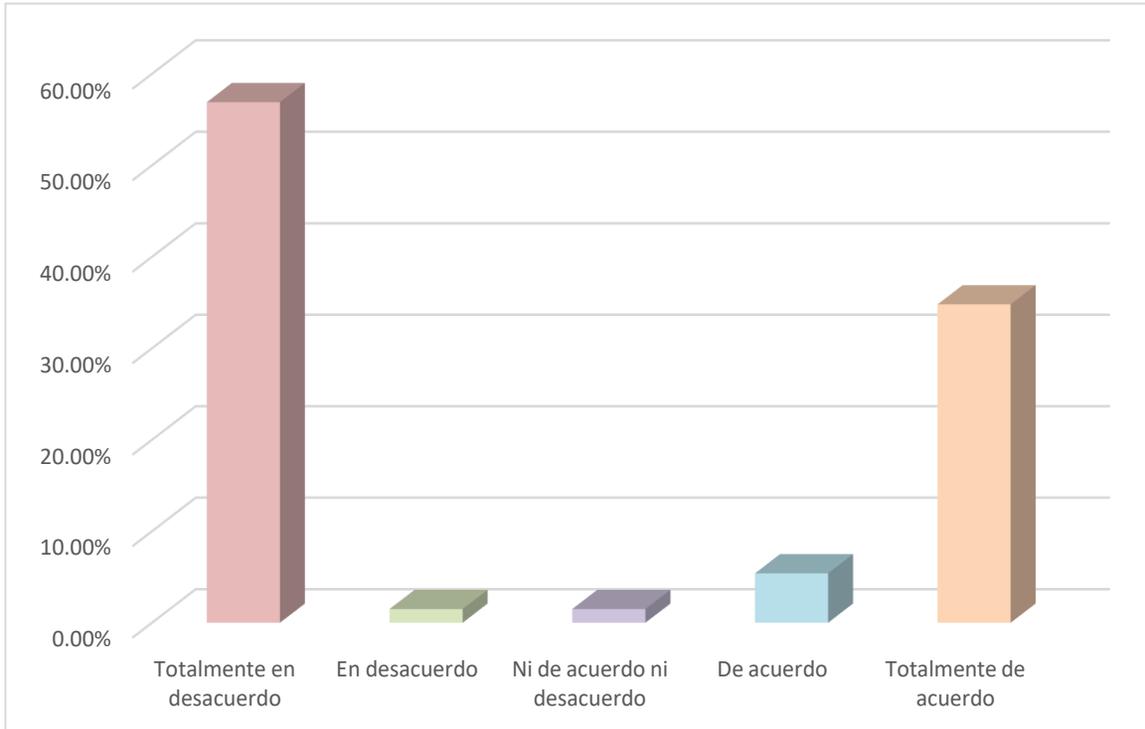
Dimensión servicio brindado

Criterios	%
Totalmente en desacuerdo	56,9%
En desacuerdo	1,5%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	1,5%
De acuerdo	5,4%
Totalmente de acuerdo	34,8%

Nota: La tabla 9, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la dimensión 4.

Figura 9

Dimensión Servicio brindado



Nota: La figura 9, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la dimensión Servicio brindado.

En la gráfica 9 se observa que la dimensión “Servicio brindado” presenta un 56,86% totalmente en desacuerdo, un 1,47% en cuanto a en desacuerdo, un 1,47 % en ni de acuerdo ni desacuerdo, 5,39% en acuerdo y por último un 34,80% en totalmente de acuerdo de los 204 encuestados.

Tabla 10

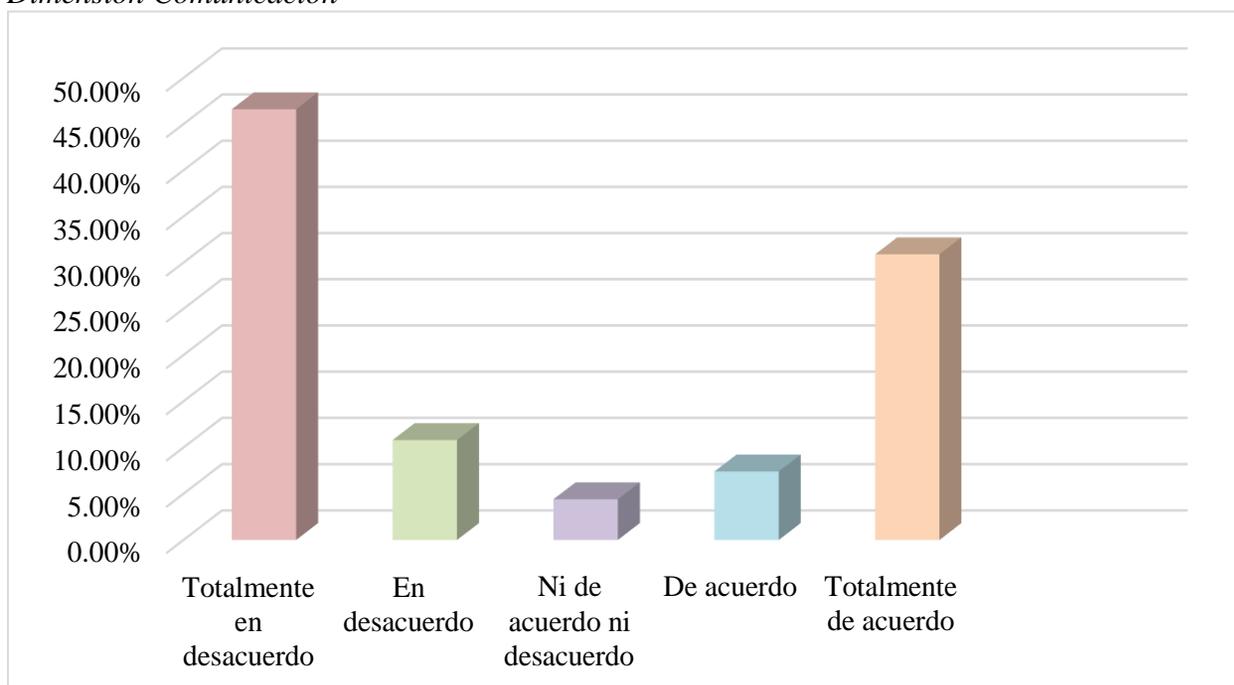
Dimensión comunicación

Criterios	%
Totalmente en desacuerdo	46,6%
En desacuerdo	10,8%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	4,4%
De acuerdo	7,4%
Totalmente de acuerdo	30,9%

Nota: La tabla 10, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la dimensión 5.

Figura 10

Dimensión Comunicación



Nota: La figura 10, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la dimensión Comunicación.

En la gráfica observamos que la dimensión “Comunicación” presenta un 46,57% totalmente en desacuerdo, un 10,78% en cuanto a en desacuerdo, un 4,41% en ni de acuerdo ni desacuerdo, 7,35% en acuerdo y por último un 30,88% en totalmente de acuerdo de los 204 encuestados.

Tabla 11

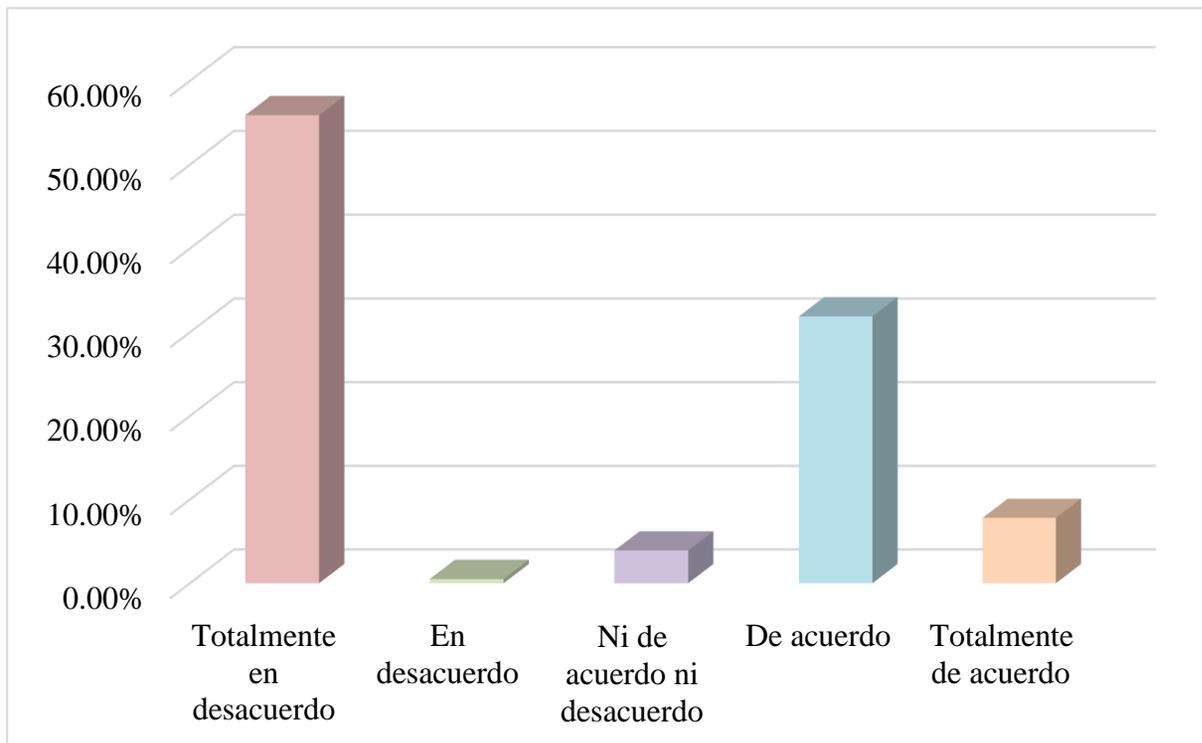
Calidad de servicio

Criterios	%
Totalmente en desacuerdo	55,9%
En desacuerdo	0,5%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	3,9%
De acuerdo	31,9%
Totalmente de acuerdo	7,8%

Nota: La tabla 11, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la Variable 1.

