UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas

Carrera Profesional de Administración Turística, Hotelería y Gastronomía

OFERTA DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA – 2018.

Autora:

Bach. María Luisa Quezada Mercado

Asesor:

Mg. Percy Fernando Maldonado Fernández

Cajamarca - Perú

2019

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas

Carrera Profesional de Administración Turística, Hotelería y Gastronomía

OFERTA DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA – 2018.

Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración Turística, Hotelería y Gastronomía.

Autora: Bach. María Luisa Quezada Mercado

Asesor: Mg. Percy Fernando Maldonado Fernández

Cajamarca – Perú

2019

COPYRIGHT© 2019 by

MARÍA LUISA QUEZADA MERCADO

Todos los derechos reservados.

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

APROBACION DE TESIS PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL

OFERTA DE LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE CAJAMARCA - 2018

Presidente: Antonio Terán Vigo

Secretario: Luis Felipe Velasco Luza

Vocal: Lucía Antonieta Small Ruíz

A:

Dios, por brindarme la fortaleza de seguir cada día adelante, la capacidad y la dicha de culminar mi carrera universitaria, dirigirme por un camino de éxito, y de contar con su presencia en cada etapa de mi vida.

A:

Mis padres, que con sus esfuerzos me apoyaron todo el camino de mi formación, quienes depositaron su confianza, porque gracias a ellos puedo lograr una meta más trazada en mi vida, de culminar mi carrera universitaria.

AGRADECIMIENTOS

- A la UPAGU y sus profesores ya que, gracias a su experiencia, dedicación y paciencia de enseñar, lograron hacer una mejor persona, ayudándome a culminar esta importante etapa.
- Quiero agradecer a mis padres y familiares porque ellos estuvieron en los días más difíciles de mi vida como estudiante, que sin sus consejos no hubiera logrado cumplir esta maravillosa meta.
- A los establecimientos hoteleros participantes en esta investigación, por su valiosa contribución en información.
- A mi asesor Mg. Percy Fernando Maldonado Fernández, por su constante guía en la elaboración de este trabajo y un agradecimiento especial al Dr. Jaime Edgar Pacheco Neyra, por la revisión de esta tesis.
- A cada uno de mis compañeros que fui conociendo a lo largo del tiempo, que me brindaron apoyo y confianza para lograr la meta trazada, y culminar la carrera profesional que tanto me apasiona.

María Luisa Quezada Mercado

RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad conocer la oferta de establecimientos hoteleros, ubicados en la zona sur de la ciudad de Cajamarca durante el periodo 2018. La metodología utilizada fue de tipo descriptiva, analítica y de corte transversal. La unidad de análisis estuvo conformada por 50 establecimientos hoteleros, ubicados y seleccionados mediante la revisión del plano catastral urbano de la ciudad. Para la obtención de la información, se aplicó una encuesta y una ficha de inventario a cada establecimiento.

Los resultados obtenidos fueron: identificación de 50 establecimientos hoteleros en la zona sur de la ciudad, divididos en 03 clases; 18% (n=9) Hoteles; 58% (n=29) Hostales y 24% (n=12) hospedajes. La categoría de hoteles 3 estrellas fue: 45% (n=4); de 2 estrellas 33% (n=29) y hoteles de 1 estrella o sin categoría 25% (n=2). La infraestructura hotelera de la zona sur de Cajamarca, oferta un total de 917 camas: los hoteles aportan el 37% = 339; Hostales 47% = 432 y los Hospedajes 16 % = 146. La relación costo – servicios, se rigen por el libre mercado y de acuerdo a oferta y demanda, no existe diferenciación por servicios básicos y complementarios. Además, el 75 % de los establecimientos hoteleros no cuenta con canales de promoción, ni estándares de calidad. Solo el 35% de hoteles tienen servicio de Web, o información a través de folletería que permite promocionar sus servicios y el 90% de las empresas de este rubro no cuenta con estructura organizativa y documentos de gestión.

Palabras clave: Establecimientos hoteleros, Oferta hotelera, Servicios de alojamiento.

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the offer of hotel establishments, located in the southern part of the city of Cajamarca during the 2018 period. The methodology used was descriptive, analytical and cross-sectional. The analysis unit was made up of 50 hotel establishments, located and selected by reviewing the city's urban cadastral plan. To obtain the information, a survey and an inventory sheet were applied to each establishment.

The results obtained were: identification of 50 hotel establishments in the southern part of the city, divided into 03 classes; 18% (n = 9) Hotels; 58% (n = 29) Hostels and 24% (n = 12) accommodations. The category of 3 star hotels was: 45% (n = 4); 2 stars 33% (n = 29) and 1 star hotels or 25% category (n = 2). The hotel infrastructure in the southern area of Cajamarca, offers a total of 917 beds: the hotels contribute 37% = 339; Hostels 47% = 432 and Hostels 16% = 146. The cost - services ratio is governed by the free market and according to supply and demand, there is no differentiation for basic and complementary services. In addition, 75% of hotel establishments do not have promotional channels or quality standards. Only 35% of hotels have Web service, or information through brochures that allow to promote their services and 90% of the companies in this area do not have an organizational structure and management documents.

Keywords: Hotel establishments, Hotel offer, Accommodation services.

ÍNDICE

Dedicatoria….....v
Agradecimientos.....vi
Resumen….....vii
Abstract.....viii
Índice.....ix
LISTA DE TABLAS.....x
LISTA DE GRÁFICAS.....xi

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN.....1
1. Planteamiento del Problema……2
1.1 Descripción de la Realidad Problemática…….....…….3
1.2 Definición del Problema……..…..4
1.3 Objetivos……..…..5
1.4 Justificación e Importancia……..…..6

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....7
2. Fundamentos teóricos de la investigación…….-……..……....7
2.1 Antecedentes Teóricos……..……..7
2.2 Bases Teóricas……....12
2.3 Marco Conceptual……21
2.4 Hipótesis……..24

CAPÍTULO III: MÉTODO DE INVESTIGACIÓN…….....25
3.1 Tipo de Investigación……..25
3.2 Diseño de Investigación……..……25
3.3 Área de Investigación……..25
3.4 Población……..…..25
3.5 Muestra……26
3.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos……26
3.7 Técnicas para el procesamiento y análisis de datos…….....28
3.8 Interpretación de datos……..… 28

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....29
4. Presentación, análisis e interpretación de resultados…….……29

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....52
5.1 Conclusiones.....52
5.2 Recomendaciones.....54

REFERENCIAS.....56
ANEXOS…….……..…59

INDICE DE TABLAS

N°	Título de tabla	Pág.
Tabla Nº 1.	Clasificación y categorización de los establecimientos de hospedaje	30
Tabla Nº 2.	Requisitos mínimos de equipamiento.	30
Tabla Nº 3.	Requisitos mínimos de servicio.	31
Tabla Nº 4.	Operacionalizacion de variables	32
Tabla Nº 5.	Clase: hotel	30
Tabla Nº 6.	Clase: hostal	31
Tabla Nº 7.	Clase: hospedaje	30
Tabla Nº 8.	Porcentaje de establecimientos hoteleros por categoría.	36
Tabla Nº 9.	Hoteles por categoria.	37
Tabla Nº 10.	Habitaciones por establecimiento de hospedaje:	39
Tabla Nº 11.	Tarifas por tipo habitaciones hotel	35
Tabla Nº 12.	Precios y tarifas de los hostales.	36
Tabla Nº 13.	Precios y tarifas de los hospedajes.	37
Tabla Nº 14.	Servicios básicos en hoteles	39
Tabla Nº 15.	Clasificacion de de establecimientos hoteleros	58
Tabla Nº 16.	Requisitos minimos de equipamiento	59
Tabla Nº 17.	Requisitos de servicios.	60

INDICE DE GRÁFICAS.

N° **Título de Gráfica** **Pág.**

GRÁFICO N° 1. Porcentaje de establecimientos hoteleros por categoría.....32

GRÁFICO N° 2. Porcentaje número de habitaciones por establecimiento Hotelero..34

GRÁFICO N° 3. Precio Promedio por habitación en Hoteles.....36

GRÁFICO N° 4. Precio Promedio por habitación en Hostales.....37

GRÁFICO N° 5. Precio Promedio por habitación en Hospedajes.....38

GRÁFICO N° 6. Servicios básicos en Hoteles.....40

GRÁFICO N° 7. Servicios básicos en Hostales.....41

GRÁFICO N° 8. Servicios básicos en Hospedajes.....42

GRÁFICO N° 9. Servicios Complementarios en Hoteles. ……..……43

GRÁFICO N° 10. Servicios Complementarios en Hostales.....45

GRÁFICO N° 11. Estructura organizacional…….……45

GRÁFICO N° 12. Lineamientos organizacionales…….....…...46

GRÁFICO N° 13. Formalización…….……..46

GRÁFICO N° 14. Gestión……...…..…47

GRÁFICO N° 15. Procedimientos…….……..…..…….……47

GRÁFICO N° 16. Contratos en recursos humanos……..…….……48

GRÁFICO N° 17. Gestión económica del negocio…….……..…....48

GRÁFICO N° 18. Gestión en base a resultados……. ……49

GRÁFICO N° 19. Gestión en comercialización……..……..…50

GRÁFICO N° 20. Gestión del servicio.....51

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se enfocó en determinar la oferta de servicios ofrecida en los establecimientos de hospedaje, en función de la categoría otorgada por la autoridad reguladora, hoteles, hostales y hospedajes ubicados en la zona sur de la ciudad de Cajamarca, para ello es importante indicar que la ciudad ha mostrado en los últimos 20 años un alto crecimiento poblacional, según los datos, en 1997 contaba con 140,000 habitantes, para el año 2017 la población sobrepaso los 348,433 habitantes, según: Censos Nacionales de Población 2017 (INEI, 2017), los factores de crecimiento poblacional son explosión demográfica, tasa de natalidad, migración de las demás provincias por temas de centralización, y también debido al desarrollo de la actividad Minera, la cual inició operaciones el año 1992, es en donde la ciudad presentó este crecimiento, la ciudad empezó a desarrollar nuevas zonas para vivienda y zonas para desarrollar actividades, las gestiones municipales sobre ordenamiento territorial, obligó a tomar acciones y ejecutar proyectos de catastro hacia la zona sur del valle de Cajamarca, y con ello el incremento de calles, avenidas, lugares públicos y espacios más acondicionados para las diferentes actividades.

En toda ciudad cuando se presenta una nueva zona de crecimiento, este nuevo espacio demanda de atención, en respuesta al incremento de las actividades económicas, comerciales, institucionales y demanda de servicios del crecimiento poblacional que se ve reflejado en el aumento de establecimientos de hospedaje en esta nueva zona de Cajamarca, en donde se ubican establecimientos entre Hoteles, Hostales y hospedajes con diferentes productos y servicios, ofreciendo alternativas que difieren desde el producto básico hasta el producto potencial y esperado.

El siguiente trabajo, identifica los servicios que ofrecen los establecimientos de hospedaje que se han desarrollado en esta zona, además de realizar un análisis de clasificación, categorización de su cartera de servicios que ofrecen, así como, los precios y costos competitivos en dicho mercado, con un abordaje también, desde el punto de vista de los factores de ubicación, seguridad y el aspecto de mercado formal e informal de estos establecimientos.

1. Planteamiento del Problema.

La ciudad de Cajamarca ha tenido un desarrollo y crecimiento poblacional hacia la zona sur, actualmente en esta zona debido a la explosión demográfica se han desarrollado zonas habitacionales, en las cuales se han construido y desarrollado grandes proyectos como mercados de abasto, hospital regional, terminales de buses, y zonas comerciales, todas ubicadas en las principales avenidas de esta parte de la ciudad.

En la zona sur de la ciudad, se ha identificado un crecimiento de establecimientos hoteleros, de diferente tipo, nivel y categoría, es por esta razón que el trabajo consistió en conocer la cantidad de establecimientos que operan, así como, se analizó el tipo de servicios que ofrecen, también se estudió la actual coyuntura del mercado hotelero de esta parte de la ciudad.

De acuerdo a la investigación, no existen trabajos previos de identificación de estos establecimientos ubicados en esta zona sur, lo cual refuerza nuestra tarea de generar información vital para futuras decisiones sobre control y fiscalización de estos establecimientos por parte de las instituciones encargadas.

1.1 Descripción de la Realidad Problemática.

La zona sur de la ciudad de Cajamarca ha presentado un crecimiento en infraestructura, con avenidas, calles, viviendas, además de un notable crecimiento de locales comerciales, grandes almacenes y depósitos, talleres de mecánica, etc. Así como también los grandes proyectos de inversión pública como el Hospital Regional Docente.

El incremento del movimiento comercial, demanda de servicios como hospedaje, alimentación, ocio etc. el cual era necesario identificar los establecimientos de hospedaje, los servicios y tarifas que ofrecen, así como el impacto que generan en esta zona. De acuerdo a la revisión de

documentación no existe un trabajo de investigación sobre el crecimiento de los establecimientos hoteleros en la zona sur de Cajamarca, es por esa razón que radica la importancia de este trabajo que será base para futuras investigaciones que aporten al sector.

1.2 Definición del Problema.

El desconocimiento de la oferta de servicios hoteleros que brindan los establecimientos dedicados al hospedaje en la zona sur de la ciudad de Cajamarca, locales que presentan muchas diferencias en clase, categoría, servicios y precios que ofrecen a la población visitante y local, constituye un problema para los inversionistas y autoridades de la ciudad a la hora de tomar decisiones, este vacío de información representa un riesgo significativo en un rubro importante para el desarrollo social y económico de la explotación hotelera. La zona sur de la ciudad ha sido poco explorada por lo que es muy difícil determinar en forma precisa el impacto que genera el crecimiento de dichos establecimientos. Planteándome las siguientes interrogantes:

¿Cuál es la oferta de establecimientos hoteleros, ubicados en la zona sur de la ciudad de Cajamarca en el periodo – 2018?

¿Cuál es la cantidad de establecimientos hoteleros, ubicados en la zona Sur de la ciudad de Cajamarca?

¿Cuáles son las características y nivel de servicios que ofrecen, los establecimientos hoteleros ubicados en la zona Sur de la ciudad de Cajamarca?

