



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Diseño de alojamientos sostenibles y su influencia en experiencia del cliente en Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Dirección Hotelera

PRESENTADO POR:

Gutiérrez Cuestas, Sandro Alexander - Dirección Hotelera

ASESOR:

Dra. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio

(ORCID - 0000-0002-6930-3718)

LIMA – PERÚ

2024

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Albarracín Aparicio, Roxana Alexandra

MIEMBROS DEL JURADO:

Huertas Valladares, Eduardo José

Pera Fronda, Carla Cristina

Guevara Moscoso, Luis Pedro

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Sandro Alexander Gutiérrez Cuestas identificado con DNI N°43382564 perteneciente al Programa de Dirección Hotelera, siendo mi asesora la Dra. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio, identificada con DNI N°41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

a) Soy el autor del documento académico titulado:

“Diseño de alojamientos sostenibles y su influencia en experiencia del cliente en Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí”.

b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.

c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 20% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.

d) Declaro conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 08 de marzo, 2024.

Firmas de los autores

Nombres	Apellidos	DNI	Firma	Huella
Sandro Alexander	Gutiérrez Cuestas	43382564		

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	DNI	Firma	Huella
Roxana Alexandra	Albarracín Aparicio	41981490		

DEDICATORIA

Dedicado a mi familia y amigos cercanos por su constante presencia, apoyo y aliento, que han sido mi mayor fortaleza a lo largo de este viaje académico. Cada palabra, cada gesto de apoyo y cada momento en el camino han sido una guía para este reto. Esta tesis es dedicada a ustedes, muchas gracias.

AGRADECIMIENTOS

Deseo expresar mi sincera gratitud a mis padres, que son mi apoyo constante, por el sacrificio que hacen por toda la familia, su aliento incondicional es vital para mi desarrollo. Tambien agradecer a ISIL y a los distintos profesores que cruzaron mi camino con sus enseñanzas más que valiosas.

ÍNDICE

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO	2
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD.....	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTOS	6
RESUMEN	16
ABSTRACT	17
INTRODUCCIÓN	18
CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL.....	20
1.1 Título del Proyecto	20
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario	20
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación	20
1.4 Alcance de la solución	21
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA.....	23
2.1.2 Formulación del problema	25
2.1.2.1 Problema general	25
2.1.2.2 Problemas específicos.....	25
2.1.3 Objetivos de investigación	26
2.1.3.1 Objetivo general	26
2.1.3.2 Objetivos específicos.....	26
2.1.4 Justificación de la investigación	27

2.1.4.1	Justificación teórica	27
2.1.4.2	Justificación metodológica.....	27
2.1.4.3	Justificación práctica.....	28
2.1.4.4	Justificación Social	28
2.1.4.5	Justificación Económica	29
2.1.6	Viabilidad de la investigación	29
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL		31
CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES.....		71
CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		73
CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN.....		123
CONCLUSIONES.....		137
RECOMENDACIONES		138
FUENTES DE INFORMACIÓN		140
ANEXOS		1477

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Certificados Nacionales e Internacionales</i>	39
Tabla 2 <i>¿Cómo Calificaría la Disponibilidad de Suministro de Agua en el Ecolodge?</i>	75
Tabla 3 <i>¿Conociendo el Clima Local de Huarochirí, que tan Satisfecho se Sintió con la Temperatura dentro del Ecolodge?</i>	76
Tabla 4 <i>¿Qué tan Eficiente fue el uso de los Paneles Solares para la Eficiencia Energética?</i>	77
Tabla 5 <i>¿Cómo Calificaría la Calidad de Servicios Básicos Prestados por el Ecolodge?</i>	79
Tabla 6 <i>¿Qué tan Importante es que el Ecolodge Cuente con los Contenedores de Reciclaje?</i>	80
Tabla 7 <i>¿Qué Tanto Promueve el Reciclaje el Ecolodge?</i>	81
Tabla 8 <i>¿Qué tan Importante Consideras que el Ecolodge use Materiales Sostenibles?</i>	82
Tabla 9 <i>¿Cómo Calificaría el Mobiliario y Decoración con Materiales Sostenibles?</i>	84
Tabla 10 <i>¿Cómo Calificaría el Uso de Materiales Reciclados en el Ecolodge?</i> ...	85
Tabla 11 <i>¿Qué Tanto Promueve el Ecolodge Mediante Prácticas la Importancia del Reciclaje?</i>	86
Tabla 12 <i>¿Qué tan Importante Considera el Diseño Ecosostenible en la Elección de su Hospedaje?</i>	88
Tabla 13 <i>¿Qué tan Cómodo se Sintió con la Diversidad de Espacios Utilizados en el Ecolodge?</i>	89

Tabla 14 <i>¿Qué tan Importante Considera que el Ecolodge tenga Certificado Sostenible?</i>	91
Tabla 15 <i>¿Qué tan Importante es que el Ecolodge tenga Áreas Verdes?</i>	92
Tabla 16 <i>¿Qué tanto Promueve el Ecolodge el uso Sostenible de Áreas Verdes?</i>	93
Tabla 17 <i>¿Qué tan Útil fue la Información Proporcionada sobre Medidas de Seguridad en el Ecolodge?</i>	94
Tabla 18 <i>¿Qué Nivel le Pondría a la Sensación de Seguridad en el Ecolodge?..</i>	96
Tabla 19 <i>¿Qué tan Viable era el Tema de la Movilidad en Caso de alguna Emergencia?</i>	97
Tabla 20 <i>¿Qué tan Satisfecho se Siente con la Limpieza del Ecolodge?</i>	98
Tabla 21 <i>¿Cómo Calificaría la Comodidad en el Ecolodge?</i>	100
Tabla 22 <i>¿Qué tan Probable es que Usted Recomiende a sus Amigos y Familiares el Ecolodge?</i>	101
Tabla 23 <i>¿Qué tan Suficiente fue la Oferta Diversa de Alimentos en la Comunidad?</i>	102
Tabla 24 <i>¿Cómo Calificaría la Disponibilidad de Alimentos en la Comunidad?</i> .	104
Tabla 25 <i>¿Cómo Calificaría la Diversidad de Utensilios en la Zona de la Cocina del Ecolodge Amil?</i>	105
Tabla 26 <i>¿Qué tan Suficientes fue la Disponibilidad de Utensilios y Equipos de Cocina?</i>	106
Tabla 27 <i>¿Cómo Evaluaría la Limpieza de estos Utensilios y Equipos de cocina?</i>	107
Tabla 28 <i>¿Qué Tanto se le Proporcionó Información Clara sobre las Actividades Locales Disponibles?</i>	109

Tabla 29 <i>¿Qué tanto la Accesibilidad de las Actividades Influye en su Decisión de Participar de Ellas?</i>	110
Tabla 30 <i>¿Cómo Calificaría las Actividades Disponibles en el Ecolodge?</i>	111
Tabla 31 <i>¿Considera Usted que Cumplimos con las Expectativas Pactadas? ..</i>	113
Tabla 32 <i>Correlación Variable 1 y Variable 2</i>	115
Tabla 33 <i>Kendall's Tau B para la Primera Hipótesis</i>	117
Tabla 34 <i>Kendall's Tau B para la Segunda Hipótesis</i>	119
Tabla 35 <i>Kendall's Tau B para la Tercera Hipótesis</i>	121
Tabla 36 <i>Propuesta de Innovación</i>	123
Tabla 37 <i>Análisis FODA</i>	125
Tabla 38 <i>Presupuesto</i>	135

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 <i>Calificación de la Disponibilidad de Suministro de Agua en el Ecolodge</i>	75
Gráfico 2 <i>Nivel de Satisfacción que se sintió con la Temperatura dentro del Ecolodge</i>	77
Gráfico 3 <i>Nivel de Eficiencia del uso de los Paneles Solares en el Ecolodge</i>	78
Gráfico 4 <i>Calificación de la Calidad de Servicios Básicos Prestados por el Ecolodge</i>	79
Gráfico 5 <i>Nivel de Importante que el Ecolodge cuente con Contenedores de Reciclaje</i>	81
Gráfico 6 <i>Nivel de Promoción del Reciclaje el Ecolodge</i>	82
Gráfico 7 <i>Nivel de Importancia de Consideración que el Ecolodge use Materiales Sostenibles</i>	83
Gráfico 8 <i>Calificación del Mobiliario y Decoración con Materiales Sostenibles del Ecolodge</i>	85
Gráfico 9 <i>Calificación del uso de Materiales Reciclados en el Ecolodge</i>	86
Gráfico 10 <i>Nivel de Promoción del Ecolodge mediante Prácticas de Reciclaje</i>	87
Gráfico 11 <i>Importancia del Diseño Ecosostenible en la Elección de su Hospedaje</i>	89
Gráfico 12 <i>Nivel de Comodidad con la Diversidad de Espacios Utilizados en el Ecolodge</i>	90
Gráfico 13 <i>Nivel de Importancia que el Ecolodge tenga Certificado Sostenible</i>	91
Gráfico 14 <i>Nivel de Importancia que el Ecolodge tenga Áreas Verdes</i>	92
Gráfico 15 <i>Nivel de Promoción del Ecolodge al uso Sostenible de Áreas Verdes</i>	94

Gráfico 16 Nivel de Utilidad sobre Información Proporcionada sobre Medidas de Seguridad en el Ecolodge	95
Gráfico 17 Sensación de Seguridad en el Ecolodge	96
Gráfico 18 Viabilidad de la Movilidad en caso de alguna Emergencia	98
Gráfico 19 Satisfacción de la Limpieza del Ecolodge.....	99
Gráfico 20 Nivel de Comodidad en el Ecolodge	100
Gráfico 21 Probabilidad de que Recomiende a sus Amigos y Familiares Hospedarse en el Ecolodge.....	102
Gráfico 22 Nivel de Oferta Diversa de Alimentos en la Comunidad	103
Gráfico 23 Disponibilidad de Alimentos en la Comunidad.....	104
Gráfico 24 Diversidad de Utensilios en la Zona de la Cocina del Ecolodge	106
Gráfico 25 Disponibilidad de Utensilios y Equipos de Cocina en el Ecolodge....	107
Gráfico 26 Nivel de Limpieza de estos Utensilios y Equipos de Cocina	108
Gráfico 27 Nivel de Información Clara sobre las Actividades Locales Disponibles	109
Gráfico 28 Nivel de Decisión de Participar de las Actividades Locales, según su Accesibilidad	111
Gráfico 29 Disponibles de Actividades en el Ecolodge	112
Gráfico 30 Nivel de Cumplimiento de las Expectativas Pactadas del Ecolodge.	113

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: <i>Ingreso de Yuracmayo</i>	128
Figura 2: <i>Pueblo de Yuracmayo</i>	128
Figura 3: <i>Espuma de Poliestireno Extruido</i>	129
Figura 4: <i>Instalación de Espuma de Poliestireno Extruido</i>	129
Figura 5: <i>Estación de Reciclaje</i>	130
Figura 6: <i>Zona de Fogata</i>	131
Figura 7: <i>Zona de Fogata de Vista Posterior</i>	132
Figura 8: <i>Ruta de Caminata por Laguna Yuracmayo</i>	133
Figura 9: <i>Pequeño Restaurante Local</i>	134
Figura 10: <i>Distancia a Yuracmayo</i>	162
Figura 11: <i>Ubicación de Ecolodge Amil, Yuracmayo</i>	162
Figura 12: <i>Laguna Yuracmayo con vista al Ecolodge</i>	163
Figura 13: <i>Visto de Paisaje por dentro del Ecolodge</i>	163
Figura 14: <i>Vista Atardecer por fuera del Ecolodge</i>	164
Figura 15: <i>Panel Solar</i>	164
Figura 16: <i>Cisterna</i>	165
Figura 17: <i>Vista por dentro del Ecolodge</i>	165
Figura 18: <i>Vista de Paisaje desde la Ventana del Dormitorio</i>	166
Figura 19: <i>Vista de Puerta de Ingreso del Ecolodge</i>	166

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: <i>REPORTE DE TURNITIN</i>	147
Anexo 2: <i>MATRIZ DE CONSISTENCIA</i>	148
Anexo 3: <i>MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES</i>	149
Anexo 4: <i>INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS</i>	150
Anexo 5: <i>VALIDACIÓN DE EXPERTOS</i>	152
Anexo 6: <i>OTROS QUE CONSIDERE PERTINENTE</i>	162

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo principal determinar de qué manera influye el diseño de alojamientos sostenibles y la satisfacción de la experiencia de los turistas del Ecolodge Amil, ubicado en la ciudad de Yuracmayo, Huarochirí.

La investigación siguió el enfoque cuantitativo, tipo aplicada, con diseño descriptivo y nivel simple. La población para el presente estudio, está conformada por los turistas hospedados en el ecolodge durante los meses de junio a diciembre del 2023, con una muestra que fue de conveniencia por parte de los investigadores de 30 huéspedes. Por lo que se aplicó una encuesta de 30 preguntas para medir la influencia que genera en la experiencia del cliente con los alojamientos sostenibles.

Finalmente, se realizó unas propuestas de mejora, que incluyen aspectos dentro del servicio, así como mejoras en la infraestructura, y actividades locales a realizar en el Ecolodge Amil.

Palabras clave: diseños sostenibles, experiencia del cliente, turismo sostenible, sostenibilidad, ecológico, recursos naturales, medio ambiente.

ABSTRACT

The main objective of this research is to determine how sustainable accommodation design influences tourists' satisfaction with their experience at Ecolodge Amil, located in the city of Yuracmayo, Huarochirí.

The research followed a quantitative approach, applied type, with a descriptive design and a simple level. The population for the present study consists of tourists staying at the Ecolodge during the months of June to December 2023, with a convenience sample of 30 guests selected by the researchers. Therefore, a 30-question survey was administered to measure the influence generated by the customer experience with sustainable accommodations.

Finally, a proposal for improvement was developed, which includes aspects within the service, as well as improvements in infrastructure and local activities to be carried out at Ecolodge Amil.

Keywords: sustainable design, customer experience, sustainable tourism, sustainability, ecological, natural resources, environment.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación tiene como objetivo principal determinar de qué manera influye el diseño de alojamientos sostenibles y la experiencia de los turistas del Ecolodge Amil, ubicado en la ciudad de Yuracmayo, Huarochirí. Está compuesta por 6 capítulos.

En el primer capítulo, está la descripción de la investigación, el área estratégica de desarrollo prioritario, la actividad económica en que será aplicado la mejora, y el alcance de la solución.

En el segundo capítulo, se encuentra la descripción de la investigación aplicada, donde está la formulación del problema general y específico, objetivos de la investigación tanto general como específico, el desarrollo de la justificación, limitaciones y viabilidad del proyecto.

En el tercer capítulo, se encuentra el marco referencial que ayuda a hacer la revisión retrospectiva del tema tratado, autores que realizaron una investigación similar a esta, se toma en cuenta los antecedentes nacionales e internacionales, a su vez, el marco teórico dará el fundamento teórico del trabajo de investigación.

En el cuarto capítulo, se encuentra la hipótesis y variables, las herramientas aplicadas para validar las hipótesis, la metodología de investigación, población, muestra y recolección de datos.

En el quinto capítulo, se encuentra la metodología de la investigación se encuentra el análisis de los resultados obtenidos por la encuesta, se ponen los gráficos

correspondientes con su respectivo análisis, y el comparativo de los resultados obtenidos con las hipótesis planteadas.

En el sexto capítulo, se encuentra el desarrollo de la propuesta de innovación, donde se busca realizar mejoras en la infraestructura general y a su vez aumentar el atractivo del paquete turístico ofrecido. Para ello se expone la propuesta de alcance esperado, diagnóstico situacional, procedimiento para la propuesta de mejora las cuales fueron 4 fases: Fase 1: Investigación, Fase 2: Implementación de acciones y Fase 3: Medición de resultados. Asimismo, se detalla el presupuesto a emplear y al culminar el trabajo de investigación se encuentran las conclusiones y recomendaciones, adherido a eso, las bibliografías y anexos.

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del Proyecto

Propuesta de mejora de la experiencia del cliente en Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí

1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario

Para la presente investigación se eligió la línea de investigación de mejora de procesos y operaciones con modelo de negocio sostenible, debido a que, se busca para empezar mejorar la experiencia del turista en el Ecolodge Amil, a través de estrategias que generan un sentido de pertenencia del destino turístico, y con esto se beneficiaran no solo la empresa objeto de estudio con desarrollo hotelero y promoción turística sino también a la comunidad donde se sitúa, mediante generación de empleo, incremento en la economía local, promover la cultura, implementación de prácticas sostenibles en la zona.

1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación

En el presente estudio se analizará el turismo sostenible, ya que implementa un plan de mejora de la experiencia que tendrá el turista que se enfoca en ofrecer actividades de viaje responsables desde un punto de vista

ambiental y cultural, este modelo de hospedaje sostenible con el medio ambiente va de la mano con su diseño y equipamiento en la infraestructura, orientadas a mejorar los recursos energéticos de la zona.

En ese sentido se busca que la industria turística se enfoque a ofrecer experiencias de viaje responsables con el medio ambiente y la cultura.

Actualmente los hospedajes ecológicos, que nacen a finales de los años 80, están teniendo un gran crecimiento en el sector no solo a nivel internacional sino también nacional, es por eso que, al tener distintos orígenes de los recursos básicos, es de suma importancia que la experiencia del turista vivencial, sea completo y sobre todo respetando la conservación de la naturaleza, beneficiando a la población local y aprendiendo de su cultura.

1.4 Alcance de la solución

Esta propuesta de mejora de la experiencia del cliente en el Ecolodge Amil, se realizará con el fin de que los turistas puedan tener una experiencia vivencial y lograr una conexión con la naturaleza de una manera ecológica, buscando a experiencias únicas para compartir, además de beneficiar a Yuracmayo como una futura potencia turista en el Perú.

Para lograr esto, luego de haber tenido las primeras experiencias con familiares y amigos, recogimos los comentarios positivos y oportunidades de mejora, donde lo primero a trabajar serán tres puntos clave para desarrollar.

Seguridad: Debido a que la ciudad de Yuracmayo consta de aproximadamente 50 viviendas, no tiene gran magnitud de población,

entonces lo principal será tener un personal guía que este perenne recorriendo la zona del pueblo, por si suscitara alguna eventualidad, además de tambien capacitarlo para apoyo de cualquier tipo para los turistas.

Comodidad: La ciudad más cerca es la de San Mateo que esta aproximadamente a 1 hora de Yuracmayo, que teniendo en cuenta que está a 4300 ms.n.m. de altura, resulta un poco más complicado movilizarse por alguna emergencia, si bien es cierto nuestro mercado es un turista vivencial, se tiene pensado tener una pequeña movilidad local para comodidad de ellos, además de mejorar los amenities básicos dentro del Ecolodge.

Actividades Locales: La sostenibilidad va de la mano con que la ciudad tenga este beneficio tambien, entonces tener estas actividades de educación, apoyo a la comunidad, ser parte de ellos, nos ayudaran a crecer no solo como turismo sino tambien beneficiar a los pobladores con un aprendizaje mutuo.

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

2.1 Planteamiento del problema

El concepto de Eco-Sostenibilidad, es actualmente un eje principal de la gestión turística en el mundo, siendo uno de los factores más importantes la concientización sobre el impacto que tiene el turismo con el medio ambiente, la sociedad y los distintos destinos.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022), el turismo sostenible ha tenido en los últimos años un crecimiento del 10% con la reactivación del turismo, además de acuerdo con el Informe “Turismo ecológico y sostenible: perfiles y tendencias”, el 66% de los turistas están dispuestos a pagar más por marcas sostenibles, y que más del 70% de los turistas consideran importante dentro del contexto de la experiencia que los alojamientos adopten prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente por el aumento de la conciencia ambiental.

A nivel Latinoamérica, donde contamos con destinos turísticos únicos que representan experiencias inolvidables a través de sus paisajes, su gastronomía, y la calidez de su gente, han sido aprovechados en los últimos años con el turismo sostenible, con el crecimiento ya mencionado, aunque si bien es cierto en muchos de estos destinos abunda la desigualdad y pobreza, esto no es impedimento para los visitantes, además esto trae diversos beneficios como contrarrestan lo mencionado, como más empleo

en las comunidades y dan a conocer lugares poco populares, lo que genera mayor curiosidad a turistas futuros.

En el Perú no es ajeno el impacto negativo que tuvo la pandemia, y Promperú está realizando acciones para impulsar experiencias de turismo sostenible. A través de alianzas con organismos promotores de la sostenibilidad en el país como el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNAMP, 2021). Además, se busca resaltar la importancia de la práctica de un turismo sostenible y responsable incentivando a las empresas a adecuar su oferta a esta tan importante misión ya que el turista demuestra su preferencia por los destinos abiertamente responsables con los recursos naturales, culturales y socioeconómicos. Un dato importante es que en el 2020 según Booking.com un 82% turistas confirmaron que para ellos es de suma importancia la sostenibilidad y en el Perú vemos un crecimiento en los últimos años.

Según el Top Countries for Sustainable Tourism (Ranking Mundial de Turismo Sostenible, 2021) que fue publicado por la empresa Euromonitor International figura que Perú ocupa el puesto 31 siendo las categorías evaluadas la sostenibilidad ambiental, social y económica, el riesgo país y además muy importante lo que busca el turista como experiencia, transporte y comodidad en general del alojamiento.

A nivel local en la ciudad de Huarochirí, se tiene un incremento regular en la reactivación del turismo, llegando casi ya al promedio de turistas en los últimos 4 años previos a la pandemia que fueron casi 250 mil por año, siendo

casi 1.5 % de ellos extranjeros. En la cercanía de Yuracmayo solo se cuenta con 4 alojamientos ecosostenibles, los cuales son mínimos para los recursos turísticos que cuenta la ciudad, el pronóstico es tener al menos unos 10 en total para finales del 2024, considerando una mejora exponencial en cada uno de ellos según la experiencia y comentarios que nos den los turistas.

Sabiendo el crecimiento del turismo ecosostenible ya mencionado la región de Yuracmayo busca capitalizar la belleza natural y adoptar las practicas sostenibles, es por esto el motivo de continuar las investigaciones donde podamos tener la relación entre estos alojamientos y la satisfacción con el turista.

2.1.2 Formulación del problema

2.1.2.1 Problema general

¿De qué manera los diseños de alojamiento sostenibles se relacionan en la influencia en la experiencia del cliente del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí?

2.1.2.2 Problemas específicos

¿De qué manera los diseños de alojamiento sostenibles se relacionan en la satisfacción del cliente del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí?

¿De qué manera los diseños de alojamiento sostenibles se relacionan en la experiencia gastronómica del cliente del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí?

¿De qué manera los diseños de alojamiento sostenibles se relacionan en las actividades locales del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí?

2.1.3 Objetivos de investigación

2.1.3.1 Objetivo general

Determinar de qué manera los diseños de alojamiento sostenibles se relacionan en la influencia en la experiencia del cliente del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

2.1.3.2 Objetivos específicos

Determinar de qué manera los diseños de alojamiento sostenibles se relacionan en la satisfacción del cliente del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

Determinar de qué manera los diseños de alojamiento sostenibles se relacionan en la experiencia gastronómica del cliente del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

Determinar de qué manera los diseños de alojamiento sostenibles se relacionan en las actividades locales del cliente del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

2.1.4 Justificación de la investigación

2.1.4.1 Justificación teórica

Desde el punto de vista teórico es importante para los socios tener la base clara de lo que se desea demostrar en esta investigación, dominar conceptos claros como el de Sostenibilidad y responsabilidad social es fundamental, así como examinar los diseños sostenibles más adecuados para la infraestructura y planificación del Ecolodge, y explorar teorías que den certeza de lo que un turista busca en su experiencia, para así asegurar el éxito del proyecto.

El estudio permitirá desarrollar teorías que permitan el desarrollo del tema de investigación contribuyendo en gran medida con los conceptos de sostenibilidad y responsabilidad social.

2.1.4.2 Justificación metodológica

En este punto se debe a tener estudiada la situación real del destino y saber cómo amoldar el proyecto mediante investigaciones y métodos que permitan lograr las metas planteadas en el inicio, tales como

encuestas, datos históricos, observaciones y así poder tener una visión más clara de lo que desea el cliente, para luego ir evolucionando en el camino e ir midiendo el impacto de nuestras acciones.

2.1.4.3 Justificación práctica

La implementación efectiva de diseños de alojamientos sostenibles en la zona de Yuracmayo, Huarochirí desde el primer prototipo ha comenzado a promover las practicas regionales con los turistas lo cual es fundamental no solo por la experiencia del cliente sino también para la promoción y conservación del entorno. Además, el éxito del proyecto genera que los turistas busquen opciones similares lo cual genera mayor empleo y no solo eso ya que este diseño sostenible ayuda a la optimización de recursos básicos lo cual es beneficioso desde el día uno y brindará una solución tangible al problema encontrado en la localidad.

2.1.4.4 Justificación Social

Socialmente es un beneficio enorme para la comunidad, el éxito del Ecolodge puede traducirse en oportunidades de empleo directas para los habitantes locales y así mejorar poco a poco su calidad de vida. Además, puede servir para un espacio educativo para los visitantes y aprendiendo de las costumbres puedan tomar conciencia de la importancia de la sostenibilidad, y finalmente la zona podría contar con un patrimonio cultural importante.

2.1.4.5 Justificación Económica

Bajo el punto de vista económico, es importante saber que este diseño sostenible mejorara los ingresos de la región en todo aspecto, generando un ingreso extra para las familias, teniendo mayor oportunidad laboral y también mejorando la región como destino turístico, invirtiendo en beneficiar a la comunidad también con estas prácticas sostenibles y así poder reducir costos.

2.1.5 Limitaciones de la investigación

La principal limitación que se tiene para esta investigación es la financiera, ya que si bien es cierto se tiene ya un prototipo funcionando, la rentabilidad del mismo en un corto plazo da una limitante para expandir más el Ecolodge en la ciudad. Además de cierto tramo de la distancia, aproximadamente una hora de los cuatro totales, es trocha lo cual un vehículo pequeño tiene dificultades para llegar, y finalmente la altura, ya que son aproximadamente unos 4300 ms.n.m. se requiere de una buena aclimatación.

2.1.6 Viabilidad de la investigación

Este estudio fue viable principalmente por las condiciones gubernamentales de la zona de Yuracmayo, Huarochirí, ya que si bien es

cierto como todo proceso requiere presentar el proyecto y determinar los permisos para el mismo, se tuvo la facilidad y confianza con los directivos de la región para poner en marcha el Ecolodge, así como también el presente estudio teórico. Además de los recursos humanos que se tienen con los socios, administradores hoteleros y arquitectos especialistas en los diseños y materiales sostenibles para llevar a cabo la construcción de la cabaña actual.