Figura 11

Calidad de servicio



Nota: La figura 11, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la Variable 01.

En la gráfica se aprecia que la variable "Calidad de servicio" presenta un 55,88% totalmente en desacuerdo, un 0,49% en cuanto a en desacuerdo, un 3,92% en ni de acuerdo ni desacuerdo, 31,86% en acuerdo y por último un 7,84% en totalmente de acuerdo de los 204 encuestados.

Tabla 12

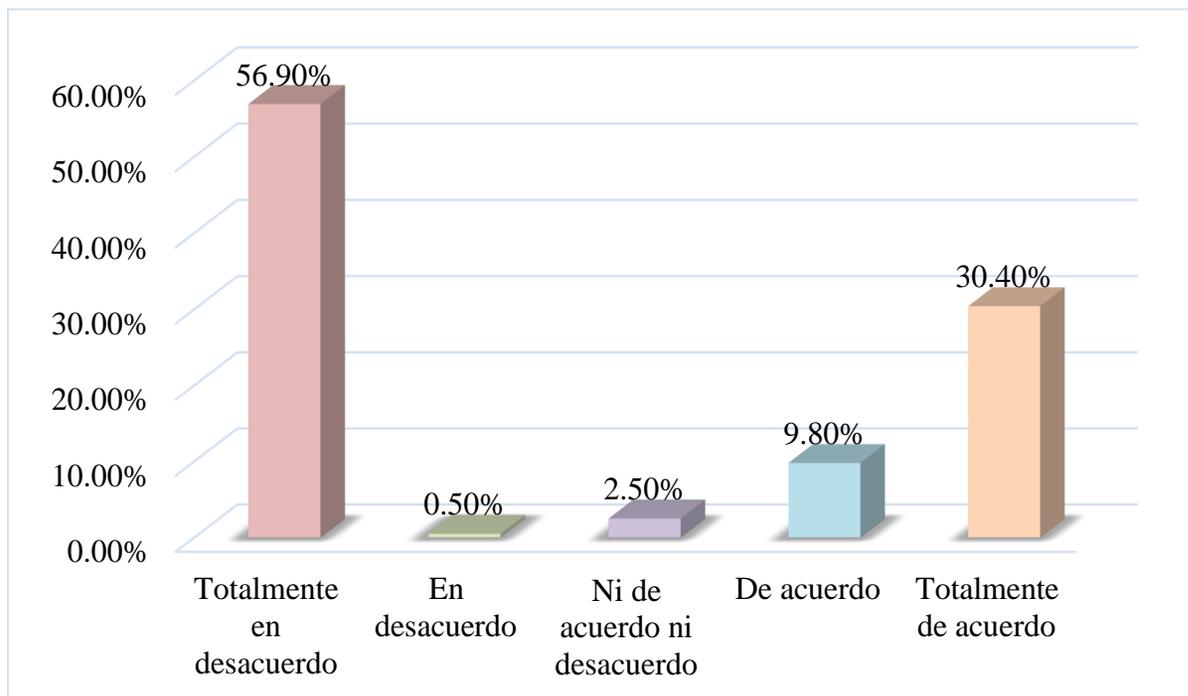
Atención al cliente

Criterios	%
Totalmente en desacuerdo	56,9%
En desacuerdo	0,5%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	2,5%
De acuerdo	9,8%
Totalmente de acuerdo	30,4%

Nota: La tabla 13, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la Variable 2.

Figura 12

Atención al cliente



Nota: La figura 12, presenta el resultado del SPSS versión 27 para la Variable 02.

En la gráfica 12 se observa que la variable 02 “Atención al cliente” presenta un 56,86% totalmente en desacuerdo, un 0,49% en cuanto a en desacuerdo, un 2,45% en ni de acuerdo ni desacuerdo, 9,80% en acuerdo y por último un 30,39% en totalmente de acuerdo de los 204 encuestados.

Tabla 13***Prueba de normalidad***

SPSS Statistics (2023) indica que la Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra, compara la función de distribución acumulada observada de una variable con una distribución teórica predeterminada, como la normal, la uniforme, la de Poisson o la exponencial. La estadística Z de Kolmogorov-Smirnov se calcula al encontrar la diferencia máxima (en valor absoluto) entre las funciones de distribución acumuladas teóricas y observadas. Este método de evaluación de la bondad de ajuste busca determinar si las observaciones podrían haberse originado de manera razonable a partir de la distribución especificada.

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Variable 1: Calidad de servicio	0,371	204	0,000
Variable 2: Atención al cliente	0,272	204	0,000

Después de notar que la muestra consta de más de 50 elementos, se aplicó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, ya que el número total de encuestados fue de 204. Tras analizar los resultados en SPSS, se observó que el p-valor obtenido es ($p=0,000$, menor o igual a $\alpha=0,05$). Esto indica que hay suficiente evidencia para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, lo que implica que los datos de este estudio no siguen una distribución normal. Con base en esto, se utilizó la prueba de Rho de Spearman para evaluar la correlación entre las variables "Calidad de servicio" y "Atención al cliente".

Tabla 14***Correlación de variables***

		Variable 1: Calidad de servicio	Variable 2: Atención al cliente
Rho de Spearman	Variable 1: Calidad de servicio	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	de 1,000 0,915** 204
	Variable 2: Atención al cliente	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	de 0,915** 0,000 .

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Dado que el coeficiente Rho de Spearman es del 0,915%, según la clasificación de correlación de Spearman, se trata de una correlación positiva perfecta entre las dos variables. Esto indica que la atención al cliente guarda una relación significativa con la calidad de servicio.

Objetivo 1: Diagnosticar el nivel de calidad de servicio en el Mood Hotel Lifestyle en la ciudad de Chiclayo en el año 2023.

Tabla 15

Correlación de variables

			Dimensión 01: elementos tangibles	Dimensión 02: fiabilidad	Dimensión 03: capacidad de respuesta
Rho de Spearman	Dimensión 01: elementos Tangibles	Coeficiente de correlación	1,000	,882**	,866**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000
		N	204	204	204
	Dimensión 02: fiabilidad	Coeficiente de correlación	,882**	1,000	,942**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000
		N	204	204	204
	Dimensión 03: capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	,866**	,942**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.
		N	204	204	204

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.866% y de acuerdo a la baremación de estimación de correlación de Spearman, es una correlación positiva muy fuerte en el diagnóstico del nivel de calidad de servicio en el Mood Hotel Lifestyle en la ciudad de Chiclayo en el año 2023.

Objetivo 2: diagnosticar la atención al cliente en el Mood Hotel Lifestyle en la ciudad de Chiclayo en el año 2023

Tabla 16

			Dimensión 04: Servicio brindado	Dimensión 05: Comunicación
Rho de Spearman	Dimensión 04: servicio brindado	Coeficiente de correlación	1,000	,928**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N	204	204	
	Dimensión 05: comunicación	Coeficiente de correlación	,928**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
		N	204	204

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Debido a que el coeficiente Rho de Spearman es del 0.928%, según la clasificación de correlación de Spearman, se trata de una correlación positiva perfecta al evaluar la atención en el Mood Hotel Lifestyle en la ciudad de Chiclayo en el año 2023.

Objetivo 3: Analizar la relación entre la calidad de servicio y la asistencia brindada al cliente en el “Mood hotel Lifestyle” Chiclayo, 2023

Tabla 17

			Variable 01: calidad de servicio	Dimensión 04: servicio brindado
Rho de Spearman	Variable 01: calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,953**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N	204	204	
	Dimensión 04: servicio brindado	Coeficiente de correlación	,953**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
		N	204	204

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.953% y de acuerdo a la baremación de estimación de correlación de Spearman, es una correlación positiva perfecta al analizar la relación entre calidad de servicio y la asistencia brindada al cliente en el “Mood Hotel Lifestyle” Chiclayo, 2023.

Objetivo 4: Identificar la relación entre la calidad de servicio y la comunicación con el cliente en el “Mood hotel Lifestyle” Chiclayo, 2023

Tabla 18

			Variable 01: Calidad de servicio	Dimensión 05: Comunicación
Rho de Spearman	Variable 01: Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,890**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	204	204
	Dimensión 05: Comunicación	Coeficiente de correlación	,890**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	204	204

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Al ser el coeficiente Rho de Spearman de 0.890% y de acuerdo con la baremación de estimación de correlación de Spearman, es una correlación positiva muy fuerte al identificar la relación entre calidad de servicio y la comunicación con el cliente en el “Mood hotel Lifestyle” Chiclayo, 2023.