¿Cuál es el grado de cumplimiento del reglamento de hospedaje, en establecimientos hoteleros, ubicados en la zona Sur de la ciudad de Cajamarca?

1.3 Objetivos.

1.3.1 Objetivo General.

Conocer la oferta de establecimientos hoteleros, ubicados en la zona Sur de la ciudad de Cajamarca en el periodo – 2018.

1.3.2 Objetivos específicos.

-Identificar la cantidad de establecimientos hoteleros, ubicados en la zona Sur de la ciudad de Cajamarca.

-Analizar las características y nivel de servicios que ofrecen, los establecimientos hoteleros ubicados en la zona Sur de la ciudad de Cajamarca.

-Evaluar el grado de cumplimiento del reglamento de hospedaje, en establecimientos, ubicados en la zona Sur de la ciudad de Cajamarca.

-Analizar la relación precio – servicio, en establecimientos hoteleros ubicados en la zona Sur de la ciudad de Cajamarca.

1.4 Justificación e Importancia.

El fuerte potencial turístico de la región Cajamarca, constituido por la biodiversidad de los climas, monumentos históricos, fiestas religiosas y de carnaval, congregan un alto número de visitantes nacionales y turistas extranjeros, representando el hospedaje una oportunidad de desarrollo social y económico para el crecimiento local y regional.

La importancia de esta investigación se centra en conocer la brecha de instalaciones hoteleras y las características de los servicios ofrecidos por los establecimientos dedicados a esta actividad, información que aporta conocimiento actualizado para que las autoridades reguladoras tomen acciones adecuadas para garantizar el buen trato a los turistas, y que los inversionistas actuales y futuros puedan acceder a información hasta ahora inexistente por falta de investigaciones de carácter académico. Siendo el sector hotelero parte esencial de la cadena de valor de la actividad turística.

En el ámbito teórico se pretende profundizar los conceptos relacionados a la gestión hotelera, que representa uno de los pilares importantes en el turismo.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2. Fundamentos teóricos de la investigación.

2.1 Antecedentes Teóricos.

Según Ramón A. (2002) en el trabajo presentado como "Estrategias de Desarrollo en la Industria Hotelera Mundial. Universidad de Alicante, España", estudia las tendencias más significativas que viene experimentando la industria hotelera mundial ante los retos y oportunidades del nuevo entorno económico internacional, se analiza el proceso de concentración por medio de fusiones y adquisiciones que está experimentando el sector a escala mundial. La capacidad mundial de alojamiento, expresada en número de camas, ha aumentado 78%, al pasar, a una tasa anual media del 3.5%, de 16 millones a casi 29 millones de plaza. El aumento más alto en el periodo corresponde a Asia Oriental y el Pacífico, con más de seis millones de camas y una tasa anual media de crecimiento de 1.6%, y la más baja a Europa y las Américas. No obstante, en términos absolutos Europa sigue ofreciendo la

mayor proporción de camas (39%), seguida por las Américas (32%) y Asia Oriental y el Pacífico (23%).

Según Holzmann y Ratto (2007) en el trabajo presentado como "alojamientos turísticos en Concepción del Uruguay, su evolución entre 1984 y 2004 y factores que la condicionan". (Tesis de Grado). Universidad Autónoma de Entre Ríos, Facultad de Ciencias de la Gestión Sede Concepción del Uruguay. En este estudio se determinan la evolución de la oferta del servicio de alojamientos turísticos en la ciudad de Concepción del Uruguay en el periodo comprendido entre los años 1984 y 2004. El resultado fue que si bien, la oferta tuvo un crecimiento hacia los primeros años de la década del noventa, pasó de 11 establecimientos, 226 habitaciones y 624 plazas en el año 1984 a 18 establecimientos, 329 habitaciones y 981 plazas en el año 1991, máxima oferta de plazas en la historia reciente de Concepción del Uruguay. Luego fue decreciendo, más que nada como se ha podido determinar empujada por la crisis económica que afectó al país en la segunda mitad de los años 90 hasta alcanzar respectivamente 11 establecimientos, 231 habitaciones y 676 plazas, en el año 2004, muy cerca de la oferta original.

Según Dos Santos (2013) en el trabajo presentado como "Desarrollo hotelero en Brasil, panorama de mercado y perspectivas". (trabajo de Fin de Máster). Universidad Federal do Paraná de Brasil. La investigación muestra cuál es el panorama actual y las reales perspectivas de desarrollo hotelero en Brasil en cuanto a su caracterización, principales empresas presentes y

desempeño de la oferta. Además, investiga las 19 barreras, riesgos, oportunidades y perspectivas relacionados a inversiones hoteleras en Brasil. Entre los principales resultados, se ha concluido que Brasil vive un nuevo ciclo de expansión del hotelería con hoteles de bajo y mediano confort, destinados al mercado doméstico corporativo y de eventos, con probable predominio de alianzas estratégicas. Además, el país camina hacia condiciones de financiación más favorables. Las perspectivas futuras son optimistas. No obstante, el riesgo de sobreoferta en ciudades puntuales y los GAPs de competitividad turística y hotelera en el país son una señal de alerta y debe ser estudiada con detenimiento por empresas, gobiernos y universidades.

Según Hoteleros de Chile. A.G.I (2013) en el trabajo presentado como "Tendencias en la Industria Hotelera y Ramificaciones para Chile". La investigación muestra un panorama de la Industria Hotelera Latinoamérica y Chile tanto en sus factores económicos, tendencias de performance hotelero y las tendencias en el crecimiento de la oferta hotelera a nivel global y regional. El panorama de la industria hotelera en Santiago ha sido relativamente estable y fuerte para bienes de calidad institucional. De acuerdo con una variedad de métricos, se destaca como el líder en el continente como mercado para inversión; sus grandes desafíos siguen siendo la concentración y el tamaño relativamente reducido de su economía. La Oferta Hotelera en mercados más maduros la mayoría de los desarrollos nuevos están compuestos de hoteles Select Service dado que los Full- Service son más

caros de construir y comprar y salvo en algunos mercados específicos suelen ser económicamente menos rentable. Una falta generalizada de producto hace que se concreten todo tipo de desarrollos en Latinoamérica, pero hoteles fundamentalmente Selet Service están “in fill” y las provincias son una gran oportunidad. Las tendencias en crecimiento de la oferta hotelera a nivel global y regional U.S, Canadá, Australasia y Europa tienen loe stocks de oferta más densos en términos de población. Asia y África tienen los stocks más bajos. El potencial de crecimiento y las oportunidades de desarrollo más fuertes están en Asia, Sudamérica y África.

Según Sotelo (2014) en el trabajo realizado como “Estudio de Brechas Hoteleras en 7 ciudades del Perú”. (proyecto) MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MICETUR). En este estudio se dimensionó la oferta y demanda de la infraestructura hotelera y las características que fortalecen y fomentan un desarrollo hotelero turístico en el Perú. Se llevó a cabo en siete ciudades seleccionadas tales como Arequipa, Cusco, Lima, Piura, Lambayeque, La Libertad y Loreto. Dicho dimensionamiento se hace para el corto, mediano y largo plazo, es decir, 2017, 2022 y 2027 respectivamente; y parte de la necesidad de cubrir la demanda que vienen creciendo sostenidamente en los últimos años. Además, la investigación determina las oportunidades y tendencias del sector hotelero, así como el análisis de la oferta y demanda hotelera actual y futura-corporativa y ocio, en cada una de las ciudades seleccionadas. El resultado fue que en el escenario base, con una ocupación 5pp superior a la de hoy, la

brecha de inversión asciende a casi 5,000MUS$, repartidos en más de 30,00 habitaciones. US$ 903 millones al 2017, US$ 1,554 millones adicionales al 2022.US$ 2, 364 millones adicionales al 2027. En el escenario optimista, con una ocupación 5pp superior a la de hoy, la brecha de inversión asciende a más de 6,000MUS$ repartida en más de 41,000 habitaciones. US$ 1,145 millones al 2017. US$ 2,092 millones adicionales al 2022. US$ 3,422 millones adicionales al 2027.

Según (Pando, 2017) en el trabajo presentado como "Evaluación de la competitividad de hoteles peruanos de 3 estrellas frente a cadenas hoteleras en Lima", En el presente trabajo se efectuó la evaluación de la competitividad de los hoteles de 3 estrellas (peruanos) frente a las cadenas hoteleras en Lima; el cual tiene como objetivo identificar los factores que tienen efecto en esta demanda; a través de un modelo estadístico elaborado específicamente para este trabajo y el método de los mínimos cuadrados ordinarios (MCO), se estudiaron 4 variables que suponemos son relativas para la demanda turística de los hoteles de 3 estrellas; estas son: Inversión extranjera de los hoteles de 4 y 5 estrellas, demanda turística de hoteles de 4 y 5 estrellas, PBI de EEUU (Es el país de mayor procedencia) y el índice de interés en búsqueda electrónica de "Alojamientos en Lima". Los datos recolectados fueron de forma trimestral entre los años 2009 y 2016. Esta investigación se basa en la teoría microeconómica.

No existen estudios de identificación o trabajos de investigación sobre crecimiento de oferta hotelera en la ciudad de Cajamarca, la cual ha tenido un incremento de oferta hotelera en la ciudad, no solo en número de establecimientos, sino en incremento de habitaciones y de plazas, según el registro de la Dirección Regional de Turismo y Comercio Exterior DIRCETUR actualmente existen 148 establecimientos que operan en la ciudad, entre la clasificación de hoteles, hostales y hospedajes, con diferente categoría desde las 4 a 1 estrella.

2.2 Bases Teóricas.

Turismo.

A lo largo del tiempo y según las épocas se han propuesto muchas definiciones de la palabra turismo, conceptos que suelen incidir en muchos aspectos como la idea de desplazamiento o el motivo de la habitación. Sin embargo, cabe destacar que el sector turismo es muy variado y complejo puesto que, por un lado, la delimitación del área que comprende es confusa debido a que las actividades o los subsectores que forman parte del mismo son heterogéneos y, por otro, existen múltiples y complejas interrelaciones entre los mismos elementos que lo constituyen.

La Comisión de Estadística de las Naciones Unidas (Organizacion de Naciones Unidas, 1994) aprueba en el año 1993 el informe de la Organización Mundial del Turismo de Recomendaciones sobre estadísticas del turismo. La

definición otorgada al término turismo (Turismo O. M., 1993) es la siguiente: El turismo comprende "las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos".

Establecimientos hoteleros

Dentro del conjunto de alojamientos para turistas se pueden diferenciar un grupo de alojamientos de tipo hotelero, que son los que nos resultan de mayor interés para nuestro trabajo, y otro grupo de tipo extra hotelero (que incluyen viviendas turísticas, campings, apartamentos, ciudades de vacaciones, albergues, residencias, etc.). A pesar de existir dos agrupaciones diferentes son los establecimientos hoteleros el elemento básico de la oferta total del alojamiento (Mestres Soler, 2009). Una posible definición del sector hotelero podría ser la siguiente "el sector hotelero comprende todos aquellos establecimientos que se dedican profesional y habitualmente a proporcionar alojamiento a las personas, mediante precio, con o sin servicios de carácter complementario.

Los servicios de hotelería pueden fijarse, en general, dentro del marco siguiente: empresas dedicadas, de modo profesional o habitual al alojamiento de las personas con, o sin, otros servicios de carácter complementario. A su vez, estas actividades “se diferencian de las acciones de otras organizaciones

industriales y comerciales por la distinta naturaleza de los servicios y negocios que ejercen, puesto que existe una actividad principal, "la venta del alojamiento" o de las habitaciones (Musa Alhasan, 2003), distinta a las otras actividades, las cuales varían según el tamaño físico del hotel, los clientes del mismo, los servicios ofrecidos, la temporada, etc

El carácter intangible o inmaterial de la mayoría de los servicios hoteleros, es decir, no se pueden coger o tocar representa un inconveniente a tener en cuenta en dos sentidos diferentes (Aguayo Moral, 2007):

- El producto se identifica con el servicio mismo que se presta en cada momento. Existe simultaneidad entre el momento de la obtención o "fabricación" del servicio y su consumo por parte del cliente. Por ello, es muy importante el contacto que se produce entre el productor o prestador del servicio y el consumidor. Es decir, el trato que el conjunto de los recursos humanos del hotel mantiene con los clientes es un punto clave y decisivo. De él depende a menudo la percepción de calidad y satisfacción que estos clientes se formen de la estancia en el hotel. De ahí la importancia que tienen los recursos humanos en este tipo de establecimientos.

  Al mismo tiempo, esta intangibilidad dificulta "la diferenciación de los servicios, de manera que se han de buscar aspectos materiales (palpables, tangibles) que el cliente pueda relacionar con el servicio ofrecido"

  En cuanto a la estructura y comportamiento de los costes de los establecimientos hoteleros puede remarcarse que "los costes fijos

(salarios, gastos de publicidad, amortización de edificios, instalaciones y muebles entre otros) son muy altos en comparación con los costes variables. Se consideran costes fijos aquéllos que no varían a corto plazo ante los cambios en la tasa de ocupación del hotel. (…)

Tipos de diagnóstico.

Según (Valdez Rivera, 1998), El concepto diagnóstico se inscribe dentro de un proceso de gestión preventivo y estratégico. Se constituye como un medio de análisis que permite el cambio de una empresa, de un estado de incertidumbre a otro de conocimiento, para su adecuada dirección, por otro lado, es un proceso de evaluación permanente de la empresa a través de indicadores que permiten medir los signos vitales.

(Cumming & Worley, 2001) El diagnóstico es una herramienta de la dirección y se corresponde con un proceso de colaboración entre los miembros de la organización y el consultor para recabar información pertinente, analizarla e identificar un conjunto de variables que permitan establecer conclusiones.

El diagnóstico es parte de un proceso que se adoptan medidas por lo que se le da un sentido de aplicabilidad práctica para la solución de un problema. La oferta hotelera se clasifica y/o categoriza de acuerdo a las normas y leyes que regula cada país. Además, los símbolos utilizados para la

valorización de los hoteles no son los mismos, y aunque las estrellas sean los más conocidos y utilizados. La Organización Mundial de Turismo (Turismo, 1998) habla de una ausencia de clasificación internacional.