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes

3.1.1 Antecedentes nacionales

Córdova (2021). Desarrolló una investigación de título: “Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicio, rubro hoteles del distrito de Callería, Pucallpa”. Cuyo objetivo fue: “Elaborar una propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad en el rubro de hoteles de Callería, ubicado en Pucallpa”. De utilizan las Mypes debido a la importancia que se le da a la experiencia del cliente hoy en día, y como es que vital en la sostenibilidad en el mercado por la actual y potente de la competencia. En cuanto a la metodología se utilizaron: el tipo cuantitativa con nivel descriptivo y también la no experimental descriptiva. A una población compuesta por: 16 profesionales entre los 51 años a más el 59.3% y el resto de 29.6% entre 31 a 50 años, de ambos sexos y que sus negocios sean pequeños no mayor a 3 años, y a su vez las variables usadas de atención al cliente fueron: planificación de servicio, uso de indicadores, y auditorías de servicios. Los resultados mostraron que: el servicio de hotelería de las Mypes descuida adoptar nuevas acciones para las mejoras de la experiencia, es por eso la prioridad del estudio. Se obtuvo un grado de correlación alta y con dirección positiva de 0,291 entre dichas variables.

Zavala (2021). Desarrollo una investigación de título: “Calidad de servicio como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector servicios, rubro hoteles del distrito de Satipo, Junín”. Cuyo objetivo fue: “Proponer las mejoras de calidad del servicio como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicios, rubro hoteles Satipo, ubicado en Junín”. Mediante el desarrollo principal de las habilidades que se realicen en la organización para la atención del cliente, y así poder trabajar en la naturaleza de la asistencia prestada en este alojamiento en Satipo. En cuanto a la metodología se utilizaron: fue la del tipo cuantitativa de nivel descriptivo y diseño no experimental-transversal con una muestra de 12 mypes hoteleras que fueron entrevistadas. Los resultados que mostraron fueron respecto a la calidad de servicio, donde el 75% de encuestados aseguran que muy pocas veces usan prácticas de estrategias de calidad de servicio, y esto concluye que la satisfacción al cliente es un factor importante para la sostenibilidad del negocio.

Medrano y Mercado (2022). Desarrollaron una investigación de título: “Acercamiento al hotelería turística peruana: La aplicación de prácticas sostenibles y su valoración en un grupo de personas de 18 a 35 años de Lima Metropolitana”. Cuyo objetivo fue: “Principalmente identificar y describir las prácticas sostenibles en hoteles turísticos peruanos y su valoración en un grupo de personas de la capital”. Teniendo en cuenta factores como que practicas sostenibles emplean actualmente, y saber cuáles son más valoradas por los clientes y así poder tambien tener claro los atributos más valorados en la experiencia de los mismos. En cuanto a la metodología se

utilizaron: el enfoque mixto, cualitativas y cuantitativas. A una población compuesta por: Profesionales en turismo, expertos en gerencia hotelera, expertos en sostenibilidad, clientes de hoteles. Una muestra de 11 personas expertas y 440 encuestas. Los resultados mostraron que: es de suma importancia que los hoteles desarrollen prácticas sostenibles, con el fin de lograr un círculo virtuoso con los stakeholders en el cual todos sean beneficiados. También que cada vez más hoteles turísticos peruanos implementan la sostenibilidad en sus operaciones y esto genera valoración al público objetivo.

3.1.2 Antecedentes internacionales

Real (2022). Desarrollo una investigación de título: “Análisis de los alojamientos medioambientalmente sostenibles desde el punto de vista de los clientes. Cuyo objetivo fue: “Analizar los alojamientos medioambientalmente sostenibles desde el punto de vista de los clientes para lo cual se va a contextualizar la problemática medioambiental provocada por los establecimientos turísticos, además de explicar que son los alojamientos “verdes” y sus distintas certificaciones” Mediante este estudio hecho en España se podrá confirmar si los hoteles ecológicos sostenibles tiene ventaja competitiva con los alojamientos que no, ya que esto comprueba que genera no solo satisfacción al cliente, sino también una fidelización potente. En cuanto a la metodología se utilizaron: fue de tipo cuantitativa, con encuestas a clientes que se han hospedado en establecimientos “verdes” de España. Una muestra de 120 personas entre hombres y mujeres que fue efectuada

en 2 días. Los resultados mostraron que: la gran mayoría que tuvo el servicio dijo que la experiencia fue “muy buena”, mientras que, en el tema de prácticas verdes, la mayoría voto por “buena”, finalmente el resultado que obtuvo por debajo del promedio, fue que repetirían o recomendarían el establecimiento.

Salas y Paz (2023). Desarrollaron una investigación de título: “Análisis y estrategias para implementar un sistema de gestión de calidad turística del hotel Meraki”. Cuyo objetivo fue: “El diagnóstico de la calidad turística del Hotel Meraki y proponer de soluciones y estrategias para diseñar un sistema de calidad turística en función de mejorar la satisfacción de los huéspedes”. Debido a que se identificaron oportunidades relacionadas con la atención al cliente, el propósito es desarrollar acciones de mejora sobre el turista y así también impactar positivamente al turismo local. En cuanto a la metodología, se usarán un tipo mixto de cualitativas y cuantitativas, mediante encuestas y entrevistas. A una población de huéspedes que hayan estado alojados en el hotel Meraki, y expertos en turismo y gestión de calidad. Los resultados mostraron que: más del 60% de los encuestados son mayores y con estudios acabados, lo que demuestra que son más exigentes con sus requerimientos, si bien es cierto también más del 60% está muy satisfecho, hubo oportunidades dentro del servicio que aquejaron. Una de las claves para mejorar el servicio y la confianza con el huésped son las certificaciones con relación a los estándares que lo otorga el Instituto para la Calidad Turística de España (ICTE) que se maneja en España, y según especialistas es

necesario que los alojamientos hoteleros lo tengan, para garantizar así la experiencia completa del turista.

3.2 Marco teórico

3.2.1 Alojamientos Sostenibles

Sostenibilidad

La sostenibilidad como concepto hoy en día, nos habla del equilibrio de la necesidad de nosotros como humanos para con la preservación de los recursos naturales, para las futuras generaciones. Como idea básica es que nuestras acciones sean no solo para satisfacer las necesidades, sino también que sean sostenibles con el tiempo, y generar una mayor responsabilidad de los recursos.

Para Vega (2019) la sostenibilidad es:

Un proceso socio-ecológico y busca el equilibrio entre especies, su entorno y todos los factores o recursos que tiene para hacer posible el funcionamiento de todas sus partes, sin necesidad de dañar o sacrificar las capacidades de otro entorno. (19 p)

Lo que el autor nos habla bajo el concepto ecológico, que la sostenibilidad se trata de mantener un equilibrio armonioso en todas sus formas, para que todo funcione a la perfección, cuidando nuestro planeta. La sostenibilidad también es definida como “La forma en que una organización crea valor para sus propietarios y la sociedad maximizando los efectos positivos y minimizando los efectos negativos de los problemas sociales, ambientales y económicos” (Torres, López-Lira, 2021, p.4). Para los autores es el método en que los propietarios de una empresa buscan

maximizar lo positivo y minimizar lo negativo para el bien de los problemas sociales, ambientales y económicos.

Luego se entiende que “la sostenibilidad como un factor clave de supervivencia y de resiliencia para poder afrontar momentos importantes de crisis e incertidumbre como los actuales” (Molina et al., 2022, p.52). Los autores dan a entender que la sostenibilidad nos ayuda a preservar recursos, y poder adaptarse a los cambios inesperado, pudiendo mantenerse estables a largo plazo, lo que es fundamental para la sobrevivencia de la sociedad.

Sánchez y Plaza (2022) citan a Schuschny y Soto (2009) sobre que el termino sostenibilidad se define como:

Aquella capacidad de cualquier sistema o proceso de mantenerse indefinidamente. A pesar de su constante redefinición, el concepto de Desarrollo Sostenible mantiene su definición más aceptada y extendida, de aquel desarrollo que satisface las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. (154 p)

Para dichos autores, si bien el concepto ha sido actualizado desde años atrás, siempre se ha basado en la idea de la manera como satisfacen las necesidades actuales y siempre pensando en mantenerlas a futuro cuidando a los elementos que participan en él.

Hirsch (2022) entiende que la sostenibilidad es un término:

Muy utilizado en los contextos políticos y empresariales, pero la degradación y la destrucción del medio ambiente han alcanzado niveles catastróficos, por lo que plantea que aún no se ha logrado la necesaria aplicación del conocimiento, los conceptos y las prácticas, que buscan detener y revertir esa tendencia destructiva. (4 p)

En este concepto Hirsch nos dice que su definición es muy utilizada dentro de ambientes políticos que hablan de destrucción del medio ambiente, por lo que su concepto no es aún claro.

Así también para Tejeda (2022) la sostenibilidad es:

Un término desarrollado en las últimas décadas y que actualmente ha tomado mucha importancia, surge como consecuencia del crecimiento económico y la degradación del medio ambiente. Aunque la sostenibilidad es un término popular dentro del medio ambiente, existen numerosas definiciones, convirtiéndose en un concepto ambiguo que todavía no ha sido acotado con exactitud. La amplia definición de desarrollo sostenible puede dar lugar a múltiples interpretaciones. (8 p)

La sostenibilidad es un término que ha tenido distintas variaciones en su definición, y es lo que la autora comenta, últimamente ha tenido más fuerza el concepto, por la importancia en el medioambiente, y los beneficios económicos que traen

también, finalmente da a entender que la definición puede dar lugar a más variaciones en el tiempo.

Tipos de certificaciones de sostenibilidad

La obtención de distintas certificaciones que comprueben la veracidad de la sostenibilidad de tu organización o empresa, desempeña un papel importante, ya que son reconocimientos ganados cuando cumplen distintos estándares, y de cara al cliente dan una imagen de credibilidad, confianza, diferenciación ante la competencia.

Holguín (2020) nos habla de los distintos certificados para hoteles internacionales y nacionales, por ejemplo:

Tabla 1

Certificados Nacionales e Internacionales

Green Globe	Es una certificación la cual evalúa el desempeño de sostenibilidad de las empresas de viajes y turismo y sus socios de la cadena de suministro. Las empresas pueden monitorear las mejoras y documentar los logros que conducen a la certificación de la operación y gestión sostenible de sus empresas.
-------------	--

<p>Norma ISO 14001</p>	<p>Es el estándar que se centra en la gestión ambiental. Esta norma tiene como prioridades identificar y gestionar los posibles riesgos ambientales que se pueden generar en una empresa derivada de su actividad habitual.</p>
<p>Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC)</p>	<p>El Consejo Mundial de Turismo Sostenible es responsable de la gestión de los Criterios GSTC, los cuales son estándares mundiales de línea base para la sostenibilidad en viajes y turismo; y actúa como organismo de acreditación internacional para la certificación de turismo sostenible.</p>
<p>Certificación Rainforest Alliance</p>	<p>Esta organización cuenta con una alianza entre empresas agrícolas, silvicultores, comunidades y consumidores que se encuentran comprometidos con la creación de un mundo en donde las personas y la naturaleza prosperen en armonía.</p>
<p>Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP)</p>	<p>Dentro de los objetivos principales que tiene este sistema es sensibilizar a los prestadores de servicios sobre la importancia de la calidad en la experiencia ofrecida hacia los turistas. También señala que este sistema pretende mejorar la gestión de los servicios turísticos y sentar las</p>

	bases para poder desarrollar una cultura de calidad.
--	--

Nota: Tabla de certificaciones sostenibles para hoteles elaborado por Holguín.

El autor nos describe algunos de los distintos tipos de certificados a los que como organización se puede optar, dándonos una explicación de lo que sugiere cada una, no solo como practicas sostenibles, sino tambien como beneficios a la comunidad, turismo sostenible, cadena de suministros, riesgos ambientales, entre otros.

Son diferentes certificaciones que las empresas pueden optar para considerarse sostenibles, y desempeñan un papel importante de cara al consumidor ya que genera compromiso y confianza en sus prácticas.

“Las organizaciones comienzan a evaluar estos factores y participan en alianzas comunitarias y obtienen diversas certificaciones ambientales para sus servicios o productos, potenciando su imagen de marca” (Jiménez, 2023, p.25). Lo mencionado por Jiménez es sobre la importancia que les da a las organizaciones que realicen algunas prácticas sostenibles en su empresa, les da una mayor credibilidad y confianza a los clientes cuando saben que tienen un certificado que lo avala.

Es de suma importancia el papel que juegan los colaboradores de las organizaciones en la sostenibilidad, ya que debe dominar a la perfección estas prácticas para su eficiente funcionamiento, y así poder asegurar la veracidad de estas certificaciones.

Para Jiménez (2023) los hoteles que:

Se están implicando en implementar estas medidas y en hacer un mejor uso de los recursos, sobre todo del agua, la energía eléctrica y la gestión de los residuos para conseguir los certificados por cumplir con los principios de la carta mundial del Turismo Sostenible. También es importante saber que dentro de todo esto, es imprescindible la formación de los empleados sobre material ambiental. (10 p).

La autora hace referencia hacer el mejor uso de los recursos básicos en los alojamientos es vital para conseguir estas certificaciones, dando un énfasis en la importancia de la capacitación sobre el tema con los trabajadores de la empresa.

Gestión de alojamientos sostenibles

La administración de alojamientos sostenibles tiene un papel retador en la industria hotelera y turística, así como para una organización en general, ya que, sumado a las responsabilidades de ser una empresa rentable, esta también la responsabilidad con la naturaleza y la sociedad, buscando promover las practicas responsables y den un evidente beneficio a las comunidades locales, buscando un impacto positivo a largo plazo. Y es clave que esta cultura desde los más altos mandos ejecutivos, hasta los recientes operarios del alojamiento.

Ramírez (2019) comenta sobre la importancia de una buena gestión radica en:

Exploración técnica y administrativa, de un nuevo modelo de recreación al interior de la industria de la hospitalidad, que atiende a las necesidades fundamentales de un sector altamente competido, y que se puede convertir en un elemento diferenciador en términos de calidad y fidelización de los clientes, en aras, del posicionamiento del departamento, en su oferta hotelera. Finalmente, el presente ejercicio académico, es para el Administrador del Turismo Sostenible, la oportunidad propicia para articular los saberes holísticos alrededor de la disciplina turística, así como la posibilidad de integrar todos los elementos inherentes a la calidad en el servicio, la mejora continua y la sostenibilidad en la planificación de actividades turísticas, que destacan la necesidad de esta profesión para el departamento, y en general, para el país. (17 p)

Para el administrador hotelero de un alojamiento sostenible, Ramírez da a entender que es importante estudiar las necesidades del cliente, diferenciándolas con la competencia para lograr la fidelización del mismo, poder dominar esta disciplina turística con todas las herramientas y así poder destacar en la industria.

Sobre la gestión hotelera Bom-Camargo (2021) nos cita a Henao, et al. (2020), afirmando que la gestión “es importante para que las empresas comiencen a crear nuevos productos y servicios” (p. 68). Productos, bienes y servicios, que producidos y fabricados bajo un modelo de Responsabilidad Social en la gestión empresarial, permitirá que sean sostenibles tanto la organización como el impacto que este genere, disminuyendo y eliminando los negativos.

Así también para Molina et al. (2022) ven importancia para la gestión de un alojamiento sostenible:

El desarrollo de los cinco ejes planteados por SEGITTUR y la norma UNE 178501 tiene beneficios para la mejora de la competitividad de los destinos, pues supone la revalorización del destino a través de la innovación, la tecnología y la sostenibilidad dando como resultado:

- Un aumento de la competitividad, gracias al mejor aprovechamiento de sus recursos turísticos y a la identificación y creación de otros.
- Una mejora en la eficiencia de los procesos de producción y comercialización.
- Un impulso al desarrollo sostenible del destino en sus tres vertientes: medioambiental, económica y socio-cultural.
- Una mejora de la calidad de la estancia de los visitantes y de la calidad de vida de los residentes.
- Hacer de la estrategia turística la base para la dinamización económica del territorio garantizando sus efectos positivos en el largo plazo.

Estos cinco ejes están siendo desarrollados para evaluar y certificar un Destino Turístico Innovador (DTI) de cara a mejorar tanto la calidad de la experiencia del visitante con el destino, como la calidad del residente. (56 p)

Los autores en este artículo nos hacen un resumen de principales planteamientos para que la gestión hotelera tenga resultados positivos, y lo plantean en cinco ejes

sobre competitividad, eficiencia, desarrollo, calidad y estrategia turística, ya comprobadas para la satisfacción del visitante.

Importancia de prácticas de sostenibilidad

Las buenas prácticas sostenibles en las organizaciones pasan a un plano importante en la operación, ya que siendo bien ejecutados dan un impacto significativo no solo la empresa, sino también en el medio ambiente, en conjunto a las comunidades locales. Se busca con esto conservar el ambiente donde se ubican, socialmente responsables con la comunidad que acoge el alojamiento, y la satisfacción eficiente para con el turista.

Para Holguín (2020), nos dice que las buenas prácticas sostenibles:

Son un conjunto de acciones que promueven una relación amigable con el ambiente e implican un cambio de actitud y comportamiento en nuestras actividades diarias. Estas son clasificadas en 5 dimensiones, que son el manejo adecuado de residuos, la movilidad sostenible, las buenas prácticas ambientales para reducir la huella, el cuidado del patrimonio natural y la construcción sostenible. Estas acciones tienen como finalidad disminuir el impacto negativo que generan algunos procesos de actividades. (14 p).

El autor habla de un grupo de acciones a realizar que promueven un cambio no solo en actitud sino también el comportamiento de los responsables. Explicando

que existen cinco dimensiones que pueden aportar, teniendo resultados positivos en las actividades operativas.

Es de suma importancia para Hirsch (2022) las prácticas sostenibles:

Debido al ya muy conocido hecho de que muchas corporaciones han provocado problemas graves en el medio ambiente, se ha exigido e implementado, cada vez más, el uso de prácticas responsables. Aseguran que la responsabilidad social corporativa es un valor obligatorio con que deben contar las compañías en su ámbito externo e interno, que debe ser un elemento esencial y no un complemento que se limita al cumplimiento de estándares mínimos, y que debe ir de la mano de la ética. (5 p)

El autor hace un hincapié a que en el pasado muchas organizaciones tuvieron problemas en sus operaciones, afectando así al medio ambiente, y refuerza el hecho de darle mayor importancia a las prácticas sostenibles en la empresa, donde no sea una opción, sino un requisito.

Sostenibilidad en el turismo y hotelería

Cuando hablamos de sostenibilidad en el turismo, hablamos de unos de los temas más tocados en la industria actualmente, no solo por la cantidad de turistas que buscan este tipo de alojamientos en los distintos destinos, sino también los hoteleros que buscan de alguna manera poder generar que estas prácticas vayan más allá de los establecimientos y los hagamos en nuestro día a día.

Lo que nos dice Ayuso (2019) es que:

El turismo sostenible respeta los recursos naturales de la zona donde se desarrolla, y potencia la economía local de los residentes. Pretende un equilibrio nada baladí entre turistas y población autóctona, y procura que la actividad tenga una prolongación a largo plazo en el tiempo. Además, potencia el respeto entre actividad comercial y medioambiente; y vela por satisfacer las necesidades de los clientes sin comprometer el bienestar de la población autóctona. Se trata por tanto de desarrollar una estancia de calidad para visitantes y visitados, así como dotar a la comunidad receptora de mayor calidad de vida a través de puestos de trabajo y mayor generación de riqueza. (8 p)

El autor habla de la importancia de la sostenibilidad en la industria hotelera y turística, que van de la mano con el buen uso de los recursos de la zona, con el fin de apoyar a la economía de la comunidad, buscar un equilibrio que tenga un beneficio para ellos como para los locales, y que sea de largo plazo.

Para Molina et al. (2022) ellos citan a:

Organización Mundial del Turismo (2022), el turismo sostenible debe hacer un uso óptimo de los recursos medioambientales, ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica, debe respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando sus activos

culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y debe asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, empleo estable y que contribuyan a la reducción de la pobreza. (52 p).

Luego de citar a la OMT, el autor da a entender que la sostenibilidad en el turismo se basa en el uso eficiente de los recursos naturales, respetando la autenticidad de la comunidad local, además de potenciar las actividades económicas que permitan minimizar la pobreza.

Para Jiménez (2023) la sostenibilidad en:

Los sitios deben mantenerse para oportunidades futuras y para preservarlos a lo largo del tiempo. Es importante destacar que el concepto de sostenibilidad es uno de los conceptos que más se hablan en la actualidad, no sólo en el ámbito turístico, sino en otras áreas diferentes como, por ejemplo, el transporte, entre otras muchas más. (2 p)

Para Jiménez la sostenibilidad va más allá de las practicas que pueden beneficiar su alojamiento turístico, sino tambien tiene una visión en que las personas pueden tambien llevarlo a su vida cotidiana, como para ejemplo para las siguientes generaciones.

Diseño sostenible en la arquitectura de alojamiento

La importancia de los diseños sostenibles en los alojamientos hoteleros, se basa no solo en los materiales a usar, también en los detalles que tenga el responsable para que la infraestructura se sienta no solo ecológica para el turista sino también mantenga la comodidad y seguridad que el cliente requiere en su estadía. Teniendo conciencia que es parte de una revolución en la industria hotelera que busca ser más responsable con el medioambiente, reduciendo su impacto negativo y su vez generando una nueva experiencia en el cliente.

Para Vega (2019), las características de una arquitectura sostenible:

En vista de las crisis mundiales actuales – sobrepoblación, agotamiento de los recursos naturales y desastres ecológicos-, era urgente alinear el desarrollo y la arquitectura con el concepto de sostenibilidad. A lo largo de los años, los arquitectos “verdes” plantean diferentes principios de la arquitectura sostenible. Los cinco principios básicos emitidos por el LEED son:

- a. Eficiencia energética
- b. Eficiencia de agua
- c. Recursos y materiales
- d. Sitio sostenible
- e. Calidad ambiental interior (30 p)

Acá el autor no solo nos da una lista de cinco principios importante sobre la arquitectura de un alojamiento sostenibles, basados en lo emitido por el Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental, por sus siglas en inglés LEED, sino tambien da importancia a la realidad que se vive en el mundo, con las crisis no solo gubernamentales, sino tambien con las crisis del medioambiente y la reducción de recursos.

Para Álvarez y Zuleta (2021), entre los factores más importantes esta:

Diseño bioclimático de la vivienda: Factor relacionado con las variables que hacen referencia al equipamiento que debe tener la vivienda (aparatos sanitarios, equipos de iluminación y de almacenamiento de agua), a las fuentes de energía y el conocimiento sobre los aspectos bioclimáticos que debe poseer el profesional diseñador; y con los aspectos finales necesarios según el entorno medioambiental, que puedan considerarse al momento de diseñar la vivienda. (374 p)

Los autores explican un punto importante en el diseño de la vivienda, que sea bioclimático, esto da a entender sobre los aparatos que tendría el diseño, buscando fuentes de energía para que se mantenga ecológico, y a su vez el cliente tenga los servicios básicos.

Impacto ambiental y social de la sostenibilidad

El impacto en estos aspectos de la sostenibilidad es crucial para lo que se busca en un mundo más respetuoso y de igualdad, mientras que en lo ambiental busca reducir recursos de nuestro entorno natural, en lo social se busca tener la seguridad que las personas en nuestra comunidad tengan los mismos derechos sociales, oportunidades y condiciones de vida para un mejor futuro.

Para Pez y Torres (2020), citando a Larico y Pannca (2017), identifican que el impacto social:

Incluye los cambios más inmediatos en la calidad de vida y el ajuste a la actividad en las comunidades de destino propuesto en donde se encuentran ubicados estos establecimientos, el cual irá emergiendo gradualmente en una relación social comunitaria. (12 p).

Los autores interpretan esta cita sobre el impacto social que les das a los locales de las comunidades donde estas ubicado, el cual mejora su económica y calidad de vida.

Mientras que tambien Pez y Torres (2020), citando a Pardavila y Navarro (2014), en cuanto al impacto ambiental:

Se pudo identificar que la construcción de hoteles en las comunidades rurales los convierte en los principales emisores de distintos gases y residuos

tales como basura, plástico, residuos alimenticios los cuales los hoteles sostenibles se encuentran trabajando para poder disminuir dichas emisiones para la mejora de las comunidades rurales teniendo como resultado beneficios como la disminución del agua y energía, así como también la correcta administración de residuos. (12 p)

Es importante lo que citan los autores, debido a que se identifica lo que algunas organizaciones comenten, muchas veces sin saber, y perjudican el medio ambiente al no tener claros las buenas prácticas sostenibles, y lo que se busca es generar un impacto positivo de los recursos bien tratados.

Para Salvador (2021) es importante poder:

Desarrollar estrategias de sostenibilidad a menudo es un desafío importante para los negocios, pero la implementación usualmente es un desafío mayor. Algunas compañías no han desarrollado ninguna estrategia coherente de sostenibilidad y mucho menos una manera sistemática de pensar al respecto o de administrar sus impactos sociales y ambientales. Los impactos sociales y ambientales negativos han empañado la reputación de muchas corporaciones. Sin embargo, algunas han reconocido los efectos sociales y ambientales de sus acciones, desarrollado una declaración de sostenibilidad corporativa y realizando progresos hacia la definición de una política que confronte los problemas. (41 p)

Lo que comenta el autor es el desafío importante que tienen las empresas al tener estrategias de sostenibilidad en sus operaciones, ya que muchas no lo tienen y debido a esto no se dan cuenta los impactos negativos que están generando en el medio ambiente y en ámbito social.

Para Rengifo y Sánchez (2022) el concepto del:

Responsabilidad Social Empresarial ha ido ganando espacio dentro de las discusiones éticas y filosóficas contemporáneas. Significa la toma de conciencia libre y voluntaria de las empresas, al optar por generar un impacto beneficioso dentro de la sociedad y las comunidades, fomentando un mundo más democrático, de libre mercado, pero regulado por pautas éticas y ecológicas, acordes al desarrollo sostenible. Estas nuevas dinámicas, demandan una preocupación constante por el presente y el futuro de la humanidad, por los actores que hacen vida dentro de los espacios organizacionales, pero también por quienes están fuera de ellos. (12 p)

La responsabilidad social de las empresas, como comentan los autores, genera un impacto social importantísimo ya comprobado por organizaciones que, si lo tienen, y fomentan con el ejemplo un mundo con características de un desarrollo sostenible.

Para Jiménez (2023) el impacto de:

La sostenibilidad del turismo es, hoy en día, una necesidad urgente y un desafío fundamental. Es importante destacar que cada vez más empresas y más gobiernos están aprovechando esta oportunidad para crear proyectos turísticos sostenibles para sus países, trabajando juntos para promover actividades turísticas sostenibles, y que puedan disfrutarlo con el paso de los años. (11 p)

Lo que la autora nos dice sobre el impacto social, es sobre la importancia que tienen las diversas empresas de todo el mundo al generar no solo destinos turísticos sostenibles, sino también las prácticas que ellos deben de incluir en su operación como ejemplo social.

3.2.2 Experiencia del cliente

Cliente

El cliente es eje central para cualquier negocio, o intercambio comercial, un factor importante para la rentabilidad futura de tu empresa. Se define como la persona que busca un bien, servicio o producto de un proveedor a cambio de otro valor que podría ser económico o también el factor tiempo o esfuerzo. De acuerdo a muchas variables el cliente decide que tan valiosa resulta ser la empresa para él, y depende de la empresa demostrar que tan importante es el cliente.