3.2 Discusión

Hernández (2022) señala a la discusión como la sección destinada a interpretar los resultados obtenidos y analizar sus implicaciones. En este contexto, es esencial asegurarse de abordar la pregunta fundamental: de cuál es el significado de lo que se ha descubierto. En otras palabras, se debe contrastar lo proporcionado por la investigación con los resultados de indagaciones anteriores revisadas, ubicándolos en el contexto proporcionado. Para lograr esto, es necesario situar claramente los resultados del presente proyecto dentro del marco conceptual existente sobre el tema investigado. Además, se debe establecer qué aspectos representan refutaciones, cuáles son complementos, cuáles son actualizaciones y cuáles son novedades en relación con las ideas previamente establecidas sobre el tema estudiado. Por lo tanto, se discutirá la información con lo expuesto en el objetivo específico 1.

Es por lo que se indica que el nivel de calidad de servicio del hotel se puede describir como moderado, ya que cumple las expectativas de algunos huéspedes, pero no satisface

completamente a otros. Esta evaluación se asemeja a lo planteado por Sarango (2020), quien también destacó que la idea de esta variable puede variar entre diferentes individuos. Es preciso señalar que, según Sarango, la calidad no se clasifica de manera absoluta como buena o mala, sino que depende de las expectativas individuales.

Este enfoque encuentra respaldo en el análisis realizado por Bernilla (2023), quien coincide en que la excelencia de servicio no puede ser categorizada de manera unívoca como positiva o negativa. La variabilidad en las percepciones resalta la complejidad del concepto de calidad de servicio y subraya la importancia de considerar las esperanzas individuales al evaluar la experiencia de los hospedados en el establecimiento.

Del mismo modo se resalta que la calidad de servicio es un concepto subjetivo y multifacético, influenciado por las expectativas individuales, las preferencias personales y las experiencias pasadas. No se trata simplemente de cumplir con ciertos estándares predefinidos, sino de superar las esperanzas del consumidor según sus necesidades y percepciones individuales. En este contexto, la moderación en la evaluación de la calidad de servicio refleja la diversidad de perspectivas y resalta la necesidad de una comprensión holística al abordar este aspecto crucial en la industria hotelera.

Con respecto al segundo objetivo específico, el nivel de atención al cliente en el hotel se puede clasificar como bueno, ya que generalmente cumple con las expectativas de los huéspedes. Esta evaluación positiva contrasta con las observaciones planteadas por Cueva (2016), quien señaló posibles deficiencias en la excelencia al cliente en establecimientos similares. A pesar de las discrepancias, es esencial destacar que la calidad de la atención al cliente puede variar en función de factores diversos.

Este análisis encuentra resonancia en la perspectiva presentada por Barragán (2019), quien también abordó la complejidad de evaluar la atención al cliente en la industria hotelera. A pesar de las divergencias en las evaluaciones, es fundamental reconocer que la calidad de la atención al cliente no se define de manera estática o uniforme.

En este contexto, el cuidado al cliente puede entenderse como el conjunto de acciones y actitudes destinadas a satisfacer las necesidades y expectativas de los huéspedes. Implica no solo el cumplimiento de estándares preestablecidos, sino también la capacidad de anticipar y superar las expectativas individuales. La buena satisfacción al cliente se manifiesta en la

disposición para resolver problemas, la amabilidad, la eficacia en la comunicación y la creación de experiencias positivas que contribuyan a la satisfacción general del cliente durante su estancia en el hotel.

Asimismo, sobre el objetivo 3; en el marco de la investigación, se llevó a cabo un análisis exhaustivo de la relación entre estas. Este enfoque metodológico coincide con la metodología utilizada por Córdova (2018), quien también exploró esta conexión en su estudio. Además, Alcarazo (2019) abordó aspectos similares en su investigación, respaldando la relevancia de examinar de cerca cómo la calidad de servicio y la asistencia al cliente se entrelazan.

En el transcurso del análisis, se identificaron patrones y tendencias que sugieren una interdependencia significativa ambas variables. Este descubrimiento refuerza la idea de que una calidad de servicio destacada está intrínsecamente vinculada a la atención y el respaldo que se brinda a los clientes durante su experiencia.

La relación entre ambas se puede conceptualizar como una sinergia esencial para proporcionar experiencias positivas. La calidad de servicio establece el estándar general, abarcando elementos como la eficacia, la cortesía y la eficiencia en la prestación de servicios. La asistencia al cliente, por su parte, se centra en la atención personalizada y la resolución efectiva de problemas.

En conjunto, esta relación se traduce en una experiencia holística para el cliente, donde la calidad del servicio y la asistencia se complementan mutuamente. Cuando ambas dimensiones se gestionan de manera efectiva, se fortalece la percepción global del cliente, contribuyendo a la fidelización y la satisfacción a largo plazo.

Finalmente, sobre el objetivo 4, en el marco de la investigación, se procedió a identificar la relación existente entre la calidad de servicio y la comunicación con el cliente, siguiendo una metodología afín a la empleada por Cardozo (2021) en su estudio. Asimismo, Anyaipoma (2020) abordó cuestiones relacionadas, respaldando la importancia de analizar cómo la calidad de servicio se vincula con la comunicación en el contexto empresarial.

Durante el análisis, emergieron conexiones significativas que indican una interdependencia entre la calidad de servicio y la comunicación con el cliente. Estos hallazgos refuerzan la noción de que una comunicación efectiva es un componente clave para mejorar y

mantener altos estándares en la calidad de servicio. La relación entre la calidad de servicio y la comunicación con el cliente se puede entender como un proceso bidireccional. Por un lado, la calidad de servicio influye en la percepción que el cliente tiene sobre la comunicación recibida.

A partir de lo analizado previamente se puede indicar que sobre el objetivo general de determinar la relación entre la calidad de servicio y la atención al cliente en el Mood Hotel Lifestyle en la ciudad de Chiclayo en el año 2023 es imperativo destacar un aspecto luminoso que se revela en el tejido de la experiencia hotelera: la percepción mayoritariamente positiva que los huéspedes tienen sobre la atención del personal. Este componente esencial, muchas veces subestimado, se presenta como un pilar fundamental para el éxito y la reputación de cualquier establecimiento hotelero.

La investigación llevada a cabo revela que, en su gran mayoría, los huéspedes del hotel expresan una valoración positiva con respecto a la atención recibida por parte del personal. Este veredicto favorable se traduce en un 91,2% de los encuestados que consideran que el personal se preocupa por brindar un servicio de calidad. Este resultado es indicativo de un equipo comprometido que ha logrado cultivar una experiencia acogedora y satisfactoria para quienes eligen hospedarse en el establecimiento.

Entonces, a partir de las respuestas obtenidas en el cuestionario, el Mood Hotel Lifestyle debe mejorar significativamente en varios aspectos, ya que una parte considerable de los huéspedes expresó descontento con la infraestructura, las consultas online, entre otros. Estas deficiencias podrían afectar la percepción general de calidad y satisfacción del cliente, lo que resalta la necesidad de realizar mejoras con el fin de elevar la experiencia ofrecida a los huéspedes.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

1. Como conclusión se obtuvo que el Mood Hotel Lifestyle de Chiclayo es uno de los más populares de la ciudad con una clientela frecuente que ofrece servicios de hospedaje y de restaurante a todos sus hospedados. Se pudo evidenciar que la atención al cliente y la calidad de servicio son elementos presentes en el mismo.
2. A partir del diagnóstico realizado en el hotel, se concluye que el nivel de calidad de servicio se encuentra en un estado aceptable. Esto sugiere que el hotel está cumpliendo con los estándares mínimos requeridos, pero aún hay margen para mejorar y elevar la experiencia del cliente.
3. La evaluación de la atención al cliente revela que se encuentra en un nivel aceptable. Aunque se están proporcionando servicios adecuados, existe la oportunidad de fortalecer la interacción con los clientes para lograr una experiencia más positiva y memorable.
4. Del mismo modo, se observa un fuerte nexo entre la calidad de servicio y la asistencia brindada al cliente. La relación identificada sugiere que mejorar la calidad de servicio podría tener un impacto directo en la asistencia al cliente, lo que podría traducirse en una experiencia más satisfactoria para los huéspedes.
5. Finalmente, el análisis realizado indica una relación directa entre la calidad de servicio y la comunicación con el cliente en el hotel. Una comunicación efectiva con los clientes se presenta como un factor clave para mejorar la calidad general del servicio.

4.2 Recomendaciones

1. En primer lugar, se recomienda a los colaboradores del hotel a tener una disposición de atenta escucha para con los clientes y encontrarse a disposición de todas las personas que se hospedan en el hotel.
2. Aunque el nivel de calidad se considera aceptable, se recomienda implementar

programas de mejora continua para elevar los estándares y superar las expectativas de los clientes.

3. Se recomienda también proporcionar programas de entrenamiento específicos mediante capacitaciones constantes para el personal de atención al cliente con el objetivo de mejorar las habilidades de interacción y crear experiencias más personalizadas y positivas.
4. Asimismo, se recomienda la implementación de servicios de asistencia más personalizada, adaptados a las necesidades individuales de los clientes, para fortalecer la relación entre la calidad de servicio y la asistencia brindada.
5. Finalmente, se considera relevante presentar estrategias para mejorar tanto la comunicación interna entre el personal como la externa con los clientes. Esto puede incluir protocolos de comunicación efectiva, feedback regular y el uso de canales modernos para mantener una conexión constante con los huéspedes.