Los Servicios.

Las actividades identificables e intangibles son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades" en esta propuesta, cabe señalar que según los mencionados autores esta definición excluye a los servicios complementarios que apoyan la venta de bienes u otros servicios, pero sin que esto signifique subestimar su importancia.

En 1981 la American Marketing Association (A.M.A.), señala que "los servicios son actividades que pueden identificarse aisladamente; son actividades esencialmente intangibles que proporcionan satisfacción y que no se encuentran forzosamente ligadas a la venta de bienes".

Si son totalmente intangibles, se intercambian directamente del productor al usuario, no pueden ser transportados o almacenados, y son casi inmediatamente perecederos. Los productos de servicio son a menudo difíciles de identificar, porque vienen en existencia en el mismo tiempo que se compran y que se consumen. Abarcan los elementos intangibles que son inseparabilidad; que implican generalmente la participación del cliente en una cierta manera importante; no pueden ser vendidos en el sentido de la transferencia de la propiedad; y no tienen ningún título. Hoy, sin embargo,

la mayoría de los productos son en parte tangibles y en parte intangibles, y la forma dominante se utiliza para clasificarlos como mercancías o servicios (todos son productos). Estas formas comunes, híbridas, pueden o no tener las cualidades dadas para los servicios totalmente intangibles". Con estas definiciones se puede resumir aquel servicio es una acción o proceso que busca satisfacer necesidades, sin ser un elemento tangible o de lo cual se puede tener propiedad.

(Lovelock, 2011), define a los servicios como "actividades económicas que crea valor y proporcionan beneficios a los clientes en tiempos y lugares específicos como resultado de producir un cambio deseado en (o a favor de) el receptor del servicio." Por lo anteriormente expuesto, se puede definir en líneas generales "servicio", como un producto intangible, que no se puede ver o poseer, sino que proporciona beneficios, produciendo satisfacción al cliente.

Según (K. Douglas Hoffman, 2010), los bienes y servicios se diferencian a través de cuatro características:

-Intangibilidad, quiere decir que los servicios no se pueden tocar, ni ver como los objetos, así mismo, las opiniones de los consumidores acerca de los servicios son más subjetivos que objetivos, por tal motivo no se pueden evaluar.

-Inseparabilidad, quiere decir que el empleado participa en el proceso de la entrega del servicio.

-Heterogeneidad, significa que, al brindar un servicio, no podría ser igual a la hora de brindar el servicio de un cliente a otro, por ello es un reto estandarizar y llevar un control de calidad de servicio.

-Perecedero, se refiere a que los servicios no se pueden almacenar ni llevar inventarios.

Estas características del "servicio" permiten describir el servicio de hospedaje de la siguiente manera: es intangible, porque otorga al cliente el derecho a utilizar la habitación, más no venderla como los productos tangibles. Así también, cuando el cliente deja el hotel, lo único que se lleva son las experiencias que tuvo con el servicio, el cuál serán compartidas con otros.

Otra característica del servicio aplicado a la hotelería, viene a ser la Inseparabilidad**,** consiste en que tanto el empleado (capacitado por el hotel) como el cliente (formado por el hotel para utilizar el sistema telefónico, el internet para obtener información o hacer reservas) deben de estar presentes para que el servicio de hospedaje exista.

Por otra parte, el servicio de hospedaje es heterogéneo, es decir que los hoteles tratan de reducir la variabilidad de la prestación del servicio hotelero de un cliente a otro, por lo que el hotel debe de reclutar a empleados adecuados, estandarizar los procesos en el hotel y hacer un seguimiento de la satisfacción a través de encuestas y reclamaciones. Y por último es perecedero, quiere decir que cuando no se vende una habitación en una noche, entonces es una venta que se ha perdido para siempre. (Kotler, Ph., Bowen, J. T., Makens, J. C., Miranda, J. G. M., Zamora, J. F., 2011).

Servicios básicos.

Son todos los elementos que identifican a una empresa, al cliente se le vende también otros elementos como oportunidad, rapidez y confiabilidad (Turismo O. M., 1993).

Servicios complementarios.

Según (Román, 2016) servicios complementarios es todo aquel servicio que se adiciona a la oferta básica para complementarla y diferenciarla de la competencia, dichos servicio generan mayor valor a los establecimientos de hospedaje, los cuales cubren las necesidades y en algunos casos los deseos de los huéspedes, ejemplos como el servicio de lavandería y planchado, spa, gimnasio, sauna entre otro, acompañado de una buena atención, trato de personas especialistas en cada rubro de atención.

El servicio de hospedaje debe cumplir con todas estas características, el servicio es el punto principal, la gestión de servicios da como resultado una diferenciación en el producto hotelero, que involucra el manejo adecuado de todos los recursos necesarios, a fin de brindar servicio de calidad en los establecimientos de hospedaje.

Actualmente, la competitividad en el sector hotelero, radica en brindar un valor agregado al producto hotelero en general, centrado en atender las necesidades, deseos de los clientes, dichos complementos que se ofrecen en el servicio hotelero, garantiza el grado de satisfacción al huésped, así como la grata experiencia que genera, una vez tomados estos servicios.

Marketing de servicios.

De acuerdo con Fernández y Bajac (2003), tradicionalmente el marketing de servicios fue asumido como una disciplina separada y esencialmente diferente del marketing de bienes; sin embargo, el marketing de servicios ha tomado mayor fuerza en las últimas décadas.

Según Arellano (2001), el marketing es una disciplina que es cada vez más importante para las sociedades y cuya relación con el estudio de los consumidores es muy grande. En consecuencia, se ha reforzado la importancia del marketing de servicios, de la calidad del servicio y de la gestión de servicios como ramas del marketing especializadas en una categoría especial: el servicio.

Cabe añadir que Fernández y Bajac (2003) indicaron que en el futuro no habrá marketing sin marketing de servicios. Asimismo, el hecho de que varias de las empresas del rubro industrial estén cada vez más sustentadas en los servicios para diferenciar su oferta del resto de la competencia, hace que sean más competitivas con el fin de mantener e incrementar su presencia

en el mercado. En diversas ocasiones, los clientes han abandonado a sus proveedores de bienes debido a la falta de servicios complementarios, razón por la cual los autores afirman que actualmente ya no se venden bienes o servicios, sino que toda empresa vende una combinación de ambos.

Es importante recalcar que el marketing de servicios permite conocer en detalle las variables que intervienen en la prestación de servicios, como se establecen las estrategias y también como se dirigen los productos hoteleros a segmentos conocidos y apropiados.

2.3 Marco Conceptual.

La Planta Hotelera: El Diccionario General de Turismo (University of Texas. Digitized, 2007) Lo define como: "Conjunto de Construcciones para uso hotelero con que cuenta un territorio determinado (ciudad, región o país), una empresa hotelera o un grupo de éstas." A partir de esta definición se puede entender que la planta hotelera está constituida por el conjunto de establecimientos de hospedaje clasificados, categorizados y sin categoría disponibles en una ciudad determinada.

Oferta hotelera: La oferta hotelera es la cantidad de establecimientos de hospedaje que se ofrecen en el mercado, a una tarifa determinada, para brindar el servicio de alojamiento a los consumidores de bienes y servicios (turistas) *Diccionario General de Turismo. (p.199).*

Diagnósticos Funcionales: El enfoque funcional descompone la organización por funciones y se agrupan los procesos por especialidades en correspondencia con los sistemas de producción, contabilidad, finanzas, personal, entre otros (Turismo, 1998). El desarrollo unilateral de los mismos puede conducir a sistemas funcionalmente óptimos pero que dificultan la integración de las acciones hacia los objetivos globales de la organización, ya que trabajan con indicadores que miden el desempeño individual de cada especialidad.

Diagnóstico Estratégico: Este diagnóstico permite identificar aspectos estratégicos (amenazas y oportunidades del entorno) y la diferencia entre los recursos de la empresa y aquellos medios necesarios para lograr los objetivos definidos (Ramírez Rojas, 2007). La consecuencia natural del diagnóstico es lograr un plan estratégico que permita definir y tomar una serie de decisiones fundamentales para la empresa a mediano y largo plazo. Considera los diferentes campos de actividad, el entorno (mercado y competencia) y su potencial interno (conocimientos técnicos, competencias, medios materiales y recursos financieros). El diagnóstico estratégico se corresponde con un enfoque transversal a partir de la descomposición de la organización en procesos interrelacionados considerando el nivel de desempeño de la empresa y no concentrándose en actividades dispersas.

Diagnóstico Empresarial: El diagnóstico se emplea dentro del ámbito empresarial como una herramienta de la dirección, de la cual se obtiene ayuda para comprender tanto el pasado como el presente. Es importante tomar en cuenta que el concepto de diagnóstico se inscribe dentro de un proceso de gestión preventiva y estratégico, trata de identificar las causas de los problemas que surgen en las organizaciones para definir las medidas que mejoren su situación. Bajo esta perspectiva Ruiz (2006), plantea que el diagnóstico empresarial, es un proceso de conocimiento de la naturaleza, cualidades, características, manifestaciones, relaciones, explicaciones, magnitudes, o un fenómeno de interés, para expresar un juicio fundamentado respecto de la situación encontrada frente a la situación ideal y orientar la investigación correspondiente. Así también permite reunir la información requerida para describir o analizar una situación a través de un juicio o apreciación y dar a conocer cómo es y cómo debe de ser la situación del sujeto de estudio, por medio de lineamientos especiales de acción. Para Fischer y Espejo (2012), el diagnóstico de la empresa o análisis de la situación consiste en estudiar cuidadosamente los factores internos y externos de una compañía. También como lo expresa Fierro (2009), puede ser aplicado en las empresas de producción, servicios y/o comercio, para identificar las problemáticas existentes diseñar un plan de acción que oriente el devenir de la organización.

De los anteriores planteamientos se deduce que el diagnóstico empresarial constituye una valiosa herramienta, que puede ser aplicada a la industria hotelera, ya que es un proceso de análisis que permite el cambio en

una empresa, de un estado de incertidumbre a otro de conocimiento para su adecuada dirección y evaluación, también permite determinar las fortalezas y debilidades de una empresa en su ámbito financiero y operativo, identificando las causas y efectos que generan sus limitaciones, para estar en posibilidades de realizar las acciones necesarias para su solución.

2.4 Hipótesis.

La oferta de servicios en establecimientos hoteleros en la zona sur de la ciudad de Cajamarca se está incrementando, trayendo como consecuencia, el aumento de hoteles, hostales y hospedajes que incumplen los estándares de clasificación y categorización previstos en la normatividad vigente.

CAPÍTULO III

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de Investigación.

Investigación, descriptiva no experimental.

3.2 Diseño de Investigación.

Investigación de diseño cuantitativo de corte transversal prospectivo.

3.3 Área de Investigación.

Gestión empresarial, Economía y Negocios Internacionales**.**

3.4 Población.

Constituido por los 50 establecimientos identificados y ubicados según el Catastro de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, en la zona sur de la ciudad, y caracterizados como Hostales, Hospedajes y Hoteles.

3.5 Muestra.

La muestra estuvo constituida por 50 establecimientos hoteleros, clasificados como Hostales, Hospedajes y Hoteles, identificados por conveniencia del investigador en la zona sur de la ciudad y divididos en 10 sectores para la recogida de datos, según el Catastro de la Municipalidad Provincial de Cajamarca (anexo 3):

SECTOR 12 Santa Elena.

SECTOR 13 San Martin de Porres.

SECTOR 14 Mollepampa

SECTOR 18 Aranjuez.

SECTOR 19 Nuevo Cajamarca

SECTOR 21 Miraflores y la Tulpuna

Sector Shucapampa.

Asociación Vivienda Guardia Civil I Y II.

Urbanización zona eucaliptos Hospital regional.

Vía de Evitamiento Sur (perímetro hasta la zona de eucaliptos).

3.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.

Para adquirir y compilar la información se utilizó las siguientes herramientas, las mismas que han sido elaboradas tomando en cuenta el cuadro de operacionalización de variables a fin de cumplir con los objetivos del trabajo de investigación.

Plano de ubicación, para dar inicio a la investigación se trabajó el plano actualizado de la ciudad, obtenido del Catastro de la Municipalidad Provincial de Cajamarca. Se delimito la zona de trabajo en sectores y la identificación de establecimientos fue realizada por la investigadora, mediante visitas a los establecimientos hoteleros.

Ficha de recolección de datos de establecimiento de hospedaje, elaborada por la investigadora (Anexo 1), ha tomado en cuenta la información de interés para el objetivo de estudio, la aplicación de la misma lo realizo personal contratado y capacitado en el uso y aplicación de esta herramienta. Esta ficha de recolección de datos ha sido validada por tres profesionales expertos en el tema.

Guía de entrevista a conductores de establecimientos. La guía de entrevista recogió información de la parte administrativa, datos vinculados a temas de gestión, toma de decisiones sobre la conducción de los negocios.

Estrategias o procedimientos: Mapeo en zona de identificación y llenado de ficha de inventario y guía de entrevista en los establecimientos de hospedaje seleccionados. Las herramientas fueron aplicadas en el periodo junio y julio 2018, en la zona sur de la ciudad de Cajamarca.

3.7 Técnicas para el procesamiento y análisis de datos.

La información capturada con instrumentos de investigación fue ingresada y digitalización en una matriz diseñada con el uso del software Excel 2016, el procesamiento de información y análisis se realizó con el apoyo del programa SPSS 23 (Statistical Package for the Social Sciences) programa orientados a la realización de análisis estadísticos aplicados a las ciencias sociales. La elaboración de cuadros estadísticos y gráficos se elaboraron con el apoyo de Excel 2016,

3.8 Interpretación de datos.

Para la interpretación de los datos se usó tablas y gráficos de tendencia, porcentajes de frecuencia para cuantificar las variables estudiadas.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4. Presentación, análisis e interpretación de resultados.