Para Miranda (2019) el consumidor:

Ha evolucionado gracias a la globalización y a la tecnología. Ahora exige y espera mucho más de una empresa porque se encuentra más informado. Valora las experiencias memorables y las relaciones personales, se ha convertido en el centro de atención y foco de estrategias para varias industrias. (1 p).

Lo que el autor habla sobre el cliente, es como se tiene el concepto que es el foco y atención de muchas industrias actualmente, y son los mismos que valoran mucho las experiencias que les brindan al momento de la compra, cada vez con la evolución de la globalización exige mucho más a la empresa.

Para Diaz (2019), el concepto de cliente:

Hoy en día, las empresas han aceptado que el cliente es el foco de todas las estrategias y consideraciones. Sin embargo, el concepto de “poner al cliente en el centro” se ha convertido en un término popular, sin una concreción verdaderamente útil debido en parte a que no existe una definición universal del concepto y sus implicaciones. Se identifica como un concepto, misión, proceso, estrategia corporativa, de ventas o de Marketing. No es sorprendente que el término cliente tampoco esté definido en este contexto, de tal manera que exista una enorme variedad de interpretaciones sobre quién es el cliente. (10 p).

Lo que comenta Diaz es que, si bien el concepto básico de cliente es que es el foco de atención de las empresas, y son bases para plantear sus estrategias de venta,

el cree que la definición va más allá de eso, ya que piensa que hay más variedad de definiciones dependiendo el área y el concepto que lo indica.

Luego se entiende que “el cliente es el comprador potencial o real de un producto o servicio, de acuerdo al American Marketing Association (2015). El cliente es el activo más importante que posee una empresa u organización, porque accede o compra un producto o servicio a través de una transacción financiera u otra forma de pago.” (Morales et al., 2019, p.269). Los autores bajo el concepto marketero que tiene una entidad americana, el cliente pasa a ser el activo más potente de la empresa, ya que tiene la decisión más importante en cuanto a los ingresos se refiere.

También Morales et al. (2019) clasifica específicamente a los clientes:

Cientes internos: Son las personas que trabajan en la empresa y hacen factible la elaboración de productos o servicios. Cada departamento es cliente y proveedora de servicios al mismo tiempo, garantizando que la calidad interna de los procesos se refleje en la que reciben los clientes externos.

Cientes externos: Son las personas que obtienen los productos y servicios brindados. Son extraños o ajenos a la empresa y son el origen de ingresos que mantienen las operaciones. Sin embargo, se considera a los clientes de una empresa como un concepto más amplio e integral, se podría decir que están constituidos por aquellas personas cuyas decisiones determinan la posibilidad de que la organización prospere en el tiempo. (270 p)

Los autores acá nos clasifican a los clientes en dos, los internos que vendrían a ser los que trabajan dentro de la empresa, generando el servicio y proceso adecuado que recibirán los clientes externos, que a su vez son los clientes que obtienen este servicio o producto bajo su decisión, ambos sumamente importantes para la organización.

“Se entiende entonces por cliente como a la persona o empresa que genera un transacción o compromiso de compra futura con una entidad para adquirir un bien o servicio, siendo esta transacción de manera física o virtual”. (Pierrend, 2020, p 12). Le autor comparte que el cliente es la persona que realiza finalmente la acción de la transacción sobre la compra a la entidad que esté interesado.

Experiencia del cliente

Hoy en día, así como el cliente es importante para las organizaciones, no solo se trata de atraerlo, sino también de generar ese ambiente que lo invite a quedarse, disfrutar, y volver. Es un conjunto de acciones ya sean emocionales o algunas veces sensoriales, que realizamos para generar ese valioso tiempo el cliente en la empresa. Es importante entender que mientras más cerca estes de la excelencia del momento, más cerca estarás del éxito de la empresa.

Para Diaz (2019) citando a Aunkofer (2018) en el diseño:

De las experiencias en cambio, los clientes pasan a ser todos los individuos que interactúan con la compañía en cualquier momento, lugar, o canal, ya sea físicamente o a través de un dispositivo digital. El concepto de cliente debe expandirse y no solo incluir a los clientes actuales que hayan pagado por un producto o servicio, sino entender que cualquier persona es un cliente potencial. (11 p).

Importante lo que comenta Diaz, al referirse que no solo la empresa debe fijarse en la experiencia del cliente que realiza la transacción, sino también generar lo mismo para cualquier cliente ya sea físico o digital, ya que podría ser un potencial cliente importante.

Para Miranda (2019) citando a Alfaro (2010) define a la experiencia del cliente como:

Una estrategia que consiste en generar experiencias en el entorno del producto con el fin de crear un vínculo emocional entre la marca y el cliente. La falta de diferenciación en los comercios ha llevado a los profesionales a replantear nuevos modelos de negocio, ya que cada vez existe más competencia y todo avanza muy rápido. Esta estrategia funciona mejor en sectores donde el nivel de competitividad y guerra de precios es significativo. (9 p).

Lo que Miranda comparte en esta cita a Alfaro, es que la diferenciación es lo que actualmente está faltando en los distintos negocios, y resalta la importancia de

tenerla en tu producto, por la alta competencia que se tiene, también subraya al inicio el vínculo emocional que se debe generar en esta experiencia.

Lo que nos dicen Morales et al. (2019) sobre la importancia de la experiencia es que:

La lección es clara, los clientes insatisfechos no te avisarán que te dejan, simplemente desaparecerán y acudirán a tu competidor si no cumples sus necesidades. Consecuentemente, los directores empresariales empiezan a percibir la experiencia del cliente como un diferenciador competitivo clave. De manera que, consideran que el servicio al cliente es el principal vehículo para mejorar esa experiencia. (p 276).

Los autores resaltan la importancia de generar una buena experiencia al cliente, para diferenciarte de tu competencia, es así que la opinión de ellos generar que tu mantengas una mejora continua, ya que de no ser así los clientes sin avisar se irían a la competencia, a encontrar lo que tú no pudiste darles.

Factores que influyen en la experiencia del cliente

Hay factores a tener en cuenta cuando se crea la experiencia del cliente, y es esencial tenerlos en cuenta cuando quieres construir una atmósfera positiva para tu consumidor, estos factores pueden variar acerca de la calidad del producto, el proceso de la compra, el servicio en sí, la comunicación, entre otros. La suma de estos, creará un mejor camino al éxito.

Para Monroy (2019) en la experiencia del cliente uno de los factores clave:

En la estrategia de mercadotecnia de las empresas, lo que al mismo tiempo se analiza bajo un enfoque hacia la obtención de beneficios económicos. En el segmento de negocios de la restauración, el término competitividad es una variable que no puede ser dejada de lado, ya que aquella empresa que sea capaz de satisfacer con mayor medida a su comensal, será aquella que tenga mayores probabilidades de sobrevivir en un mercado cada vez más saturado y exigido por el cliente. (71 p).

Monroy comenta un factor importante para llegar a la mejor experiencia al cliente, que es la competitividad, sostiene que, para obtener beneficios económicos, este factor es uno de los que no se puede dejar de lado, ya que la empresa que lo domine, será capaz de satisfacer casi por completo a su consumidor.

Lo que dice Jami (2019) sobre factores de la calidad en la experiencia del cliente es que:

Se debe hacer el análisis desde el punto de vista de la calidad y comenzar a mejorar y perfeccionar esos servicios. Se determinan tres factores clave que definen el triángulo del servicio:

- La estrategia del servicio, para dirigir la atención hacia las verdaderas prioridades del cliente.

- Personal operativo orientado hacia el cliente, con adecuada capacidad de respuesta y deseo de ayudar.
- Sistemas basados en el trato amistoso con el cliente. (11 p)

El autor destaca los factores en la experiencia del cliente, bajo el punto de vista de la calidad, sostiene que a partir de ahí puede lograr perfeccionar el servicio que se brinda, y además define un triángulo del servicio donde los principales protagonistas son la estrategia, el personal, y el trato.

“Hay que tener en cuenta que no se trata solamente de un espacio físico donde realizar las compras sino también de disfrutar, un lugar de ocio y entretenimiento donde cliente y marca conectan” (González y Pallarés, 2020, p 80). Los autores resaltan el factor ubicación como algo importante también, pero, ante todo, como logras como negocio que tu marca y el cliente conecten en este lugar.

Para Heredia y Fonseca (2021) la experiencia al cliente:

Para cualquier sector de la economía, la experiencia de cliente se ha convertido, en los últimos años, en parte fundamental del desarrollo de estrategias centrales para llevar a las organizaciones a un crecimiento económico mayor y a un reconocimiento en el mercado más sólido. Experiencia de cliente, no se trata únicamente de saber qué pasa con el cliente cuando se relaciona con la organización, se trata además de reconocer que el cliente es el eslabón principal del que hacer de todas las organizaciones y es quien finalmente determina el futuro de estas. (124 p).

Los autores resaltan el resultado que da en el factor económico, si logras hacer una experiencia extraordinaria con tu cliente, ya que va más allá de la conexión con ellos, se trata también de darle un lugar importante a tu cliente, como tu eslabón principal como mencionan.

Medición de la experiencia del cliente

Es fundamental saber si estas en el camino correcto dentro de generar la experiencia al cliente, y para esto tenemos indicadores o métodos que nos miden si lo estamos enfocando bien. Estas mediciones agrupan y analizan datos de los clientes, acerca de interacciones, percepciones y otras variables, acerca no solo del momento, sino también para con la marca. El propósito es evaluarlo y cuantificarlo, para su plan de acción posterior y mejora continua.

Según Jami (2019) comenta algunos de los más importantes modelos de medición:

También denominados el “enfoque de los premios” o los modelos de calidad total de excelencia:

- El modelo japonés (Base para otorgar el Premio Deming).
- El modelo norteamericano (Base para otorgar el Premio Malcolm Baldrige).
- El modelo europeo o EFQM: European Foundation For Quality Management – Por sus siglas en inglés – o Fundación Europea para

la Gestión de la Calidad – traducido al español (Base para otorgar el Premio Europeo a la Calidad). (14p)

Si bien es cierto Jami nos comenta en su experiencia estos modelos internacionales importantes para generar la mejor calidad en tu experiencia, son distintas las variables e indicadores que nos pueden evaluar que estamos en el camino del éxito, siempre y cuando logramos descifrar las oportunidades y levantarlas para una mejora inmediata.

“El nivel de satisfacción del cliente puede ser analizado desde la perspectiva de un ciclo de estado de ánimos que concluye con una respuesta positiva o negativa hacia el consumo presente y posterior por parte de los clientes”. (Monroy, 2019, p 71). Importante el punto que toca Monroy al analizar que no solo un resultado de ciertos indicadores puede mostrar el nivel de satisfacción del cliente, sino también el estado de ánimo en que se encuentre el individuo, y generar una respuesta luego del servicio es también un ejemplo de medición de la experiencia que brindamos.

Fidelización del cliente

La fidelización es un pilar importante en cuanto estrategias se habla, es importante cuidar a nuestro consumidor, y ser competitivo en el mercado para poder satisfacer las necesidades nuevas que puedan surgir. El proceso de fidelización se refiere a construir relaciones que duren en el tiempo, que sean sólidas y de esta manera tu cliente, te continúe eligiendo a ti como su proveedor, y a su vez ellos pasen a ser

embajadores de tu marca. Esto nos puede asegurar una parte de la rentabilidad de la empresa.

Para Jami (2019) citando a Reboloso et al. (2015) sobre fidelización:

Destacan la importancia de generar un servicio de calidad que promueva la fidelización de los clientes. De nada serviría disponer de altos niveles de gestión de calidad si no existieran receptores del producto. Por tanto, conocer cómo valoran los clientes el servicio ofrece información valiosa para construir tecnologías de gestión que permitan un funcionamiento eficaz. (65 p).

El autor destaca la importancia en la fidelización del cliente, y conversa un poco sobre el valor que le da a la empresa el conocer por el cliente que sintieron durante la compra, ya que es data importante para un largo plazo poder gestionar estrategias que permitan perfeccionar dicho funcionamiento.

“La gestión de la experiencia del cliente se ha convertido en una ventaja competitiva para las empresas, pues el vínculo emocional generado entre la marca y el cliente representa las bases sólidas de una gestión de fidelización”. (Miranda, 2019, p 1).

El autor nos habla de lo importante que es tener como base en tu servicio la fidelización, dando énfasis al inicio, desde que empiezas la experiencia con tu cliente y teniéndola como ventaja competitiva.

Para Mazzini (2020), los negocios:

Muchos negocios se centran en conseguir nuevos clientes, pero muy poco se enfocan en conservarlos. Lo que no saben es que un cliente que ya les compró tiene muchas más posibilidades de regresar o de atraer nuevos clientes si su experiencia con nosotros fue satisfactoria o diferenciadora. Por lo que fidelizar a un cliente no es nada más que hacer que el cliente siempre quiera volver a visitarnos o adquirir nuestros productos ya sea por el buen trato o por los beneficios adicionales que les brindamos. (56 p).

Es importante lo que comenta Mazzini acerca de la fidelización, le da importancia a que no solo se trata de conseguir nuevos clientes, sino también conservar a quien ya nos compró, porque va a depender mucho de la experiencia que tuvieron para que se genere una pronta recompra, y no solo eso, sino también que ellos mismo mediante sus opiniones nos ayuden a atraer nuevos clientes.

Para Pierrend (2020), define a:

La fidelización del cliente como algo más que una relación duradera de un cliente con una empresa, se puede decir que es una sensación de afinidad o adhesión a los productos o servicios que ofrece una empresa, esto también incluye el tener al cliente pendiente de las distintas redes de comunicación que tenga la empresa. Lo que se busca es generar un gran beneficio a la empresa, pues un cliente leal significará un nivel de consumo de los bienes o servicios constantes o el aumento periódico de estos, además de que un cliente fiel es el mejor medio de publicidad para cualquier negocio. (12 p).

Lo que Pierrend dice, es que sostiene la importancia de la fidelización del cliente para con la empresa, tener esa afinidad también con los productos y mantenerlos informados de las novedades hace que tu cliente sea tu publicidad más importante de tu negocio, generando un mayor beneficio sostenido.

Experiencias emocionales y sensoriales

Las experiencias que tiene el cliente durante el proceso de compra pueden estar acompañada de variables que incluso cuando nos lo hagan recordar tiempo después, estas por lo regular son emocionales y sensoriales. Estas experiencias influyen considerablemente a la decisión de la compra, y la percepción que se tiene al producto o marca, y son importantes ya que despiertan en el individuo conexiones que pueden fomentar que sean clientes a largo plazo.

Para Miranda (2019) citando a Donnelly (2009) subraya la importancia de:

La experiencia del cliente es definida como la fusión de tributos tangibles (sensoriales) e intangibles (simbólicos) producidos por el consumidor y la empresa para crear un evento placentero, significativo y memorable. La experiencia del cliente involucra una serie de elementos complejos que afectan y moldean las percepciones de manera subjetiva del cliente y sus actitudes. (7 p).

El autor le da importancia a la combinación de tributos tangibles e intangibles que rodean la experiencia del cliente, de tal manera que sea recordado con el tiempo, y también subraya que esta experiencia involucra muchos elementos para su respectivo éxito.

Para González y Pallarés (2020), comentan sobre el marketing sensorial:

Cabe considerar que el marketing de sensaciones es una disciplina que pretende vincular de una manera cercana, mediante estímulos sensoriales, la marca con su público. En este caso, si las firmas desean dicha conexión, es potencialmente recomendable elegir un punto de venta, a poder ser con una ubicación y unas dimensiones atractivas, en el cual desarrollar esta experiencia multisensorial. (92 p)

Los autores hablan de un vínculo que se genera del cliente con la marca, al momento de considerar el marketing de sensaciones como su estrategia, más adelante sugiera tener un punto de venta físico que colabore con dicha experiencia.

Lo que comenta Méndez et al. (2021) citando a Bigne y Andreu (2004) sobre las sensaciones de la experiencia es que:

La satisfacción se puede definir como un estado cognitivo-afectivo resultante de las evaluaciones cognitivas (desconfirmación) y de las emociones provocadas por las evaluaciones cognitivas; un proceso que desencadena respuestas de comportamiento. La calidad percibida es uno de los

determinantes cognitivos y el utilizado en el análisis de la satisfacción de este estudio. (81 p)

Los autores en esta cita, quieren comunicar que la satisfacción está relacionada con un estado afectivo, provocado por sensaciones cognitivas, y esto lleva a ciertos comportamientos del consumidor, mientras mayor calidad percibida, mayor será la experiencia del cliente.

Para Jami (2019) citano a Kotlerk & Keller (2006) definen la satisfacción de cliente como:

Una sensación de placer o decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado. (12 p)

Lo que Jami nos cita, acerca de las sensaciones de los clientes, es que existe una media donde la sensación de placer del cliente depende de los resultados de las expectativas tenidas, si las cumple es mayor la sensación, y si no, pues es menor y puede quedar insatisfecho.

3.3 Definición de términos básicos

Para una mejor comprensión, se detallan algunos términos con sus definiciones:

- **Ecológico**

Se refiere a todo lo que tenga relación con el estudio de los organismos vivos y a su alrededor, con esto se comprende en como los seres vivos se adaptan al ambiente donde habitan.

- **Responsabilidad Social**

Se refiere a la ética y compromiso que tiene una organización para contribuir con su sociedad, y además de que acciones consideran para tener un impacto positivo.

- **Responsabilidad Ambiental**

Se refiere a la obligación que tiene una organización para preservar el medio ambiente, de la misma manera incluye las distintas prácticas que realizan para que generen un impacto positivo.

- **Turismo Sostenible**

Es una variable del turismo donde se enfoca a minimizar el impacto negativo para con el medio ambiente, depende de factores como cultura, economía, practicas, entre otros.

- **Innovación**

Se refiere al proceso de sumar nuevas mejoras o ideas, que tenga un importante significado con el producto o servicio, para resolver cualquier

eventual oportunidad que se haya detectado, y así poder satisfacer esa necesidad.

- **Recursos naturales**

Son componentes que se encuentran en la naturaleza, y los humanos le damos valor, estos recursos son de suma importancia para la vida en la tierra.

- **Satisfacción al cliente**

Es el nivel de cumplimiento que se tiene con la persona que consume tu servicio o producto, es un indicador clave para la futura rentabilidad de tu empresa.

- **Fidelización**

Se refiere al proceso de estrategias de una empresa que busca retener y fortalecer la relación que tiene con sus clientes a largo plazo, de manera que siempre seas una primera opción para ellos.

CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES

4.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas

4.1.1 Hipótesis principal

Los diseños de alojamiento sostenibles se relacionan en la influencia en la experiencia del cliente del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

4.1.2 Hipótesis derivadas

Los diseños de alojamiento sostenibles se relacionan en la satisfacción del cliente del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

Los diseños de alojamiento sostenibles se relacionan en la experiencia gastronómica del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

Los diseños de alojamiento sostenibles se relacionan en las actividades locales del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

4.2 Operacionalización de variables

V1: Diseño de alojamientos sostenibles

Se define como el alojamiento hotelero, puede tener características en su diseño que fomenten la sostenibilidad, dentro de esto consideramos la

eficiencia energética, uso de materiales sostenibles, gestión de recursos y un diseño que cumpla con normativas ecológicas.

Operacionalmente, se puede definir como este diseño puede incorporar también practicas sostenibles, que minimicen el impacto ambiental en la zona.

Y se basan en 3 dimensiones.

- Gestión de recursos básicos
- Diseño Ecológico
- Certificaciones

V2: Influencia en la experiencia del cliente

Se define como la capacidad de un alojamiento hotelero para poder gestionar al cliente, en que pueda tener una experiencia altamente satisfactoria, mediante distintos aspectos del servicio.

Operacionalmente, se puede definir como se evaluará esta influencia gestión de datos durante y finalizando su visita, de esta manera generar una mejora continua. Y se basan en 3 dimensiones.

- Calidad de servicio
- Satisfacción del cliente
- Comentarios posteriores

CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Diseño metodológico

Tipo: El tipo de investigación es aplicada porque buscar dar soluciones a un problema ya dado en un entorno específico

Enfoque: El enfoque que se le dará será cuantitativo, ya que se utilizarán datos numéricos, que nos darán resultados estadísticos de turistas potenciales y comprender mejor que aspectos del diseño sostenible son más importantes para ellos.

Diseño: Descriptiva ya que se evaluará un entorno específico, además de que se podrán realizar análisis de encuestas para aplicar a la solución.

Nivel: Simple ya que la investigación a realizar será sobre las preferencias a turistas potenciales, y esto nos dará la data para poder realizar las mejoras.

5.2 Diseño muestral

Para este estudio se tomará en cuenta a los turistas que se hospedaron en el Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí en su primera etapa de expansión, que fue una muestra de 30 hospedados.

5.3 Población

La población está comprendida por turistas que se hospedaron durante los meses de junio a diciembre 2023, que es el periodo de operación de la primera cabaña.

5.4 Muestra

La muestra fue a criterio del investigador, debido a que es la cantidad de turistas en esta primera etapa de operación.

5.5 Técnica de recolección de datos

Para esta investigación se usaron dos técnicas, que lo primero fueron las encuestas, con las cuales podremos validar la experiencia detallada que tuvo el turista en el hospedaje, además de conocer lo positivo y las críticas constructivas, que nos ayudaran a la satisfacción del cliente.

La herramienta usada para esta técnica fue los cuestionarios los cuales se tabularon y analizaron en Excel.

5.6 Técnicas estadísticas de procesamiento de la información

El proceso de recolección de datos, se realizó durante el mes de octubre del 2023, para ello, los investigadores realizaron cuestionarios a los turistas que habían sido hospedados esta etapa del año, en el periodo de prueba del Ecolodge. Para la primera variable se realizó un cuestionario conformado por 15 preguntas, en la que se buscaba evaluar distintos indicadores que nos

dieran resultados sobre la aprobación del diseño sostenible del Ecolodge. Para la segunda variable se realizó un cuestionario conformado por 15 preguntas, en la que se buscaba medir que tan aprobatoria fue la experiencia del cliente, luego de tomar los servicios del Ecolodge.

5.7 Resultados

5.7.1 Análisis descriptivo

Tabla 2

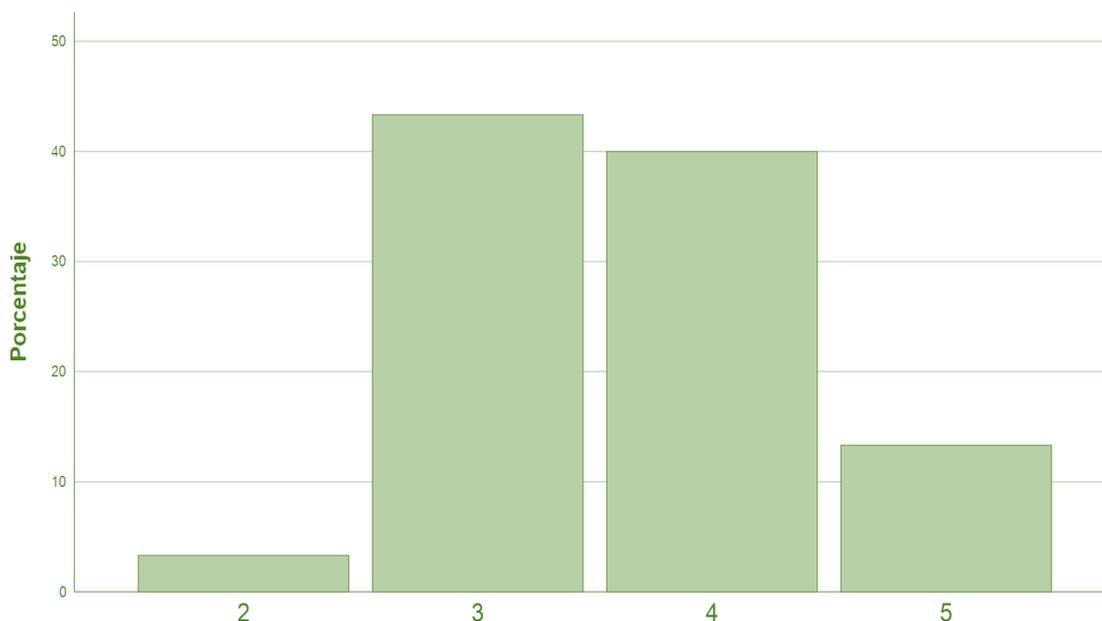
¿Cómo Calificaría la Disponibilidad de Suministro de Agua en el Ecolodge?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	1	3.3%	3.3%
3	13	43.3%	46.7%
4	12	40.0%	86.7%
5	4	13.3%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra que tan disponible está el suministro de agua en el Ecolodge.

Gráfico 1

Calificación de la Disponibilidad de Suministro de Agua en el Ecolodge



Según las encuestas realizadas se deduce que el 40% está de acuerdo con el suministro de agua, mientras que el 43.3% es neutro con respecto a su opinión. Por lo tanto, se deduce que si bien es cierto es correcto la disponibilidad del suministro, podría tener una mejora para su accesibilidad y facilidad de uso debido al uso del tanque elevado, mediante un responsable que mantenga el tanque lleno en todo momento, y evitar cualquier eventualidad para el cliente.

Tabla 3

¿Conociendo el Clima Local de Huarochirí, que tan Satisfecho se Sintió con la Temperatura dentro del Ecolodge?

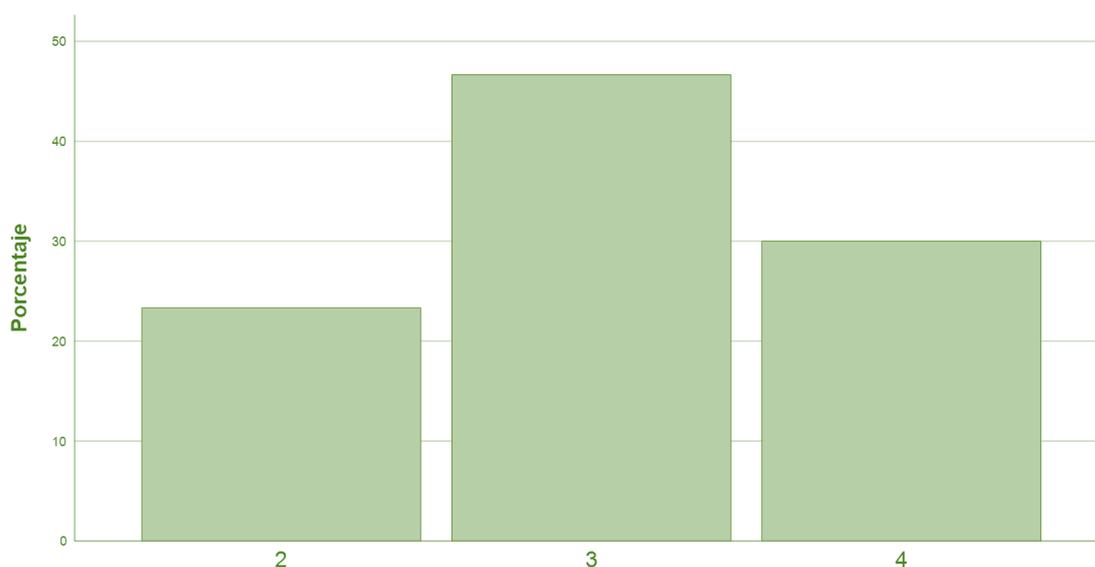
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	7	23.3%	23.3%
3	14	46.7%	70.0%

4	9	30.0%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra el nivel de satisfacción con la temperatura dentro del Ecolodge.