V. REFERENCIAS

Pasco, E. (2022). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la agencia de viaje Inka Wasi Travel. Tesis para optar al título profesional de licenciado en turismo y negocios. Repositorio Universidad Señor de Sipán. Chiclayo, Perú. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9540/Pasco%20Malca%20E%20thel%20Mishell.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Yomona, C. (2021). Importancia de la atención al cliente en el área de recepción en pandemia la COVID-19, hotel Kamana 2021. Trabajo de suficiencia profesional para optar el título profesional de licenciada en turismo y hotelería. Repositorio académico USMP. Lima, Perú. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10392/YOMONA_CC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Melchor, B. (2023). Estudio de la calidad de servicio al cliente en el hotel Holiday Inn Tuxpan Convention Center. Tesis profesional para obtener el título de ingeniero en administración. Instituto Tecnológico superior de Álamo Temapache, México. <http://rinacional.tecnm.mx/bitstream/TecNM/5665/1/0043%20BERENICE%20MELCHOR%20proyecto.pdf>

Loor, A. et al, (2020). Medición de la calidad de servicios hoteleros de Manta, Ecuador a través del modelo hotelqual. Eca Sinerfía, Universidad Técnica de Manabí, Ecuador. https://doi.org/10.33936/eca_sinerfia.v11i2.1755

Amarilla & Merlos (2021). Calidad de servicio en hotel Y sapy de la ciudad de Pilar, desde la perspectiva del cliente, 2021. Ciencia Latina, revista multidisciplinar. México. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/948/1285>

Allca, L. (2022). Calidad de Servicio en Hoteles de Tres Estrellas de la Ciudad de Puno, 2022. Tesis para obtener el título profesional de licenciado en Administración en Turismo y Hotelería. Repositorio UCV. Perú. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/87755/Allcca_PL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Figuroa, R. et al. (2019). Calidad del servicio al cliente en el sector hotelero de lujo

en la ciudad del Cusco. Tesis para obtener el grado de licenciado en administración estratégica de empresas. Repositorio PUCP. Perú.
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/13214>

Socag, M. (2022). Atención al cliente en el “Hotel San Juan” de la parroquia San Juan. Tesis para obtener el título de licenciado en comercio. Repositorio de la Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/12995>

Batista, M. (2020). Propuesta de mejoramiento en la gestión integral de servicio y atención a la cliente enfocada al Hotel Palmetto, Provincia Santiago de los Caballeros, periodo enero-abril 2020. Repositorio de la Universidad Abierta para Adultos. República Dominicana. <http://rai.uapa.edu.do/handle/123456789/928>

Illescas, L. (2019). Análisis de la calidad de servicio en los hoteles Oro Verde y Veuxor de la ciudad de Machala, mediante el modelo Servqual. Repositorio institucional Universidad de Cuenca. Ecuador.
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/32118/1/Trabajo%20de%20titulacion.pdf>

Juarez, J. (2020). LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL HOTEL 3 ESTRELLAS “EL PARQUE” Y PROPUESTA DE MEJORA DEL DISTRITO DE SULLANA, AÑO 2018. Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración. Repositorio ULADECH. Perú.
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/19490/GESTION_DE_CALIDAD_HOTEL_ATENCION_AL_CLIENTE_JUAREZ_ATOCHE_JHONATHAN_GIANCARLOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Renán, M. (2018). “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE HUÉSPEDES EN HOTELES LIBERTADOR PUNO”. Trabajo de Investigación presentado para optar por el grado de Bachiller en Administración con mención en Dirección de Empresas. Repositorio ESAN. Perú.
https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1483/2018_ADYDE_18-2_04_TI%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ayaypoma, R. (2022). Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro hotel: caso hotel “Las Flores”-San

Vicente, Cañete, 2020. Repositorio de la ULADECH. Perú.
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/25935>

Llamo, E. (2021). Aplicación del manual de buenas prácticas para la atención de clientes, dirigido al personal de contacto del Hotel Gran Sipán, Chiclayo. Tesis para optar al título profesional de licenciado en turismo y negocios. Repositorio USS.
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8363/Elvis%20Yhonny%20Llamo%20Hernandez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Najar, A. (2020). Fidelidad del cliente del hotel JW Marriott en el convento Cusco 2020. Tesis para optar el título de Licenciada en Turismo. Repositorio U andina.
https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3990/Carmela_Tesis_bachiller_2020.PDF?sequence=1&isAllowed=y

Bazán, K. (2020). Calidad de los servicios turísticos para mejorar el nivel de satisfacción del cliente en el hotel Emperador, Chiclayo - Lambayeque. Tesis para optar al título profesional de licenciado en turismo y negocios. Repositorio USS, Perú.
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8706>

Jimenez et al. (2023). Calidad de servicios y su influencia en la satisfacción del cliente para la empresa Eco Hostal Mamita Helmita S.R.L. - Lambayeque 2021. Tesis para optar al título profesional de licenciado en turismo y negocios. Repositorio USS, Perú.
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/10822>

Álvarez, A. (2020). Clasificación de las investigaciones. Repositorio u lima. Lima, Perú.

Mata, L. (2019). Diseños de investigaciones con enfoque cuantitativo de tipo no experimental. Costa Rica. <https://investigaliacr.com/investigacion/disenos-de-investigaciones-con-enfoque-cuantitativo-de-tipo-no-experimental/>

Guevara, M., Rojas, J., & Suárez, E. (2020). La investigación descriptiva con enfoque cualitativo en educación. Revista de la Facultad de Educación de la Pontificia Universidad Católica del Perú, 38(2), 169-188 10.15381/edu.v38i2.17390

Rodríguez, E. (2019). La hermenéutica gadameriana como síntesis entre el enfoque cuantitativo y cualitativo en la investigación social.

Westreicher, G. (2022). Muestreo no probabilístico. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/muestreo-no-probabilistico.html>

Martínez, V. G., & Payró, M. P. S. (2019). Procrastinación académica entre estudiantes de cursos en línea. Validación de un cuestionario. *Apertura*, 11(2), 122- 137. <http://udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/1673>

Gagñay, L. K. I., Chicaiza, S. L. T., & Aguirre, J. L. (2020). Ética en la investigación científica. *Revista Imaginario Social*, 3(1)

IBM SPSS (2023) Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra. <https://www.ibm.com/docs/es/spss-statistics/saas?topic=tests-one-sample-kolmogorov-smirnov-test>

Hernando, A. (2022) Resultados, Discusión y Conclusiones. <https://www.grupocomunicar.com/wp/escuela-de-autores/resultados-discusion-y-conclusiones/#:~:text=En%20el%20apartado%20de%20Discusi%C3%B3n,y%20las%20implicaciones%20de%20estos.>

Sarango, W. (2020) Implementación de control de accesos para mejorar la gestión en seguridadde Hospedaje del Perú SAC. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/49769?show=full>

Cueva, V. (2016). Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones. <https://pirhua.udep.edu.pe/items/b235fa8f-edd8-488a-92b8-f41946d883bf>

Barragan, M. (2019). La calidad del servicio bajo el modelo Servqual en el hotel Los Portales - Chiclayo 2017 (Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú). https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USAT_1d635b711fb4388786b4d5fce5802a05/Details

VI. ANEXOS



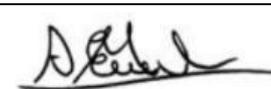
ANEXO 1: DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quienes suscriben la DECLARACIÓN JURADA, somos **estudiantes** del Programa de Estudios de Turismo y Negocios **de** la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaramos bajo juramento que somos autores del trabajo titulado:

CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL MOOD HOTEL LIFESTYLE DE LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2023

El texto de nuestro trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán, conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación con las citas y referencias bibliográficas, respetando el derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Zavala Calambrogio, Mariana Cristina	74042298	
Estrella Morales, Ariana Georgette	76251633	

Pimentel, 24 de diciembre de 2023

ANEXO 2: ACTA DE REVISIÓN DE SIMILITUD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo **ÁFRICA DEL VALLE CALANCHEZ URRIBARRI** docente del curso de **INVESTIGACIÓN II** del Programa de Estudios de **NEGOCIOS INTERNACIONALES** y revisor de la investigación de los estudiantes Zavala Calambrogio Mariana Cristina, Estrella Morales Ariana Georgette titulada:

CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL MOOD HOTEL LIFESTYLE DE LA CIUDAD DE CHICLAYO

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del **20%**, verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN. Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre índice de similitud de los productos académicos y de investigación en la Universidad Señor de Sipán S.A.C., aprobada mediante Resolución de Directorio N° 145-2022/PD-USS.