El estudio de investigación aplicado, nos ha brindado información que a continuación se detalla, en lo que respecta a la identificación de los establecimientos ubicados en la zona sur de la ciudad de Cajamarca, una vez identificados se programó las visitas a los 50 establecimientos en donde se aplicaron las dos herramientas como fue la ficha de inventario, y la encuesta a los conductores de estos establecimientos para poder determinar el nivel del servicio, precios y el grado administrativo y organizacional de los mismos.

Inventario de establecimientos hoteleros.

La zona estudiada muestra o identifica 03 clases de establecimientos: 9 Hoteles (Tabla 5), 29 Hostales (Tabla 6) y 12 hospedajes (Tabla 7): totalizando un inventario de 50 Establecimientos Hoteleros.

TABLA Nº 1. *Inventario de establecimientos / Clase Hotel*

Nº	CATEGORIA	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	N°
1	3 estrellas	LOS K,JACHOS	Av. La Paz	932
2	2 estrellas	SAN MARTIN	Av. San Martin	878
3	3 estrellas	LUNA AZUL	Av. Vía de Evitamiento	1112
4	3 estrellas	CIELO AZUL	Av. Vía de Evitamiento	1112
5	2 estrellas	QURINAC	Jr. Los Próceres	s/n
6	2 estrellas	KRISANT	Av. Héroes del Cenepa	415
7	3 estrellas	KJACHOS	Av. La paz	930
8	3 estrellas	CAXAMARCA	Av. Los manantiales	727
9	3 estrellas	LATINO HOTEL	Jr. Nuevo Cajamarca	701

Fuente: Elaboración propia.

TABLA Nº 2. *Inventario de establecimientos / Clase Hospedaje*

ORDEN	CATEGORIA	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	N°
39	sin categoría	EL CHARACATO	Jr. Alfonzo Ugarte	1335
40	sin categoría	T Y F	Jr. Alfonzo Ugarte	1283
41	sin categoría	ILICOS	Av. San Martin	1505
42	sin categoría	PUÑUY WASI	Jr. Los Gladiolos	106
43	sin categoría	DIAMANTE	Jr. Uchuracay	851
44	sin categoría	EL INCA	Av. San Martin	592
45	sin categoría	PEPITO	Jr. El Milagro	958
46	sin categoría	EL BUEN PASTOR	Jr. Larry Jhonson	s/n
47	sin categoría	DE LUXE	Jr. Larry Jhonson	s/n
48	sin categoría	DONDE EL CHAVITO	Jr. Larry Jhonson	s/n
49	sin categoría	EL DORADO	Jr. Los Gladiolos	123
50	sin categoría	POSADA DE JESUS	Av. Via de Evitamiento	1302

Fuente: Elaboración propia.

TABLA Nº 3. *Inventario de establecimientos / Clase Hostal*

ORDEN	CATEGORIA	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	N°
10	sin categoría	LAS AMERICAS	Pje. Conquistadores	s/n
11	1 estrella	HUACALOMA	Pje. San Antonio	194
12	2 estrellas	ALBORADA	Pje. San Camilo	229
13	sin categoría	OLIMPO	Av. Atahualpa	434
14	2 estrellas	RIO ROMA	Jr. El Milagro	143
15	2 estrellas	VAL PARAISO	Av. Industrial	567
16	sin categoría	LOS GLADIOLOS	Jr. Los Gladiolos	125
17	sin categoría	PECA 2	Av. Vía de Evitamiento	1310
18	3 estrellas	EL PRINCIPE	Av. Vía de Evitamiento	1762
19	sin categoría	CAXAMARCA	Jr. Colonial	405
20	sin categoría	SANTA CATALINA	Jr. Mártires de Uchuracay	1641
21	3 estrellas	YAKU SPA	Jr. Conquistadores	134
22	sin categoría	CORAZON DE JESUS	Av. San Martin	1533
23	sin categoría	LA FLORIDA	Av. La Paz	204
24	sin categoría	RUBI	Jr. Silva Santisteban	1208
25	sin categoría	YO BREDA	Av. La Paz	s/n
26	sin categoría	MIRAFLORES	Jr. Túpac Amaru	274
27	sin categoría	RELAX	Jr. Silva Santisteban	1268
28	2 estrellas	RIO ROMA	Jr. El Milagro	146
29	sin categoría	ANGEL	Av. Nuevo Cajamarca	702
30	sin categoría	VISA	Jr. Emancipación	s/n
31	sin categoría	CRISOLOGO	Jr. Los Próceres	s/n
32	sin categoría	ACUARIO	Jr. Santa Rosa	187
33	sin categoría	AQUINO	Jr. Santa Rosa	149
34	sin categoría	KRISTEL	Av. San Martin	2014
35	2 estrellas	J Y C	Av. San Martin	
36	2 estrellas	PARAISO	Av. Vía de Evitamiento	2986
37	2 estrellas	SANTA ROSA	Jr. Santa Rosa	117
38	sin categoría	VILLA HERMAS	Jr. Santa Rosa	s/n

Fuente: Elaboración propia.

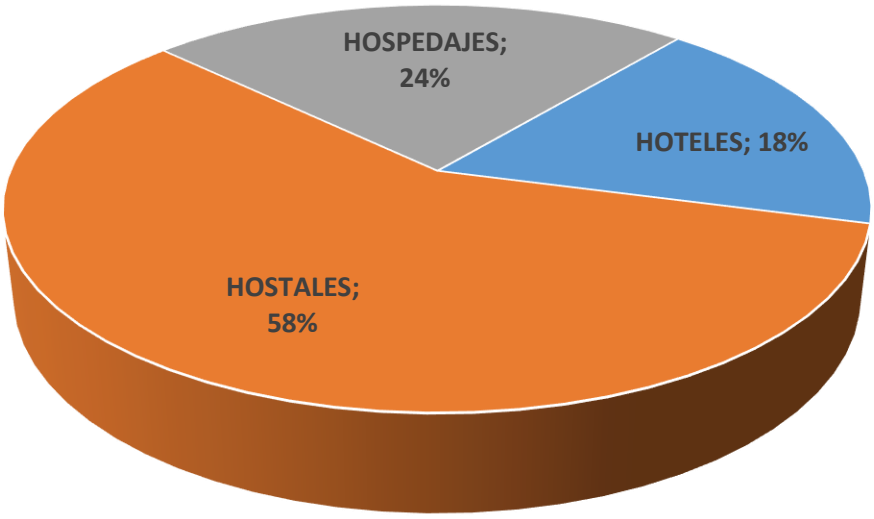
TABLA Nº 4. *Porcentaje de establecimientos hoteleros por categoría.*

CLASE	CANTIDAD	%
HOTELES	9	18%
HOSTALES	29	58%
HOSPEDAJES	12	24%
TOTAL	50	100%

Fuente Elaboración propia

En promedio el 18% de la muestra estudiada son hoteles; 58% está representado por hostales y 24 % son hospedajes. (Tabla 8).

GRÁFICO N° 1. *Porcentaje de establecimientos hoteleros por categoría.*



Fuente: Elaboración propia

Como resultado del inventario de establecimientos hoteleros ubicados en la zona sur de Cajamarca, nos da como resultado que, en esta nueva zona de Cajamarca, existen 50 establecimientos de hospedaje, el 18 % (n = 9) son

considerados como hoteles de acuerdo a las características básicas: número de habitaciones, que deben superar las 20 en cada establecimiento (Grafico 1),

Sin embargo, la zona es donde más se encuentran Hostales, los cuales suman 29 que representan el 58% del total de establecimientos quiere decir que existen negocios con menos de 20 a 15 habitaciones que prestan servicio de hospedaje inclusive sin ningún detalle de servicio adicional. Los hospedajes se ubican en la tercera escala como establecimientos NO CATEGORIZADOS, en esta zona se ha detectado 12, que representa el 24 % con condiciones mínimas, que solo se brinda la habitación en la cual en su gran mayoría son utilizados como servicios momentáneos de alta rotación. (Tabla 8).

TABLA Nº 5. *Hoteles por categoría.*

CLASIFICACIÓN	TOTALES	%
3 ESTRELLAS	4	45%
2 ESTRELLAS	3	33%
SIN CATEGORIA / 01 ESTRELLA	2	22%
TOTAL	9	100%

Fuente Elaboración propia

Según la (Tabla 9) en la clase hoteles se presenta al menos 3 categorías: Existen solo 4 hoteles de 3 estrellas en esta zona, la diferencia es por cumplimiento de reglamento de hospedaje en lo que se refiere a servicios básicos, tamaño de habitaciones etc.

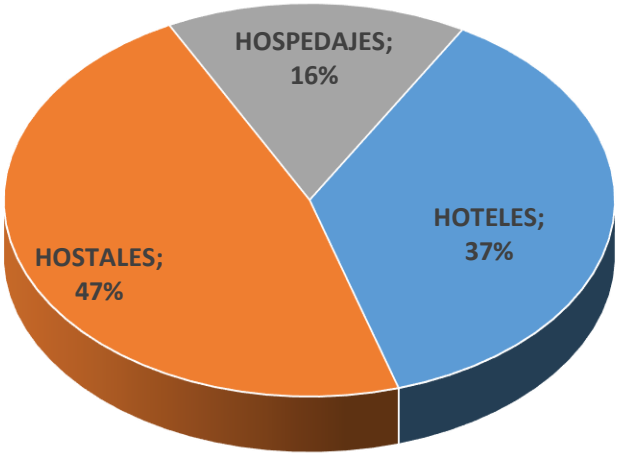
TABLA Nº 6. *Habitaciones por establecimiento de hospedaje.*

CLASE	Total, No. Camas / plazas	%
HOTELES	339	37%
HOSTALES	432	47%
HOSPEDAJES	146	16%
TOTAL	917	100%

Fuente Elaboración propia.

La nueva zona de Cajamarca cuenta con un total de 917 camas según el estudio, dividido en los tres tipos de establecimientos evaluados, en donde los hoteles cuentan con 339 habitaciones que representa el 37%, seguido de los Hostales con un total de 432 habitaciones que representa el 47% y los Hospedajes con un total de 146 habitaciones que representa el 16 % (Tabla 10).

GRÁFICO N° 2. *Porcentaje número de habitaciones por establecimiento Hotelero*



Fuente: elaboracion Propia.

La nueva zona de Cajamarca cuenta con 37% de hoteles con 339 habitaciones; Hostales 47% con un total de 432 habitaciones y Hospedajes 16 %. Con un total de 146 habitaciones. Cabe indicar también que se ubicó un Hotel que cuenta con 200 habitaciones equipadas, el cual representa el 60% del total de habitaciones que ofrecen los establecimientos en este rubro (grafico 2).

Precios y tarifas de los servicios de hospedaje.

El análisis del estudio comprendió al precio de las tarifas de alojamiento en esta zona, de la cual podemos determinar en primer lugar que *"Una* tarifa *puede ser el listado de los precios o cuotas a pagar que se exige para utilizar un servicio o acceder a un producto"*. Las tarifas de servicio de hospedaje de los establecimientos Hoteleros difieren por varios aspectos:

- Clase y categoría del establecimiento.
- Servicios básicos y complementarios que ofrecen.
- Tipo y calidad de servicios.
- Ubicación, zona, seguridad etc.

El otro componente del análisis de la tarifa fue por el Tipo de habitación, a razón de ser se comercializa 3 tipos de habitaciones: Simples, dobles, matrimoniales, salvo en algunos establecimientos ofrecen habitaciones para mayor cantidad de personas, (triples o cuádruples)

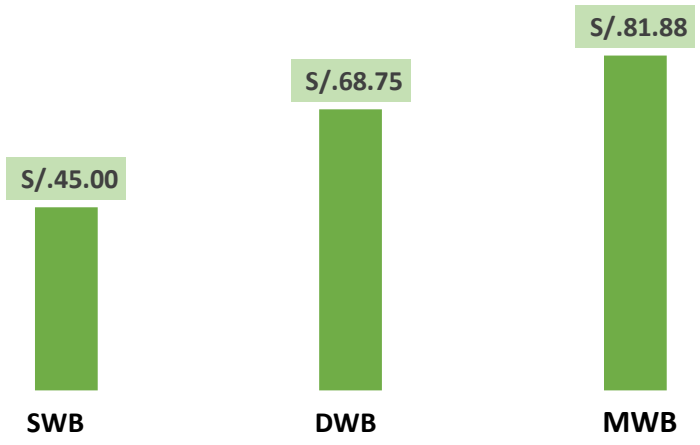
TABLA Nº 7. *Tarifas por tipo habitaciones hotel.*

HOTELES	PRECIOS
SWB	S/. 45.00
DWB	S/. 68.75
MWB	S/. 81.88

Fuente: Elaboración propia.

Se muestra los precios promedios por tipo de habitación en hoteles; 45 soles el precio más bajo y 82 el más alto (tabla 11).

GRÁFICO N° 3. *Precio Promedio por habitación en Hoteles.*



Fuente: Elaboracion Propia.

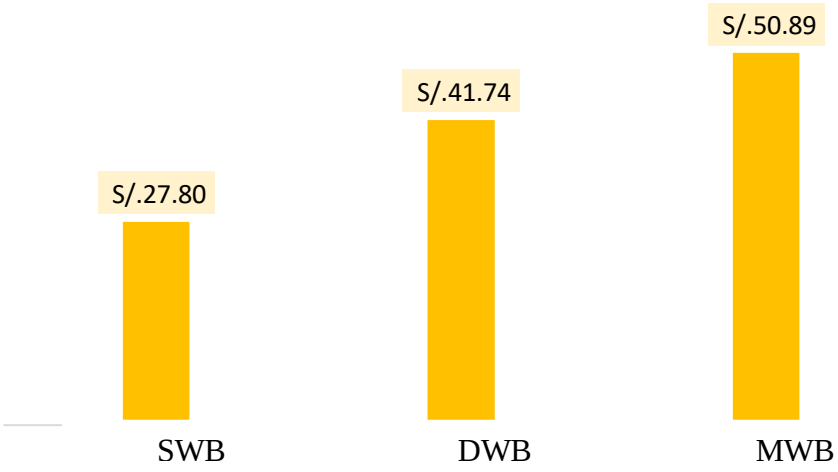
Se determinó los precios promedios de las habitaciones de **hoteles** varía según el tipo de servicio las SWB en S/. 45.00; las de tipo DWB en S/. 68.75 y las MWB en S/. 81.88. (Grafico 3).