Gráfico 2

Nivel de Satisfacción que se sintió con la Temperatura dentro del Ecolodge



Los resultados de la encuesta nos muestran que el 46.7% de la población encuestada, encuentra oportunidad de mejora, mientras que un 30% se encuentra de acuerdo con la temperatura dentro del Ecolodge. Por consiguiente, se puede considerar que casi la mitad de las personas se sintieron cómodos con la temperatura, se podría mejorar a través de colocación de material como el poliestireno extruido que minimiza el ingreso del frío y combatir el clima de la ciudad.

Tabla 4

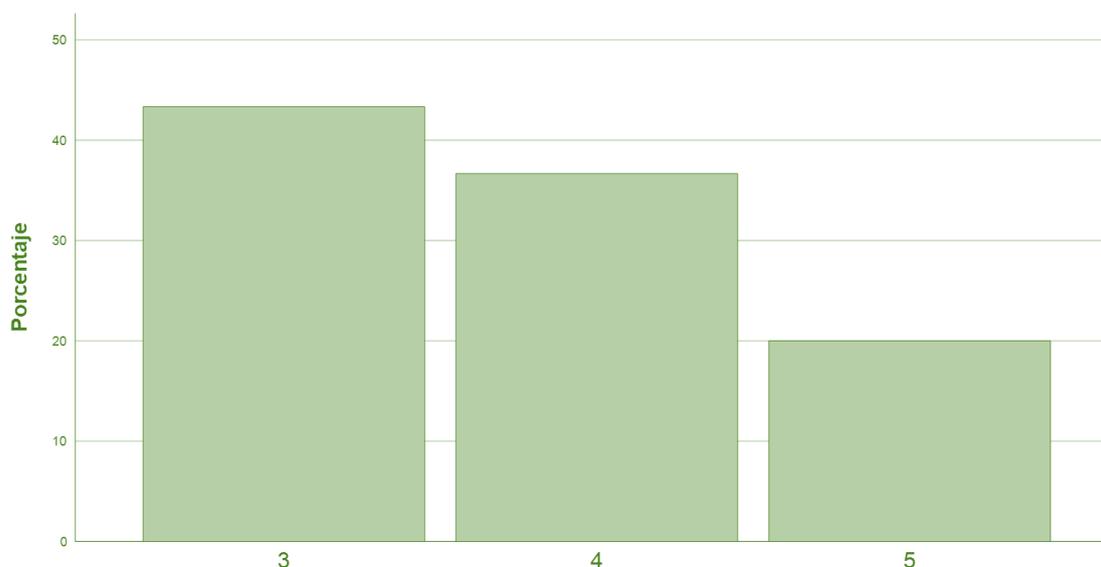
¿Qué tan Eficiente fue el uso de los Paneles Solares para la Eficiencia Energética?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 3	13	43.3%	43.3%
4	11	36.7%	80.0%
5	6	20.0%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra el nivel de eficiencia que tienen los paneles solares dentro del Ecolodge.

Gráfico 3

Nivel de Eficiencia del uso de los Paneles Solares en el Ecolodge



De acuerdo con los resultados, la tabla nos muestra que la mayoría de los encuestados con más del 50% están de acuerdo con la eficiencia de los paneles solares dentro del Ecolodge. Lo que nos dice que es de gran importancia para el visitante que los paneles estén operativos eficientemente durante su estadía, para tener energía natural en todo momento y a su vez dando importancia al uso de recursos naturales.

Tabla 5

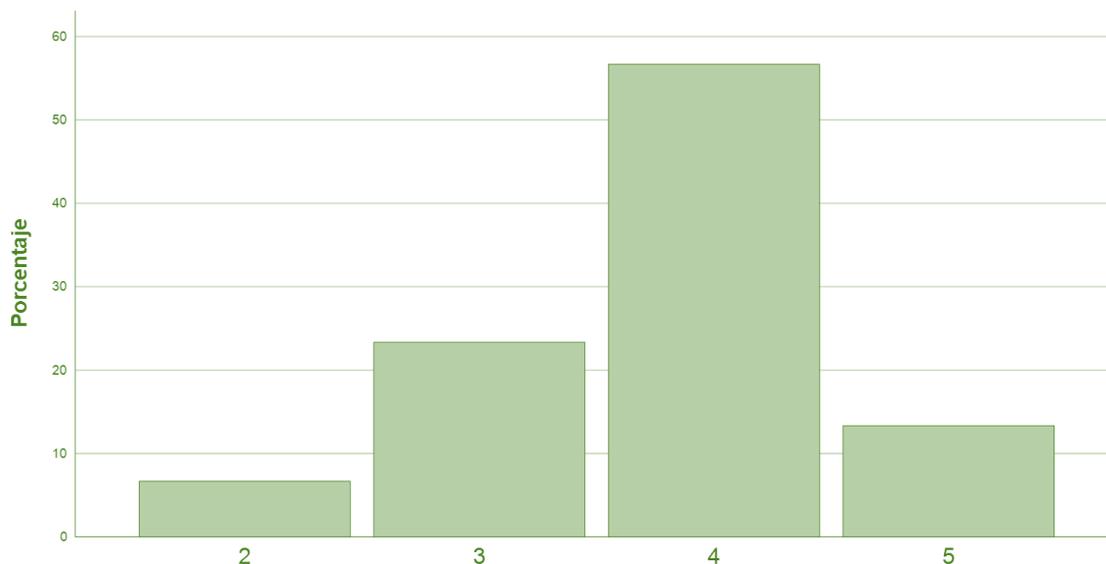
¿Cómo Calificaría la Calidad de Servicios Básicos Prestados por el Ecolodge?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	2	6.7%	6.7%
3	7	23.3%	30.0%
4	17	56.7%	86.7%
5	4	13.3%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra el nivel de calidad de los servicios básicos del Ecolodge.

Gráfico 4

Calificación de la Calidad de Servicios Básicos Prestados por el Ecolodge



Los resultados nos muestran más de la mitad con un 56.7% está de acuerdo con la calidad de los servicios básicos del Ecolodge, lo que nos dice que los clientes se sintieron satisfechos conociendo la idea del Ecolodge que si bien es cierto es

pequeño, fueron eficientes con los servicios básicos prestados por el mismo. Por tanto, se considera el continuo mantenimiento y crecimientos de estos servicios para una futura ampliación del establecimiento.

Tabla 6

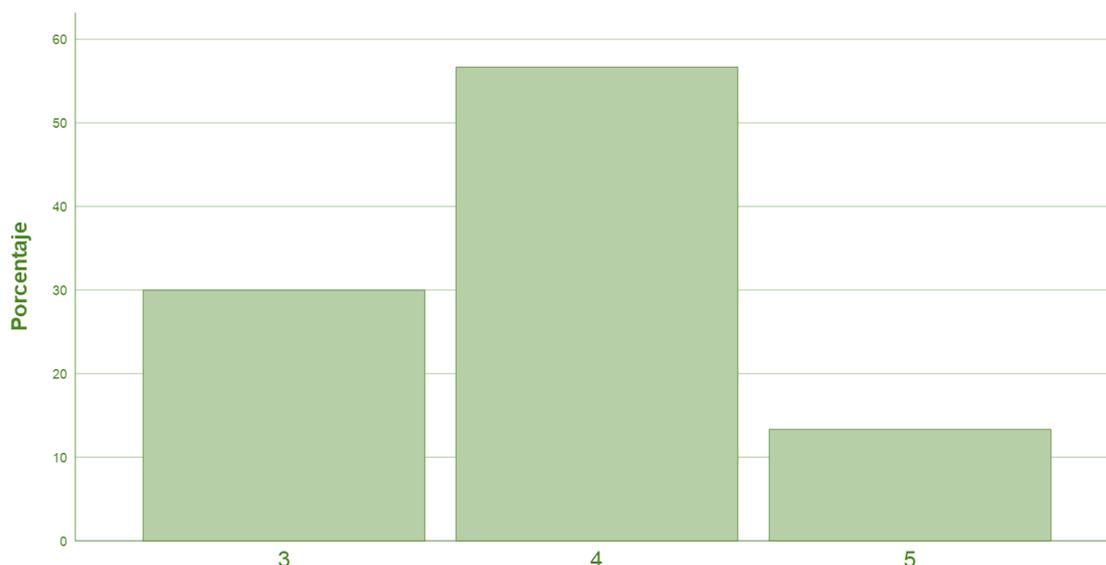
¿Qué tan Importante es que el Ecolodge Cuento con los Contenedores de Reciclaje?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 3	9	30.0%	30.0%
4	17	56.7%	86.7%
5	4	13.3%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla nos muestra la importancia de contar con contenedores de reciclaje del Ecolodge.

Gráfico 5

Nivel de Importante que el Ecolodge cuente con Contenedores de Reciclaje



Los resultados de la encuesta nos muestran que la gran mayoría de los encuestados con más de 60% considera de gran importancia que el Ecolodge cuente con contenedores de reciclaje. Por tanto, conociendo que los clientes disponen de espacio y utensilios para prepararse sus alimentos, consideran que es importante tener este espacio de reciclaje por utilidad y también respetando la idea de ecológico en el establecimiento.

Tabla 7

¿Qué Tanto Promueve el Reciclaje el Ecolodge?

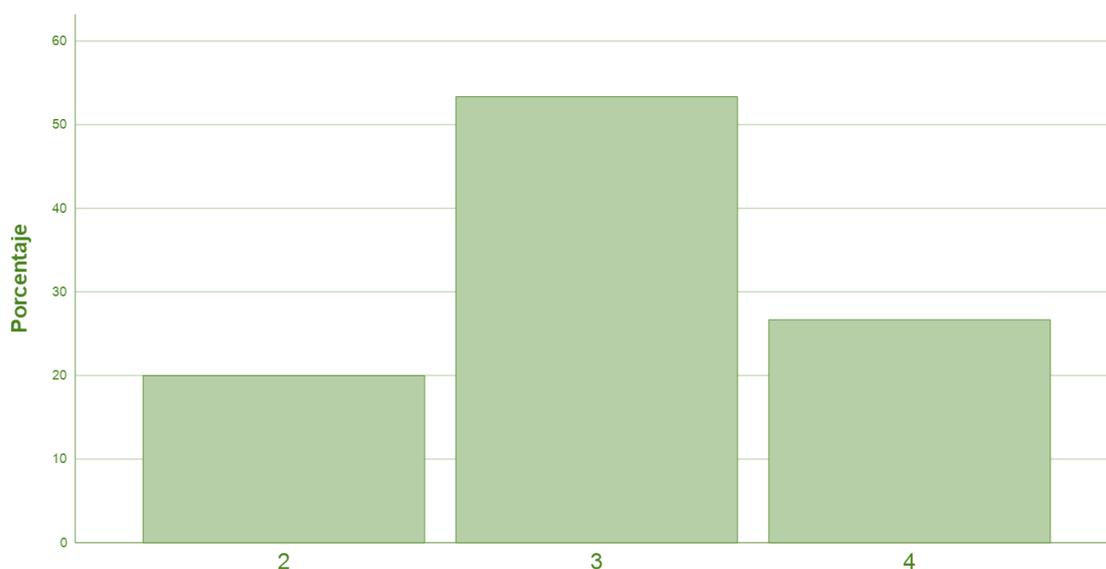
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	6	20.0%	20.0%
3	16	53.3%	73.3%

4	8	26.7%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra que tanto promueve el reciclaje el Ecolodge.

Gráfico 6

Nivel de Promoción del Reciclaje el Ecolodge



En base a los resultados de la encuesta se tiene que más de la mitad de los encuestados con un 53.3% no está de acuerdo ni en desacuerdo con el nivel de cómo se promueve el reciclaje en el Ecolodge. Se considera que es muy importante que se realice mayor promoción del reciclaje en el destino, como agregar los tachos etiquetados con los tipos de residuos, y no solo uno en general, ya que es un principio básico que promueve este tipo de establecimientos.

Tabla 8

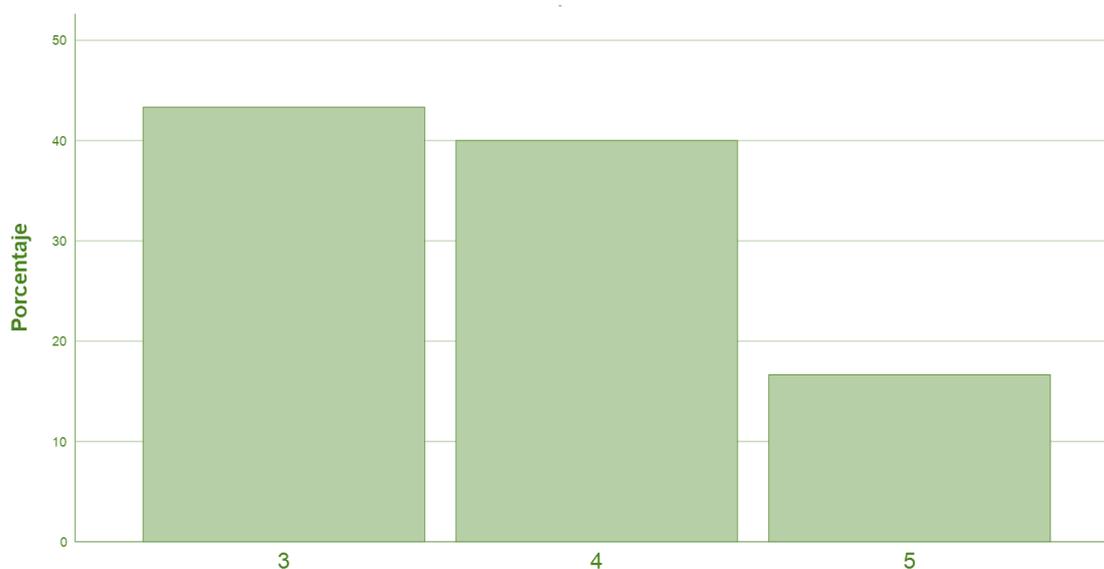
¿Qué tan Importante Consideras que el Ecolodge use Materiales Sostenibles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 3	13	43.3%	43.3%
4	12	40.0%	83.3%
5	5	16.7%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra el nivel de importancia del uso de materiales sostenibles en el Ecolodge.

Gráfico 7

Nivel de Importancia de Consideración que el Ecolodge use Materiales Sostenibles



El resultado de las encuestas nos muestra que más de la mitad de los encuestados que representa un 56.7% considera importante el uso de materiales sostenibles en el Ecolodge. Por tanto, consideramos que para el cliente siendo un destino ecológico es importante que el diseño está considerado en gran parte hecho por materiales sostenibles, como lo están actualmente los distintos espacios que tiene,

aunque podrían aumentar lagunas decoraciones o utensilios de los mismos materiales.

Tabla 9

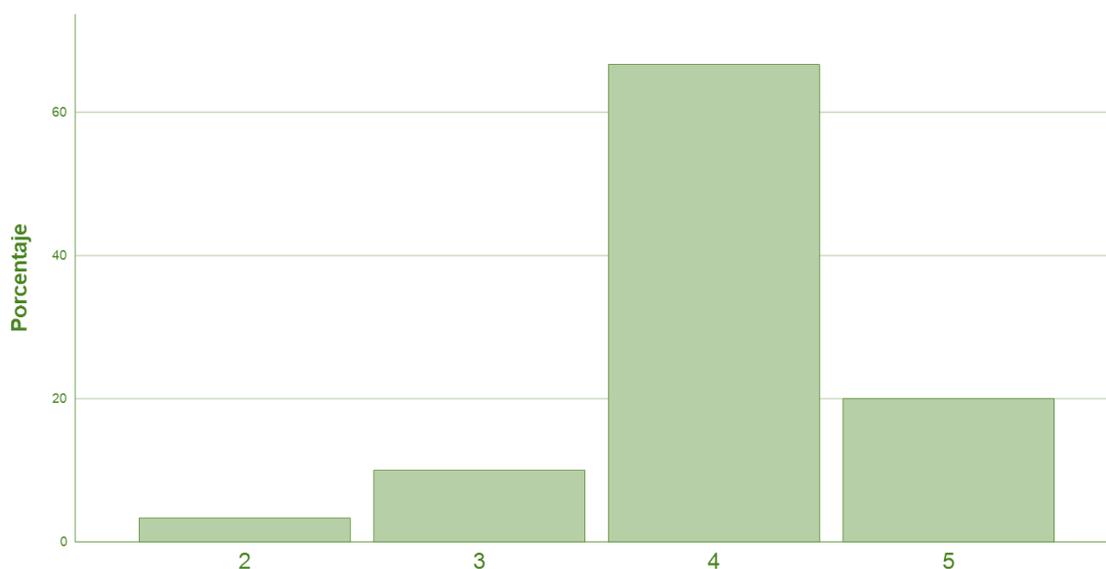
¿Cómo Calificaría el Mobiliario y Decoración con Materiales Sostenibles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	1	3.3%	3.3%
3	3	10.0%	13.3%
4	20	66.7%	80.0%
5	6	20.0%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra la satisfacción en el mobiliario y decoración con materiales sostenibles en el Ecolodge.

Gráfico 8

Calificación del Mobiliario y Decoración con Materiales Sostenibles del Ecolodge



En base a los resultados de la siguiente encuesta tenemos que gran parte de los encuestados están de acuerdo o muy de acuerdo con los mobiliarios y decoración del Ecolodge, representando más del 80% entre ambos. Por consiguiente, se considera mantener la calidad e innovación de las decoraciones, incluso para próximo crecimiento del Ecolodge, ya que tienen un estilo bastante moderno y clásico, promoviendo lo ecológico del establecimiento.

Tabla 10

¿Cómo Calificaría el Uso de Materiales Reciclados en el Ecolodge?

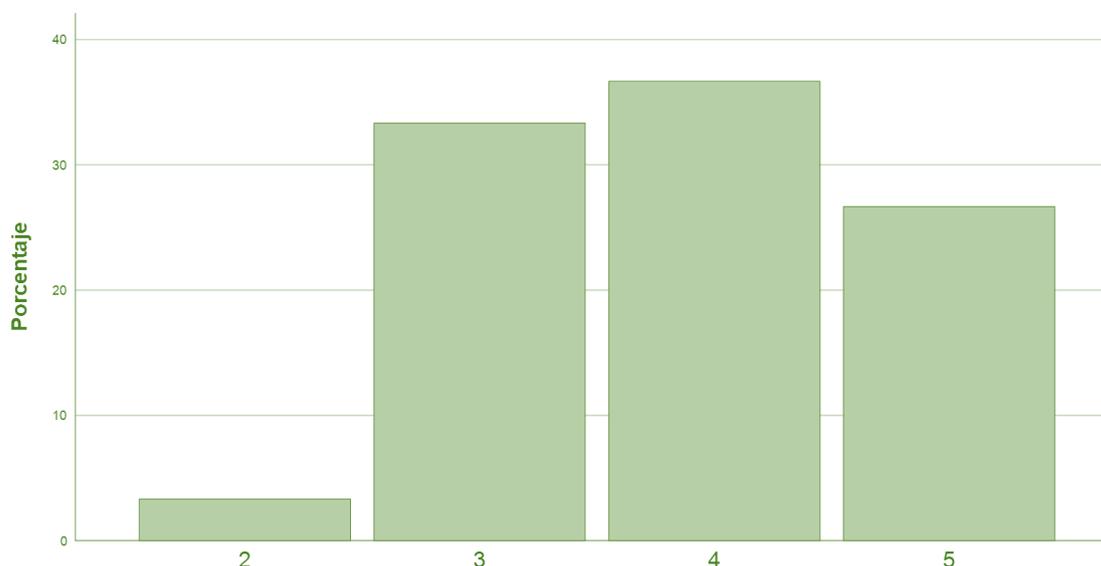
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	1	3.3%	3.3%
3	10	33.3%	36.7%

4	11	36.7%	73.3%
5	8	26.7%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra que tanto uso de materiales reciclados usa el Ecolodge.

Gráfico 9

Calificación del uso de Materiales Reciclados en el Ecolodge



Los resultados muestran que más de la mitad de los encuestados que representan más del 60% visualiza que en el Ecolodge se usan materiales reciclados. Por tanto, se considera de igual manera continuar con el uso constante de estos materiales para un posterior crecimiento.

Tabla 11

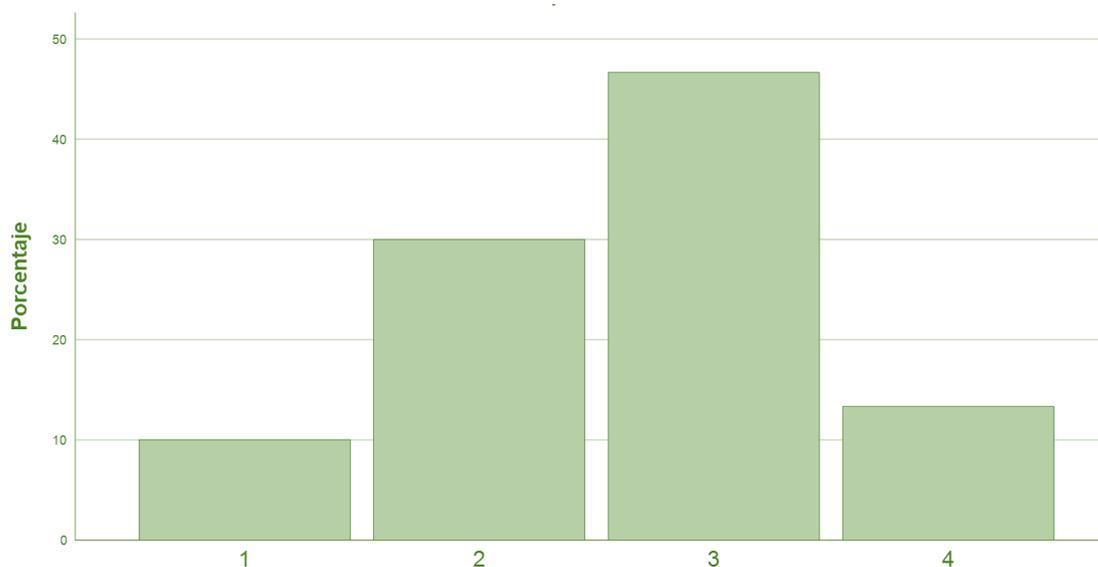
¿Qué Tanto Promueve el Ecolodge Mediante Prácticas la Importancia del Reciclaje?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 1	3	10.0%	10.0%
2	9	30.0%	40.0%
3	14	46.7%	86.7%
4	4	13.3%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra que tanto promueve las prácticas de reciclaje en el Ecolodge.

Gráfico 10

Nivel de Promoción del Ecolodge mediante Prácticas de Reciclaje



Los resultados que muestra este gráfico es que casi la mitad de encuestados que representa un 46.7%, no está de acuerdo ni en desacuerdo con la promoción de prácticas de reciclaje del Ecolodge, cabe resaltar que también un 30% considera estar en desacuerdo con esta medición. Por tanto, se sugiere que el Ecolodge debe promover más estas prácticas, mediante información o avisos, debido a la idea que

tiene este establecimiento, y así poder tener practicas donde el cliente pueda tambien aprender.

Tabla 12

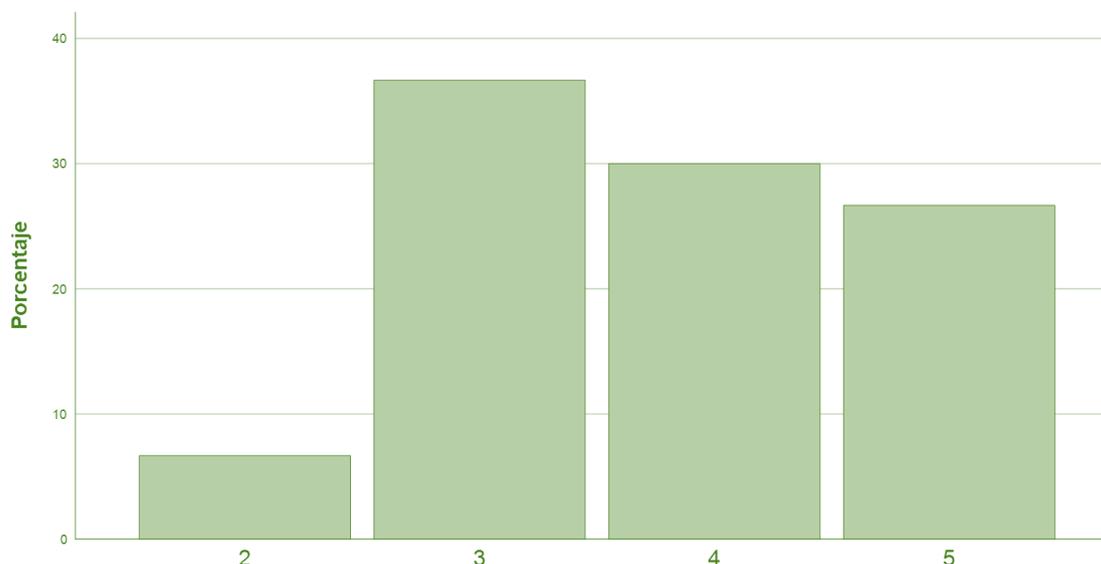
¿Qué tan Importante Considera el Diseño Ecosostenible en la Elección de su Hospedaje?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	2	6.7%	6.7%
3	11	36.7%	43.3%
4	9	30.0%	73.3%
5	8	26.7%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra la importancia del diseño ecosostenible del hospedaje al momento de la elección del cliente.

Gráfico 11

Importancia del Diseño Ecosostenible en la Elección de su Hospedaje



Se observa en los resultados de esta encuesta que más del 50% de los encuestados consideran muy importante el diseño ecosostenible del establecimiento al momento de decidir elegirlo. Por consiguiente, se considera que el cliente si le da importancia al diseño ecosostenible al momento de su elección, por lo que el diseño de este Ecolodge alcanza las expectativas de los turistas que tomaron el servicio.

Tabla 13

¿Qué tan Cómodo se Sintió con la Diversidad de Espacios Utilizados en el Ecolodge?