En virtud de lo antes mencionado, firma:

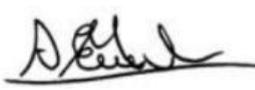
África Del Valle Calanchez Urribarri	C.E.: 005774548	 firma
--------------------------------------	--------------------	--

Pimentel, 24 de diciembre de 2023

ANEXO 3: ACTA DE APROBACIÓN DEL ASESOR

Yo CARLOS ANDRE REYES ARROYO. quien suscribe como asesor designado mediante Resolución de Facultad N° 0298, del proyecto de investigación titulado: Calidad de servicio y atención al cliente en el Mood Hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo, 2023 desarrollado por los estudiantes: estudiantes Zavala Calambrogio Mariana Cristina, Estrella Morales Ariana Georgette del programa de estudios de la carrera profesional Turismo y Negocios, acredito haber revisado, realizado observaciones y recomendaciones pertinentes, encontrándose expedito para su revisión por parte del docente del curso.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

<p>MG. CARLOS ANDRE REYES ARROYO (Asesor)</p>	<p>DNI: 46223496</p>	
<p>Zavala Calambrogio, Mariana Cristina (Autor 1)</p>	<p>DNI: 74042298</p>	
<p>Estrella Morales, Ariana Georgette (Autor 2)</p>	<p>DNI: 76251633</p>	

Pimentel, 24 de diciembre de 2023

ANEXO 4: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Preguntas/Ítems
Atención al cliente	Calderón, (2019) define a la atención al cliente como aquella relación que tiene directamente la clientela con el proveedor, en la cual se otorga el servicio que presta y brinda cualquier organización mediante la comunicación directa con los consumidores donde se prioriza conocer sus sugerencias, preguntas, reclamos, cuestionar sobre el producto o servicio que se le ha otorgado, las cuales son de ayuda respecto a la mejoría	Para lograr medir la atención al cliente se tendrá en cuenta las siguientes dimensiones: Servicio brindado y comunicación.	Servicio brindado	Percepción del servicio.	<p>¿Se siente conforme con la atención que se le brinda por parte del personal del establecimiento al adquirir su servicio?</p> <p>¿Considera que el servicio prestado dentro del establecimiento cubre sus necesidades y expectativas?</p> <p>¿Considera usted que se debe de mejorar la atención que se le brinda por parte de los empleados del establecimiento?</p>
			Comunicación.	Comunicación verbal.	¿Considera usted que la comunicación que se tiene con el personal de manera directa

	<p>constante de la prestación y calidad de los servicios brindados; esto a su vez está enfocado en perfeccionar la experiencia de cada cliente.</p>				<p>es la más eficiente a la hora de ofrecer el servicio?</p> <p>¿Considera usted que los empleados le brindan el adecuado respeto y consideración al momento de dirigirse a usted?</p> <p>¿Considera usted que el establecimiento cuenta con un adecuado protocolo ante quejas y reclamos del cliente?</p>
				<p>Comunicación verbal. no</p>	<p>¿Considera usted que el establecimiento cuenta un buen servicio de recepciones online?</p> <p>¿Considera usted que las respuestas a los pedidos online son inmediatas?</p> <p>¿Considera que la atención que se le brinda de manera online (llamadas,</p>

					mensajes) satisface sus necesidades para adquirir el servicio dentro del establecimiento?
--	--	--	--	--	---

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Preguntas/Ítems
Calidad de servicio	<p>Gonzales, (2019) comenta que la calidad de los servicios siempre está altamente conectada con la expectativa de la clientela, lo que hace pensar que tener un servicio deficiente que no satisfaga consumidor se convertiría en un punto en contra para la calificación del servicio, e incluso se puede determinar en que se está brindando un servicio deficiente. Por consecuencia, existirá una ventaja en la competencia laboral respecto de otros negocios en el mismo rubro, ya que el cliente siempre acude a lugares que llenaron sus</p>	<p>Para lograr medir la Calidad de servicio se tendrá en cuenta las siguientes dimensiones: Elementos tangibles, Fiabilidad y Capacidad de respuesta.</p>	Elementos tangibles	Instalaciones.	<p>¿Considera usted que el establecimiento de hospedaje posee la infraestructura adecuada para brindar un servicio de calidad?</p> <p>¿Considera que se debe de mejorar la infraestructura del establecimiento de hospedaje?</p> <p>¿Considera usted que se debe de mejorar el equipamiento del establecimiento de</p>

	expectativas.				<p>hospedaje?</p> <p>¿Considera usted que el establecimiento de hospedaje cuenta con un equipamiento adecuado para facilitar un servicio de calidad?</p> <p>¿Considera usted que el hotel se está acoplando a las nuevas tecnologías?</p> <p>¿Considera que se debe de mejorar la calidad de la tecnología con la que cuenta el establecimiento de hospedaje?</p>
				Equipos y tecnología.	

					<p>¿Considera usted que los empleados del establecimiento cuentan con un buen desempeño?</p> <p>¿Considera usted que el personal se preocupa por brindarle un servicio de calidad?</p> <p>¿Considera usted que se debe de mejorar el desempeño que realizan los empleados del establecimiento?</p>
			Fiabilidad	Desempeño de los empleados.	
				Información oportuna.	¿Considera usted que el personal le

					<p>brinda la información oportuna y verídica de los servicios que brinda el establecimiento?</p> <p>¿Considera usted que el personal que labora dentro del establecimiento es fiable?</p> <p>¿Considera usted que se debe de mejorar la capacidad de los empleados con respecto a la información y el tiempo en que se le brinda?</p>
--	--	--	--	--	---

			Capacidad de respuesta	de Disposición de ayuda	<p>¿Considera usted que el personal que labora dentro del establecimiento tiene la disposición de brindar ayuda ante cualquier situación que se le presente?</p> <p>¿Considera que el personal del establecimiento siempre está disponible para atenderlo?</p> <p>¿Considera usted que el personal tiene suficiente predisposición ante cualquier pregunta que</p>
--	--	--	------------------------	-------------------------	--

					tenga?
				Solución de problemas	<p>¿Considera usted que el personal que labora dentro del establecimiento cuenta con la capacidad de solucionar problemas de cualquier magnitud?</p> <p>¿Considera usted que el personal cuenta con una buena capacidad de respuesta?</p> <p>¿Considera usted que el personal se encuentra preparado para brindarle solución</p>

					a cualquier inquietud o problema para una estadía confortable?
--	--	--	--	--	--

ANEXO 5: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRÍZ DE CONSISTENCIA LÓGICA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Enfoque metodológico

Título

Calidad de servicio y atención al cliente en el Mood hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo, 2023

Problema

Hipótesis

**Objetivo
General**

**Objetivo
Específico**

**Tipo de
Investigación**

**Diseño
de
Investigación**

¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la atención al cliente Mood hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo, 2023?

H0. Existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la atención al cliente en la empresa Mood hotel Lifestyle, Chiclayo, 2023
H1. No existe una relación significativa entre la calidad de servicio y la atención al cliente en la

Determinar la relación entre la calidad de servicio y la atención al cliente en el “Mood hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo, 2023“.

OE1.
Diagnosticar el nivel de calidad de servicio en el Mood Hotel Lifestyle en la ciudad de Chiclayo en el año 2023.
OE2.
Diagnosticar la atención al cliente en el MoodHotel Lifestyle en la ciudad de Chiclayo en el año 2023

**Aplicada
Cuantitativa**

**No experimental
correlacional,
transversal y descriptivo**

	<p>empresa Mood hotel Lifestyle, Chiclayo, 2023</p>		<p>OE3. Analizar la relación entre la calidad de servicio y la asistencia brindada al cliente en el "Mood hotel Lifestyle" Chiclayo, 2023.</p> <p>OE4. Identificar la relación entre la calidad de servicio y la comunicación con el cliente en el "Mood hotel Lifestyle" Chiclayo, 2023</p>		
--	--	--	--	--	--

ANEXO 6: CUESTIONARIO

CUESTIONARIO PARA EVALUAR CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL MOOD HOTEL LIFESTYLE DE LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2023

Este cuestionario tiene como objetivo principal evaluar y determinar la excelencia del servicio y atención al cliente en el Mood hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo, 2023, por lo tanto, su respuesta como cliente es de suma importancia para nosotros. La información que nos proporcione será tratada de forma confidencial y anónima.

DETALLE DEL INSTRUMENTO: Este ha sido elaborado a partir de los indicadores de la operalización de las variables de la indagación.

INSTRUCCIONES: Recuerde que no hay respuestas correctas ni incorrectas. Trate de responder con la mayor veracidad posible. Para cada afirmación se ofrecen 5 opciones de apreciación, elija una de ellas y escriba una “X” en el recuadro respectivo.

- 1- ¿Entre qué rango está su edad?
 - a- 0-16
 - b- 17-26
 - c- 27-36
 - d- 37-56
 - e- 56 a más.
- 2- ¿Cuál es su sexo?
 - a- Femenino
 - b- Masculino
 - c- Prefiero no decirlo.
- 3- ¿Cuál es su ocupación?
 - a- Empleado
 - b- Estudiante
 - c- Ama de casa
 - d- Empresario
 - e- Otros
- 4- ¿Cuál es su grado de instrucción?
 - a- Primario
 - b- Secundario

c- Superior

5- ¿Cuál es su país de procedencia?

Escala valorativa:

- Totalmente de acuerdo: 1
- De acuerdo: 2
- Ni de acuerdo ni desacuerdo: 3
- En desacuerdo: 4
- Totalmente en desacuerdo: 5

N°	PROPOSICIONES CALIDAD DE SERVICIO		ESCALAS				
			1	2	3	4	5
	Dimensiones	Ítems y /o Preguntas					
1	Elementos tangibles	1. ¿Considera usted que el establecimiento de hospedaje posee la infraestructura adecuada para brindar un servicio de calidad?					
		2. ¿Considera que se debe de mejorar la infraestructura del establecimiento de hospedaje?					