TABLA Nº 8. *Precios y tarifas de los hostales.*

HOSTALES	PRECIOS
SWB	S/. 27.80
DWB	S/. 41.74
MWB	S/. 50.89

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N° 4. *Precio Promedio por habitación en Hostales.*



Fuente: Elaboración propia.

Se determinó los precios promedios de las habitaciones de **hostales** varía según el tipo de servicio las SWB en S/. 27.80; las de tipo DWB en S/. 41.74 y las MWB en S/. 50.89. (Grafico 4).

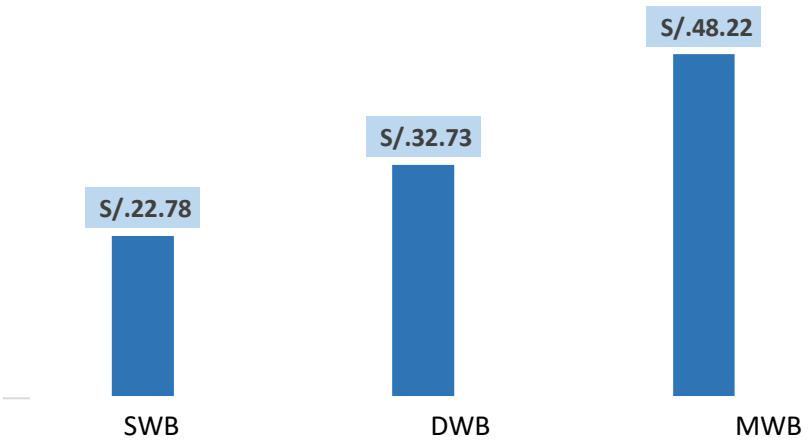
TABLA Nº 9. *Precios y tarifas de los hospedajes.*

HOSPEDAJES	PRECIOS
SWB	S/. 22.78
DWB	S/. 32.73
MWB	S/. 48.22

Fuente: Elaboración propia.

Se determinó los precios promedios de las habitaciones de **hospedajes** los costos varían según el tipo de servicio las SWB en S/. 22.78; las de tipo DWB en S/. 32.73 y las MWB en S/. 48.22. (Tabla 13) y (Grafico 5).

GRÁFICO N° 5. *Precio Promedio por habitación en Hospedajes.*



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en los cuadros y figurar los montos por cada tipo de habitación, varían de acuerdo al tipo de establecimiento, para el caso de análisis se trabajó mediante escalas ponderando el promedio por tipo de habitación, lo cual nos quiere decir que las tarifas más bajas son las habitaciones que venden los hospedajes, en su mayoría con ningún servicio que agregue valor al mismo. Las tarifas en los hoteles tienen un mayor incremento de tarifa, debido a que son establecimientos por la clase y categoría que representan pero que también en algunos de los casos dependen de los servicios que ofrecen.

Servicios básicos y complementarios de los establecimientos de hospedaje por tipo.

Se entiende por servicios básicos en hotelería a los componentes mínimos para ofrecer el servicio de hospedaje, los cuales cumplen el objetivo de brindar

alojamiento y el equipamiento mínimo que este necesita. Es importante determinar que los servicios que se brindan en los establecimientos de hospedaje se diferencian por clase y categoría, el siguiente análisis arroja la descripción de los servicios que se ofrecen de los establecimientos en la zona sur de Cajamarca.

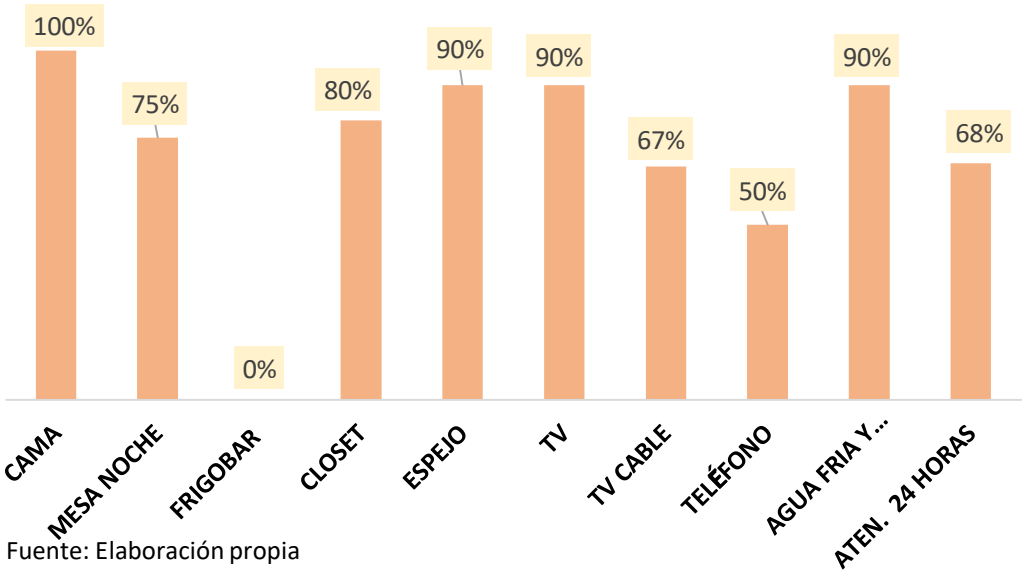
TABLA Nº 10. *Servicios básicos en hoteles*

EQUIPAMIENTO	PORCENTAJE
CAMA	100%
MESA NOCHE	75%
FRIGOBAR	0%
CLOSET	80%
ESPEJO	90%
TV	90%
TV CABLE	67%
TELÉFONO	50%
AGUA FRIA Y CALIENTE	90%
ATEN. 24 HORAS	68%

Fuente Elaboración propia

Los Servicios básicos en hoteles, no se ofrecen en su totalidad como lo determina la normatividad, el 10% no cuenta con agua caliente; 20 % no ofrece closet; y solo 6 de cada 10 hoteles brindan televisión por cable (Tabla 14).

GRÁFICO N° 6. *Servicios básicos en Hoteles.*



Fuente: Elaboración propia

Los Servicios básicos en hoteles, no se ofrecen en su totalidad como lo determina la normatividad, solo el 25% ofrece mesa de noche; no tienen teléfono en habitación el 50 %; (Grafico 6)

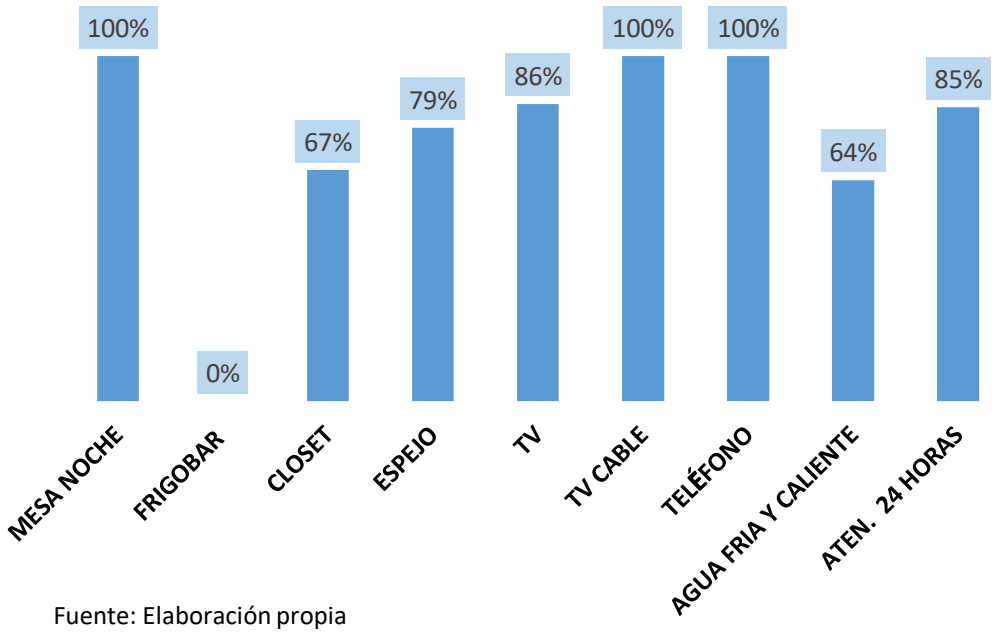
TABLA Nº 11. *servicios básicos en hostales*

EQIPAMIENTO	PORCENTAJE
MESA NOCHE	100%
FRIGOBAR	0%
CLOSET	67%
ESPEJO	79%
TV	86%
TV CABLE	100%
TELÉFONO	100%
AGUA FRIA Y CALIENTE	64%
ATEN. 24 HORAS	85%

Fuente Elaboración propia

Los Servicios básicos en hostales, no se ofrecen como lo determina la normatividad vigente, el 40% no cuenta con agua caliente; 40 % no ofrece closet; y ningún hostal brinda televisión por cable (Tabla 15) y (Grafico 7).

GRÁFICO N° 7. *Servicios básicos en Hostales.*



Fuente: Elaboración propia

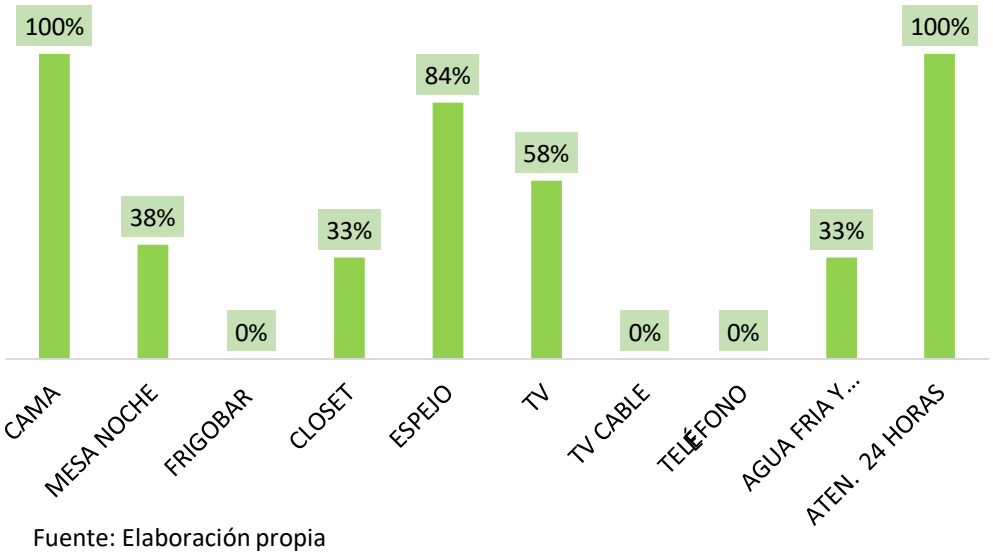
Los hospedajes (Tabla 16) y (Grafico 8). Los hostales no ofrecen servicios básicos como lo determina la normatividad vigente, el 70% no ofrece agua caliente; 33 % closet; y ningún hospedaje brinda televisión por cable.

TABLA Nº 12. *Servicios básicos en hospedajes*

EQUIPAMIENTO	PORCENTAJE
CAMA	100%
MESA NOCHE	38%
FRIGOBAR	0%
CLOSET	33%
ESPEJO	84%
TV	58%
TV CABLE	0%
TELÉFONO	0%
AGUA FRIA Y CALIENTE	33%
ATEN. 24 HORAS	100%

Fuente Elaboración propia

GRÁFICO N° 8. *Servicios básicos en Hospedajes.*



Fuente: Elaboración propia

Los gráficos 6,7 y 8, representan como se encuentran los hoteles, hostales y hospedajes en esta zona de Cajamarca, los cuales en lo q respecta a Hoteles el porcentaje de cumplimiento ponderado oscila entre el 75% a 90%, en los Hostales se presenta en una escala de 80 %, y los hospedajes en un 50 %, esto afirma que mientras se tenga mayor categoría los servicios aun siendo básicos son más óptimos.

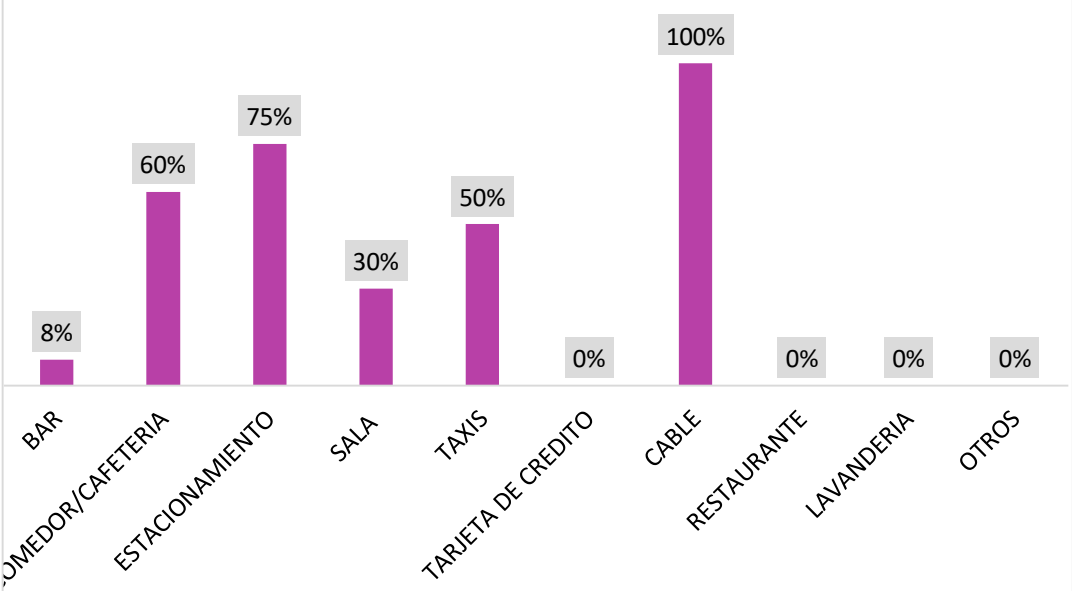
TABLA Nº 13. *Servicios complentarios en hoteles.*

EQUIPAMIENTO	PORCENTAJE
BAR	8%
COMEDOR/CAFETERIA	60%
ESTACIONAMIENTO	75%
SALA	30%
TAXIS	50%
TARJETA DE CREDITO	0%
CABLE	100%
RESTAURANTE	0%
LAVANDERIA	0%
OTROS	0%

Fuente Elaboración propia

Servicios complementarios en hoteles, Como se aprecia (cuadro 17) el servicio de Cable es el servicio de mayor importancia, sin embargo, hay que resaltar que solo tienen el servicio de cable local, el cual solo ofrece un número mínimo de canales, el cual también posee señal no adecuada.