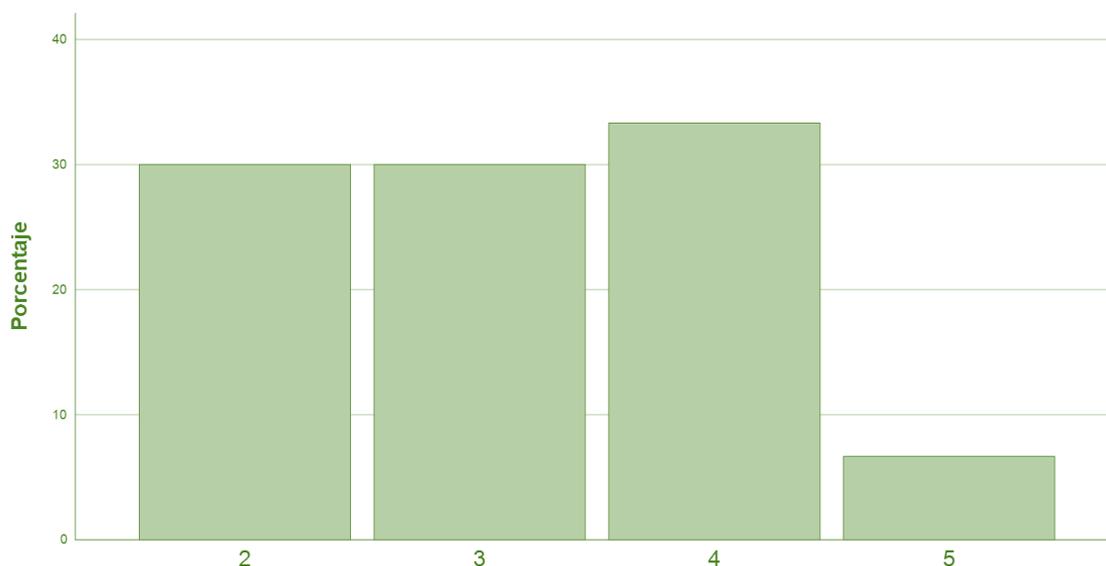
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	9	30.0%	30.0%
3	9	30.0%	60.0%

4	10	33.3%	93.3%
5	2	6.7%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra el nivel de comodidad con la diversidad de espacios en el Ecolodge.

Gráfico 12

Nivel de Comodidad con la Diversidad de Espacios Utilizados en el Ecolodge



Los resultados de esta encuesta nos muestran un resultado bastante parcial, teniendo como 33.3% en clientes que están de acuerdo, pero un 30% de clientes que están en desacuerdo con la diversidad de espacios utilizados para el Ecolodge. Por consiguiente, se puede considerar que si bien es cierto el espacio es reducido con dormitorio, sala de estar y cocina, está muy bien diseñado y organizado para la satisfacción de cliente, pero también que un número de personas probablemente esperaban un lugar más grande o con más espacios.

Tabla 14

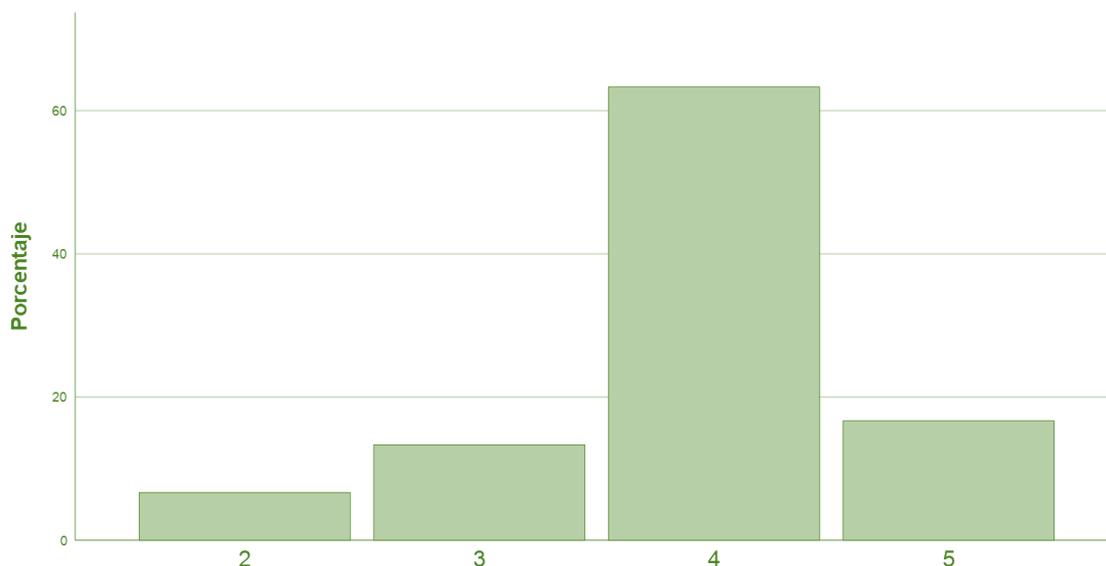
¿Qué tan Importante Considera que el Ecolodge tenga Certificado Sostenible?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	2	6.7%	6.7%
3	4	13.3%	20.0%
4	19	63.3%	83.3%
5	5	16.7%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra el nivel de importancia de que el Ecolodge tenga un certificado sostenible.

Gráfico 13

Nivel de Importancia que el Ecolodge tenga Certificado Sostenible



Lo que muestra los resultados de esta encuesta es que más del 60% de las personas encuestadas considera de gran importancia que el Ecolodge donde se hospeden cuente con un certificado de eco sostenibilidad. Por tanto, se considera

que el establecimiento debería aplicar por uno de estos certificados que le daría un salto importante en su calidad, y un diferenciador de sus competidores.

Tabla 15

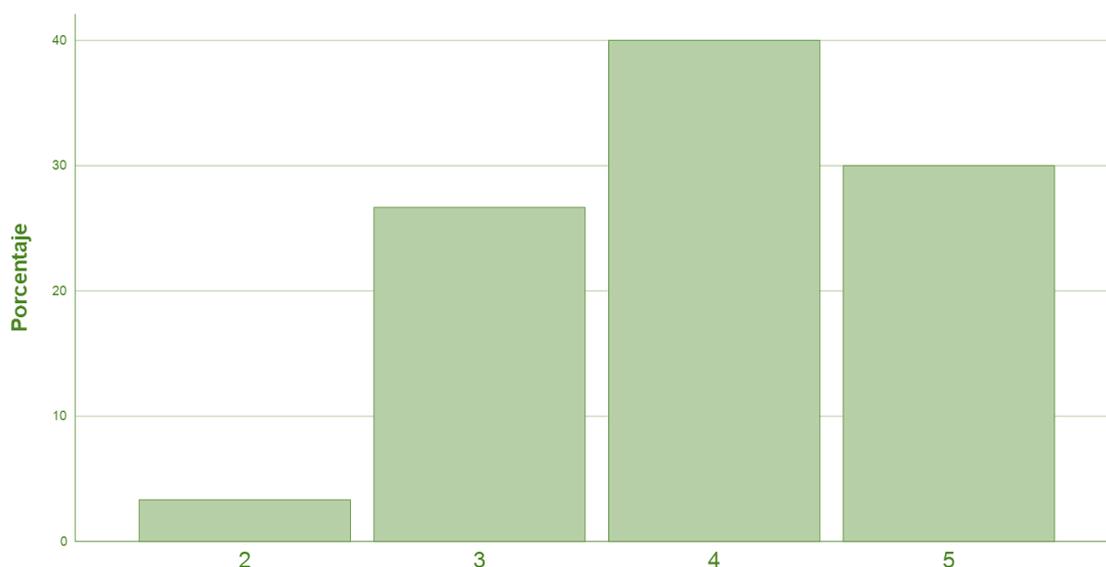
¿Qué tan Importante es que el Ecolodge tenga Áreas Verdes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	1	3.3%	3.3%
3	8	26.7%	30.0%
4	12	40.0%	70.0%
5	9	30.0%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra el nivel de importancia de que el Ecolodge tenga áreas verdes.

Gráfico 14

Nivel de Importancia que el Ecolodge tenga Áreas Verdes



Los resultados muestran que un 70% está en de acuerdo que es importante que el establecimiento cuente con áreas verdes para sus clientes. Lo que se sugiere, es que el Ecolodge tenga unas áreas verdes donde se puedan practicar actividades al aire libre como parte de los servicios prestados, ya que si tiene espacio a sus alrededores que puede aprovechar para este tipo de áreas.

Tabla 16

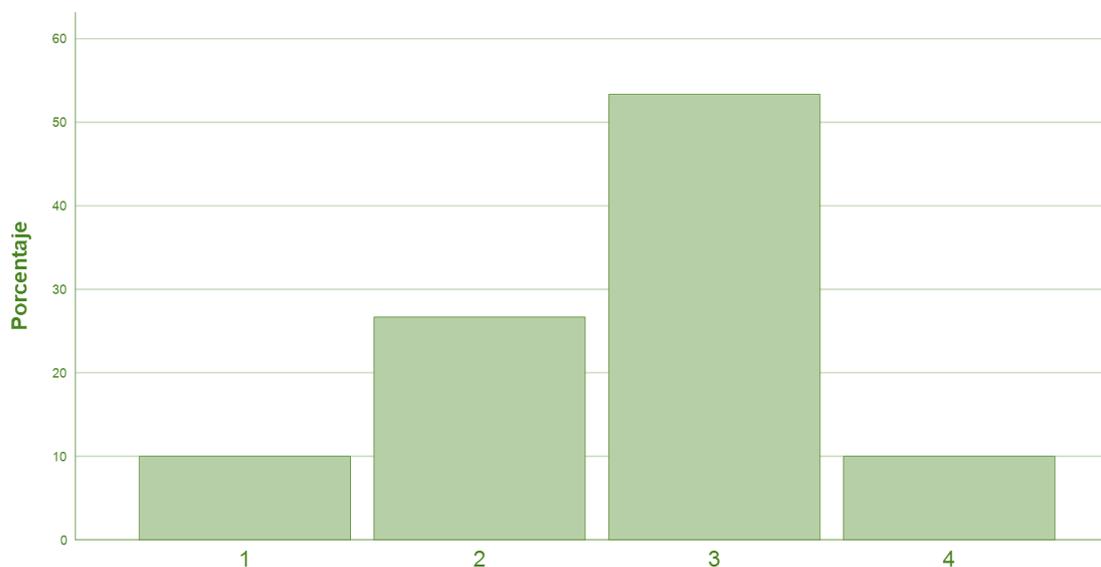
¿Qué tanto Promueve el Ecolodge el uso Sostenible de Áreas Verdes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 1	3	10.0%	10.0%
2	8	26.7%	36.7%
3	16	53.3%	90.0%
4	3	10.0%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra la promoción que se le da al uso sostenible de las áreas verdes.

Gráfico 15

Nivel de Promoción del Ecolodge al uso Sostenible de Áreas Verdes



Los resultados muestran que un poco más de la mitad de los encuestados con un 53,3% no está en acuerdo o en desacuerdo con la promoción que se le da al uso de áreas verdes, pero también un 26.7% está en desacuerdo con esta promoción. Por ende, lo que deducimos es que debido al mínimo de áreas verdes que tiene el Ecolodge, es por lo cual no se promueve tanto el uso de las mismas, por eso se recomienda implementar un área verde donde se pueda tener actividades para los clientes, y así aumentar la oferta.

Tabla 17

¿Qué tan Útil fue la Información Proporcionada sobre Medidas de Seguridad en el Ecolodge?

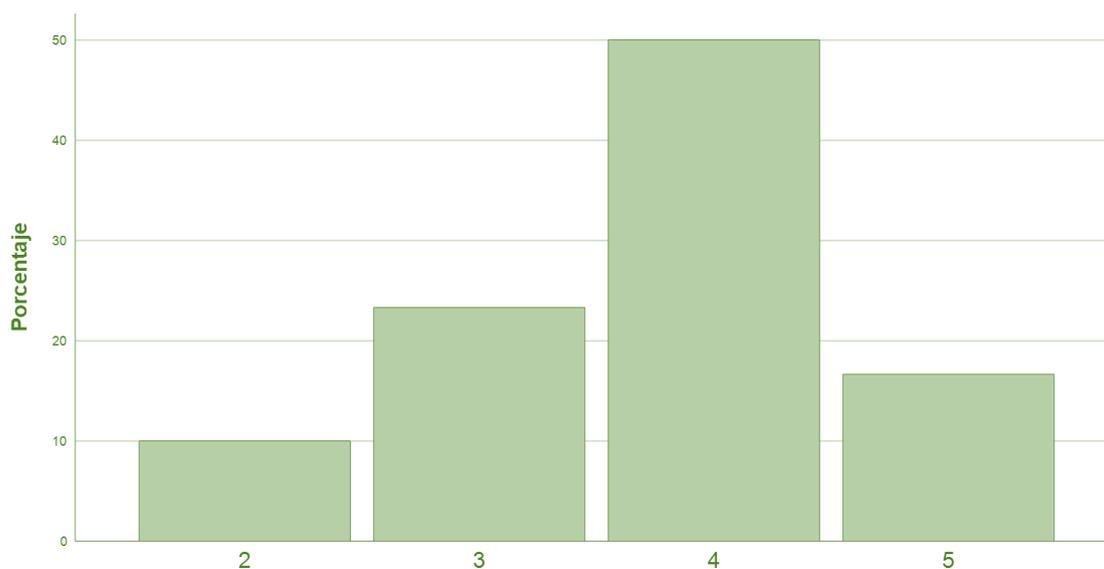
		Porcentaje
Frecuencia	Porcentaje	acumulado

Válido 2	3	10.0%	10.0%
3	7	23.3%	33.3%
4	15	50.0%	83.3%
5	5	16.7%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra la utilidad de la información acerca de las medidas de seguridad en el Ecolodge.

Gráfico 16

Nivel de Utilidad sobre Información Proporcionada sobre Medidas de Seguridad en el Ecolodge



Se observan que de la totalidad de los encuestados un 50% estuvieron de acuerdo con las medidas de seguridad dadas por el establecimiento, aunque se resalta que un porcentaje importante no estuvo de acuerdo. Por lo tanto, se sugiere siempre recalcar a los clientes que si bien es cierto la seguridad no es específica para el Ecolodge, se les debe probablemente siempre recordar los planes en caso alguna emergencia que pueda darse.

Tabla 18

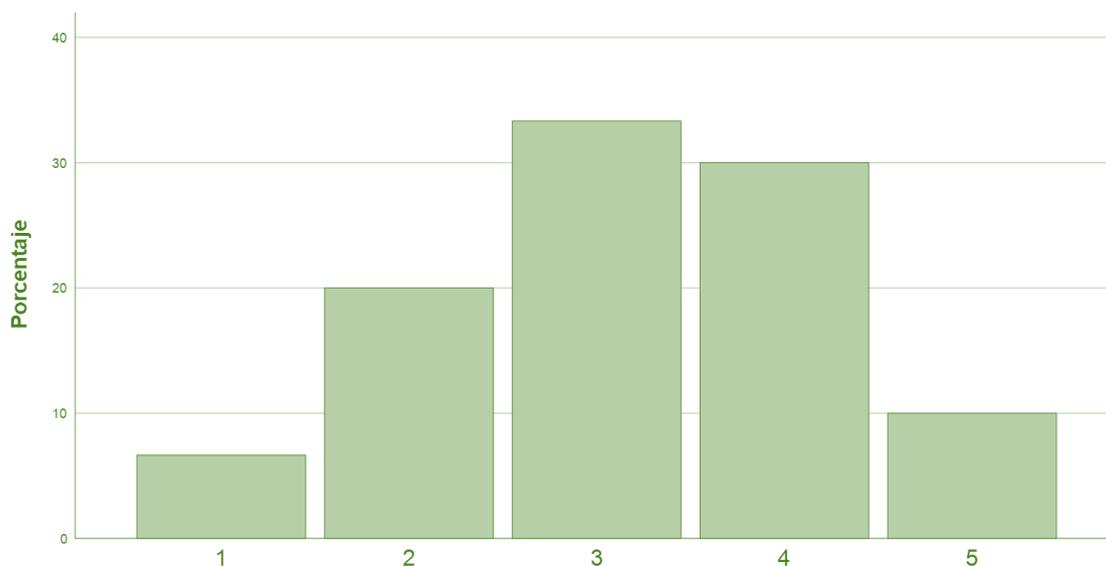
¿Qué Nivel le Pondría a la Sensación de Seguridad en el Ecolodge?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 1	2	6.7%	6.7%
2	6	20.0%	26.7%
3	10	33.3%	60.0%
4	9	30.0%	90.0%
5	3	10.0%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra el nivel de seguridad que se siente en el Ecolodge.

Gráfico 17

Sensación de Seguridad en el Ecolodge



En base a los resultados, se puede tomar en cuenta en este caso que el punto medio de las respuestas es que un 33.3% no estuvieron ni de acuerdo ni en

desacuerdo con el nivel de seguridad que se siente en el Ecolodge. Se deduce que, si bien es cierto estas cerca de la carretera, y dentro del establecimiento estas seguro, siempre saber que hay seguridad afuera, te daría una sensación de mayor seguridad en tu estadía, ya que la ciudad está a 10 minutos, y no se tiene un personal estable para la seguridad fuera del establecimiento.

Tabla 19

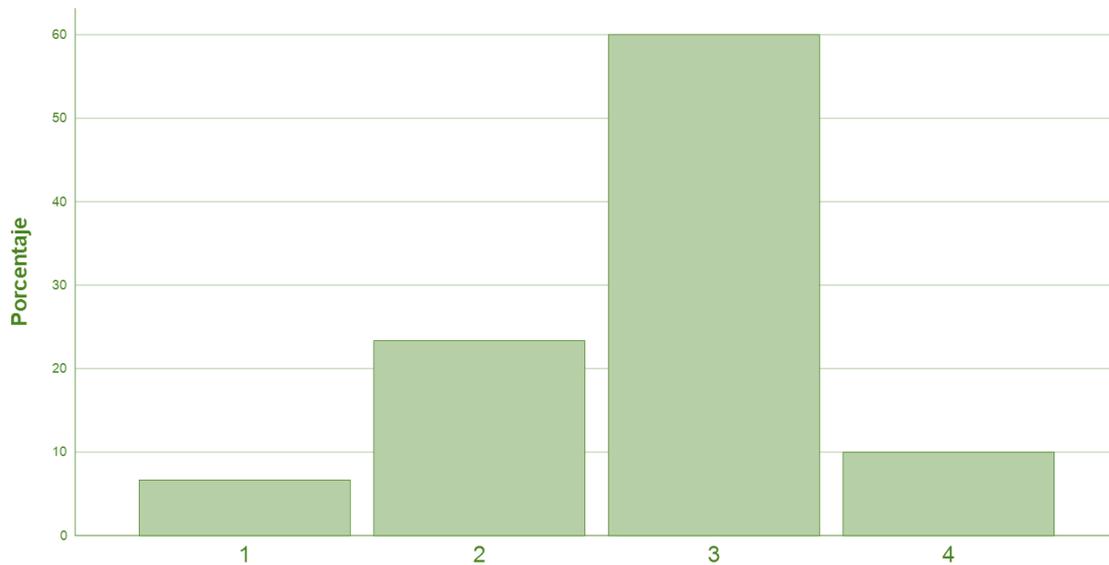
¿Qué tan Viable era el Tema de la Movilidad en Caso de alguna Emergencia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 1	2	6.7%	6.7%
2	7	23.3%	30.0%
3	18	60.0%	90.0%
4	3	10.0%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra el nivel de viabilidad de movilidad en caso una emergencia.

Gráfico 18

Viabilidad de la Movilidad en caso de alguna Emergencia



Se visualiza en los resultados que la gran mayoría que representa un 60% no está de acuerdo o en desacuerdo con que tan viable sea la movilidad en caso una emergencia. Por consiguiente, si bien es cierto la carretera está cerca al establecimiento, se considera un poco complicado por el clima local, llegar donde se dejan las movilidades, por ende, se podría tener una movilidad pequeña que facilite ese tramo, también en caso no tengas movilidad propia sería de gran ayuda, o implementar un espacio de estacionamiento al costado del Ecolodge.

Tabla 20

¿Qué tan Satisfecho se Siente con la Limpieza del Ecolodge?

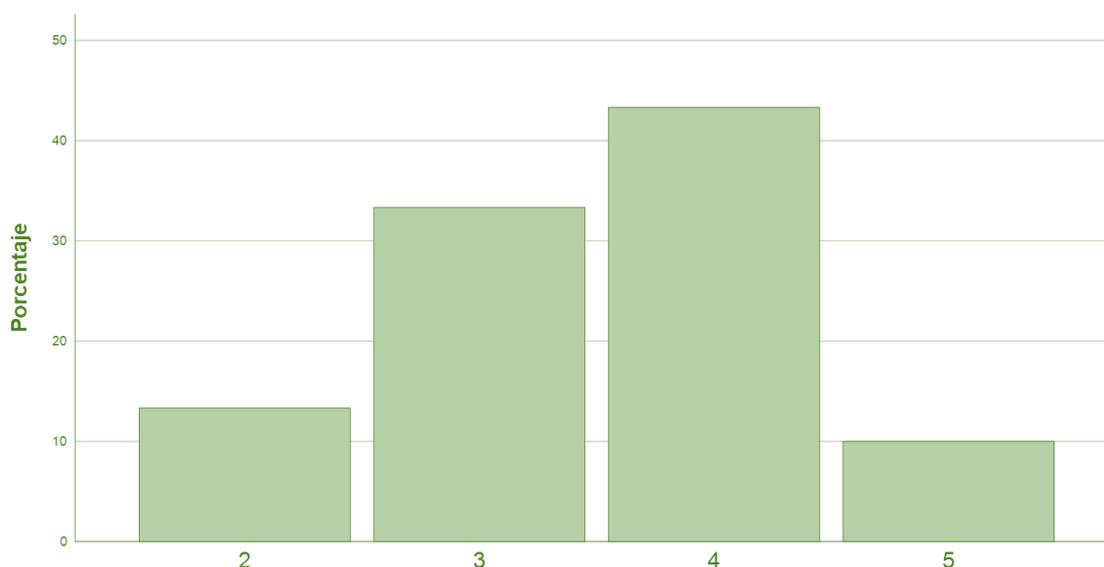
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	4	13.3%	13.3%

3	10	33.3%	46.7%
4	13	43.3%	90.0%
5	3	10.0%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra la satisfacción de limpieza en el Ecolodge.

Gráfico 19

Satisfacción de la Limpieza del Ecolodge



En base a los resultados dados, podemos considerar que más de la mitad de los encuestados representando un 53.3% considera estar de acuerdo con la limpieza del establecimiento. Por tanto, se considera mantener las practicas del personal, y continuar implementando mejoras al momento de recibir a los clientes, ya que no se tiene un personal estable que se encargue de esa responsabilidad.

Tabla 21

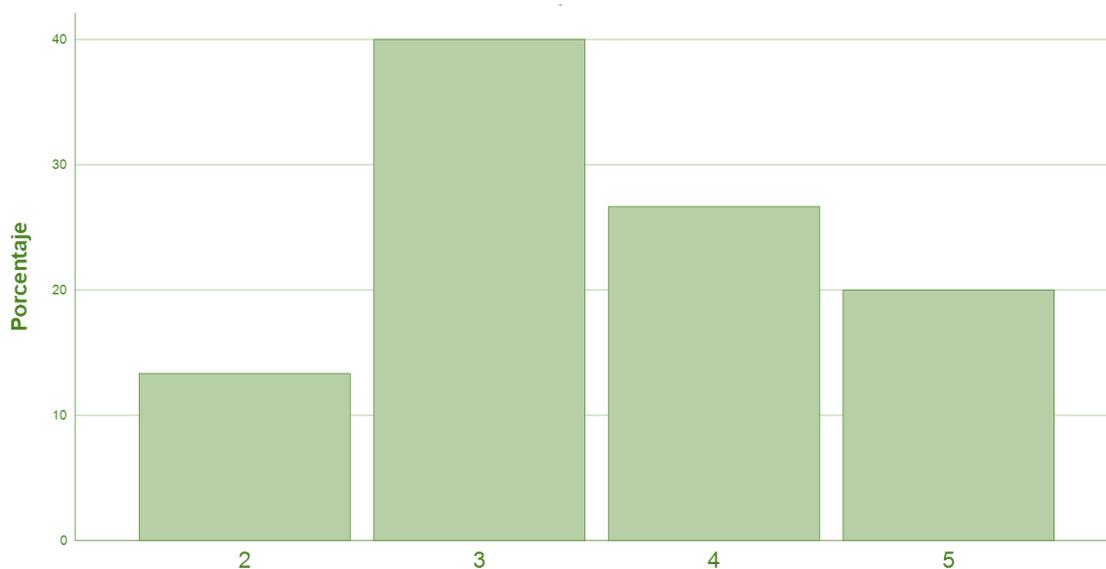
¿Cómo Calificaría la Comodidad en el Ecolodge?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	4	13.3%	13.3%
3	12	40.0%	53.3%
4	8	26.7%	80.0%
5	6	20.0%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra la sensación de comodidad en el Ecolodge

Gráfico 20

Nivel de Comodidad en el Ecolodge



Según los resultados se puede considerar que casi la mitad de los encuestados, representando un 46.7% se sintieron muy cómodos durante su estadía en los

espacios prestados por el establecimiento considerando que tiene una pequeña cocina, sala de estar y un mini dormitorio. Por ende, se considera probablemente mejorar el tema de la temperatura dentro del establecimiento, o tener extras de prendas que puedan usar los clientes para el frío.

Tabla 22

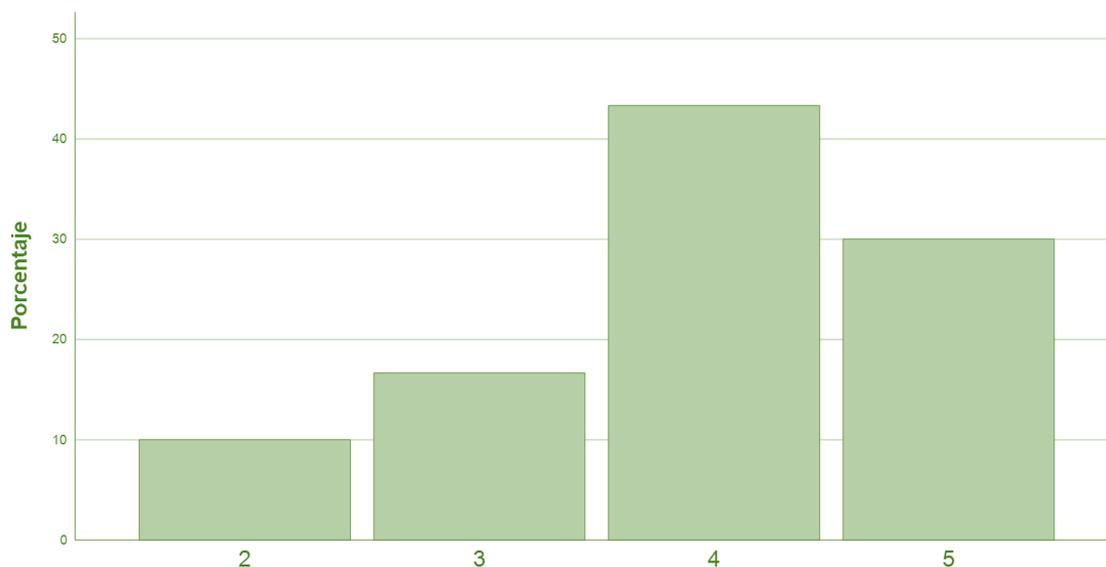
¿Qué tan Probable es que Usted Recomiende a sus Amigos y Familiares el Ecolodge?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	3	10.0%	10.0%
3	5	16.7%	26.7%
4	13	43.3%	70.0%
5	9	30.0%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra la probabilidad de que recomienden el Ecolodge a otras personas.