		3. ¿Considera usted que se debe de mejorar el equipamiento del establecimiento de hospedaje?					
		4. ¿Considera usted que el establecimiento de hospedaje cuenta con un equipamiento adecuado para facilitar un servicio de calidad?					
		5. ¿Considera usted que el hotel se está acoplado a las nuevas tecnologías?					
		6. ¿Considera que se debe de mejorar la calidad de la tecnología con la que cuenta el establecimiento de hospedaje?					
2	Fiabilidad	7. ¿Considera usted que los empleados del establecimiento cuentan con un buen desempeño?					
		8. ¿Considera usted que el personal se preocupa por brindarle un servicio de calidad?					
		9. ¿Considera usted que se debe de mejorar el					

		desempeño que realizan los empleados del establecimiento?					
		10. ¿Considera usted que el personal le brinda la información oportuna y verídica de los servicios que brinda el establecimiento?					
		11. ¿Considera usted que el personal que labora dentro del establecimiento es fiable?					
		12. ¿Considera usted que se debe de mejorar la capacidad de los empleados con respecto a la información y el tiempo en que se le brinda?					
3	Capacidad de respuesta	13. ¿Considera usted que el personal que labora dentro del establecimiento tiene la disposición de brindar ayuda ante cualquier situación que se le presente?					
		14. ¿Considera que el personal del establecimiento siempre está disponible para atenderlo?					

		15. ¿Considera usted que el personal tiene suficiente predisposición ante cualquier pregunta que tenga?					
		16. ¿Considera usted que el personal que labora dentro del establecimiento cuenta con la capacidad de solucionar problemas de cualquier magnitud?					
		17. ¿Considera usted que el personal cuenta con una buena capacidad de respuesta?					
		18. ¿Considera usted que el personal se encuentra preparado para brindarle solución a cualquier inquietud o problema para una estadía confortable?					
N°	PROPOSICIONES ATENCION AL CLIENTE		ESCALAS				
			1	2	3	4	5
	Dimensiones	Ítems y /o Preguntas					
1	Servicio brindado	19. ¿Se siente conforme con la atención que se le brinda por parte del personal del					

		establecimiento al adquirir su servicio?					
		20. ¿Considera que el servicio prestado dentro del establecimiento cubre sus necesidades y expectativas?					
		21. ¿Considera usted que se debe de mejorar la atención que se le brinda por parte de los empleados del establecimiento?					
2	Comunicación	22. ¿Considera usted que la comunicación que se tiene con el personal de manera directa es la más eficiente a la hora de ofrecer el servicio?					
		23. ¿Considera usted que los empleados le brindan el adecuado respeto y consideración al momento de dirigirse a usted?					
		24. ¿Considera usted que el establecimiento cuenta con un adecuado protocolo ante quejas y reclamos del cliente?					

		25. ¿Considera usted que el establecimiento cuenta un buen servicio de recepciones online?					
		26. ¿Considera usted que las respuestas a los pedidos online son inmediatas?					
		27. ¿Considera que la atención que se le brinda de manera online (llamadas, mensajes) satisface sus necesidades para adquirir el servicio dentro del establecimiento?					

ANEXO 7: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO



1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1.1. Instrumento de Validación No Experimental por Juicio de expertos

1. NOMBRE DEL JUEZ		Cinthya Catherine Espinoza Requiza	
2.	PROFESIÓN	Turismo y Negocios	
	ESPECIALIDAD		
	GRADO ACADÉMICO	Maestría	
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	13 años	
	CARGO	Directora de Escuela	
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Calidad de servicio y atención al cliente en el Mood Hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo, 2023			
3. DATOS DEL TESISISTA			
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	MARIANA CRISTINA ZAVALA CALAMBROGIO ARIANA GEORGETTE ESTRELLA MORALES	
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Entrevista () Lista de Cotejo () Encuesta (X)	
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<p>GENERAL: Evaluar la excelencia del servicio y atención al cliente en el Mood hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo, 2023.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar la excelencia de la variable de calidad de servicio. - Examinar la satisfacción con respecto a la atención al cliente. 	
A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. Los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.			
No	DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO		
01	¿Entre qué rango está su edad?	A (X)	D ()
		SUGERENCIAS:	
02	¿Cuál es su sexo?	A (X)	D ()
		SUGERENCIAS:	
03	¿Cuál es su ocupación?	A (X)	D ()
		SUGERENCIAS:	
04	¿Cuál es su grado de instrucción?	A (X)	D ()
		SUGERENCIAS:	
05	¿Cuánto gana al mes?	A (X)	D ()
		SUGERENCIAS:	
06	¿Considera usted que el establecimiento de hospedaje posee	A (X)	D ()
		SUGERENCIAS:	

	la infraestructura adecuada para brindar un servicio de calidad?		
07	¿Considera que se debe de mejorar la infraestructura del establecimiento de hospedaje?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D (<input type="checkbox"/>)
08	¿Considera usted que se debe de mejorar el equipamiento del establecimiento de hospedaje?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D (<input type="checkbox"/>)
09	¿Considera usted que el establecimiento de hospedaje cuenta con un equipamiento adecuado para facilitar un servicio de calidad?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D (<input type="checkbox"/>)
10	¿Considera usted que el hotel se está acoplando a las nuevas tecnologías?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D (<input type="checkbox"/>)
11	¿Considera que se debe de mejorar la calidad de la tecnología con la que cuenta el establecimiento de hospedaje?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D (<input type="checkbox"/>)
12	¿Considera usted que los empleados del establecimiento cuentan con un buen desempeño?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D (<input type="checkbox"/>)
13	¿Considera usted que el personal se preocupa por brindarle un servicio de calidad?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D (<input type="checkbox"/>)
14	¿Considera usted que se debe de mejorar el desempeño que realizan los empleados del establecimiento?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D (<input type="checkbox"/>)
15	¿Considera usted que el personal le brinda la información oportuna y verídica de los servicios que brinda el establecimiento?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D (<input type="checkbox"/>)
16	¿Considera usted que el personal que labora dentro del establecimiento es fiable?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D (<input type="checkbox"/>)
17	¿Considera usted que se debe de mejorar la capacidad de los empleados con respecto a la información y el tiempo en que se le brinda?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D (<input type="checkbox"/>)
18	¿Considera usted que el personal que labora dentro del establecimiento tiene la disposición de brindar ayuda ante cualquier situación que se le presente?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D (<input type="checkbox"/>)
19	¿Considera que el personal del establecimiento siempre está disponible para atenderlo?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D (<input type="checkbox"/>)
20	¿Considera usted que el personal tiene suficiente predisposición ante cualquier pregunta que tenga?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D (<input type="checkbox"/>)
21	¿Considera usted que el personal que labora dentro del establecimiento	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D (<input type="checkbox"/>)

	cuenta con la capacidad de solucionar problemas de cualquier magnitud?		
22	¿Considera usted que el personal cuenta con una buena capacidad de respuesta?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
23	¿Considera usted que el personal se encuentra preparado para brindarle solución a cualquier inquietud o problema para una estadía confortable?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
24	¿Se siente conforme con la atención que se le brinda por parte del personal del establecimiento al adquirir su servicio?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
25	¿Considera que el servicio prestado dentro del establecimiento cubre sus necesidades y expectativas?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
26	¿Considera usted que se debe de mejorar la atención que se le brinda por parte de los empleados del establecimiento?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
27	¿Considera usted que la comunicación que se tiene con el personal de manera directa es la más eficiente a la hora de ofrecer el servicio?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
28	¿Considera usted que los empleados le brindan el adecuado respeto y consideración al momento de dirigirse a usted?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
29	¿Considera usted que el establecimiento cuenta con un adecuado protocolo ante quejas y reclamos del cliente?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
30	¿Considera usted que el establecimiento cuenta un buen servicio de recepciones online?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
31	¿Considera usted que las respuestas a los pedidos online son inmediatas?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
32	¿Considera que la atención que se le brinda de manera online (llamadas, mensajes) satisface sus necesidades para adquirir el servicio dentro del establecimiento?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()

Juez
Experto



44443020.

1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1.1. Instrumento de Validación No Experimental por Juicio de expertos

1. NOMBRE DEL JUEZ		Carlos Reyes Dreyer
2.	PROFESIÓN	DERECHO Y NEGOCIOS
	ESPECIALIDAD	—
	GRADO ACADÉMICO	MAGISTER
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	08 años
	CARGO	DTC

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Calidad de servicio y atención al cliente en el Mood Hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo, 2023

3. DATOS DEL TESISISTA

3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	MARIANA CRISTINA ZAVALA CALAMBROGIO ARIANA GEORGETTE ESTRELLA MORALES
-----	---------------------	--

4. INSTRUMENTO EVALUADO

Entrevista ()
Lista de Cotejo ()
Encuesta (X)

5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO

GENERAL:
Evaluar la excelencia del servicio y atención al cliente en el Mood hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo, 2023.

ESPECÍFICOS:

- Determinar la excelencia de la variable de calidad de servicio.
- Examinar la satisfacción con respecto a la atención al cliente.

A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. Los evalúe marcando con un aspa (x) en "A" si está de ACUERDO o en "D" si está en DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.