GRÁFICO N° 9. *Servicios Complementarios en Hoteles.*



Fuente: Elaboración Propia

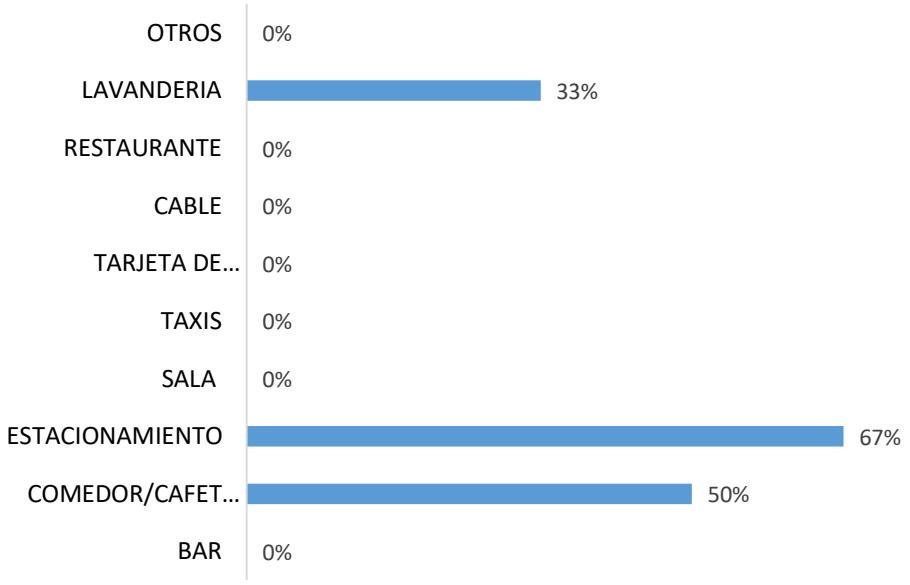
Solo 01 establecimiento da el servicio de bar y otro aspecto importante que en su gran mayoría el medio de pago es en efectivo.

TABLA Nº 14. *Servicios complementarios en hostales.*

EQUIPAMIENTO	PORCENTAJE
BAR	0%
COMEDOR/CAFETERIA	50%
ESTACIONAMIENTO	67%
SALA	0%
TAXIS	0%
TARJETA DE CREDITO	0%
CABLE	0%
RESTAURANTE	0%
LAVANDERIA	33%
OTROS	0%

Fuente Elaboración propia

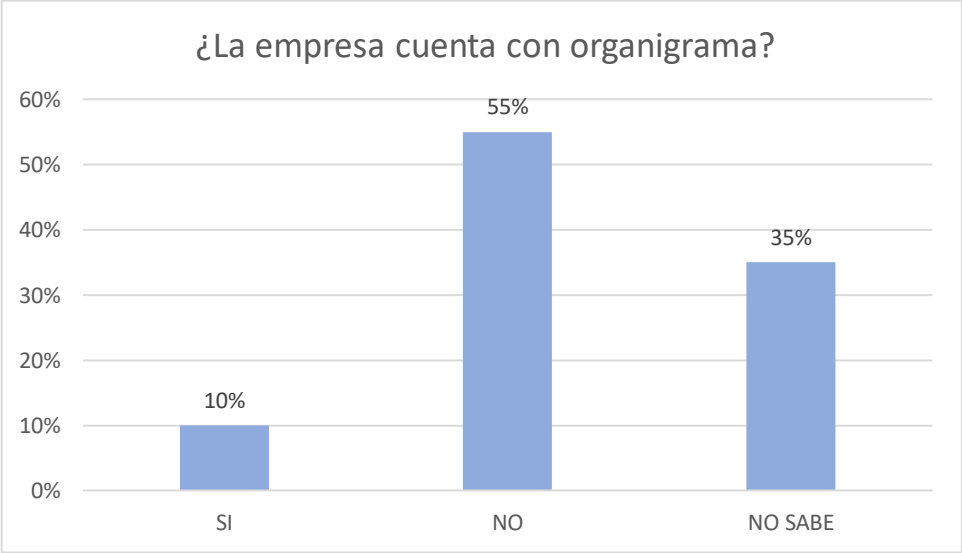
GRÁFICO N° 10. *Servicios Complementarios en Hostales.*



Fuente: Elaboracion Propia

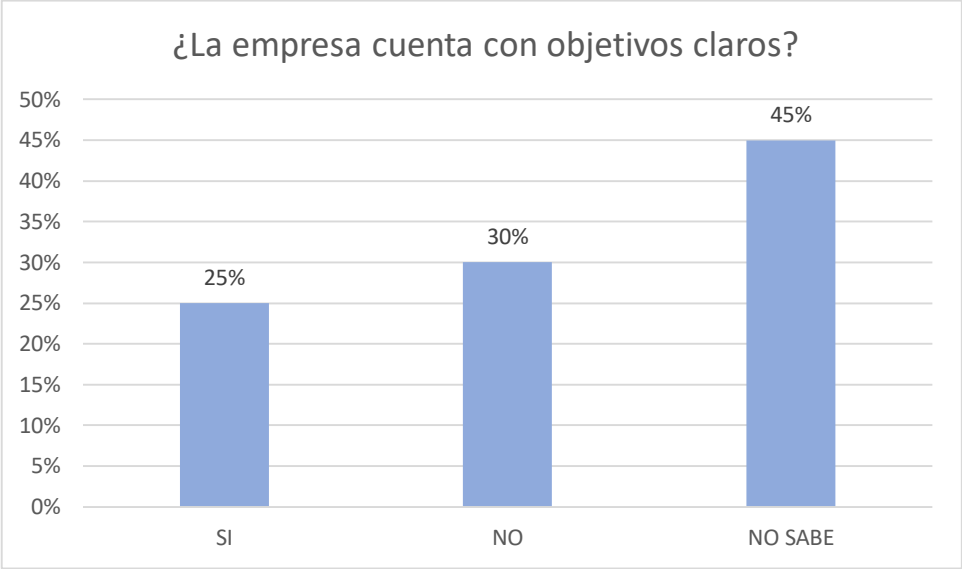
Aspectos administrativos.

GRÁFICO N° 11. *Estructura organizacional*



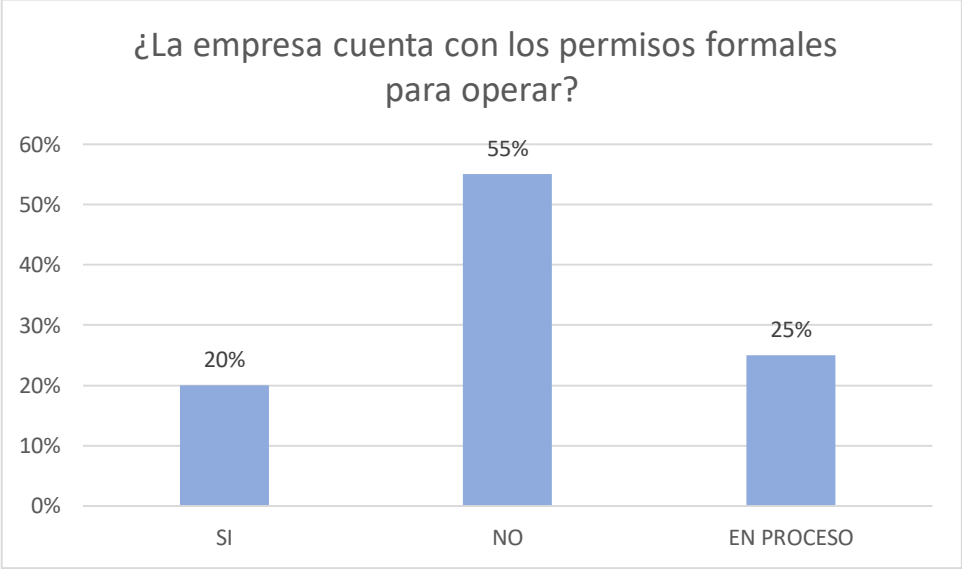
Fuente Elaboración propia

GRÁFICO N° 12. *Lineamientos organizacionales*



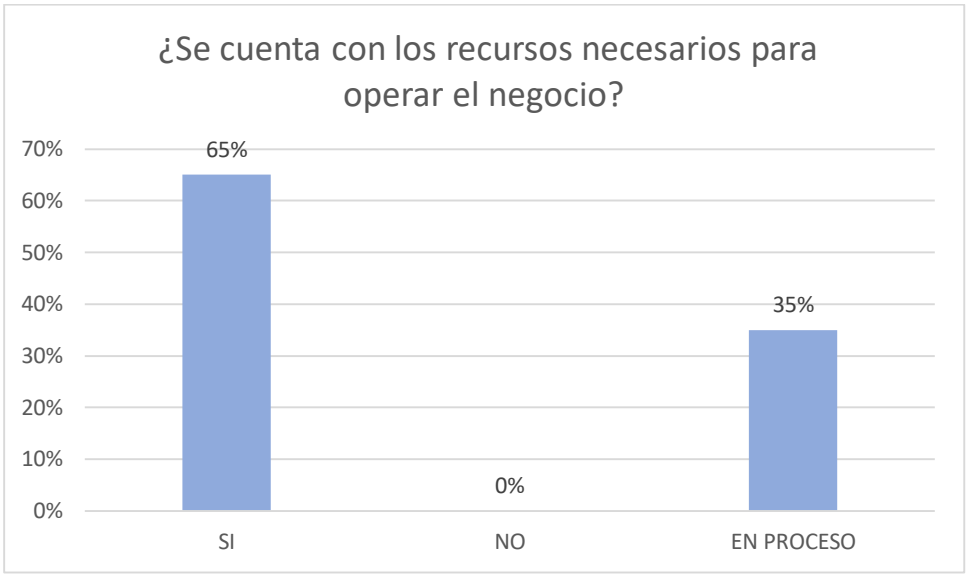
Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N° 13. *Formalización*



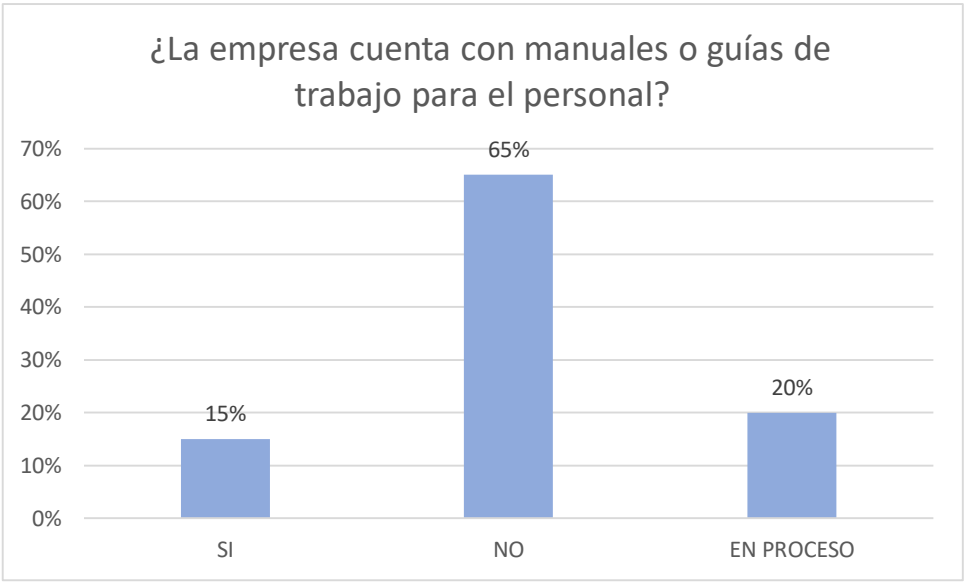
Fuente Elaboración propia.

GRÁFICO N° 14. *Gestión*



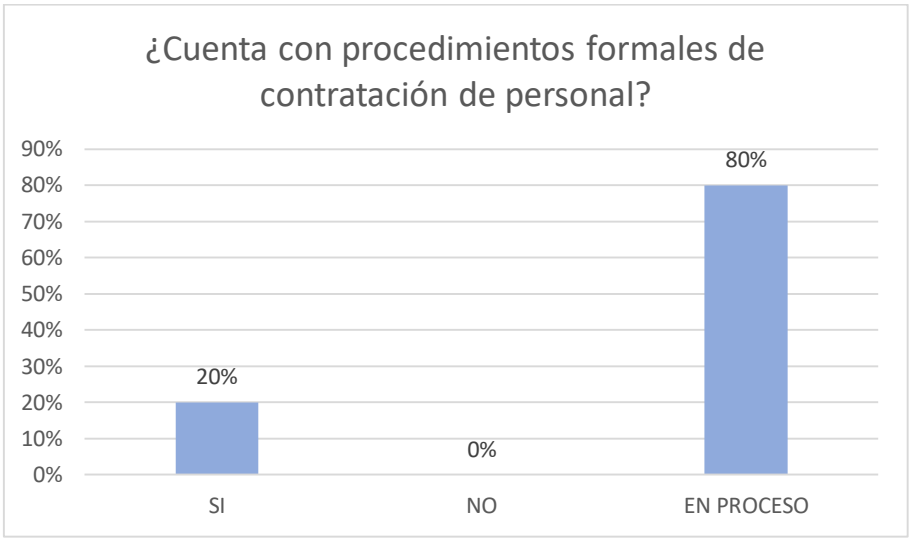
Fuente Elaboración propia

GRÁFICO N° 15. *Procedimientos*



Fuente Elaboración propia

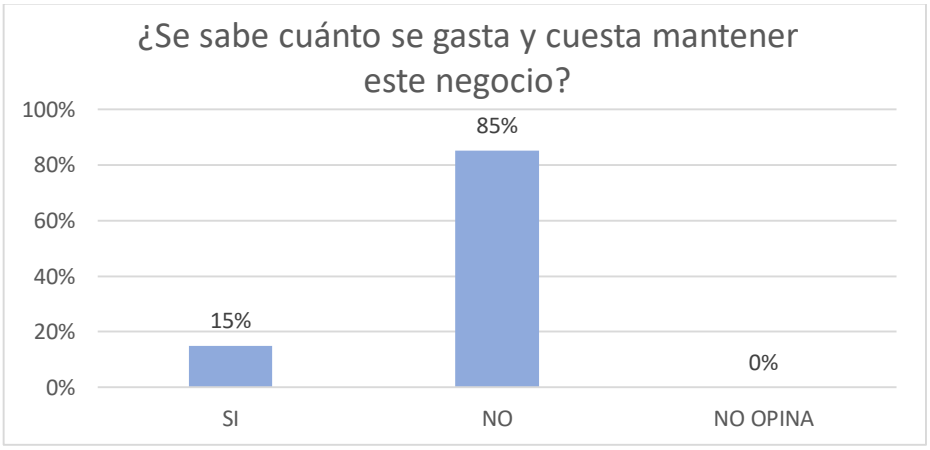
GRÁFICO N° 16. *Contratos en recursos humanos*



Fuente: Elaboración propia.