Gráfico 21

Probabilidad de que Recomiende a sus Amigos y Familiares Hospedarse en el Ecolodge



Según los resultados, se muestra que más del 70% está convencido que recomendaría el Ecolodge a familiares y amigos, lo que se entiende que disfrutaron en general su estadía en el establecimiento. Se sugiere de igual manera mantener y generar nuevas propuestas de mejora, como actividades locales, por ejemplo, aprovechar el lago que está al frente, para aumentar la satisfacción del cliente y este siempre convencido de recomendar el sitio.

Tabla 23

¿Qué tan Suficiente fue la Oferta Diversa de Alimentos en la Comunidad?

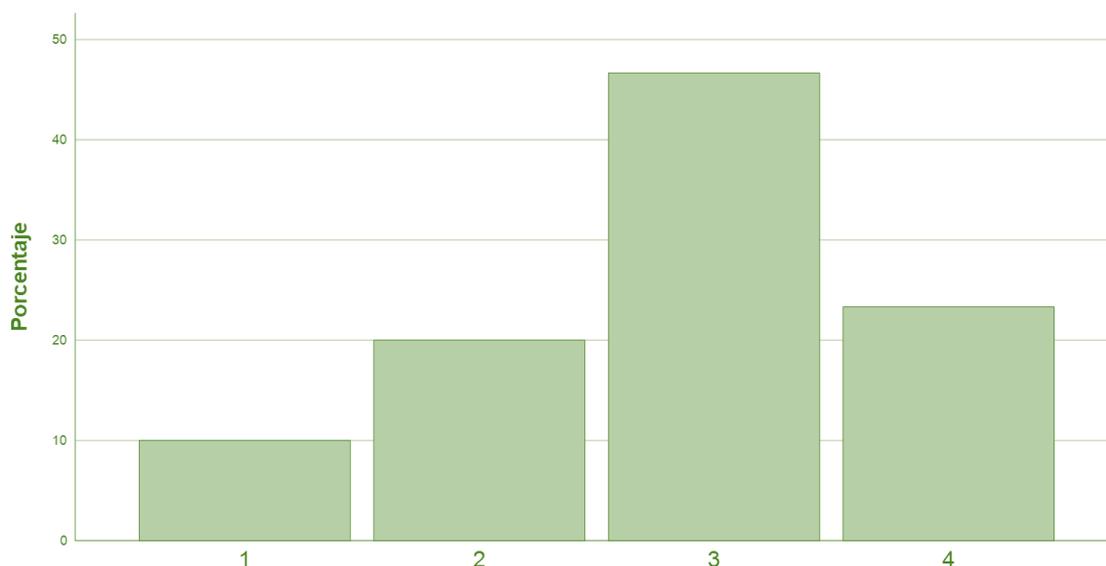
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 1	3	10.0%	10.0%
2	6	20.0%	30.0%

3	14	46.7%	76.7%
4	7	23.3%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra si la oferta de alimentos en la comunidad fue suficiente.

Gráfico 22

Nivel de Oferta Diversa de Alimentos en la Comunidad



Los resultados muestran que un 46.7% de los encuestados, no está de acuerdo ni en desacuerdo con la oferta de alimentos del establecimiento, teniendo en cuenta también que un 30% estuvieron en desacuerdo con la medición. Por lo tanto, se deduce que si bien es cierto se les informa que se deben llevar sus propios alimentos, ya que se les presta el servicio del espacio de la cocina para su uso, fuera del Ecolodge no hay gran variedad de sitios donde vendan comida en caso alguna emergencia, lo cual sería una oportunidad para mejorar.

Tabla 24

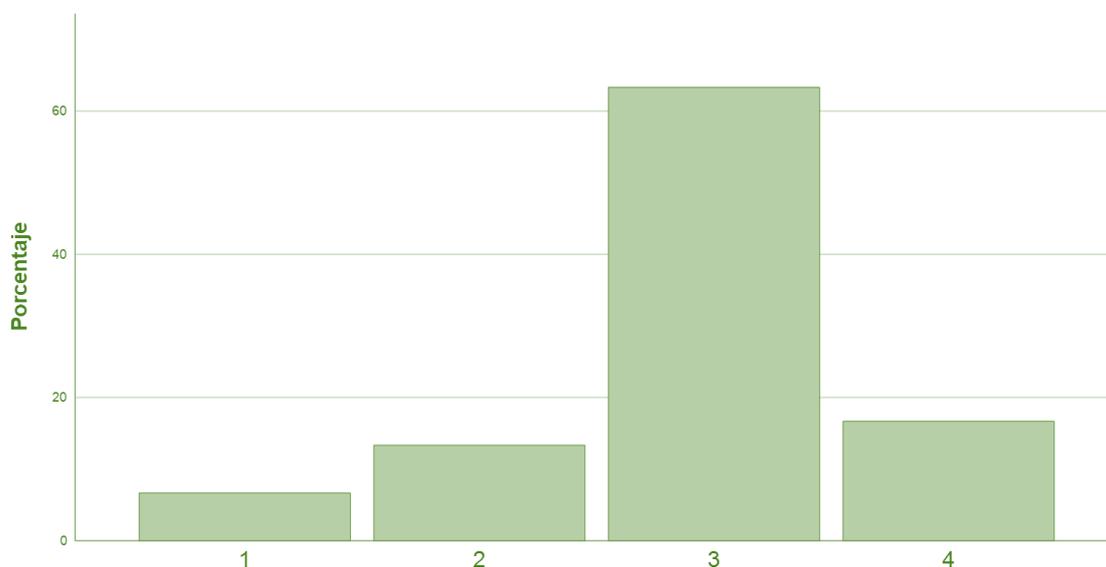
¿Cómo Calificaría la Disponibilidad de Alimentos en la Comunidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 1	2	6.7%	6.7%
2	4	13.3%	20.0%
3	19	63.3%	83.3%
4	5	16.7%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra que tan disponible estaban los alimentos en la comunidad.

Gráfico 23

Disponibilidad de Alimentos en la Comunidad



Lo que muestra los resultados de la encuesta es que más de la mitad de los visitantes que se hospedaron, representados con un 63,3% no está de acuerdo ni en desacuerdo con la disponibilidad de alimentos en la comunidad. Por

consiguiente, como se mencionó anteriormente, el establecimiento informa que los visitantes pueden llevar su propia comida ya que cuentan con cocina, pero la comunidad más cerca está a 15 minutos, y no cuenta con gran variedad de alimentos, lo cual podría ser una oportunidad para una mejora a resolver y facilitar al cliente en caso alguna emergencia.

Tabla 25

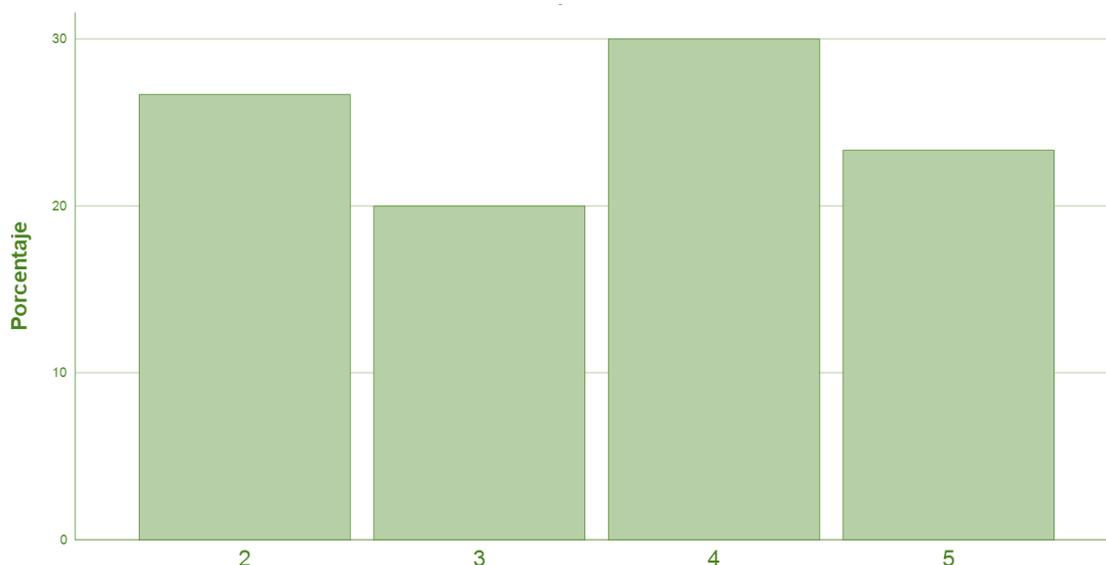
¿Cómo Calificaría la Diversidad de Utensilios en la Zona de la Cocina del Ecolodge Amil?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	8	26.7%	26.7%
3	6	20.0%	46.7%
4	9	30.0%	76.7%
5	7	23.3%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra la diversidad de utensilios de cocina en el Ecolodge.

Gráfico 24

Diversidad de Utensilios en la Zona de la Cocina del Ecolodge



Los resultados enseñan una paridad de opiniones, pero con una ligera ventaja con 30% de clientes que estuvieron de acuerdo con la diversidad de utensilios en la zona de cocina del establecimiento. Por tanto, deducimos que si bien es cierto hay gran variedad de utensilios en la cocina para su uso, probablemente algunos de los visitantes, no encuentro alguno en específico, lo cual podrían recomendar al establecimiento aumentar esta variedad.

Tabla 26

¿Qué tan Suficientes fue la Disponibilidad de Utensilios y Equipos de Cocina?

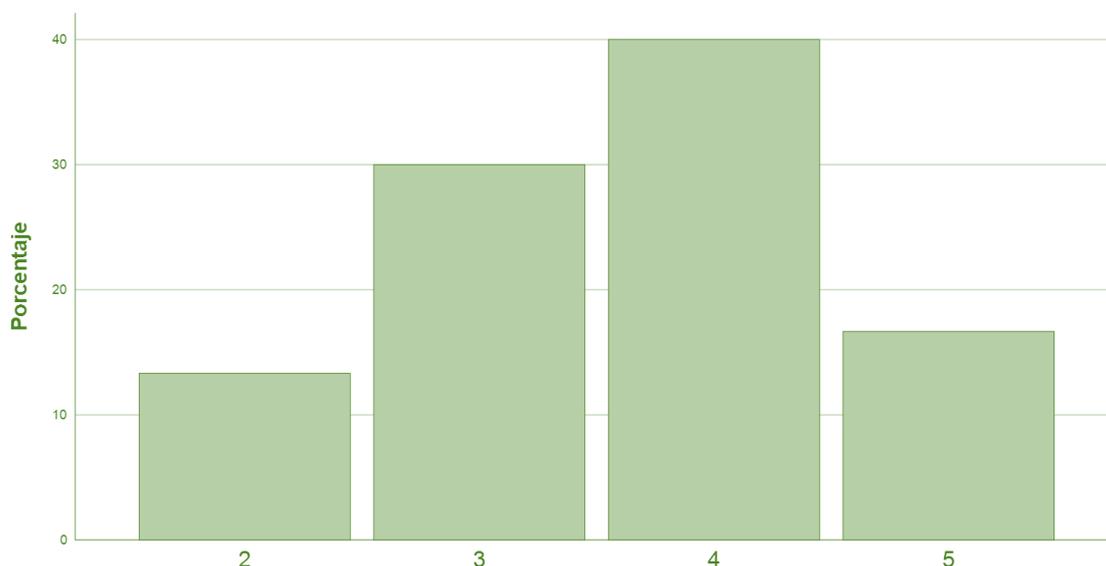
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	4	13.3%	13.3%
3	9	30.0%	43.3%

4	12	40.0%	83.3%
5	5	16.7%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra la disponibilidad de utensilios de cocina en el Ecolodge.

Gráfico 25

Disponibilidad de Utensilios y Equipos de Cocina en el Ecolodge



En base a los resultados dados, se ve una mayoría con 40% de clientes que estuvieron de acuerdo con que los utensilios y equipos de cocina, fueron suficientes durante su estadía. Teniendo en cuenta que las cabañas son como máximo para 4 personas, la cantidad de utensilios a usar fueron suficientes para los turistas.

Tabla 27

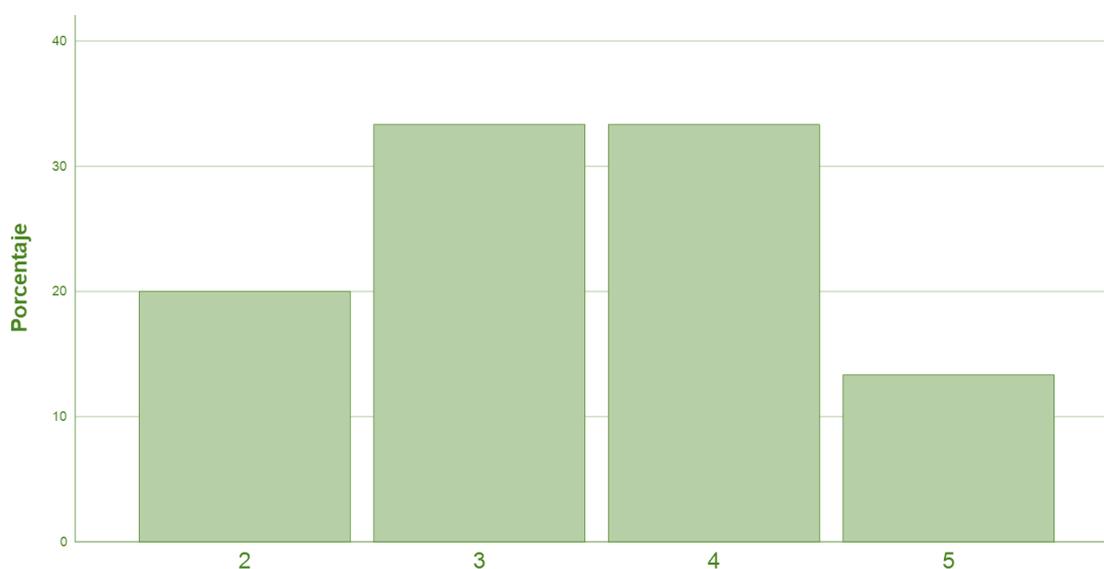
¿Cómo Evaluaría la Limpieza de estos Utensilios y Equipos de cocina?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	6	20.0%	20.0%
3	10	33.3%	53.3%
4	10	33.3%	86.7%
5	4	13.3%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra que tan limpios estuvieron los utensilios y equipos de cocina.

Gráfico 26

Nivel de Limpieza de estos Utensilios y Equipos de Cocina



Los resultados muestran que casi la mitad de los encuestados con un 46.6% estuvieron de acuerdo con la limpieza de utensilios y equipos de cocina, se resalta que un 20% no estuvo de acuerdo con lo mismo. Se entiende que teniendo en cuenta que no hay un personal estable que tenga esta responsabilidad, solo al momento de retirarse los visitantes se pasa a dejar en óptimas condiciones la

cabaña hasta un siguiente cliente, se recomienda poder tomar acción y también darle un check a la cabaña antes de que sean usadas.

Tabla 28

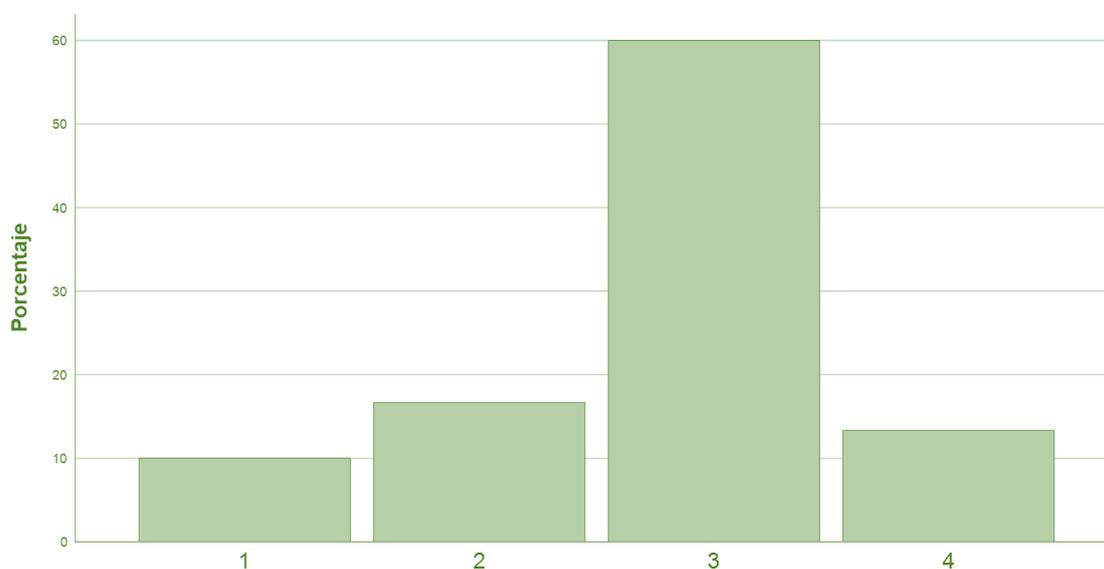
¿Qué Tanto se le Proporcionó Información Clara sobre las Actividades Locales Disponibles?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 1	3	10.0%	10.0%
2	5	16.7%	26.7%
3	18	60.0%	86.7%
4	4	13.3%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra si se proporcionó información sobre actividades locales.

Gráfico 27

Nivel de Información Clara sobre las Actividades Locales Disponibles



En los resultados de esta encuesta se observa que la gran mayoría con un 60% de encuestados, no están de acuerdo o en desacuerdo con la información dada acerca de las actividades locales disponibles en el Ecolodge. Esto nos dice que hay poca información hacia los clientes, debido a que no tienen actividades locales aun asignadas con la comunidad como parte del servicio, con lo cual se recomiendan tener algunas, autorizadas y respaldadas por la municipalidad de Yuracmayo, Huarochirí y así para poder aumentar la oferta del servicio.

Tabla 29

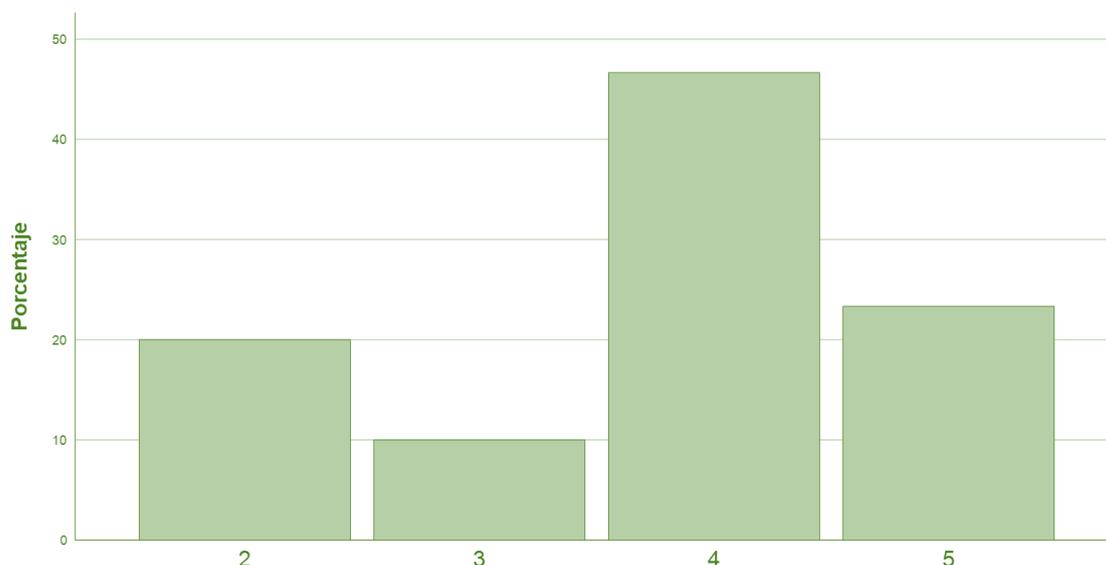
¿Qué tanto la Accesibilidad de las Actividades Influye en su Decisión de Participar de Ellas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	6	20.0%	20.0%
3	3	10.0%	30.0%
4	14	46.7%	76.7%
5	7	23.3%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra que tanto la accesibilidad de actividades, influye en la decisión de participar de ellas.

Gráfico 28

Nivel de Decisión de Participar de las Actividades Locales, según su Accesibilidad



Estos resultados enseñan que más de la mitad, casi 70% de las personas encuestadas le da importancia a la accesibilidad de las actividades, al momento de decidir si participarían de ellas. Lo que se entiende, es que como no tienen actividades asignadas en el Ecolodge, muy probablemente de tenerlas, los clientes verían importante ver que tan accesibles son para poder participar de ellas, por ejemplo, una caminata al lago, mientras lo vean seguro, estarían dispuestos a participar.

Tabla 30

¿Cómo Calificaría las Actividades Disponibles en el Ecolodge?

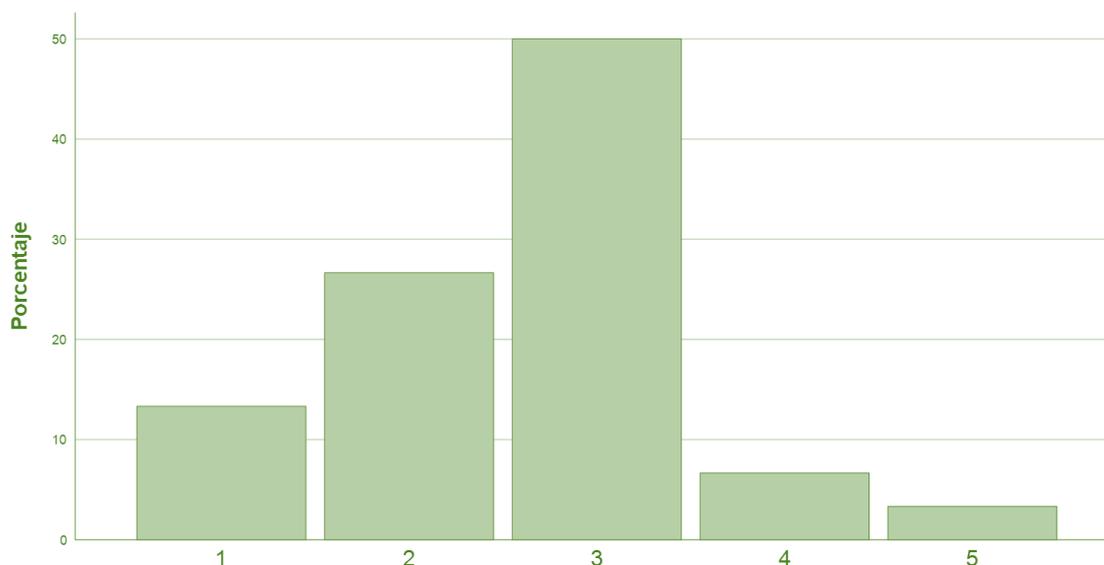
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 1	4	13.3%	13.3%

2	8	26.7%	40.0%
3	15	50.0%	90.0%
4	2	6.7%	96.7%
5	1	3.3%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra la disponibilidad de actividades del Ecolodge.

Gráfico 29

Disponibles de Actividades en el Ecolodge



Se visualiza en los resultados un gran porcentaje, más de la mitad que probablemente no esté de acuerdo ni en desacuerdo con la disponibilidad de actividades del Ecolodge. Esto se debe como se mencionó, a que no cuenta con actividades específicas y asignadas por el establecimiento, recién se están creando actividades para los clientes, y de esta manera la oferta y la experiencia sea más enriquecedora para los turistas.

Tabla 31

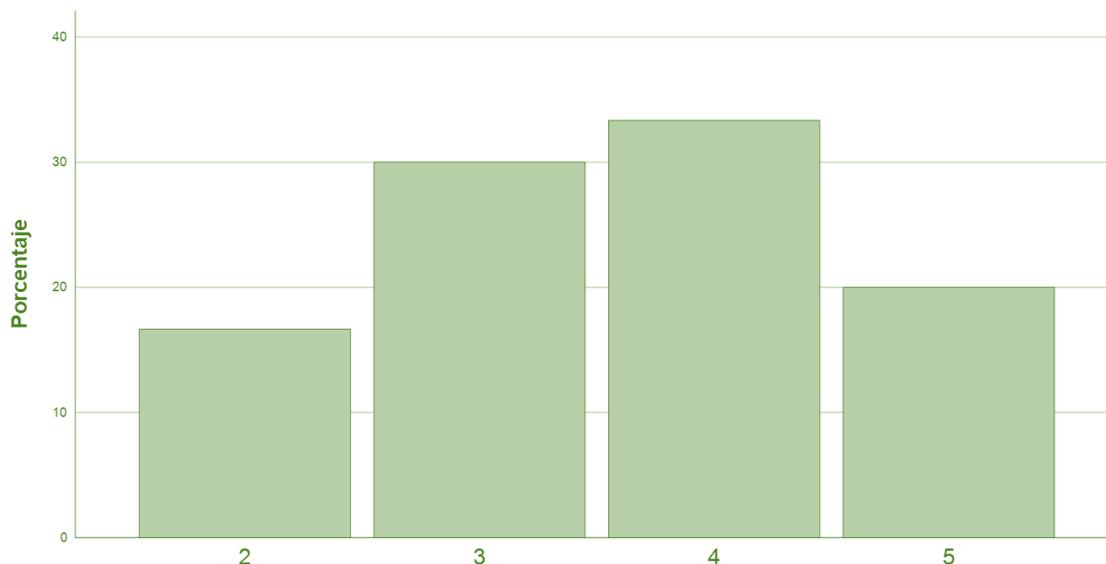
¿Considera Usted que Cumplimos con las Expectativas Pactadas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido 2	5	16.7%	16.7%
3	9	30.0%	46.7%
4	10	33.3%	80.0%
5	6	20.0%	100.0%
Total	30	100.0%	

Nota: La tabla muestra si se cumplieron las expectativas pactadas por el Ecolodge.

Gráfico 30

Nivel de Cumplimiento de las Expectativas Pactadas del Ecolodge



Los resultados finales de esta encuesta nos muestran que más del 50% de los clientes estuvieron de acuerdo con las expectativas pactadas que brindó el establecimiento durante su estadía, teniendo un mínimo de 16.7% que optaron en

estar en desacuerdo. Teniendo en cuenta las oportunidades que se han visto de mejora del Ecolodge, pero lo que ofrece hasta el momento como opción para el turista, se resalta que cumplen con los servicios que informan previamente. Se deduce también que, mejorando la oferta en algunos aspectos, podría generar una experiencia mucho mejor hacia el turista.