No	DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO	
01	¿Entre qué rango está su edad?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS:
02	¿Cuál es su sexo?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS:
03	¿Cuál es su ocupación?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS:
04	¿Cuál es su grado de instrucción?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS:
05	¿Cuánto gana al mes?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS:
06	¿Considera usted que el establecimiento de hospedaje posee	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS:

	la infraestructura adecuada para brindar un servicio de calidad?		
07	¿Considera que se debe de mejorar la infraestructura del establecimiento de hospedaje?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
08	¿Considera usted que se debe de mejorar el equipamiento del establecimiento de hospedaje?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
09	¿Considera usted que el establecimiento de hospedaje cuenta con un equipamiento adecuado para facilitar un servicio de calidad?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
10	¿Considera usted que el hotel se está acoplado a las nuevas tecnologías?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
11	¿Considera que se debe de mejorar la calidad de la tecnología con la que cuenta el establecimiento de hospedaje?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
12	¿Considera usted que los empleados del establecimiento cuentan con un buen desempeño?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
13	¿Considera usted que el personal se preocupa por brindarle un servicio de calidad?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
14	¿Considera usted que se debe de mejorar el desempeño que realizan los empleados del establecimiento?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
15	¿Considera usted que el personal le brinda la información oportuna y verídica de los servicios que brinda el establecimiento?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
16	¿Considera usted que el personal que labora dentro del establecimiento es fiable?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
17	¿Considera usted que se debe de mejorar la capacidad de los empleados con respecto a la información y el tiempo en que se le brinda?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
18	¿Considera usted que el personal que labora dentro del establecimiento tiene la disposición de brindar ayuda ante cualquier situación que se le presente?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
19	¿Considera que el personal del establecimiento siempre está disponible para atenderlo?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
20	¿Considera usted que el personal tiene suficiente predisposición ante cualquier pregunta que tenga?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
21	¿Considera usted que el personal que labora dentro del establecimiento	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()

	cuenta con la capacidad de solucionar problemas de cualquier magnitud?		
22	¿Considera usted que el personal cuenta con una buena capacidad de respuesta?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
23	¿Considera usted que el personal se encuentra preparado para brindarle solución a cualquier inquietud o problema para una estadía confortable?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
24	¿Se siente conforme con la atención que se le brinda por parte del personal del establecimiento al adquirir su servicio?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
25	¿Considera que el servicio prestado dentro del establecimiento cubre sus necesidades y expectativas?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
26	¿Considera usted que se debe de mejorar la atención que se le brinda por parte de los empleados del establecimiento?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
27	¿Considera usted que la comunicación que se tiene con el personal de manera directa es la más eficiente a la hora de ofrecer el servicio?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
28	¿Considera usted que los empleados le brindan el adecuado respeto y consideración al momento de dirigirse a usted?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
29	¿Considera usted que el establecimiento cuenta con un adecuado protocolo ante quejas y reclamos del cliente?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
30	¿Considera usted que el establecimiento cuenta un buen servicio de recepciones online?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
31	¿Considera usted que las respuestas a los pedidos online son inmediatas?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()
32	¿Considera que la atención que se le brinda de manera online (llamadas, mensajes) satisface sus necesidades para adquirir el servicio dentro del establecimiento?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:	D ()


 Juez
 Experto *Carlos Reyes Arce*
 40223496

ANEXO 8: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO NO EXPERIMENTAL

Instrumento de Validación No Experimental por Juicio de expertos

1. NOMBRE DEL JUEZ		Kerwin Jose chavez vera
	PROFESIÓN	Administración
	ESPECIALIDAD	Gerencia
	GRADO ACADÉMICO	Doctorado
	EXPERIENCIA PROFESIONAL(AÑOS)	15 años
	CARGO	Docente investigador
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Calidad de servicio y atención al cliente en el Mood Hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo, 2023		
3. DATOS DEL TESISISTA		
3.1	NOMBRES Y APELLIDOS	MARIANA CRISTINA ZAVALA CALAMBROGIO ARIANA GEORGETTE ESTRELLAMORALES
4. INSTRUMENTO EVALUADO		Entrevista () Lista de Cotejo () Encuesta

		(X)
5. OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO		<u>GENERAL:</u> Evaluar la excelencia del servicio y atención al cliente en el Mood hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo, 2023.
		<u>ESPECÍFICOS:</u> - Determinar la excelencia de la variable de calidad de servicio. - Examinar la satisfacción con respecto a la atención al cliente.
<p>A continuación, se le presentan los indicadores en forma de preguntas o propuestas para que Ud. Los evalúe marcando con un aspa (x) en “A” si está de ACUERDO o en “D” si está en DESACUERO, SI ESTÁ EN DESACUERO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.</p>		
	DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO	
0		
1	¿Entre qué rango está su edad?	A (x) D SUGERENC (IAS: IAS:
2	¿Cuál es su sexo?	A (x) D SUGERENCIAS (: :
3	¿Cuál es su ocupación?	A (x) D SUGERENC (

		IAS:
4	¿Cuál es su grado de instrucción?	A (x) D SUGERENC () IAS:
5	¿Cuánto gana al mes?	A (x) D) SUGERENC () IAS:
6	¿Considera usted que el establecimiento de hospedaje posee la infraestructura adecuada para brindar	A (x) SUGERENCIAS () :

	un servicio de calidad?	
7	¿Considera que se debe de mejorar la infraestructura del establecimiento de hospedaje?	A (x)) SUGERENCIAS: (
8	¿Considera usted que se debe de mejorar el equipamiento del establecimiento de hospedaje?	A (x)) SUGERENCIAS: (
9	¿Considera usted que el establecimiento de hospedaje cuenta con un equipamiento adecuado para facilitar un servicio de calidad?	A (x)) SUGERENCIAS: (
0	¿Considera usted que el hotel se está acoplando a las nuevas tecnologías?	A (x)) SUGERENCIAS: (
1	¿Considera que se debe de mejorar la calidad de la tecnología con la que cuenta el establecimiento de hospedaje?	A (x)) SUGERENCIAS: (
2	¿Considera usted que los empleados del establecimiento cuentan con un buen desempeño?	A (x)) SUGERENCIAS: (

3	¿Considera usted que el personal se preocupa por brindarle un servicio de calidad?	A (x) SUGERENCIAS: ()
4	¿Considera usted que se debe de mejorar el desempeño que realizan los empleados del establecimiento?	A (x) SUGERENCIAS: ()
5	¿Considera usted que el personal le brinda la información oportuna y verídica de los servicios que brinda el establecimiento?	A (x) SUGERENCIAS: ()
6	¿Considera usted que el personal que labora dentro del establecimiento es fiable?	A (x) SUGERENCIAS: ()
7	¿Considera usted que se debe de mejorar la capacidad de los empleados con respecto a la información y el tiempo en que se le brinda?	A (x) SUGERENCIAS: ()
8	¿Considera usted que el personal que labora dentro del establecimiento tiene la disposición de brindar ayuda ante cualquier situación que se le presente?	A (x) SUGERENCIAS: ()

9	<p>¿Considera que el personal del establecimiento siempre está disponible para atenderlo?</p>	<p>A (x)) SUGERENCIAS: (</p>
0	<p>¿Considera usted que el personal tiene suficiente predisposición ante cualquier pregunta que tenga?</p>	<p>A (x)) SUGERENCIAS: (</p>
1	<p>¿Considera usted que el personal que labora dentro del establecimiento cuenta con la capacidad de solucionar problemas de cualquier magnitud?</p>	<p>A (x)) SUGERENCIAS: (</p>

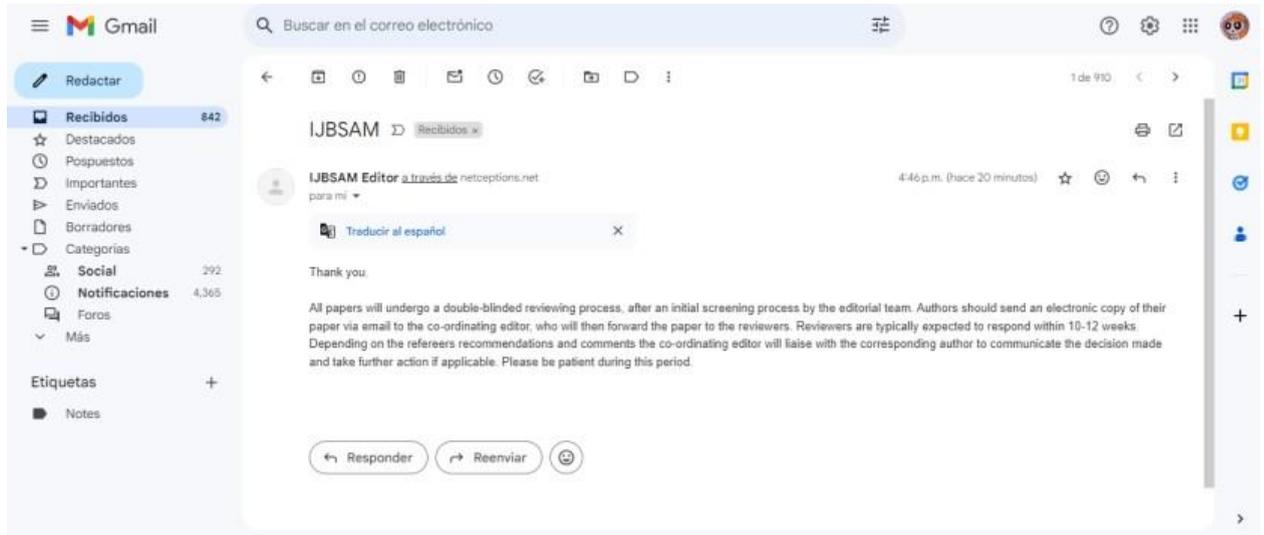
2	¿Considera usted que el personal cuenta con una buena capacidad de respuesta?	A (x) D () SUGERENCIAS:
3	¿Considera usted que el personal se encuentra preparado para brindarle solución a cualquier inquietud o problema para una estadía confortable?	A (x) D () SUGERENCIAS:
4	¿Se siente conforme con la atención que se le brinda por parte del personal del establecimiento al adquirir su servicio?	A (x) D () SUGERENCIAS:
5	¿Considera que el servicio prestado dentro del establecimiento cubre sus necesidades y expectativas?	A (x) D () SUGERENCIAS:
6	¿Considera usted que se debe de mejorar la atención que se le brinda por parte de los empleados del establecimiento?	A (x) D () SUGERENCIAS:
7	¿Considera usted que la comunicación que se tiene con el personal de manera directa es la más eficiente a la hora de	A (x) D () SUGERENCIAS:

	ofrecer el servicio?	
8	¿Considera usted que los empleados le brindan el adecuado respeto y consideración al momento de dirigirse a usted?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS:
9	¿Considera usted que el establecimiento cuenta con un adecuado protocolo ante quejas y reclamos del cliente?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS:
0	¿Considera usted que el establecimiento cuenta un buen servicio de recepciones online?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS:
1	¿Considera usted que las respuestas a los pedidos online son inmediatas?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS:
2	¿Considera que la atención que se le brinda de manera online (llamadas, mensajes) satisface sus necesidades para adquirir el servicio dentro del establecimiento?	A (<input checked="" type="checkbox"/>) D () SUGERENCIAS:



 Dr. Kerwin José Chávez Vera
 C.E. 003058624
 Docente Investigador®
 Juez Experto

ANEXO 9: CORREO ELECTRÓNICO RECIBIDO DE INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS SCIENCE AND APPLIED MANAGEMENT



CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Chiclayo, 14 de julio del 2023

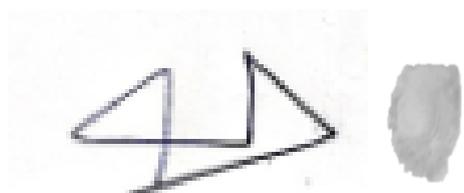
Quien suscribe:

Sr., Jose Víctor Cedano Romero
Representante Legal – Empresa Mood hotel Lifestyle

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación, denominado Calidad de servicio y atención al cliente en el Mood hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo, 2023

Por el presente, el que suscribe, Jose Víctor Cedano Romero representante legal de la empresa Mood hotel Lifestyle AUTORIZO a las estudiantes Ariana Georgette Estrella Morales. identificado con DNI N°. 76251633 y Mariana Cristina Zavala Calambrogio con DNI N°. 74042298 estudiantes del Programa de Estudios de Turismo y Negocios. y autor del trabajo de investigación denominado Calidad de servicio y atención al cliente en el Mood hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo, 2023 al uso de dicha información que conforma el expediente técnico, así como hojas de memorias, cálculos entre otros como planos para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de tesis, enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información solicitada.

Atentamente.

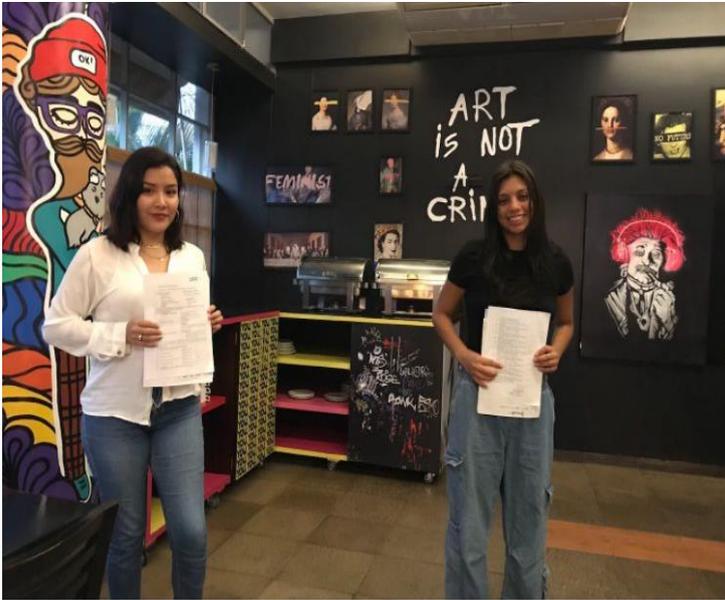
The image shows a handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Jose Víctor Cedano Romero'. To the right of the signature is a dark, circular fingerprint.

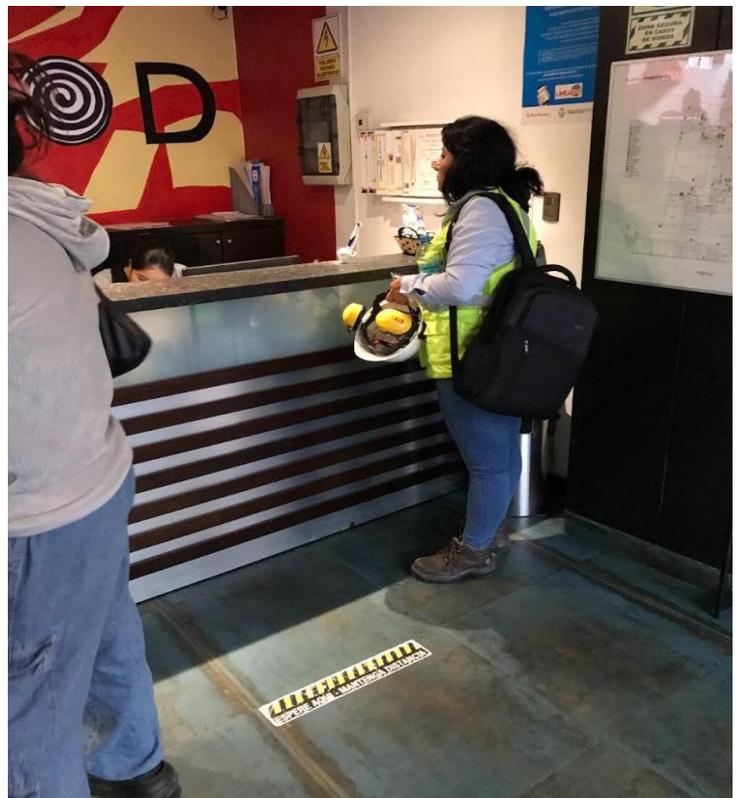
Nombre y Apellidos: Jose Víctor Cedano Romero

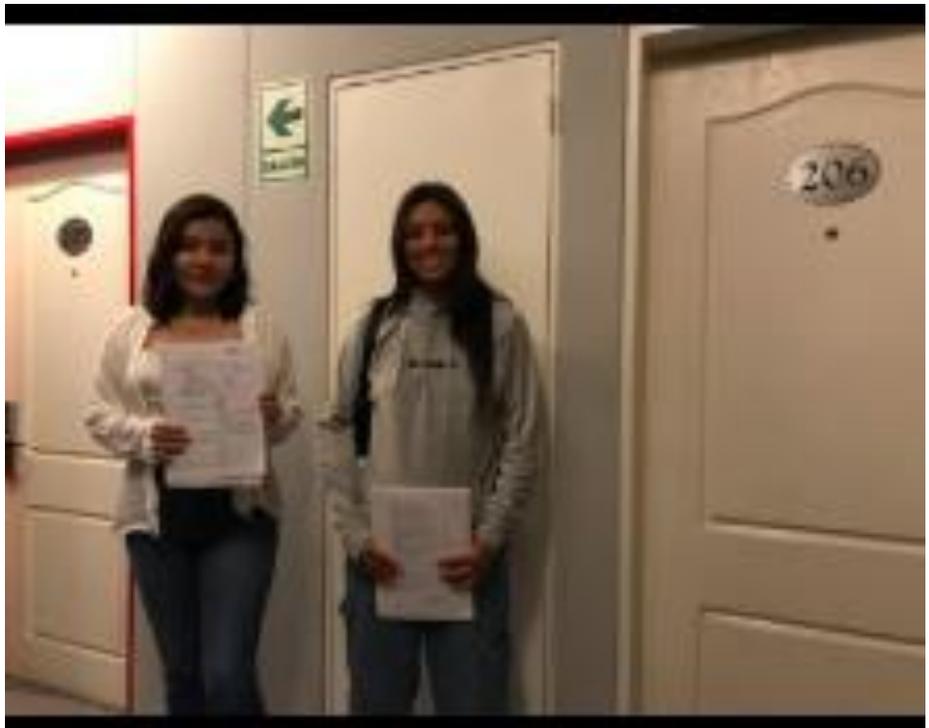
DNI N°:41777820

Cargo de la empresa: Gerente

ANEXO: Evidencias de ejecución.







	ACTA DE SEGUNDO CONTROL DE REVISIÓN DE SIMILITUD DE LA INVESTIGACIÓN	Código:	F3.PP2-PR.02
		Versión:	02
		Fecha:	18/04/2024
		Hoja:	1 de 1

Yo, Cesar Ricardo Rocero Salazar, coordinador de investigación del Programa de Estudios de Turismo y Negocios, he realizado el segundo control de originalidad de la investigación, el mismo que está dentro de los porcentajes establecidos para el nivel de Pregrado según la Directiva de similitud vigente en USS; además certifico que la versión que hace entrega es la versión final del informe titulado: Calidad de servicio y atención al cliente en el Mood Hotel Lifestyle de la ciudad de Chiclayo, 2023, elaborado por el estudiante(s) Estrella Morales, Ariana Georgette y Zavala Calambrogio, Mariana Cristina.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 21%, verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre índice de similitud de los productos académicos y de investigación vigente.

Pimentel, 25 de septiembre de 2024.



Dr. Rocero Salazar Cesar Ricardo

Coordinador de Investigación

DNI N° 44308266