El margen mayor del 80% nos indica que no existen procedimientos en la parte de contratación del recurso humano, al ser en su mayoría negocios informales, no cumplen con los medios formales de contratación en prejuicio del personal que labora en éstos, al vulnerar sus derechos laborales no solo en las condiciones de contratación, sino que incide en el salario pactado.

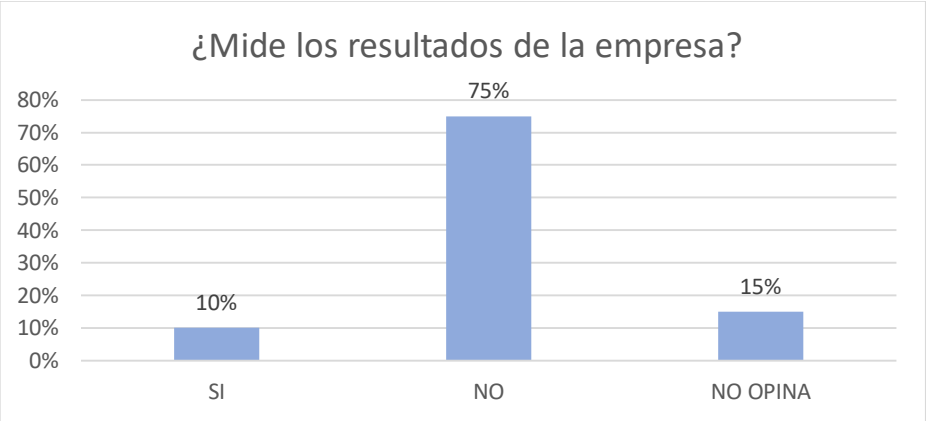
GRÁFICO N° 17. *Gestión económica del negocio*



Fuente Elaboración propia

Este cuadro explica en forma muy clara que en su mayoría no tienen un control de sus gastos y menos y estudio de costos, lo que podemos inducir también que son negocios en su mayoría informales que no realizan una declaración para el pago de impuestos.

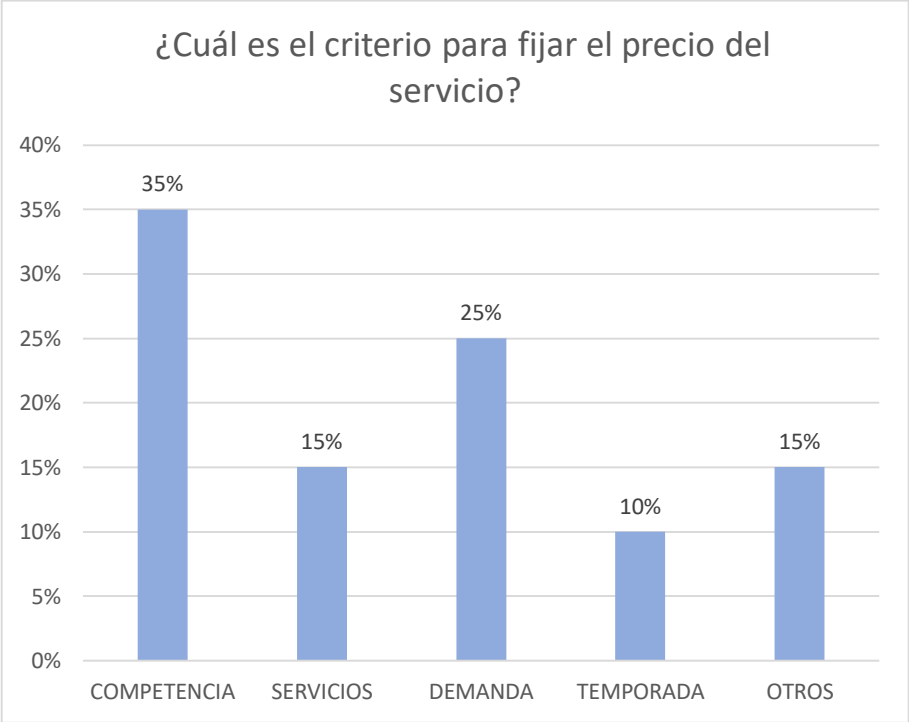
GRÁFICO N° 18. *Gestión en base a resultados*



Fuente Elaboración propia

Se evidencia mediante este cuadro que los establecimientos ubicados carecen de gestión, ya que no miden en forma objetiva el movimiento de sus negocios, colocando una barrera que imposibilita tomar mejores decisiones.

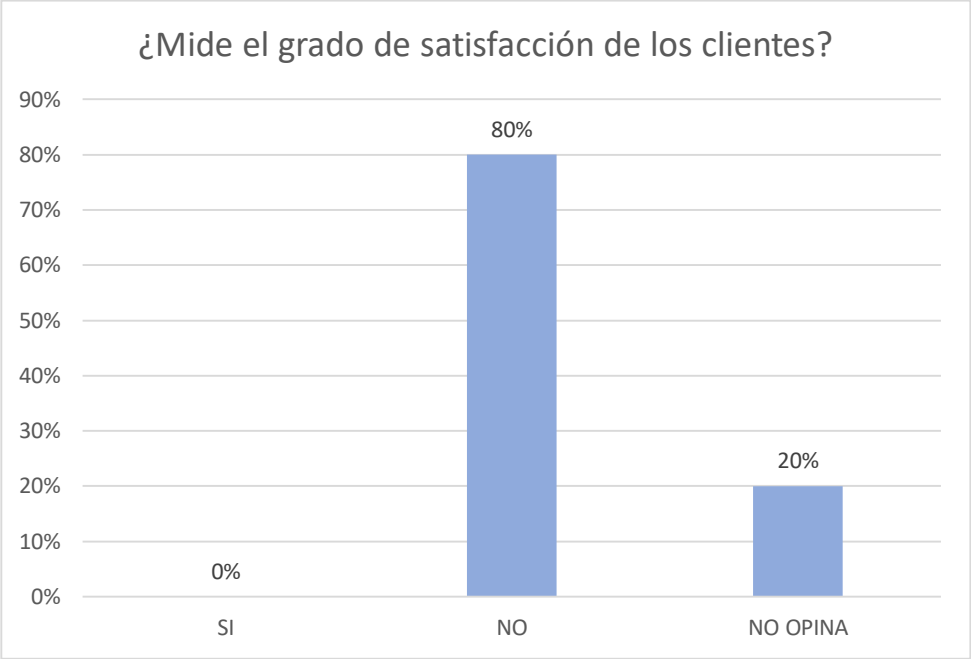
GRÁFICO N° 19. *Gestión en comercialización*



Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta el criterio que utilizan para establecer precios lo desarrollan en base a dos aspectos, la competencia y la demanda de ser el caso, normalmente estas tarifas varían con cierta frecuencia con el fin de obtener un cliente.

GRÁFICO N° 20. *Gestión del servicio.*



Fuente Elaboración propia

Este grafico refleja que los establecimientos ubicados en la zona sur, no aplican ninguna herramienta o mecanismo para medir el grado de satisfacción de sus clientes, tanto en la visita se observa que no cuenta con buzón de sugerencias, y en algunos casos tratándose de hostales y hospedajes no cuentan con Libro de reclamaciones, requisito exigido por la Indecopi, institución que vela por el cumplimiento en este caso de los servicios ofertados en las diferentes canales de comunicación.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.

5.1.1 La oferta de establecimientos hoteleros en la zona sur de la ciudad de Cajamarca durante el año 2018 se ha incrementado significativamente, observándose mayor expansión en la categoría hostales.

5.1.2 Los establecimientos estudiados hoteles, hostales y Hospedajes; no cumplen con el reglamento y normativa que clasifica y categoriza según el servicio ofertado. Existen establecimientos con la categoría de hoteles que no cuentan con la adecuada infraestructura, ofrecen servicios de clase y nivel autorizados a hostales.

5.1.3 Los establecimientos hoteleros solo cuentan con servicios básicos, estos servicios no se brindan con la calidad adecuada, la característica más resaltante es la insuficiente higiene. 10% de hoteles no cuenta con agua caliente; y solo 6 de cada 10 hoteles brindan televisión por cable; 40%

de hostales no cuenta con agua caliente; ningún hostal brinda televisión por cable.

5.1.4 La relación costo - servicios de acuerdo con el análisis realizado, se rigen por el libre mercado y de acuerdo a oferta y demanda, no existe diferenciación por servicios básicos y complementarios. El costo promedio por cama/habitación en hoteles es de S/.80.00; S/.40.00 en hostales; S/.25.00 soles en hospedajes**.**

5.1.5 La mayoría de estos negocios trabajan de manera empírica. Solo el 10% cuenta con estructura organizativa y documentos de gestión (planes, objetivos etc.).

5.1.6 Los establecimientos hoteleros en 100 % no trabajan con canales de promoción, ni estándares de calidad. solo el 35% de hoteles tienen una Web, o información a través de folletería que permite promocionar sus servicios.

5.2 Recomendaciones.

5.2.1 El trabajo debe servir para que las instituciones encargadas MINCETUR puedan generar mecanismo de control y fiscalización, para que se establezca estándares mínimos de calidad en los hoteles, si bien es cierto las normas y reglamentos lo exige, pero que en la realidad no tiene un grado de cumplimiento.

5.2.2 Las autoridades competentes como el MINCETUR deben desarrollar políticas de educación, gestión y promoción de los establecimientos hoteleros. para hacerlos más eficientes, con enfoque de competitividad y sostenibilidad generando impactos positivos en la sociedad.

5.2.3 Las entidades o instituciones encargadas MINCETUR, así como los gremios del sector hotelero en Cajamarca, debe brindar capacitaciones, asesoramientos con el fin de buscar mejorar las gestiones de estos establecimientos, cuyo beneficio redundara en desarrollar una oferta adecuada para el sector turismo, corporativo etc.

5.2.4 Se pudo apreciar que esta nueva zona presenta inconvenientes en materia de limpieza, orden, problemas de tránsito, y seguridad, factores que en su conjunto generan una barrera para el desarrollo de estos negocios, en un futuro será importante que estos establecimientos sean

agrupados para así poder participar en mesas de diálogo para resolver estos temas que se presentan en la zona.

5.2.5 La ciudad de Cajamarca está en vías de crecimiento, y esto en el futuro va a generar el incremento de establecimientos de hospedaje, pero es importante recalcar que toda actividad genera un impacto el cual estas investigaciones deben aterrizar en las futuras decisiones.

REFERENCIAS

A.G.I, H. d. (2013). *(2013). Tendencias en la Industria Hotelera y Ramificaciones para Chile.* . Chile: Hoteleros de Chile. .

Aguayo Moral, J. M. (2007). *"Un modelo para la segmentación de la información contable en las empresas hoteleras.* Canarias: Tesis doctoral. Universidad de las Palmas de Gran Canaria.

American Marketing Association (1981). *Definición de Servicio.*

Cumming & Worley. (2001). *El diagnóstico en la organizacion.* Boston.

Dos Santos, P. (2013). *Desarrollo hotelero en Brasil: panorama de mercado y perspectivas. (trabajo de Fin de Máster).* . Brasil: Universidad Federal do Paraná .

Holzmann, G, & Ratto, C. (2007). *La oferta de alojamientos turísticos en Concepción del Uruguay: su evolución entre 1984 y 2004 y factores que la condicionan. (Tesis de Grado).* Uruguay: Universidad Autónoma de Entre Ríos.

Instituto Nacional de Estadistica e Informatica. (2017). *Censos Nacionales 2017.* Lima: INEI, http://censos2017.inei.gob.pe/redatam/.

K. Douglas Hoffman, J. E. (2010). *Servicios de marketing Conceptos, estrategias y casos.* estados unidos: Ceng age Learning.

Kotler, Ph., Bowen, J. T., Makens, J. C., Miranda, J. G. M., Zamora, J. F. (2011). Fundamentos de Marketing. Prentice Hall (6ta. Edición)

Lovelock, C. y. (2011). *Marketing de servicios. Personal, tecnología y estrategia. Sexta edición.* México: PEARSON EDUCACIÓN,.

Mestres Soler, J. R. (2009). *Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera. Ediciones Gestión 2000.* Barcelona: ed. Barcelona.

Mincetur. (2015). Funciones y normatividad/normatividad/prestadores servicios turisticos. Lima, Perú. Decreto Supremo NRO 001 2015 MINCETUR REH.pdf.

Musa Alhasan, S. y. (2003). *"La determinación de los precios de alojamiento en la industria hotelera"* . Madrid: Instituto de Estudios Turísticos .