5.7.1.1 Análisis ligados a las hipótesis

5.7.1.2 Contrastación de hipótesis general

a) Plantear hipótesis

H1: Los diseños de alojamiento sostenibles se relacionan en la influencia en la experiencia del cliente del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

H0: Los diseños de alojamiento sostenibles no se relacionan en la influencia en la experiencia del cliente del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

b) Determinar nivel de significancia

Para cuestiones de la presente investigación, el nivel de Significancia que se tomó en consideración para contrastar la hipótesis es de (Alfa) $\alpha = 0.05$ (5%)

c) Estadísticos de prueba: Kendall's Tau B

Tabla 32

Correlación Variable 1 y Variable 2

Matriz de Correlaciones

		V1	V2
V1	Kendall's Tau B	—	0.57
	valor p	—	0.00
V2	Kendall's Tau B	0.57	—
	valor p	0.00	—

d) Analizar p-valor

- Si p-valor < 0.05, se acepta H1 y se rechaza H0
- Si p-valor > 0.05, se acepta H1 y se rechaza H0

Interpretación: El p-valor = 0.000, da pruebas suficientes para no rechazar la hipótesis planteada en la investigación, lo cual confirma que hay una relación directa entre estas variables dadas.

e) Analizar índice de correlación

- Kendall's Tau B = 0.57 = 57%

Interpretación:

En el siguiente estudio el Kendall's Tau B determinó el nivel de correlación entre las variables, si la correlación resulta menor a 0.05 entonces podemos considerarla válida. El resultado es de 0.57, es decir 57%. Si se toma en cuenta la escala del coeficiente de correlación, se determinó lo siguiente:

- 0.00 – 0.20 Relación muy baja
- 0.21 – 0.40 Relación baja
- 0.41 – 0.60 Relación moderada
- 0.61 – 0.80 Relación significativa
- 0.81 – 1.00 Relación muy significativa.

Se demuestra que existe una relación moderada entre los diseños de alojamiento sostenibles con la influencia en la experiencia del cliente del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí. Es decir, que para el turista los diseños en el alojamiento infieren en la experiencia final de su hospedaje.

5.7.1.3 Contrastación de hipótesis específicas

Contrastación de la primera hipótesis específica

a) Plantear hipótesis

H1: Los diseños de alojamiento sostenibles se relacionan en la satisfacción del cliente del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

H0: Los diseños de alojamiento sostenibles no se relacionan en la satisfacción del cliente del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

b) Determinar nivel de significancia

Para cuestiones de la presente investigación, el nivel de Significancia que se tomó en consideración para contrastar la hipótesis es de (Alfa) $\alpha = 0.05$ (5%).

c) Estadísticos de prueba: Kendall's Tau B

Tabla 33

Kendall's Tau B para la Primera Hipótesis

Matriz de Correlaciones

		D1V1	D1V2
D1V1	Kendall's Tau B	—	0.57
	valor p	—	0.00
D1V2	Kendall's Tau B	0.57	—
	valor p	0.00	—

d) Analizar p-valor

- Si p-valor < 0.05, se acepta H1 y se rechaza H0
- Si p-valor > 0.05, se acepta H1 y se rechaza H0

Interpretación: El p-valor = 0.000, da pruebas suficientes para no rechazar la hipótesis planteada en la investigación, lo cual confirma que hay una relación directa entre estas variables dadas.

e) Analizar índice de correlación

- Kendall's Tau B = 0.57 = 57%

Interpretación:

En el siguiente estudio el Kendall's Tau B determinó el nivel de correlación entre las variables, si la correlación resulta menor a 0.05 entonces podemos

considerarla válida. El resultado es de 0.57, es decir 57%. Si se toma en cuenta la escala del coeficiente de correlación, se determinó lo siguiente:

0.00 – 0.20 Relación muy baja

0.21 – 0.40 Relación baja

0.41 – 0.60 Relación moderada

0.61 – 0.80 Relación significativa

0.81 – 1.00 Relación muy significativa.

Se demuestra que existe una relación moderada entre los diseños de alojamiento sostenibles con la satisfacción del cliente del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí. Es decir, que la relación es ligeramente importante entre el diseño del alojamiento, con la satisfacción final que tenga el turista en su experiencia.

Contrastación de la segunda hipótesis específica

a) Plantear hipótesis

H1: Los diseños de alojamiento sostenibles se relacionan en la experiencia gastronómica del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

H0: Los diseños de alojamiento sostenibles no se relacionan en la experiencia gastronómica del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

b) Determinar nivel de significancia

Para cuestiones de la presente investigación, el nivel de Significancia que se tomó en consideración para contrastar la hipótesis es de (Alfa) $\alpha = 0.05$ (5%).

c) Estadísticos de prueba: Kendall's Tau B

Tabla 34

Kendall's Tau B para la Segunda Hipótesis

Matriz de Correlaciones

		D2V1	D2V2
D2V1	Kendall's Tau B	—	0.99
	valor p	—	0.00
D2V2	Kendall's Tau B	0.99	—
	valor p	0.00	—

d) Analizar p-valor

- Si $p\text{-valor} < 0.05$, se acepta H_1 y se rechaza H_0
- Si $p\text{-valor} > 0.05$, se acepta H_0 y se rechaza H_1

Interpretación: El $p\text{-valor} = 0.000$, da pruebas suficientes para no rechazar la hipótesis planteada en la investigación, lo cual confirma que hay una relación directa entre estas variables dadas.

e) Analizar índice de correlación

- Kendall's Tau B = 0.99 = 99%

Interpretación:

En el siguiente estudio el Kendall's Tau B determinó el nivel de correlación entre las variables, si la correlación resulta menor a 0.05 entonces podemos

considerarla válida. El resultado es de 0.99, es decir 99%. Si se toma en cuenta la escala del coeficiente de correlación, se determinó lo siguiente:

0.00 – 0.20 Relación muy baja

0.21 – 0.40 Relación baja

0.41 – 0.60 Relación moderada

0.61 – 0.80 Relación significativa

0.81 – 1.00 Relación muy significativa.

Se demuestra que existe una relación muy significativa entre los diseños de alojamiento sostenibles con la experiencia gastronómica del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí. Es decir que es la experiencia gastronómica es muy significativa en el turista, como una experiencia general del hospedaje.

Contrastación de la tercera hipótesis específica

a) Plantear hipótesis

H1: Los diseños de alojamiento sostenibles se relacionan en las actividades locales del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

H0: Los diseños de alojamiento sostenibles no se relacionan en las actividades locales del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

b) Determinar nivel de significancia

Para cuestiones de la presente investigación, el nivel de Significancia que se tomó en consideración para contrastar la hipótesis es de (Alfa) $\alpha = 0.05$ (5%).

c) Estadísticos de prueba: Kendall's Tau B

Tabla 35

Kendall's Tau B para la Tercera Hipótesis

Matriz de Correlaciones

		D3V2	D3V1
D3V2	Kendall's Tau B	—	0.42
	valor p	—	0.00
D3V1	Kendall's Tau B	0.42	—
	valor p	0.00	—

d) Analizar p-valor

- Si p-valor < 0.05, se acepta H1 y se rechaza H0
- Si p-valor > 0.05, se acepta H1 y se rechaza H0

Interpretación: El p-valor = 0.000, da pruebas suficientes para no rechazar la hipótesis planteada en la investigación, lo cual confirma que hay una relación directa entre estas variables dadas.

e) Analizar índice de correlación

- Kendall's Tau B = 0.42 = 42%

Interpretación:

En el siguiente estudio el Kendall's Tau B determinó el nivel de correlación entre las variables, si la correlación resulta menor a 0.05 entonces podemos

considerarla válida. El resultado es de 0.42, es decir 42%. Si se toma en cuenta la escala del coeficiente de correlación, se determinó lo siguiente:

0.00 – 0.20 Relación muy baja

0.21 – 0.40 Relación baja

0.41 – 0.60 Relación moderada

0.61 – 0.80 Relación significativa

0.81 – 1.00 Relación muy significativa.

Se demuestra que existe una relación moderada entre los diseños de alojamiento sostenibles con las actividades locales del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí. Es decir, que las actividades locales tienen una significancia medianamente importante para el turista en relación con el alojamiento.

CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN

6.1 Alcance esperado

Con la propuesta de innovación se busca que el cliente pueda tener la mejor experiencia vivencial en Yuracmayo, mediante prácticas eco sostenibles que representan el tipo de hospedaje, además de también las experiencias locales que puedan promover el destino turístico y a su vez beneficiarla. De esta manera el Ecolodge, no solo tendrá mayor acogida sino también podremos promover el turismo interno eco sostenible, resaltando no solo la importancia del uso de recursos naturales, sino también dándole al cliente una opción de relajación, distracción, desconectarse de la rutina y buena gastronomía.

6.2 Descripción de la propuesta de innovación

La propuesta de innovación se encuentra basada en los diferentes resultados obtenidos de la encuesta efectuada a los huéspedes que han tenido la primera experiencia, además de la visita que se realizó al Ecolodge Amil y buscan oportunidades de mejora, por lo cual se ha elaborado un plan que se busca implementar de la siguiente forma.

Tabla 36

Propuesta de Innovación

Área	Propuesta
Infraestructura.	-Recubrir zonas del ecolodge con un aislante de espuma de poliestireno

	extruido, que permita mantener una temperatura moderada dentro de la cabaña.
Actividades locales al aire libre	-Implementar zona de fogata al costado de la cabaña. -Caminata a lo largo del lago, guiada por un experto de la zona.
Sistema de reciclaje	-Adaptar una estación de reciclaje en la cabaña.
Implementar personal estable.	Contratar personal local, experto turístico, encargado de las actividades a realizar con los turistas.

6.3 Diagnóstico situacional

Amil Logde, se encuentra ubicado en Yuracmayo (ver figura 11), en el distrito de Huarochirí, esta zona aún se considera Lima (ver figura 10). La idea tiene origen debido a que en esta pequeña ciudad de Yuracmayo, nace la laguna (ver figura 12) que, tras recorrer más de 120 kilómetros, logra abastecer de agua a la ciudad de Lima, y no muchos conocen este dato. Además, tiene paisajes hermosos (ver figura 13 y 14) que no son muy conocidos, y la idea es poder explotarlo mediante el turismo sostenible, además de cooperar con el crecimiento local.

La cabaña cuenta con panel solar (ver figura 15), lo que permite generar energía adentro, además de un baño ecológico que funciona con arena y una manivela,

todos los abastecedores de agua, vienen directamente de una cisterna del agua (ver figura 16) del río.

Además, por dentro cuenta con una pequeña kitchenette, sala de estar, y el área del dormitorio en el segundo piso, con ventanas estratégicamente ubicadas para la vista de los paisajes (ver figura 17, 18 y 19).

Propósito

Somos un lodge que busca conectar la sierra peruana, su naturaleza y las costumbres de sus comunidades con cada uno de los peruanos.

Tabla 37

Análisis FODA

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño arquitectónico atractivo y eco amigable, que integra en el entorno natural. • Cabaña pequeña y acogedora que permite una experiencia íntima a los huéspedes. • Ubicación con paisajes hermosos y vistas panorámicas. • Enfoque sostenible. 	<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento local y en el mercado del eco turismo. • Genera más negocio interno. • Potenciar la expansión en zonas de poco conocimiento turístico. • Aprovechar la creciente popularidad del eco turismo.

Debilidades:	Amenaza:
<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad de acceso en el último tramo del viaje. • Lugares céntricos alejados del sitio. • Limitada oferta gastronómica local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inseguridad actual del país. • Crisis económica. • Condiciones climáticas. • Competencia cercana.

Nota: Elaboración propia.

Lo que significa este análisis foda del Ecolodge, resume que se encuentra bien ubicado, un destino con grandes paisajes para el gusto del turista, la idea de esto es que poco a poco se conozcan lugares no tan conocidos, y así poder contribuir con el ecoturismo sostenible, y a su vez aportar con el desarrollo de este destino.

6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora

6.4.1 Desarrollo del proyecto de innovación

Fase 1: Investigación

- **Revisión teórica:** Revisión teórica de los conceptos, antecedentes nacionales e internacionales, limitaciones y viabilidad de la investigación.
- **Diseño Metodológico:** diseño muestral, elaboración de las encuestas, validado por jueces, y realizado al grupo de turistas que se hospedo en el Ecolodge.

- **Análisis de resultados:** elaboración y análisis de los resultados obtenidos a través de las encuestas.

Fase 2: Implementación de acciones

- **Contratación de personal local**

Se contratará una persona que viva en la ciudad de Yuracmayo, que pueda ser el responsable no solo de las actividades locales en si que se propondrán, sino también alguien en quien apoyarse ante una eventual emergencia, se recuerda que el Ecolodge no tiene personal ya que cumple las funciones de una Airbnb, y es necesario tener este encargado, para que también pueda supervisar el tema de seguridad en la noche, y hacer de guía en las actividades a realizar con los turistas. Esta presencia garantizara una experiencia segura, y enriquecedora para los clientes, y fomentara la participación y apoyo a la comunidad.



Figura 1: Ingreso de Yuracmayo



Figura 2: Pueblo de Yuracmayo

- **Instalación de aislante de espuma de poliestireno extruido**

Como medida para mejorar el confort térmico de las cabañas y garantizar una experiencia acogedora para los turistas, se llevará a cabo la instalación de aislante de espuma de poliestireno extruido en todas las estructuras de las cabañas. Este aislante térmico se colocará estratégicamente en las paredes de la cabaña para proporcionar una barrera eficaz contra el frío penetrante

característico de la ubicación. Con esta acción, se busca reducir la entrada de frío en el interior de la cabaña, creando así un ambiente más cálido y confortable para nuestros huéspedes durante su estancia en el Ecolodge. Esta mejora no solo contribuirá al bienestar de los visitantes, sino que también promoverá la dedicación a ofrecer una experiencia de hospedaje de alta calidad que se adapte a las condiciones climáticas del destino.



Figura 3: *Espuma de Poliestireno Extruido*



Figura 4: *Instalación de Espuma de Poliestireno Extruido*

- **Adaptar una estación de reciclaje en la cabaña**

Como parte del compromiso con la sostenibilidad ambiental, se propone implementar una estación de reciclaje dentro de la cabaña, o en un área designada fuera de las mismas, para facilitar y fomentar la separación adecuada de los desperdicios por parte de sus huéspedes. Estas estaciones de reciclaje estarán equipadas con contenedores claramente identificados para la clasificación de materiales reciclables, como papel, plástico, vidrio y metal, así como también un contenedor para residuos orgánicos. La instalación de estas estaciones de reciclaje tiene como objetivo promover prácticas ambientalmente responsables entre los huéspedes, facilitando la separación y el manejo adecuado de los desperdicios durante su estancia en el Ecolodge. Esta iniciativa refleja el compromiso continuo del Ecolodge con la conservación del medio ambiente y el fomento de prácticas sostenibles tanto dentro como fuera de sus instalaciones.



Figura 5: Estación de Reciclaje

- **Implementar zona de fogata**

Como parte de la mejora de las instalaciones y la experiencia del cliente en el Ecolodge, se busca implementar una zona de fogata y relajación al costado de la cabaña. Se busca que este diseñado para ofrecer a los huéspedes un lugar tranquilo y cómodo donde puedan disfrutar de los impresionantes paisajes naturales y relajarse bajo el cielo estrellado de la noche. Además de proporcionar un ambiente acogedor y atmosférico, la fogata también servirá como una fuente de calor adicional durante las noches frías, permitiendo a los huéspedes disfrutar del aire libre. Esta acción busca enriquecer la experiencia de los clientes, ofreciendo un espacio único y encantador donde puedan conectar con la naturaleza y crear recuerdos duraderos durante su estancia en el Ecolodge.



Figura 6: Zona de Fogata



Figura 7: Zona de Fogata de Vista Posterior

- **Actividades de recreación locales**

Por último, se propone implementar actividades de recreación locales, dirigidas por el personal a contratar, se sugiere empezar con una caminata por la laguna Yuracmayo, esta caminata les permitirá explorar los impresionantes paisajes naturales de la zona montañosa mientras disfrutan de la frescura y la belleza del lago, mientras se va explicando también un poco de la historia.

Además, una pequeña experiencia gastronómica especial en colaboración con un pequeño restaurante local, ya que dentro del paquete incluye una comida, tendrán la opción de participar de la preparación de la misma, y aprender sobre

las tradiciones culinarias de la región y conectarse con la comunidad local de una manera significativa.

Estas actividades de recreación local están diseñadas para ofrecer a los huéspedes una experiencia auténtica y memorable durante su tiempo de estadía, promoviendo al mismo tiempo la participación y el apoyo a la comunidad local.



Figura 8: *Ruta de Caminata por Laguna Yuracmayo*



Figura 9: Pequeño Restaurante Local

Fase 3: Medición de evolución de resultados.

Para realizar esta medición en la experiencia del cliente, e ir analizando el evolutivo y próximas acciones y mejor, se diseñará una encuesta final, luego de la estadía con sencillas preguntas que aportaran a la mejora continua.

- 1.- ¿Qué tan satisfecho se encuentra con la experiencia vivida en el Ecolodge Amil?
- 2.- ¿Consideras que los precios del hotel van de acuerdo a la calidad de nuestros servicios? Indique su respuesta.
- 3.- ¿Recomendaría Ecolodge Amil a sus amistades?

4 ¿Cuáles son las cosas que te gustaría implementar en el Ecolodge Amil? Indique su respuesta.

Esto ayudará a determinar la aceptación de los turistas sobre los servicios y permitirá identificar qué áreas de mejora continua se debe aplicar para perfeccionar la experiencia de los huéspedes.

6.4.2 Presupuesto:

Tabla 38

Presupuesto

Acción	Concepto	Detalle	Costo en S/.
Sueldo de personal encargado.	Sueldo	Mensual	S./ 1000.00
Instalación de aislante de espuma de poliestireno extruido	Mano de obra	MO	S./ 300.00
	Materiales	Aislante de espuma.	S./ 600.00
Estación de reciclaje	Costo de materiales	Tachos pequeños (5)	S./ 100.00
		Paquete de bolsas (5)	S./ 10.00

		Sticker Señalización (5)	S./ 25.00
Implementación zona fogata	Materiales	Mesa (1)	S./ 100.00
		Sillas (2)	S./ 80.00
		Mantas polares (4)	S./ 80.00
Actividades locales	Materiales	Bastones de senderismo (4)	S./ 150.00
		Botiquín (1)	S./ 100.00
		Aguas embotelladas (24)	S./ 32.00
		Frascos de oxígenos (4)	S./ 200.00
Movilidad			S./ 450.00
Inversión Total			S./ 3227.00

Nota: Elaboración propia, importes expresados en soles

CONCLUSIONES

- A través de la implementación de mejoras enfocadas en la sostenibilidad ambiental en el diseño e infraestructura que se realizaran en el Ecolodge, se asegurara la relación que tiene con la satisfacción del cliente al final de su estancia, ya que tendrá un impacto positivo en su experiencia y esto aumentara su significancia en la relación.
- Luego del análisis detallado que nos aportó la investigación, se demuestra que las mejoras propuestas con la gastronomía experimental local, no solo continuaran aumentando el impacto positivo en la experiencia del cliente y el entorno local, sino que también son económicamente viables y pueden generar retornos a largo plazo. Al invertir en la sostenibilidad, la autenticidad y el compromiso con la comunidad, el Ecolodge no solo mejora su atractivo para los turistas conscientes del medio ambiente, sino que también establece una base sólida para el éxito empresarial sostenible en el futuro.
- La implementación de mejoras en la experiencia del cliente ha destacado la importancia de ofrecer experiencias auténticas y significativas que vayan más allá de simples comodidades. La incorporación de actividades locales, así como la creación de espacios para la conexión con la naturaleza enriquecen la oferta del Ecolodge, ya que uno de los propósitos es dar a conocer nuevos lugares, no tan promocionados y que puedan también gozar del turismo, para beneficio de todos.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere continuar explorando y adoptando prácticas sostenibles en todas las áreas de operación del Ecolodge, incluye la gestión eficiente de los recursos naturales, la minimización de residuos y la participación activa en iniciativas de conservación ambiental, para así también poder transmitir esta cultura a los clientes.
- Se recomienda ampliar la diversidad en la experiencia gastronómica, si bien es cierto, el huésped trae su propia comida, es recomendable darle opciones varias que representen a la comunidad, y así también generarles un apoyo a ellos.
- Se sugiere también buscar oportunidades para ampliar y diversificar las experiencias locales ofrecidas a los huéspedes, puede incluir la colaboración con otros proveedores locales para ofrecer una variedad de actividades y excursiones que destaquen la cultura, la historia y la belleza natural del destino.
- Es importante tener certificados sostenibles que verifiquen la autenticidad del Ecolodge, para el actual y para los siguientes por construir, esto le da una sensación extra de seguridad y confiabilidad a los huéspedes.

- Se busca continuar con la inversión para el crecimiento, no solo en Yuracmayo, sino también en ciudades cercanas y ocultas de la vista de las personas, donde de la misma manera se puede dar la oportunidad de apoyo a nuevas comunidades poco visitadas, que también tienen naturaleza que ofrecer.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Álvarez, B. L. & Zulueta, C. E. (2021, enero-marzo). Marketing y la demanda de viviendas sostenibles en Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(1), 368-384.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7817705>

Ayuso, M. (2019). *La sostenibilidad en el sector turístico: definiciones, modelos y casos paradigmáticos* [Tesis de pregrado, Universitat Jaume I]. Repositori

Universitat Jaume I. <http://hdl.handle.net/10234/186180>

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria. (2023, 18 de agosto). *¿Cómo es un hotel sostenible? El compromiso de un alojamiento.*

<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/como-es-un-hotel-sostenible/>

Bom-Camargo, Y. I. (2021, abril-junio). Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(2), 130-146.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7927655>

Equipo Cesim. (s.f.). La importancia de implementar la sostenibilidad en el sector hospitalidad. *Cesim Business Simulations*. [https://www.cesim.com/es/blog-](https://www.cesim.com/es/blog-de-simulaciones-de-negocios/la-importancia-de-implementar-la-sostenibilidad-en-el-sector-hospitalidad)

[de-simulaciones-de-negocios/la-importancia-de-implementar-la-sostenibilidad-en-el-sector-hospitalidad](https://www.cesim.com/es/blog-de-simulaciones-de-negocios/la-importancia-de-implementar-la-sostenibilidad-en-el-sector-hospitalidad)

Córdova, J. D. (2021). *Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicios, rubro hoteles del distrito de Callería, Pucallpa 2021* [Tesis

- de pregrado, Universidad Católica los Ángeles Chimbote]. Repositorio Institucional ULADECH Católica. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/26293>
- Díaz de Cerio, J. L. (2019, junio). *La experiencia de cliente en la era digital. El nuevo viaje del cliente* [Tesis de pregrado, Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio Comillas. <http://hdl.handle.net/11531/27937>
- González, Z. F. & Pallarés, C. (2020, 31 de enero). La experiencia Nespresso, el marketing sensorial aplicado al sector del café. *Mhjournal: Miguel Hernández Communication Journal*, 11(1), 75-96. <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v11i0.325>
- Heredia, N. L & Fonseca, F. (2021, noviembre). Customer experience, la nueva tendencia de sostenibilidad y crecimiento de las mipymes de actividad comercial en Colombia. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(6), 123-133. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n6/2218-3620-rus-13-06-123.pdf>
- Hirsch, A. (2022, 25 de marzo). La importancia de las éticas aplicadas para la sostenibilidad y la responsabilidad social. *Responsibility and Sustainability*, 7(1), 3-10. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6576674>
- Holguín, M. P. (2020). *Análisis del resultado de la aplicación de buenas prácticas ambientales en los alojamientos a nivel nacional e internacional* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <http://hdl.handle.net/10757/653035>
- Innovatur Centro Virtual de Formación Turística. (s.f.). *Innovación y responsabilidad: Las ventajas competitivas de ser un hotel Eco-friendly.*

<https://www.innovtur.com/innovacion-y-responsabilidad-las-ventajas-competitivas-de-ser-un-hotel-eco-friendly/>

Jami, J. L. (2019). *Modelo de medición y gestión de la satisfacción del cliente interno y la calidad del servicio financiero en BanEcuador sucursal Latacunga* [Tesis de Maestría, Universidad Tecnológica Indoamérica].
<http://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/1123>

Jiménez, A. M. (2023). *El turismo sostenible en la comunidad de Madrid* [Tesis de pregrado, Universidad Rey Juan Carlos]. BURJC Digital.
<https://hdl.handle.net/10115/24686>

Mazzini, B. D. (2020). *Estrategias publicitarias y fidelización de clientes* [Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil]. Repositorio Digital. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4123>

Medrano, K. L. & Mercado, G. C. (2022). *Acercamiento a la hotelería turística peruana: La aplicación de prácticas sostenibles y su valoración en un grupo de personas de 18 a 35 años de Lima Metropolitana* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú].
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/22375>

Méndez, M., Fernández, J. J. & Duque, C. (2021). Medición de la satisfacción a través de los atributos de la calidad percibida en una muestra de clientes de hoteles. *ROTUR, Revista de Ocio y Turismo*, 15(1), 78 - 97.
<https://doi.org/10.17979/rotur.2021.15.1.5985>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2023). *Perú: Compendio de cifras de turismo. Enero 2023* [Archivo PDF].