Organizacion de Naciones Unidas, D. D. (1994). *Recomendaciones sobre estadísticas del turismo,.* Nueva York: Naciones Unidas,.

Original from, U. O (1977). *Diccionario general de turismo.* . Texas: Editorial Diana.

Pando Solano, Caroline (2017) *Evaluación de la competitividad de hoteles peruanos de 3 estrellas frente a cadenas hoteleras en Lima,* . Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.

Ramírez Rojas, J. (2007). *Material del curso: Gestión estratégica, Maestría en Ciencias Administrativas.* Mexico: IIESCA UV.

Ramón, A. (2002). *Estrategias de Desarrollo en la Industria Hotelera Mundial.* . España,: Universidad de Alicante.

Rivera, S. V. (1998). *Diagnóstico empresarial: método para identificar, resolver y controlar problemas en las empresas.* Mexico: Trillas, .

Román Montoya, C. (2016). *Explicando la sensibilidad de los turistas al precio: Tres ensayos aplicados en un destino turístico maduro de sol y playa.* Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Sotelo Lólez, M. (2014). *Estudio de Brechas Hoteleras en 7 ciudades del Perú.* . Perú: (proyecto) MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MICETUR). .

Turismo, O. M. (1993). *Definiciones relativas a las estadísticas del turismo,*. Madrid: Ed. O.M.T.

Turismo, O. M. (1998). *Estatutos de la Organización Mundial del Turismo (OMT)*. Mexico: OMT.

Unidas, O. d. (1994). *Recomendaciones sobre estadísticas del turismo, Departamento De Información Económica y Social*. Nueva York: ed. Naciones Unidas.

University of Texas. Digitized, S. 1. (2007). *Diccionario general de turismo.* Texas: Diana.

Valdez Rivera, S. (1998). *Diagnostico en la Empresa.* Mexico: Trillas.

ANEXO 1.

- **Ficha De Inventario De Establecimiento De Hospedaje.**

FICHA DE INVENTARIO DE EST. HOSPEDAJE

NOMBRE COMERCIAL :

DIRECCION :

CLASE Y CATEGORIA :

HORARIO ATENCION :

DESCRIPCION DE SERVICIOS

HABITACIONES : TIPOS :

DESCRIPCION HABITACIONES : (mobiliario)

TIPO DE CAMA		espejo	
Mesa de noche		telefono	
closet		TV	

OTROS :

PRECIOS

SERVICIOS :

OTROS :

FECHA :

FIRMA DEL EVALUADOR

- **Guía de entrevista**

Establecimiento				Cargo	
Fecha		Hora inicio		Hora de termino	

Este cuestionario muestra las preguntas que se aplicaron a Gerentes, propietarios y encargados de los establecimientos de Hospedaje:

Parte Administrativa.

1. ¿La empresa cuenta con organigrama?

SI	NO	NO SABE

2. ¿La empresa cuenta con objetivos claros?

SI	NO	NO SABE

3. ¿La empresa cuenta con los permisos formales para operar?

SI	NO	EN PROCESO

4. ¿Se cuenta con los recursos necesarios para operar el negocio?

SI	NO	EN PROCESO

5. ¿La empresa cuenta con manuales o guías de trabajo para el personal?

SI	NO	EN PROCESO

6. ¿Cuenta con procedimientos formales de contratación de personal?

SI	NO	EN PROCESO

7. ¿Se sabe cuánto se gasta y cuesta mantener este negocio?

SI	NO	NO OPINA

8. ¿Mide los resultados de la empresa?

SI	NO	NO OPINA

9. ¿Cuál es el criterio para fijar el precio del servicio?

COMPETENCIA	SERVICIOS	DEMANDA	TEMPORADA	OTROS

10. ¿Mide el grado de satisfacción de los clientes?

SI	NO	NO OPINA

ANEXO 2

Reglamento de Establecimientos de Hospedaje
Según Decreto Supremo de la República del Perú, considera que: Aprueban Reglamento de Establecimiento de Hospedaje N° 001-2015-MINCETUR. En el cual detallan lo siguiente:

Artículo 1.- Objeto
El presente reglamento establece disposiciones para la clasificación, categorización, operación y supervisión de los establecimientos de hospedaje; así como las funciones de los órganos competentes en dicha materia.
Artículo 2.- Ámbito de aplicación
Las disposiciones contenidas en el presente Reglamento deben ser aplicadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, los Gobiernos Regionales, la Municipalidad Metropolitana de Lima y por los establecimientos de hospedaje.
Artículo 3.- Clases y Categorías de hospedaje
Los establecimientos de hospedaje solicitarán al Órgano Competente, su clasificación y/o categorización, cumpliendo para tal efecto con los requisitos de infraestructura, equipamiento, servicio y personal establecidos en los Anexos Nos. 1 al 4 del presente Reglamento, según corresponda. Los establecimientos de hospedaje se clasifican y/o categorizan en la siguiente forma:

TABLA Nº 15. *Clasificación y categorización de los establecimientos de hospedaje*

Clase	Categoría
Hotel	Una a cinco estrellas
Apart hotel	Tres a cinco estrellas
Hostal	Una a tres estrellas
Albergue/ Hospedaje	-.-

Fuente. Reglamento de hospedaje MINCETUR – D.S Nº 006-2014.

Artículo 4.- Definiciones y siglas
Para efectos de la aplicación del presente Reglamento, se tendrá en consideración las siguientes definiciones, conforme se señala a continuación:
Albergue: Establecimiento de hospedaje que presta servicio de alojamiento preferentemente en habitaciones comunes, a un determinado grupo de huéspedes que comparten uno o varios intereses y actividades afines. Su ubicación y/o los intereses y actividades de sus huéspedes, determinarán la modalidad del mismo.
Calificador de establecimientos de hospedaje: Persona inscrita en el Registro de Calificadores de Establecimientos de Hospedaje y designada por la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico de MINCETUR, para emitir Informes Técnicos respecto a las solicitudes de reconocimiento oficial del estatus de establecimiento de hospedaje clasificado y/o categorizado, de acuerdo a los requisitos establecidos en el presente Reglamento.

Categoría: Rango en estrellas establecido por este Reglamento a fin de diferenciar dentro de cada clase de establecimiento de hospedaje, las condiciones de funcionamiento que éstos deben ofrecer. Sólo se categorizan los establecimientos de hospedaje de la clase Hotel, Apart- Hotel y Hostal.
Clase: Identificación del establecimiento de hospedaje en función a sus características arquitectónicas de infraestructura, equipamiento y servicios que ofrece. Deberá estar de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 3 del presente Reglamento.
Contrato de Hospedaje: Es la relación jurídica que se genera entre el huésped y el establecimiento de hospedaje, por la sola inscripción y firma en el Registro de Huéspedes, se regula por el Código Civil, las normas del propio establecimiento de hospedaje y las disposiciones contenidas en el presente Reglamento
Habitación o Departamento: Ambiente privado del establecimiento de hospedaje, amoblado y equipado para prestar facilidades que permitan que los huéspedes puedan pernoctar, según su capacidad, el cual debe cumplir con los requisitos previstos en los anexos del presente Reglamento.
Hotel: Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser categorizados como Hoteles de Una a Cinco Estrellas, deben cumplir con los requisitos que se señalan en el Anexo Nº 1 que forma parte integrante del presente Reglamento.
Hostal: Establecimiento de hospedaje que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser clasificados como Hostales deben cumplir con los requisitos que se señalan en el Anexo Nº 3, que forma parte integrante del presente Reglamento.
Huésped: Persona natural a cuyo favor se presta el servicio de alojamiento.

TABLA Nº 16. *Requisitos mínimos de equipamiento.*

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
generales					
Custodia de valores (individual en la habitación o caja fuerte común)	obligatorio	obligatorio			
internet	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio
en habitaciones					
Frigobar	obligatorio	obligatorio			
Televisor	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e internacional	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio
En el caso de los requisitos de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Hotel.					

Fuente: Reglamento de establecimientos de hospedaje MINCETUR – D.S Nº 006-2014

TABLA Nº 17. *Requisitos mínimos de servicio.*

REQUISITOS	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
generales					
Limpieza diaria de las habitaciones y de todos los ambientes del hotel	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio
Servicio lavado y planchado (1)	obligatorio	obligatorio	obligatorio		
Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxis	obligatorio	obligatorio	obligatorio		
Servicio de custodia de equipajes	obligatorio	obligatorio	obligatorio		
Primeros auxilios (2)	obligatorio	obligatorio	botiquín	botiquín	botiquín
En habitaciones					
Atención en habitación	obligatorio	obligatorio			
Cambio regular de sabanas y toallas diario y cada cambio del huésped	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio	obligatorio
(1) Servicio prestado en el Hotel o a través de terceros. (2) Para las categorías de 4 y 5 estrellas el servicio puede ser brindado en el mismo local o a través de terceros. En caso se local o a través de terceros. En caso se requiera botiquín, este deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud.					

Fuente: Reglamento de establecimientos de hospedaje MINCETUR – D.S Nº 006-2014

Según el Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados, por Francisco José Marrero Hernández, publicado en noviembre del 2016, España; se ha abstraído los siguientes términos básicos.

Asignación de tarifa: En hotelería, precio que se aplica a un cliente por un servicio en función de una negociación, convenio o acuerdo previamente definido con el grupo, empresa o institución al que pertenece o con el canal por el que gestiona la reserva.

Capacidad instalada: Número máximo de visitantes que puede soportar un establecimiento de hospedaje en determinado momento.

Clase: Sistema de clasificación que determina la categoría de un servicio asociada a su calidad.

Clasificación hotelera: Sistema de clasificación de establecimientos de alojamiento que se determina en función de distintos parámetros, como son el tamaño de las habitaciones, los baños o los servicios complementarios de los que dispone, y que está representada por un número determinado de estrellas de cinco puntas, donde 1 se corresponde con la clasificación más baja y 5 con la más alta.

Cliente: Persona o empresa que ha ejercido como mínimo una vez la acción de compra de un producto o servicio.

Nivel de demanda hotelera: Conjunto de bienes y servicios que los turistas / clientes están dispuestos a adquirir en un destino.

Ocupación: En hotelería, ratio de habitaciones utilizadas en función de las disponibles que se obtiene mediante el cociente entre el número de habitaciones vendidas por habitaciones disponibles a la venta.

Oferta: Número de unidades de determinado bien o servicio que se presentan en un mercado, con un precio concreto y en un momento determinado.

Segmento de mercado: Conjunto de posibles clientes que presentan una serie de características comunes que les confieren más probabilidades de consumir un determinado producto o visitar un determinado destino y que, generalmente, constituyen el motivo de que una empresa o un destino se dirija a ellos en sus actividades de marketing.

ANEXO 3

Plano de zonificación en sectores para la toma de muestra**.**

Fuente: Catastro Municipalidad Provincial de Cajamarca.

ANEXO 4

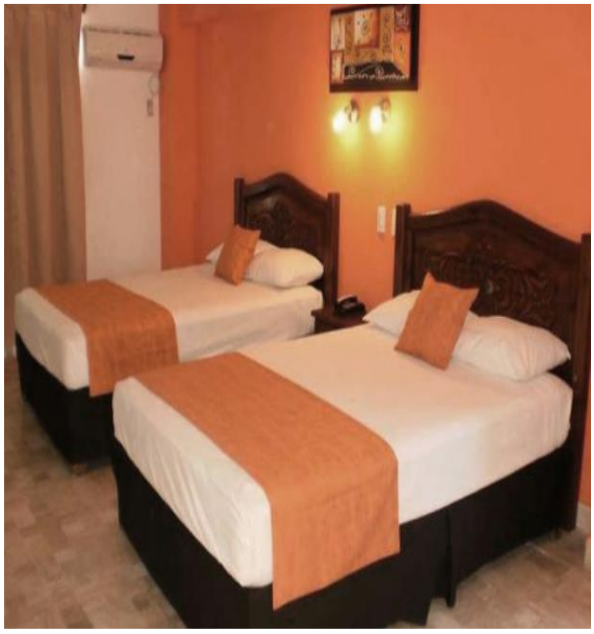
Fotografía N° 1.

Hotel tres Estrellas, encontrados en la zona sur de la ciudad de Cajamarca. Cuenta con todos los servicios básicos para ser catalogado como un hotel de 3 estrellas.

Fotografía N° 2. Área de recepción en hotel de dos estrellas.

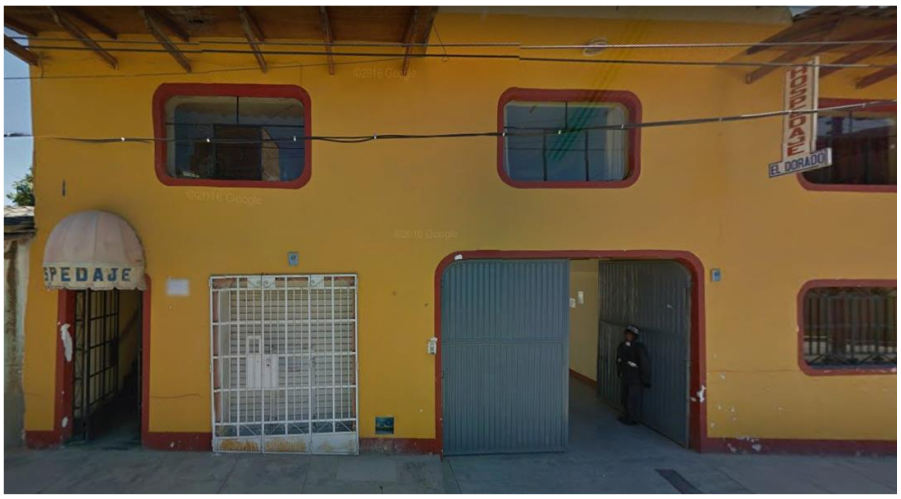
Fotografía N° 3.

Habitación doble en un Hotel de dos estrellas.



Fotografía N° 4.

Se puede observar la habitación doble en un hospedaje.

Fotografía N° 5.

Se puede observar uno de los establecimientos de hospedaje, encontrados en la zona sur de Cajamarca como podemos visualizar cuenta con seguridad y con todos los implementos y/o servicios básicos para ser catalogado como un centro de hospedaje.