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4324448/Per%C3%BA%20Compendio%20de%20Cifras%20de%20Turismo%20-%20Enero%202023.pdf?v=1679695360>

Miranda, C. B. (2019). *Experiencia del cliente y su impacto en la fidelización. Caso: concesionario de vehículos de lujo en Lima* [Tesis de pregrado, Universidad de Piura]. <https://hdl.handle.net/11042/4187>

Molina, J. F., Tarí, J. J., López, M. D., Pereira, J., Pertusa, E. M. & Antón, A. I. (2022, 25 de julio). Los destinos turísticos inteligentes y la sostenibilidad. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*, (2), 51 – 71. <https://doi.org/10.17561/ree.n2.2022.7041>

Monroy, M. (2019). Factores de la satisfacción del cliente: perspectivas en restaurantes de comida rápida. *Sinapsis*, 11(1), 70 - 87. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7399782>

Morales, F., Terranova, G. & Sandoya, M. (2019). La calidad en el servicio al cliente: factor de éxito de las empresas. *Opuntia Brava*, 11(4), 268 - 278. <https://opuntiabrava.ult.edu.cu/index.php/opuntiabrava/article/view/871>

Ostelea Tourism Management School. (2020, 09 de diciembre). Hoteles sostenibles: qué son y cómo son. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/sostenibilidad/hoteles-sostenibles-que-son-y-como-son>

Pez, A. R. & Torres, E. B. (2020). *Efectos económicos, ambientales y sociales de hoteles sostenibles en el desarrollo de comunidades rurales Latinoamericanas* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <http://hdl.handle.net/10757/654046>

- Pierrend, S. D. R. (2020, 20 de octubre). La fidelización del cliente y retención del cliente: tendencia que se exige hoy en día. *Gestión en el Tercer Milenio*, 23(45), 5 - 13. <http://dx.doi.org/10.15381/gtm.v23i45.18935>
- Ramírez, M. E. (2019). *Diseño de un plan de actividades in house que integre los procesos sociales, culturales y naturales en las diferentes áreas del Hotel Sonesta Pereira, direccionado específicamente a mejorar la experiencia de huéspedes y visitantes* [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica de Pereira]. <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/c5bc36d2-d7bf-4d65-8a13-57c158ca331f/content>
- Real, J. (2022). *Análisis de los alojamientos medioambientalmente sostenibles desde el punto de vista de los clientes* [Tesis de pregrado, Universidad de Cantabria]. Ucrea: Repositorio Abierto de la Universidad de Cantabria. <http://hdl.handle.net/10902/24395>
- Rengifo, C. N., & Sanchez, S. M. (2022). *Responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible: reflexiones desde la ética aplicada* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional UPN. <https://hdl.handle.net/11537/30899>
- Salas, P. E., & Paz, E. A. (2023, junio). Análisis y estrategias para implementar un sistema de gestión de calidad turística del hotel Meraki. *Universidad y Sociedad*, 15(S2), 516 - 525. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3921/3841>
- Salvador, S. (2021). *Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del*

sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Arovig del distrito de Pillco Marca Huánuco, 2021 [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles Chimbote]. Repositorio Institucional ULADECH Católica. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/22910>

Sánchez, G., & Plaza, J. J. (2023). Objetivos de desarrollo sostenible y geografía: concepciones alternativas y actividades propuestas en situaciones de aprendizaje por maestros en formación. *Didáctica Geográfica*, (24), 151 - 175. <https://doi.org/10.21138/DG.661>

Sustainable Development Goals Knowledge Platform. (2022, diciembre) *Sustainable tourism*. <https://sustainabledevelopment.un.org/topics/sustainabletourism>

Turismo Sostenible. (2021, 17 de mayo). *Turismo sostenible en el Perú*. Sky Viajes y Turismo. <https://skyperu.com/turismo-sostenible-peru/>

Tejeda, E. I. (2022). *Análisis para la obtención de los principales indicadores para una movilidad sostenible en México* [Tesis de Maestría, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla]. <https://hdl.handle.net/20.500.12371/17584>

Torres, E. A., & López-Lira, A. (2021, 10 de marzo). Factores que influyen en la sostenibilidad de las Pymes del sector restauranero del municipio de Monterrey. *Innovaciones de negocios*, 18(35), 1 - 19. <https://doi.org/10.29105/rinn18.35-e1>

Vega, X. K. (2019). *Arquitectura sostenible y turismo ecológico para la preservación*

de zonas de reserva natural. Proyecto Ecolodge en Chilina, Arequipa-Perú

[Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santa María]

<https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/9328>

Zavala, F. (2021). *Calidad del servicio como factor relevante para la sostenibilidad*

de los emprendimientos en las mypes del sector servicios, rubro hoteles del

distrito de Satipo, Junín 2021 [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los

Ángeles Chimbote]. Repositorio Institucional ULADECH Católica.

<https://hdl.handle.net/20.500.13032/24294>

ANEXOS

Anexo 1: REPORTE DE TURNITIN

Similarity Report

<p>PAPER NAME FORMATO TIB ISIL.docx</p>	<p>AUTHOR SANDRO ALEXANDER GUTIERREZ CUESTAS</p>
<p>WORD COUNT 22593 Words</p>	<p>CHARACTER COUNT 121069 Characters</p>
<p>PAGE COUNT 167 Pages</p>	<p>FILE SIZE 4.6MB</p>
<p>SUBMISSION DATE Mar 8, 2024 1:47 PM GMT-5</p>	<p>REPORT DATE Mar 8, 2024 1:49 PM GMT-5</p>

● **20% Overall Similarity**
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 18% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 13% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material

Firma del autor

Nombres	Apellidos	DNI	Firma	Huella
Sandro Alexander	Gutiérrez Cuestas	43382564		

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	DNI	Firma	Huella
Roxana Alexandra	Albarracín Aparicio	41981490		

Anexo 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
TÍTULO: Diseño de alojamientos sostenibles y su influencia en experiencia del cliente en Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochiri						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
			VI: DISEÑO DE ALOJAMIENTOS SOSTENIBLES			
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Dimensiones	Indicadores	Cuestionario	Item
¿DE QUÉ MANERA LOS DISEÑOS DE ALOJAMIENTO SOSTENIBLES SE RELACIONAN EN LA INFLUENCIA EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE DEL ECOLOGDE AMIL EN YURACMAYO, HUAROCHIRI?	DETERMINAR DE QUÉ MANERA LOS DISEÑOS SOSTENIBLES SE RELACIONAN EN LA INFLUENCIA EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE DEL ECOLOGDE AMIL EN YURACMAYO, HUAROCHIRI	LOS DISEÑOS DE ALOJAMIENTO SOSTENIBLES SE RELACIONAN EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE DEL ECOLOGDE AMIL EN YURACMAYO, HUAROCHIRI	Servicios Ecológicos	Calidad de Servicios Básicos	¿Cómo calificaría la disponibilidad de suministro de agua en el Ecolodge?	1
					¿Conociendo el clima local de Huarochiri, que tan satisfecho se sintió con la temperatura dentro del Ecolodge?	2
					¿Qué tan eficiente fue el uso de los paneles solares para la eficiencia energética?	3
				Disponibilidad de reciclaje	¿Cómo calificaría la calidad de servicios básicos prestados por el Ecolodge?	4
					¿Qué tan importante es que el Ecolodge cuente con los contenedores de reciclaje?	5
					¿Qué tanto promueve el reciclaje el Ecolodge?	6
			Materiales Sostenibles	Uso de Materiales Sostenibles	¿Qué tan importante consideras que el Ecolodge use materiales sostenibles?	7
				Uso de productos reciclados	¿Cómo calificaría el mobiliario y decoración con materiales sostenibles?	8
					¿Cómo calificaría el uso de materiales reciclados en el Ecolodge?	9
			Infraestructura Sostenible	Diseño con estándares ecológicos	¿Qué tanto promueve el Ecolodge mediante practicas la importancia del reciclaje?	10
					¿Qué tan importante considera el diseño ecosostenible en la elección de su hospedaje?	11
					¿Qué tan cómodo se sintió con la diversidad de espacios utilizados en el Ecolodge?	12
				Existencia de áreas verdes	¿Qué tan importante considera que el Ecolodge tenga certificado sostenible?	13
					¿Qué tan importante es que el Ecolodge tenga áreas verdes?	14
					¿Qué tanto promueve el Ecolodge el uso sostenible de áreas verdes?	15
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	VD: EXPERIENCIA DEL CLIENTE			
¿DE QUÉ MANERA LOS DISEÑOS DE ALOJAMIENTO SOSTENIBLES SE RELACIONAN EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DEL ECOLOGDE AMIL EN YURACMAYO, HUAROCHIRI?	DETERMINAR DE QUÉ MANERA LOS DISEÑOS DE ALOJAMIENTO SOSTENIBLES SE RELACIONAN EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DEL ECOLOGDE AMIL EN YURACMAYO, HUAROCHIRI	LOS DISEÑOS DE ALOJAMIENTO SOSTENIBLES SE RELACIONAN EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DEL ECOLOGDE AMIL EN YURACMAYO, HUAROCHIRI	Satisfaccion del cliente	Seguridad	¿Qué tan útil fue la información proporcionada sobre medidas de seguridad en el Ecolodge?	16
					¿Qué nivel le pondría a la sensación de seguridad en el Ecolodge?	17
					¿Qué tan viable era el tema de la movilidad en caso de alguna emergencia?	18
				¿DE QUÉ MANERA LOS DISEÑOS DE ALOJAMIENTO SOSTENIBLES SE RELACIONAN EN LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA DEL ECOLOGDE AMIL EN YURACMAYO, HUAROCHIRI?	DETERMINAR DE QUÉ MANERA LOS DISEÑOS DE ALOJAMIENTO SOSTENIBLES SE RELACIONAN EN LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA DEL ECOLOGDE AMIL EN YURACMAYO, HUAROCHIRI	LOS DISEÑOS DE ALOJAMIENTO SOSTENIBLES SE RELACIONAN EN LA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA DEL ECOLOGDE AMIL EN YURACMAYO, HUAROCHIRI
¿Cómo calificaría la comodidad en el Ecolodge?	20					
Disponibilidad de utensilios y equipos en cocina	¿Qué tan probable es que usted recomiende a sus amigos y familiares el Ecolodge?	21				
	¿Qué tan suficiente fue la oferta diversa de alimentos en la comunidad?	22				
¿DE QUÉ MANERA LOS DISEÑOS DE ALOJAMIENTO SOSTENIBLES SE RELACIONAN EN LAS ACTIVIDADES LOCALES DEL ECOLOGDE AMIL EN YURACMAYO, HUAROCHIRI?	DETERMINAR DE QUÉ MANERA LOS DISEÑOS DE ALOJAMIENTO SOSTENIBLES SE RELACIONAN EN LAS ACTIVIDADES LOCALES DEL ECOLOGDE AMIL EN YURACMAYO, HUAROCHIRI	LOS DISEÑOS DE ALOJAMIENTO SOSTENIBLES SE RELACIONAN EN LAS ACTIVIDADES LOCALES DEL ECOLOGDE AMIL EN YURACMAYO, HUAROCHIRI	Actividades Locales	Variedad de Actividades	¿Cómo calificaría la disponibilidad de alimentos en la comunidad?	23
					¿Qué tan suficiente fue la oferta diversa de alimentos en la comunidad?	24
					¿Cómo calificaría la diversidad de utensilios en la zona de la cocina del Ecolodge Amil?	25
				Accesibilidad de Actividades Locales	¿Qué tan suficientes fue la disponibilidad de utensilios y equipos de cocina?	26
					¿Cómo evaluaría la limpieza de estos utensilios y equipos de cocina?	27
Satisfaccion en Actividades Locales	¿Qué tanto se le proporciono información clara sobre las actividades locales disponibles?	28				
	¿Qué tanto la accesibilidad de las actividades influye en su decisión de participar de ellas?	29				
	¿Cómo calificaría las actividades disponibles en el Ecolodge?	30				
	¿Considera usted que cumplimos con las expectativas pactadas?					



Anexo 3: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS	INST	ESCALAS				
								1	2	3	4	5
VI: DISEÑO DE ALOJAMIENTOS SOSTENIBLES	Se refiere a la planificación, construcción de los alojamientos que tienen este impacto social, ambiental en su ciclo de vida, con el objetivo de minimizar el uso de los recursos naturales, promoviendo prácticas sostenibles.	Operacionalmente se puede medir a través de dimensiones como los servicios ecológicos, los materiales sostenibles y la infraestructura sostenible.	SERVICIOS ECOLOGICOS	¿Cómo calificaría la disponibilidad de suministro de agua en el Ecolodge?	OPCION MULTIPLE	1	CUESTIONARIO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DEACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DEACUERDO
				¿Conociendo el clima local de Huarochiri, que tan satisfecho se sintió con la temperatura dentro?		2						
				¿Qué tan eficiente fue el uso de los paneles solares para la eficiencia energética?		3						
				¿Cómo calificaría la calidad de servicios básicos prestados por el Ecolodge?		4						
				¿Qué tan importante es que el Ecolodge cuente con los contenedores de reciclaje?		5						
				¿Qué tanto promueve el reciclaje el Ecolodge?		6						
			MATERIALES SOSTENIBLES	¿Qué tan importante consideras que el Ecolodge use materiales sostenibles?		7						
				¿Cómo calificaría el mobiliario y decoración con materiales sostenibles?		8						
				¿Cómo calificaría el uso de materiales reciclados en el Ecolodge?		9						
			INFRAESTRUCTURA SOSTENIBLE	¿Qué tanto promueve el Ecolodge mediante practicas la importancia del reciclaje?		10						
				¿Qué tan importante considera el diseño ecosostenible en la elección de su hospedaje?		11						
				¿Qué tan cómodo se sintió con la diversidad de espacios utilizados en el Ecolodge?		12						
				¿Qué tan importante considera que el Ecolodge tenga certificado sostenible?		13						
				¿Qué tan importante es que el Ecolodge tenga áreas verdes?		14						
				¿Qué tanto promueve el Ecolodge el uso sostenible de áreas verdes?		15						
VD: EXPERIENCIA DEL CLIENTE	Conceptualmente la experiencia del cliente se refiere a las percepciones y emociones que le genera al cliente su estancia en el destino, influyendo aspectos relacionados con el servicio, hospitalidad, entorno natural, actividad, impacto ambiental y cultural.	Operacionalmente se entiende como la expectativa final del huésped y se puede medir con tres dimensiones como la satisfacción del cliente, la experiencia gastronómica y las actividades locales.	SATISFACCION DEL CLIENTE	¿Qué tan útil fue la información proporcionada sobre medidas de seguridad en el Ecolodge?	OPCION MULTIPLE	16	CUESTIONARIO	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DEACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DEACUERDO
				¿Qué nivel le pondría a la sensación de seguridad en el Ecolodge?		17						
				¿Qué tan viable era el tema de la movilidad en caso de alguna emergencia?		18						
				¿Qué tan satisfecho se siente con la limpieza del Ecolodge?		19						
				¿Cómo calificaría la comodidad en el Ecolodge?		20						
				¿Qué tan probable es que usted recomiende a sus amigos y familiares el Ecolodge?		21						
			EXPERIENCIA GASTRONOMICA	¿Qué tan suficiente fue la oferta diversa de alimentos en la comunidad?		22						
				¿Cómo calificaría la disponibilidad de alimentos en la comunidad?		23						
				¿Cómo calificaría la diversidad de utensilios en la zona de la cocina del Ecolodge Amil?		24						
				¿Qué tan suficientes fue la disponibilidad de utensilios y equipos de cocina?		25						
			ACTIVIDADES LOCALES	¿Cómo evaluaría la limpieza de estos utensilios y equipos de cocina?		26						
				¿Qué tanto se le proporciono información clara sobre las actividades locales disponibles?		27						
				¿Qué tanto la accesibilidad de las actividades influye en su decisión de participar de ellas?		28						
				¿Cómo calificaría las actividades disponibles en el Ecolodge?		29						
				¿Considera usted que cumplimos con las expectativas pactadas?		30						

Anexo 4: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO SOBRE LA EXPERIENCIA EN EL ECOLOGDE AMIL EN YURACMAYO, HUAROCHIRI.

La información que presente es totalmente anónima y se mantendrá una absoluta confidencialidad sobre la misma. Este instrumento forma parte de un trabajo de investigación y servirá para identificar el nivel de experiencia y diseño sostenible del Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

Marque con una X aquella respuesta que considere conveniente de acuerdo a la siguiente escala, donde 1 es el valor más bajo y 5 es el valor más alto.

ITEMS	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1	¿Cómo calificaría la disponibilidad de suministro de agua en el Ecolodge?					
2	¿Conociendo el clima local de Huarochirí, que tan satisfecho se sintió con la temperatura dentro del Ecolodge?					
3	¿Qué tan eficiente fue el uso de los paneles solares para la eficiencia energética?					
4	¿Cómo calificaría la calidad de servicios básicos prestados por el Ecolodge?					
5	¿Qué tan importante es que el Ecolodge cuente con los contenedores de reciclaje?					
6	¿Qué tanto promueve el reciclaje el Ecolodge?					
7	¿Qué tan importante consideras que el Ecolodge use materiales sostenibles?					
8	¿Cómo calificaría el mobiliario y decoración con materiales sostenibles?					
9	¿Cómo calificaría el uso de materiales reciclados en el Ecolodge?					
10	¿Qué tanto promueve el Ecolodge mediante practicas la importancia del reciclaje?					
11	¿Qué tan importante considera el diseño ecosostenible en la elección de su hospedaje?					
12	¿Qué tan cómodo se sintió con la diversidad de espacios utilizados en el Ecolodge?					
13	¿Qué tan importante considera que el Ecolodge tenga certificado sostenible?					
14	¿Qué tan importante es que el Ecolodge tenga áreas verdes?					
15	¿Qué tanto promueve el Ecolodge el uso sostenible de áreas verdes?					
16	¿Qué tan útil fue la información proporcionada sobre medidas de seguridad en el Ecolodge?					
17	¿Qué nivel le pondría a la sensación de seguridad en el Ecolodge?					
18	¿Qué tan viable era el tema de la movilidad en caso de alguna emergencia?					
19	¿Qué tan satisfecho se siente con la limpieza del Ecolodge?					
20	¿Cómo calificaría la comodidad en el Ecolodge?					
21	¿Qué tan probable es que usted recomiende a sus amigos y familiares el Ecolodge?					

22	¿Qué tan suficiente fue la oferta diversa de alimentos en la comunidad?					
23	¿Cómo calificaría la disponibilidad de alimentos en la comunidad?					
24	¿Cómo calificaría la diversidad de utensilios en la zona de la cocina del Ecolodge Amil?					
25	¿Qué tan suficientes fue la disponibilidad de utensilios y equipos de cocina?					
26	¿Cómo evaluaría la limpieza de estos utensilios y equipos de cocina?					
27	¿Qué tanto se le proporcionó información clara sobre las actividades locales disponibles?					
28	¿Qué tanto la accesibilidad de las actividades influye en su decisión de participar de ellas?					
29	¿Cómo calificaría las actividades disponibles en el Ecolodge?					
30	¿Considera usted que cumplimos con las expectativas pactadas?					

Anexo 5: VALIDACIÓN DE EXPERTOS

INFORME DE JUCIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN VARIABLE 1

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del experto: Dra. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio
- 1.2. Cargo e institución del experto: Docente – ISIL - UNMSM
- 1.3. Nombre del instrumento: Encuestas
- 1.4. Autor del instrumento: Sandro Gutiérrez Cuestas
- 1.5. Título de la investigación: Diseño de alojamientos sostenibles y su influencia en experiencia del cliente en Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
					61-80%	

		00-20%	21-40%	41-60%		81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				X	

7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					85%	

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10	X		
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		
Ítem 13	X		
Ítem 14	X		
Ítem 15	X		

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

IV. 85%. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Firma del experto:

Lugar y fecha: Lima, 29/01/2024

DNI N.º 41981490

ORCID - 0000-0002-6930-3718

INFORME DE JUCIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN VARIABLE 2

V. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto:

Dra. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio

1.2. Cargo e institución del experto:

Docente – ISIL - UNMSM

1.3. Nombre del instrumento:

Encuestas

1.4. Autor del instrumento:

Sandro Gutiérrez Cuestas

1.5. Título de la investigación

Diseño de alojamientos sostenibles y su influencia en experiencia del cliente en Ecolodge Amil en Yuracmayo, Huarochirí.

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficien	Regula	Buen	Muy	Excelent
		te	r	a	buena	e

		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
11. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				X	
12. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
13. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				X	
14. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica				X	
15. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				X	
16. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				X	

17. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos				X	
18. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				X	
19. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	
20. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					85%	

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10	X		
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		
Ítem 13	X		
Ítem 14	X		
Ítem 15	X		

VII. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

VIII. _____85____%. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Firma del experto:

Lugar y fecha: Lima, 29/01/2024

DNI N.º: 41981490

ORCID - 0000-0002-6930-3718

Anexo 6: OTROS QUE CONSIDERE PERTINENTE

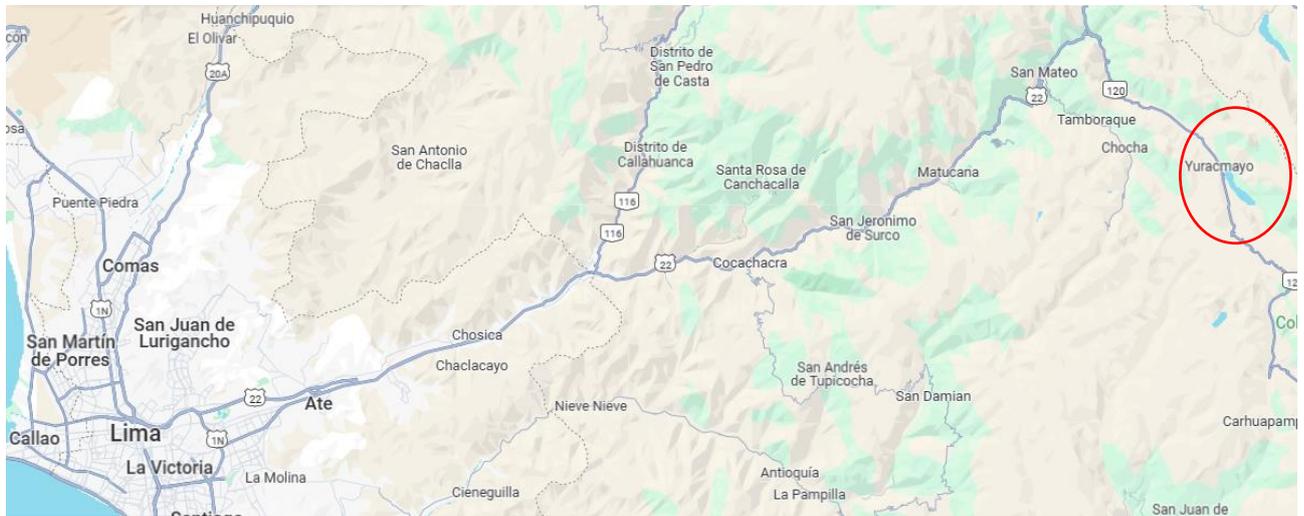


Figura 10: Distancia a Yuracmayo

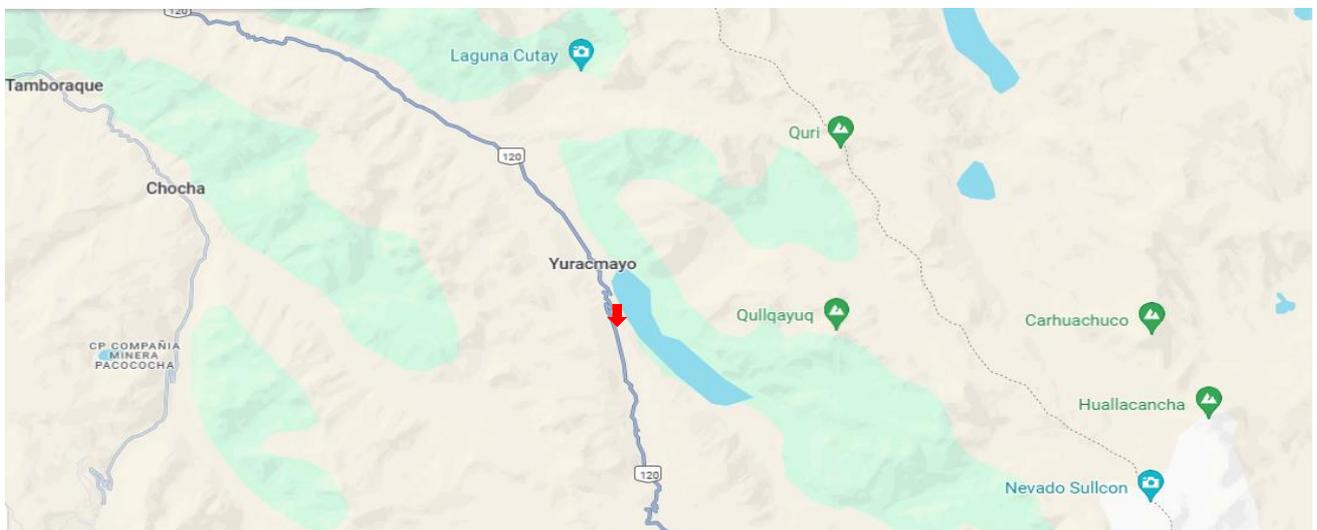


Figura 11: Ubicación de Ecolodge Amil, Yuracmayo



Figura 12: *Laguna Yuracmayo con vista al Ecolodge*



Figura 13: *Visto de Paisaje por dentro del Ecolodge*



Figura 14: Vista Atardecer por fuera del Ecolodge

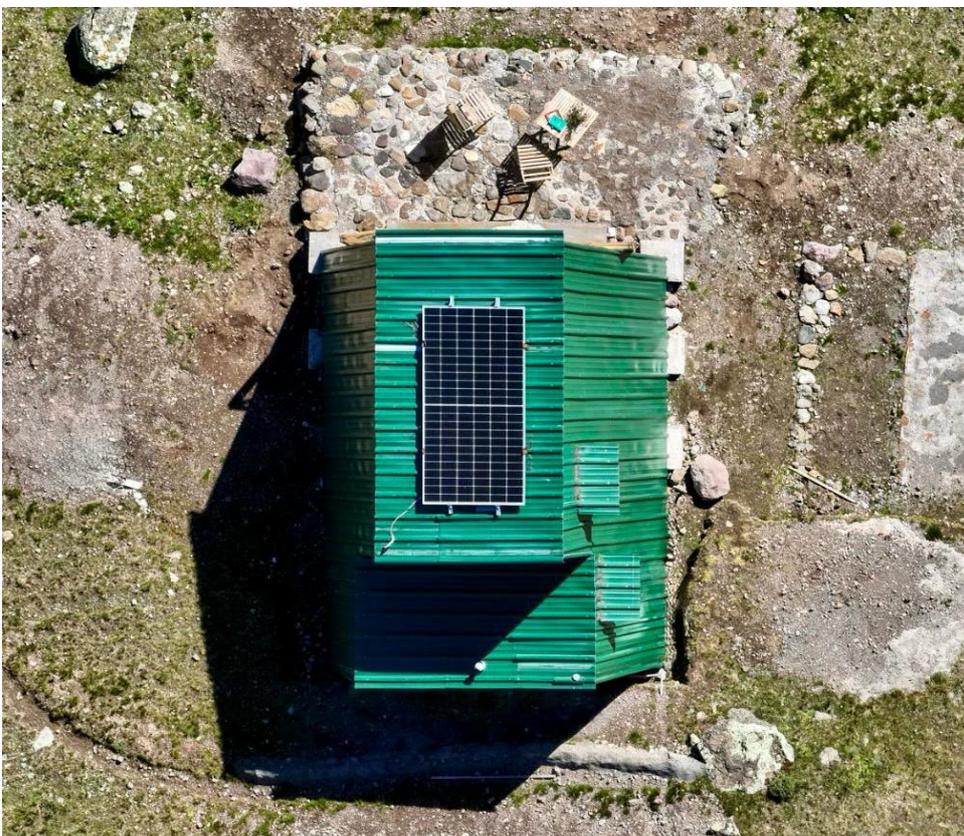


Figura 15: Panel Solar



Figura 16: Cisterna



Figura 17: Vista por dentro del Ecolodge



Figura 18: *Vista de Paisaje desde la Ventana del Dormitorio*



Figura 19: *Vista de Puerta de Ingreso del Ecolodge*